

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Einzelhandelsentwicklung an der Mainzer Landstraße in der Gemeinde Budenheim

für die
Gemeindeverwaltung Budenheim
Berliner Straße 3
55257 Budenheim

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@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.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Köln, im Juni 2018

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	5
2 Marktsituation in den projektierten Sortimenten	7
2.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	7
2.2 Marktsituation im Drogeriewareneinzelhandel	10
3 Standortseitige Aspekte.....	13
3.1 Makrostandort.....	13
3.2 Mikrostandort.....	17
4 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet Budenheim und in den relevanten Umlandkommunen	19
4.1 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet von Budenheim	21
4.1.1 Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen	21
4.1.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	23
4.1.3 Einzelhandelszentralität.....	24
4.2 Projektrelevanter Wettbewerb in den Umlandkommunen.....	26
4.2.1 Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Stadt Mainz	26
4.2.2 Projektrelevante Einzelhandelssituation in Wiesbaden-Biebrich	32
4.2.3 Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein	33
4.3 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse und Einordnung des Planvorhabens in die Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde Budenheim	36
5 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen.....	38
6 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens	40
7 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens	43
8 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	48
8.1 Nahrungs- und Genussmittel.....	49
8.2 Drogeriewaren	50
8.3 Sonstige Sortimente	51
9 Einordnung des Vorhabens in die Grundsätze und Ziele des Landesentwicklungsprogramms.....	52
10 Fazit der Auswirkungsanalyse.....	55

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	8
Abbildung 2:	Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp.....	9
Abbildung 3:	Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen in Deutschland im Jahr 2016	10
Abbildung 4:	Anteile ausgewählter Vertriebsformen am Umsatz mit Drogerie- und Parfümeriewaren in Deutschland 2016	11
Abbildung 5:	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	14
Abbildung 6:	Einwohnerentwicklung in Budenheim und Vergleichsräumen 2008 – 2015 (2008 = 100 %).	16
Abbildung 7:	Mikrostandort	17
Abbildung 8:	Untersuchungsgebiet.....	20
Abbildung 9:	Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Budenheim	22
Abbildung 10:	Lebensmittelmärkte der Gemeinde Budenheim (Fotos).....	23
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in Budenheim nach Sortimenten	23
Abbildung 12:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick.....	24
Abbildung 13:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo nach Warengruppen	25
Abbildung 14:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Mombach.....	27
Abbildung 15:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Gonsenheim	29
Abbildung 16:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Finthen	31
Abbildung 17:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Wiesbaden-Biebrich	33
Abbildung 18:	Wettbewerbssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein	34
Abbildung 19:	Projektrelevantes Einzelhandelsangebot außerhalb der Gemeinde Budenheim.....	35
Abbildung 20:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	39
Abbildung 21:	Maximale Kaufkraftabschöpfung nach Sortimenten	41
Abbildung 22:	Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten	42
Abbildung 23:	Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhaben nach Sortimenten.....	46

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Gemeinde Budenheim plant, ein heute mindergenutztes Areal an der Mainzer Landstraße für eine Einzelhandelsentwicklung zu überplanen. Investor des Vorhabens ist die REWE Group, die den am Standort Binger Straße 1 in Budenheim ansässigen Supermarkt auf das Entwicklungsareal verlagern und ergänzend einen Drogeriemarkt ansiedeln möchte.

Im Zuge der Verlagerung ist geplant, den Supermarkt von derzeit ca. 800 m² auf ca. 2.000 m² Verkaufsfläche zu erweitern. Der Drogeriemarkt soll über eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² verfügen.

Vor dem Hintergrund dieses Planvorhabens wurde die BBE Handelsberatung im Herbst 2016 von der Gemeinde Budenheim mit einer Einzelhandels-Bedarfsanalyse beauftragt. Mit diesem Gutachten sollte geprüft werden, ob die Tragfähigkeit der projektierten Nutzungen aus absatzwirtschaftlicher Sicht gewährleistet und das Entwicklungsareal an der Mainzer Landstraße auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten als Standort weiterer Einzelhandelsbetriebe geeignet ist.

Diese Analyse kam zu dem Ergebnis, dass in der Gemeinde Budenheim ausgeprägte Versorgungslücken bestehen und die projektierten Nutzungen dazu geeignet sind, heute bestehende Angebotsdefizite abzumildern. Darüber hinaus wurde aufgezeigt, dass innerhalb des baulichen Bestands der Ortsmitte keine Flächenpotenziale für die geplanten Einzelhandelsbetriebe in marktgerechten Größen vorhanden sind.

Die Ergebnisse dieser Analyse haben die Gemeinde Budenheim veranlasst, die Planung fortzuführen und zur Vorbereitung des notwendigen Genehmigungsverfahrens ein Planungsgespräch mit der Unteren Landesplanungsbehörde des Landkreises Mainz-Bingen zu führen. Dieses Gespräch führte zu dem Ergebnis, dass die landesplanerische Beurteilung des Vorhabens die Erstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzepts erforderlich macht.

Das Einzelhandelskonzept, das im Auftrag der Gemeinde Budenheim erarbeitet wurde, empfiehlt die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment am Standort Mainzer Landstraße. Vor diesem Hintergrund wird das Planareal als „Versorgungsbereich Nahversorgung“ ausgewiesen. Denn das Standortareal befindet sich in siedlungsintegrierter Lage und ist zudem ausreichend groß, um Einzelhandelsformate in marktgängiger Größendimensionierungen aufzunehmen. Hinzu kommt, dass sich dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2020) befindet und auch über eine zufriedenstellende ÖPNV-Anbindung verfügt.

Darüber hinaus fordern die Landesplanungsbehörden die Vorlage einer projektbezogenen Auswirkungsanalyse. Die Auswirkungsanalyse hat einerseits aufzuzeigen, ob das Vorhaben mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt; im Mittelpunkt steht dabei das Nichtbeeinträchtigungsgebot (Ziel 60 des Landesentwicklungsprogramms – LEP IV bzw. Ziel 46 des Regionalen Raumordnungsplanes Rheinhessen-Nahe), welches besagt, dass die Funktion benachbarter zentraler Orte und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Mit Blick auf die anstehende Bauleitplanung hat sich das Gutachten auch am Prüfrahmen von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) zu orientieren und nachzuweisen, dass für den Realisierungsfall negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in Budenheim und in den Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde auch mit der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse beauftragt. Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters in der Gemeinde Budenheim und in den untersuchungsrelevanten Umlandkommunen. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten.

Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Untersuchungsgebiet. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) und Drogeriemärkte,
- 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 Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung folgender Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfs (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Plenumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

²

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

2 Marktsituation in den projizierten Sortimenten

2.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Dies resultiert zum einen aus Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen sowie zum anderen aus einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, das bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies am boomenden Absatz von Bio-Lebensmitteln ablesen, die inzwischen zum Sortiment aller Lebensmittelmärkte – vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt – zählen.

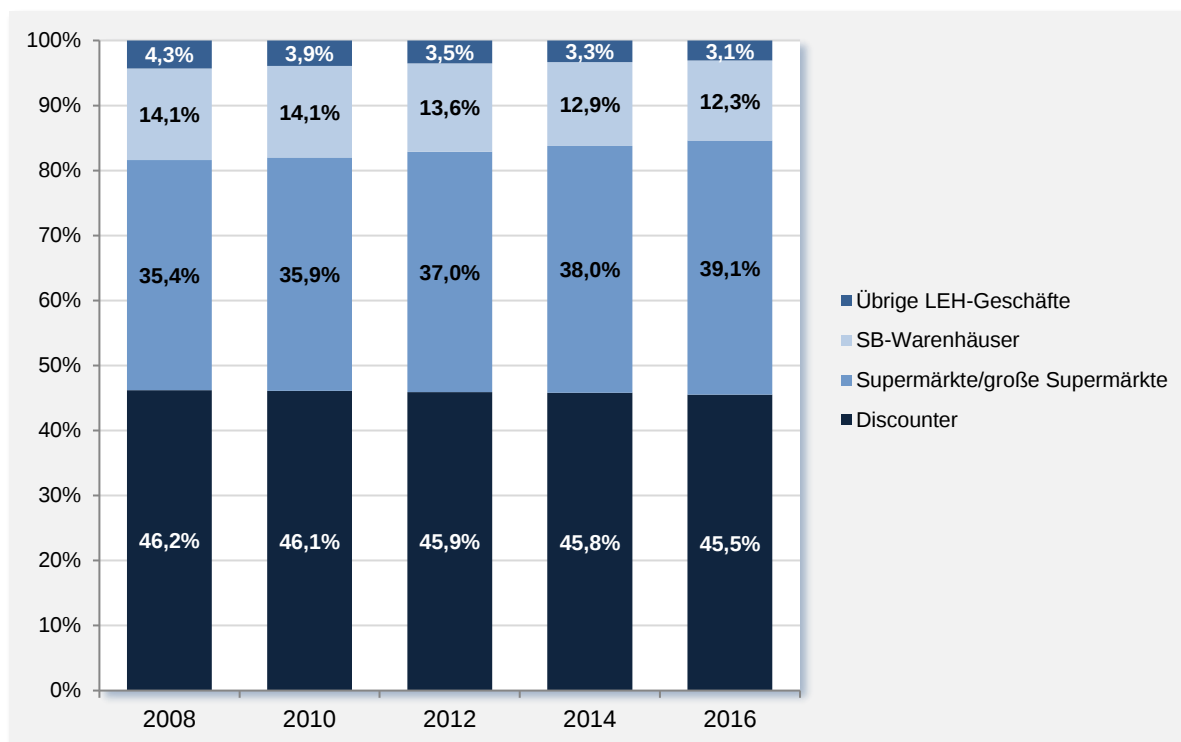
Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 512 Mrd. € entfallen rd. 265 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).³ Dies entspricht einem Anteil von rd. 52 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifizierung des Angebots generiert wird. Gleichzeitig weist die Branche eine hohe Konzentration auf Handels- und Lieferantenseite auf.

Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbrauchervünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil von ca. 46 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1).

Im Discountsegment werden seitens der Betreiber für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² als marktgerecht angesehen.

³ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2016

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel


Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2017, BBE-Darstellung 2018

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounters führen etwa 800 bis 1.200 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln eine deutlich höhere Artikelzahl anbieten. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounters, ist der hohe Anteil an Eigenmarken. Eine Weiterentwicklung des Betriebstyps stellen die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounters) dar, zu denen in Deutschland u. a. Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter.

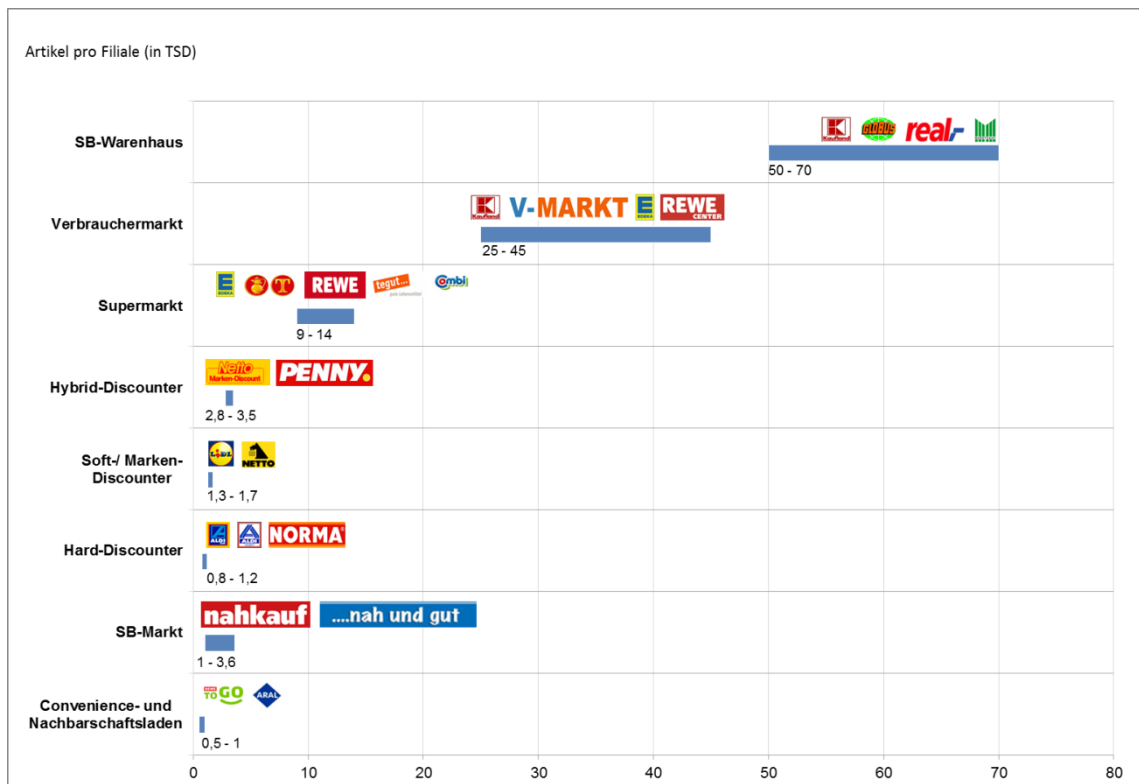
In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich vier Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei anderen Anbietern nachgefragt.

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, sodass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers dasselbe Sortiment vorfindet. Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Hierfür sind vor allem folgende Ursachen anzuführen:

- Die Angebotsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von Frische-Produkten (Obst & Gemüse, Molkereiprodukten, Backwaren, Fleisch, Fisch) und Bio-Lebensmitteln hat neben einer qualitativen Aufwertung des Marktauftritts regelmäßig auch einen höheren Flächenbedarf zur Folge. Dagegen ist kein steigender Flächenbedarf für die Aktionswaren zu verzeichnen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei, sodass die Kunden mehr Platz haben und gleichzeitig die Bestückung des Ladens effizienter erfolgen kann.
- Gleichzeitig bietet eine größere Verkaufsfläche auch die Möglichkeit, eine größere Stückzahl der einzelnen Artikel innerhalb des Verkaufsraumes zu präsentieren. Hierdurch kann die Lagerhaltung optimiert und der Anlieferungsverkehr reduziert werden (→ Verkehrsvermeidung).
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern den Kunden (u. a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel und den höheren Anteil älterer Kunden) den Warenzugang.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung. Gleichzeitig ermöglicht die größere Verkaufsfläche eine höhere Rentabilität z. B. durch Reduzierung der Transportkosten durch größere Liefermengen oder der Personalkosten durch effektivere Bestückung der Warenpräsentation.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



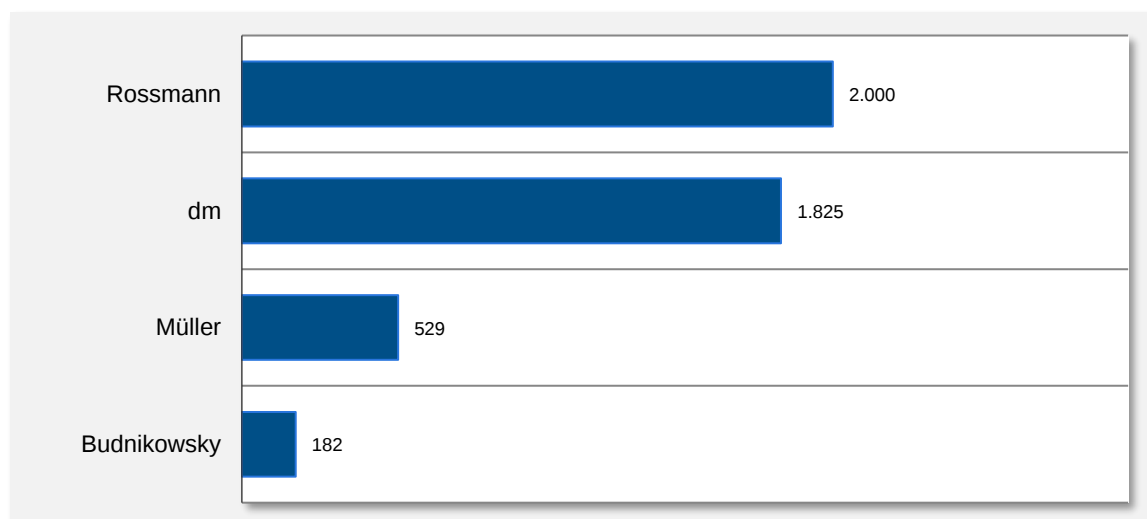
Quelle: BBE-Darstellung

2.2 Marktsituation im Drogeriewareneinzelhandel

Im Bereich der Drogeriewaren hat sich in den vergangenen Jahrzehnten der Vertriebstyp des Drogeriemarktes etabliert, der weitgehend die klassischen Fachdrogerien abgelöst hat. So ist die Zahl der Fachdrogerien bundesweit im Zeitraum von 1980 bis 2010 von über 8.900 auf rd. 2.200 Verkaufsstellen zurückgegangen, während die Drogeriemärkte von knapp 1.500 auf 12.000 Verkaufsstellen angestiegen sind.⁴

Mit der Insolvenz der Firma Schlecker wurde ein grundlegender Strukturwandel im Bereich der Drogeriemärkte eingeleitet, der mit einer Reduzierung der Anzahl der kleinen Märkte einhergegangen ist und zu einem Bedeutungsgewinn der Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte geführt hat. Als wichtige Drogeriemarktbetreiber haben sich in den letzten Jahren mit zusammen 4.354 Filialen die drei Anbieter dm, Rossmann und Drogerie Müller herauskristallisiert.

Abbildung 3: Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen in Deutschland im Jahr 2016



Quelle: Statista 2017, BBE-Darstellung

Ein Drogeriemarkt führt im Kernsortiment durchschnittlich ca. 5.000 - 8.000 Artikel. Das Kernsortiment der Drogeriemärkte umfasst die Warenbereiche Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Hygieneartikel, Körperpflegeartikel, Kosmetik und Parfums. Darüber hinaus werden betreiberspezifisch unterschiedliche Randsortimente zur Ergänzung auf deutlich nachgeordneten Verkaufsflächenanteilen angeboten (u. a. Bio-Lebensmittel, Tiernahrung/ Tierpflege, Unterwäsche/ Strumpfwaren, Babybekleidung, Kurzwaren, Haushaltswaren, Kerzen, Fotozubehör, Elektrozubehör, Bilderrahmen, Schreib- und Spielwaren).

Neben Drogeriemärkten sind in Innenstädten und größeren Stadtteilzentren oftmals auch Parfümerien mit einem Teilsortiment der Kosmetik, Parfums und Körperpflege vorzufinden. Die Sortimente werden darüber hinaus auch in den innerstädtischen Warenhäusern sowie von den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei Lebensmitteldiscountmärkten liegt die durchschnittliche Artikelzahl bei den relevanten Drogerie- und

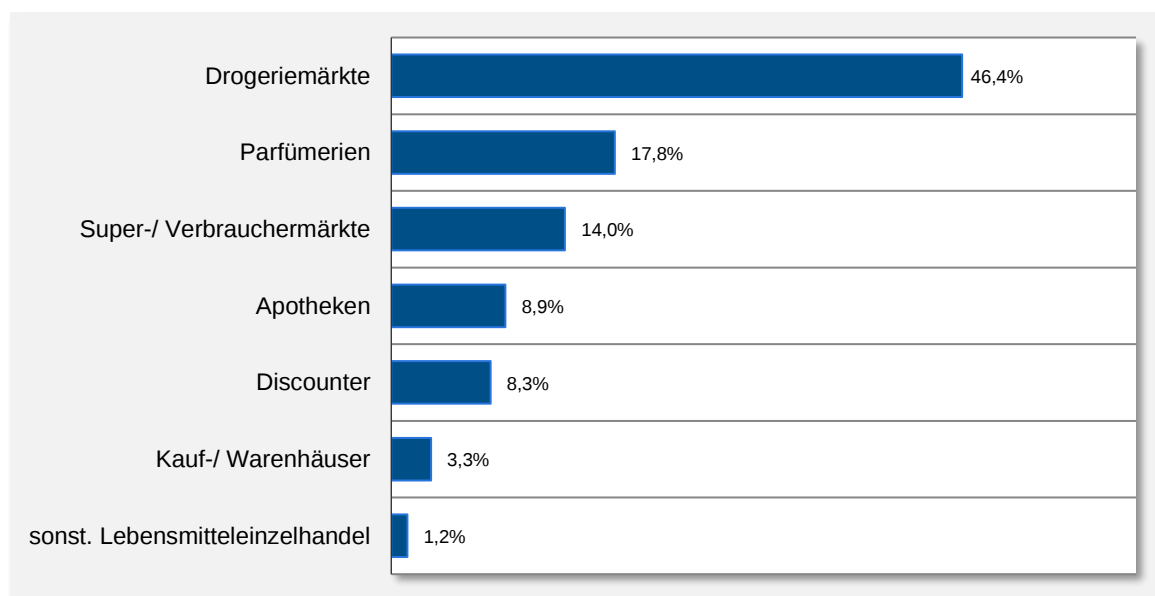
⁴ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/ 2010, Statista 2017, Stand. 31.12.2015

Parfümeriesortimenten bei bis zu 600, bei Supermärkten werden ca. 1.600 Artikel angeboten, sodass der Lebensmitteleinzelhandel vorwiegend die gängigen Sortimente des Grundbedarfs führt.

Das Drogeriesortiment ist dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen, demgemäß sind Drogeriemärkte gleichermaßen in Innenstädten, Stadtteilzentren und in Verbindung mit dem Lebensmitteleinzelhandel auch an Nahversorgungsstandorten oder dezentralen Einzelhandelsagglomerationen vorzufinden.

Die Distributionsstruktur für Drogerie- und Parfümeriewaren wird dabei wesentlich durch Drogeriemärkte geprägt, die im Jahr 2016 einen Marktanteil von ca. 46 % halten. Eine wesentliche Versorgungsbedeutung kommt auch dem Lebensmittelhandel (Supermärkte, Verbrauchermärkte, Lebensmitteldiscountmärkte, sonst. Lebensmitteleinzelhandel) mit insgesamt 23 % zu. Auf Parfümerien entfallen ca. 18 % der Umsätze. Dagegen fallen die Umsatzanteile bei den Apotheken (rd. 9 %) und den Kauf- und Warenhäuser (rd. 3 %) deutlich geringer aus.

Abbildung 4: Anteile ausgewählter Vertriebsformen am Umsatz mit Drogerie- und Parfümeriewaren in Deutschland 2016



Quelle: Statista 2017, BBE-Darstellung

Die Filialisten dm und Rossmann verfügen bundesweit zusammen über 3.825 Filialen⁵ und haben sich mit Betriebsgrößen i. d. R. von 400 – 800 m² Verkaufsfläche positioniert. Einzig die Firma Drogerie Müller belegt größere Verkaufsflächen (bis über 4.500 m² Verkaufsfläche⁶), wobei dies mit einer deutlichen Ausweitung des Sortiments vor allem bei Schreib- und Spielwaren sowie Elektroartikeln einhergeht.

Aktuelle Marktentwicklungen zeigen, dass neue Drogeriemärkte derzeit insbesondere außerhalb der gewachsenen Innenstädte mit einer größeren Verkaufsfläche angesiedelt werden. So fordert beispielsweise der Filialist dm auf seiner Homepage als Standortanforderung für die Ansiedlung eines neuen Marktes in

⁵ Quelle: Statista 2017

⁶ Quelle: www.mueller.de

Fachmarktlage die Mindestgröße von 500 m² ebenerdiger Verkaufsfläche. Der Betreiber Rossmann erwartet bei der Ansiedlung neuer Märkte eine Verkaufsfläche von 500 bis 1.000 m².

Das anhaltende Flächenwachstum lässt sich mit den zentralen Anliegen begründen, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen. Insbesondere möglichst breite Gänge sind in diesem Zusammenhang für Drogeriemärkte wichtig, da eine Hauptzielgruppe „Junge Familien“ darstellt, die den Drogeriemarkt häufig mit Babys/ Kleinkindern in Kinderwagen aufsuchen. Vor diesem Hintergrund sind unmittelbar zugeordnete Stellplatzanlagen in ausreichender Dimension ebenfalls von immer größerer Bedeutung. Zudem verfügen die größeren Drogeriemärkte über ein breiteres Randsortiment.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und zentralörtliche Funktion

Die rheinland-pfälzische Gemeinde Budenheim liegt in Rheinhessen an der Landesgrenze zu Hessen. Die Gemeinde ist die einzige verbandsfreie Gemeinde des Landkreises Mainz-Bingen, die keinen Stadtstatus hat. Die Nachbargemeinden von Budenheim sind im Westen die Gemeinde Heidesheim am Rhein und im Osten/ Südosten die Landeshauptstadt Mainz. Im Norden grenzt Budenheim – durch den Rhein getrennt – an den Rheingau-Taunus Kreis (Hessen) bzw. an die Landeshauptstadt Wiesbaden sowie die Gemeinden Eltville am Rhein und Walluf.

Im Regionalen Raumordnungsbericht Rheinhessen-Nahe wird der Gemeinde Budenheim die Funktion eines Grundzentrums im hochverdichteten Raum um Mainz zugewiesen. Die Gemeinde übernimmt damit keine überörtlichen Versorgungsfunktionen.

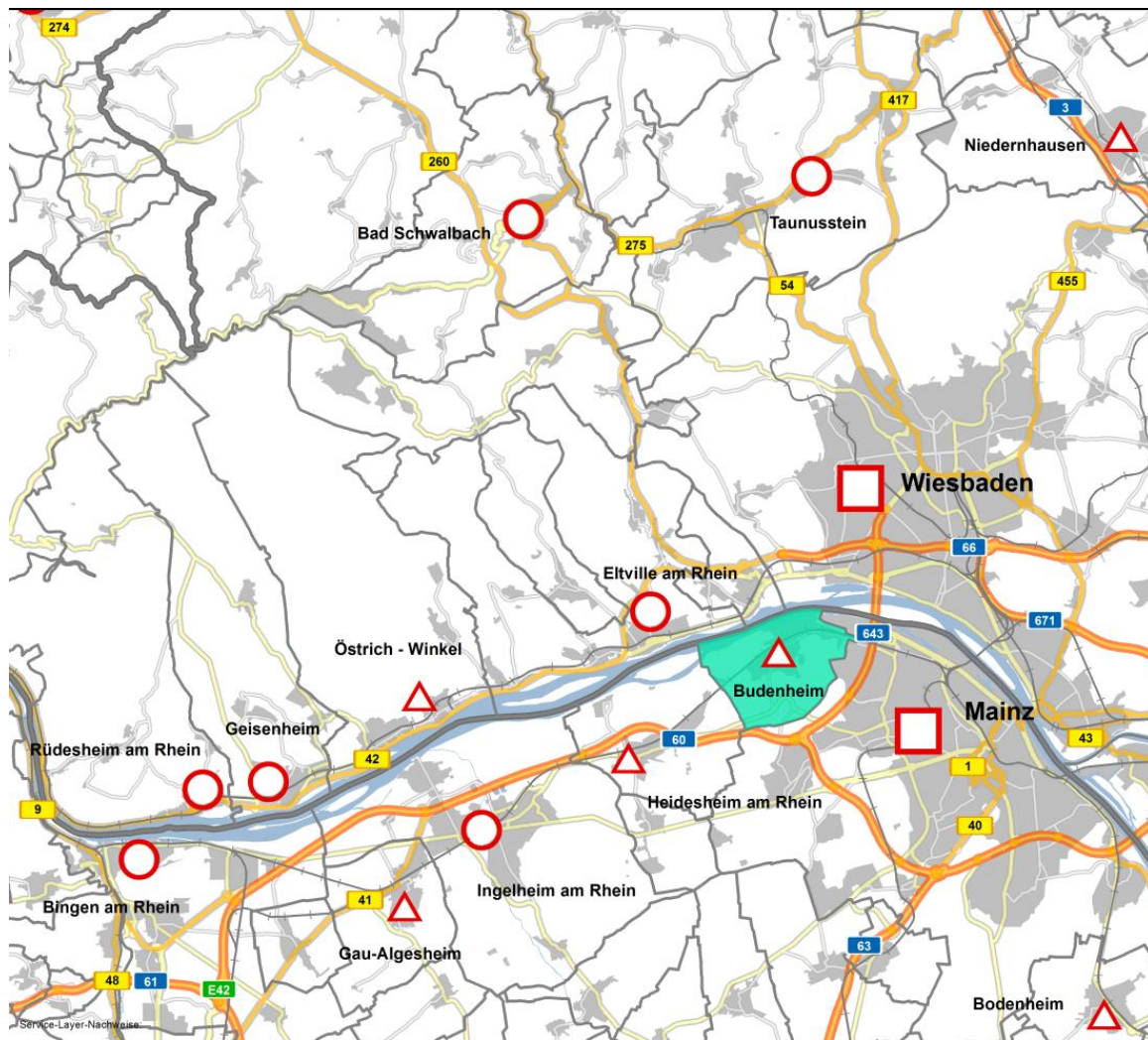
Die Entfernung zu den nächstgelegenen Oberzentren Mainz und Wiesbaden ist gering, da diese an das Gemeindegebiet von Budenheim anschließen (vgl. Abbildung 5). So ist die Innenstadt von Mainz in ca. 9 km, die Innenstadt von Wiesbaden in ca. 15 km zu erreichen. Darüber hinaus befinden sich mehrere dezentrale Agglomerationsstandorte nahe Budenheim (v. a. Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach und Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich), sodass sich der Einzelhandelsstandort Budenheim in einer intensiven Wettbewerbsbeziehung mit sehr attraktiven Einzelhandelsstandorten in räumlicher Nähe befindet.

Im Untersuchungszusammenhang ist weiterhin von Bedeutung, dass die Gemeinde insbesondere durch die beiden größten örtlichen Industriebetriebe Chemische Fabrik Budenheim und Fa. Bericap, die sich auf Kunststoffverschlüsse spezialisiert hat, als Arbeitsstandort mit rd. 2.300 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen eine größere Bedeutung hat. Dennoch weist die Erwerbsbevölkerung der Gemeinde Budenheim im Saldo eine Außenorientierung auf. Mit 1.972 Einpendlern und 2.977 Auspendlern ergibt sich ein negativer Pendlersaldo von 1.005 Erwerbspersonen, der v. a. auf die hohen Arbeitsplatzzentralitäten der Oberzentren Mainz und Wiesbaden und des Mittelzentrums Ingelheim zurückzuführen ist.⁷

⁷

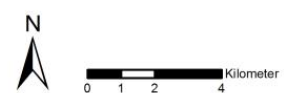
Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, Stand: 30.06.2015

Abbildung 5: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion



Zentralörtliche Gliederung

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- △ Grundzentrum



Kartengrundlage: infas geodaten, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE Handelsberatung

Erreichbarkeit und Verkehr

Das Gemeindegebiet von Budenheim wird fast ausschließlich durch die Landstraße L 423 (Binger Straße bzw. Mainzer Landstraße) in Richtung Mainz-Mombach und Heidesheim an das überörtliche Verkehrsnetz angebunden. Dabei stellt die L 423 als Hauptverkehrsachse eine das Gemeindegebiet zentral querende Erschließungsstraße dar. Darüber hinaus verläuft im Süden der Gemeinde die L 422, die eine Anbindung an Mainz-Gonsenheim und ebenfalls an Heidesheim gewährleistet. Die übrigen Straßen im Gemeindegebiet dienen ausschließlich der inneren Erschließung der Wohn- und Gewerbegebiete.

Eine Autobahnanbindung ist an die Bundesautobahnen A 60 (Bingen - Mainz) und die A 643 (Wiesbaden - Mainz) in rd. fünf bzw. acht Kilometern Entfernung vorhanden.

Budenheim verfügt über einen Haltepunkt, der die Gemeinde durch die Linie RB 32 (Koblenz - Bingen - Mainz - Frankfurt) an den schienengebundenen Nahverkehr anschließt. Mit diesem Linienverkehr ist beispielsweise das Oberzentrum Mainz in ca. 8 Minuten zu erreichen, wo ein Fernverkehrsanschluss besteht. Ergänzt wird der öffentliche Personennahverkehr durch die Buslinien 64 (Laubenheim - Budenheim) und 620 (Ingelheim - Mainz) aus dem Gebiet des Rhein-Nahe-Nahverkehrsverbundes, wodurch Budenheim auch an die umliegenden Gemeinden angebunden wird.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdaten

Der Siedlungskörper der Gemeinde Budenheim ist sehr kompakt und wird im Norden begrenzt durch das Fabrikgelände der Chemischen Fabrik Budenheim und die Bahntrasse, die das Gemeindegebiet in Südwest-Nordost-Richtung durchläuft und eine klare Zäsur bildet. Im Osten schließt das Gemeindegebiet an das Gelände des Mainzer Golfclubs und im Süden und Westen an den Lennebergwald an.

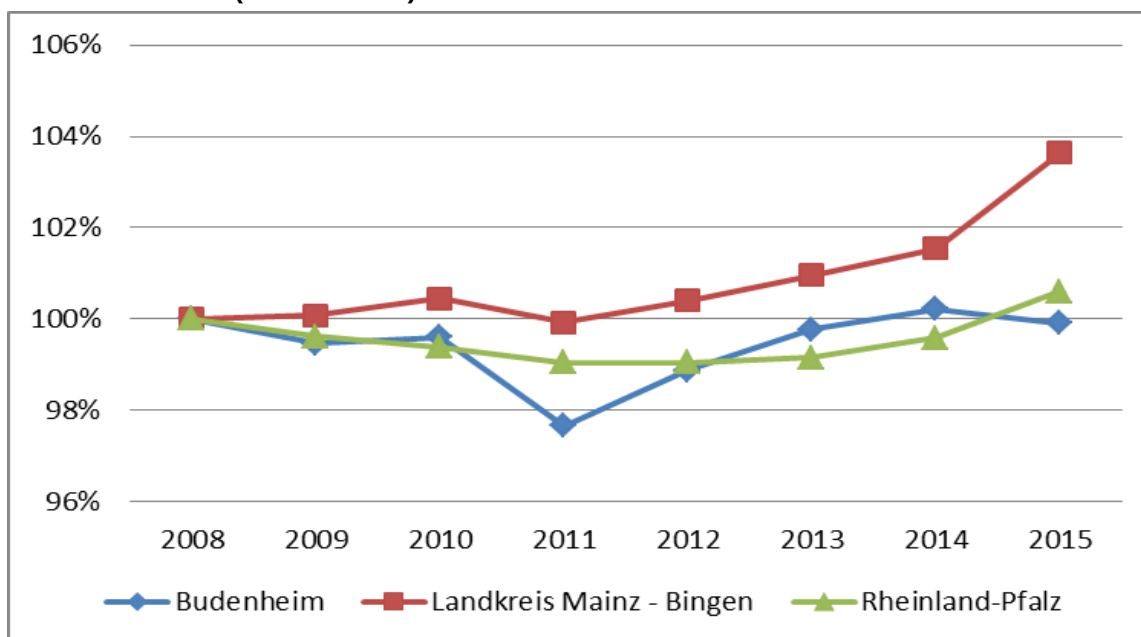
Die räumliche Ausdehnung des Siedlungskörpers ist mit max. 800 Metern in Nord-Süd-Richtung und max. 1.500 Metern in West-Ost-Richtung vergleichsweise gering. Gleichzeitig ist die Topografie des Gemeindegebietes weitgehend eben und die Erschließung mit Fuß- und Radwegen als gut zu bewerten, so dass ein großer Teil der Bevölkerung fast jeden Standort innerhalb der Gemeinde auch ohne Pkw erreichen könnte.

Die Gemeinde Budenheim weist 8.681 Einwohner auf.⁸ Dabei zeigt die Gemeinde im Zeitraum von 2008 bis 2015 eine insgesamt konstante Bevölkerungsentwicklung. Die Bevölkerungszahl der Gemeinde ist in den letzten Jahren dabei jedoch deutlichen Schwankungen unterlegen, wobei sich die Einwohnerzahl im Zeitraum von 2008 bis 2011 zunächst negativ entwickelt hat. Im Zeitraum von 2012 bis 2015 ist die Einwohnerzahl dann wieder auf das Niveau des Basisjahres angestiegen (vgl. Abbildung 6).

Die Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Budenheim verläuft damit auf ähnlichem Niveau wie die des Landes Rheinland-Pfalz. Im Gegensatz dazu weist jedoch der gesamte Landkreis Mainz-Bingen in den letzten Jahren eine sehr positive Bevölkerungsentwicklung auf.

⁸ Quelle: Einwohnermeldeamt der Gemeinde Budenheim, Stand: 30.09.2016 (nur Hauptwohnsitze)

Abbildung 6: Einwohnerentwicklung in Budenheim und Vergleichsräumen 2008 – 2015 (2008 = 100 %)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; eigene Darstellung

Bis zum Jahr 2020 wird für die Gemeinde Budenheim vom Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz ein geringfügiger Einwohnerrückgang auf rd. 8.500 Einwohner prognostiziert. Im Hinblick auf die zukünftige Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Budenheim ist allerdings darauf hinzuweisen, dass nach der Gemeindemodellrechnung zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung die Gesamteinwohnerzahl in Budenheim auf rd. 9.000 Einwohner steigen wird. Bei dieser Prognose wurden die aktuellen Wohnbauland-Ausweisungen der Gemeinde bedacht, bei der an zwei Standorten insgesamt rd. 170 Wohneinheiten geplant sind. So befindet sich am südöstlichen Siedlungsgebiet das Wohngebiet „Wiesmoorer Straße/ Gonsenheimer Straße“ mit rd. 70 Grundstücken derzeit im Bau. Darüber hinaus ist ein weiteres Wohngebiet („Wäldchenloch“, rd. 100 Grundstücken) am östlichen Ortsrand von Budenheim in Planung.

3.2 Mikrostandort

Lage der Projektgrundstücke und Nutzungsumfeld

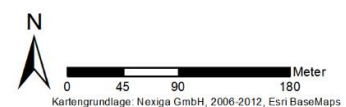
Der Planstandort ist nordwestlich der Mainzer Landstraße in nordöstlicher Siedlungsrandlage von Budenheim lokalisiert. Im Westen und Norden wird das Areal durch die Kirchstraße begrenzt, im Norden grenzt die Bahntrasse unmittelbar an die Kirchstraße.

Abbildung 7: Mikrostandort



/// Standort der Nahversorgung

H Bushaltestelle



Quelle: eigene Darstellung

Auf dem Areal befinden sich derzeit überwiegend verwilderte Gartenparzellen sowie Lagergebäude bzw. -Flächen eines ehemaligen Baustoffhandels. Im Westen ist die Produktionsstätte der Bericap GmbH & Co. KG. Der Rewe-Supermarkt befindet sich in Sichtbeziehung in rd. 500 Metern Entfernung.

Im Süden schließt sich das Wohngebiet „Mombacher Straße“ an. Im östlichen Anschluss hieran soll bis zum Jahr 2020 das Wohngebiet „Wäldchenloch“ mit rd. rd. 100 Grundstücken realisiert werden. Somit handelt es sich bei diesem Potenzialstandort, auch wenn dieser nicht zentral innerhalb des Siedlungskörpers gelegen ist, um einen siedlungsintegrierten Standort.

Verkehrliche Situation

Durch seine Lage an der Mainzer Landstraße (L 423) ist der Mikrostandortbereich verkehrlich gut erreichbar. Die Außenwirkung und Einsehbarkeit des Entwicklungsstandortes ist aufgrund der Verbindungsfunktion der Mainzer Landstraße, die im weiteren Verlauf zur Binger Straße wird, als gut zu bewerten.

Mit dem ÖPNV ist das Areal durch einen Bushaltepunkt („Gerhart-Hauptmann-Straße“) in fußläufiger Entfernung gut angebunden. Durch einen geplanten Bushaltepunkt in unmittelbarer Nähe des Planvorhabens soll die ÖPNV-Anbindung des Planvorhabens weiter verbessert werden.

Die fußläufige Erreichbarkeit für die umgebende Wohnbevölkerung ist durch straßenbegleitende Fußgänger- und Fahrradwege gesichert. Die Überquerung der Mainzer Landstraße soll durch geplante Querungshilfen erleichtert werden.

Funktionale Lage

Gemäß Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Budenheim stellt das Planareal einen „Versorgungsreich Nahversorgung“ dar. Begründet wird diese Empfehlung wie folgt:

- Der Ausstattungsgrad des Budenheimer Einzelhandels ist derzeit als sehr gering zu bewerten, so dass das Grundzentrum Budenheim die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion derzeit nicht erfüllen kann und sich hieraus in den meisten Warengruppen ein deutlicher Arrondierungsbedarf ergibt.
- Da in der Gemeinde Budenheim derzeit keine Einkaufslage besteht, die als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden kann und in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim auch keine Potenzialflächen zur Entwicklung eines vollwertigen zentralen Versorgungsbereichs vorhanden sind, war im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes ein siedlungsintegriertes Entwicklungsareal zu identifizieren, das für die dringend erforderliche Ergänzung der Versorgungsangebote geeignet erschien.
- Da in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim keine Potenzialstandorte für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen, war es somit erforderlich, einen Standort außerhalb der zentralen Ortsmitte und in möglichst siedlungsintegrierter Lage zu entwickeln. Eine entsprechende Standorteignung konnte dem Planstandort, d. h., dem Standort Mainzer Landstraße, zugesprochen werden. Denn das Standortareal befindet sich in siedlungsintegrierter Lage und ist zudem ausreichend groß, um Einzelhandelsformate in marktgängiger Größendimensionierungen aufzunehmen. Zudem befindet sich dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2020) und verfügt ebenfalls über eine zufriedenstellende ÖPNV-Anbindung.

4 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet Budenheim und in den relevanten Umlandkommunen

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie auf die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen durch das Planvorhaben ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen in Budenheim und in umliegenden Kommunen notwendig. Somit geht das Untersuchungsgebiet über das Gemeindegebiet von Budenheim hinaus und schließt die angrenzenden bzw. nahegelegenen Siedlungsbereiche der Nachbarkommunen Mainz und Wiesbaden sowie das Gemeindegebiet von Heidesheim am Rhein mit ein.

Hierzu wurde zum einen der gesamte Einzelhandel der Gemeinde Budenheim erhoben, um die derzeitige Bedeutung des Einkaufsstandortes Budenheim darzustellen und bewerten zu können (vgl. Kapitel 4.1).

Da die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber abhängen, erfolgt im Weiteren eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung im übergemeindlichen Untersuchungsgebiet.

Vor diesem Hintergrund wurden alle relevanten größeren Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevanten Kernsortimenten im Untersuchungsraum differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortiments-schwerpunkt erhoben.

Abbildung 8: Untersuchungsgebiet⁹



Quelle: eigene Darstellung

4.1 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet von Budenheim

4.1.1 Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen

Im Rahmen einer Betriebsstättenerhebung im September 2016 wurden die Verkaufsflächen aller in der Gemeinde Budenheim ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹⁰ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹¹ differenziert nach Warengruppen erfasst.

Demnach gibt es im Gemeindegebiet Budenheim derzeit insgesamt

- 22 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 2.460 m² verfügen und nach eigener Prognose einen
- Gesamtumsatz von rd. 12,0 Mio. € erwirtschaften.

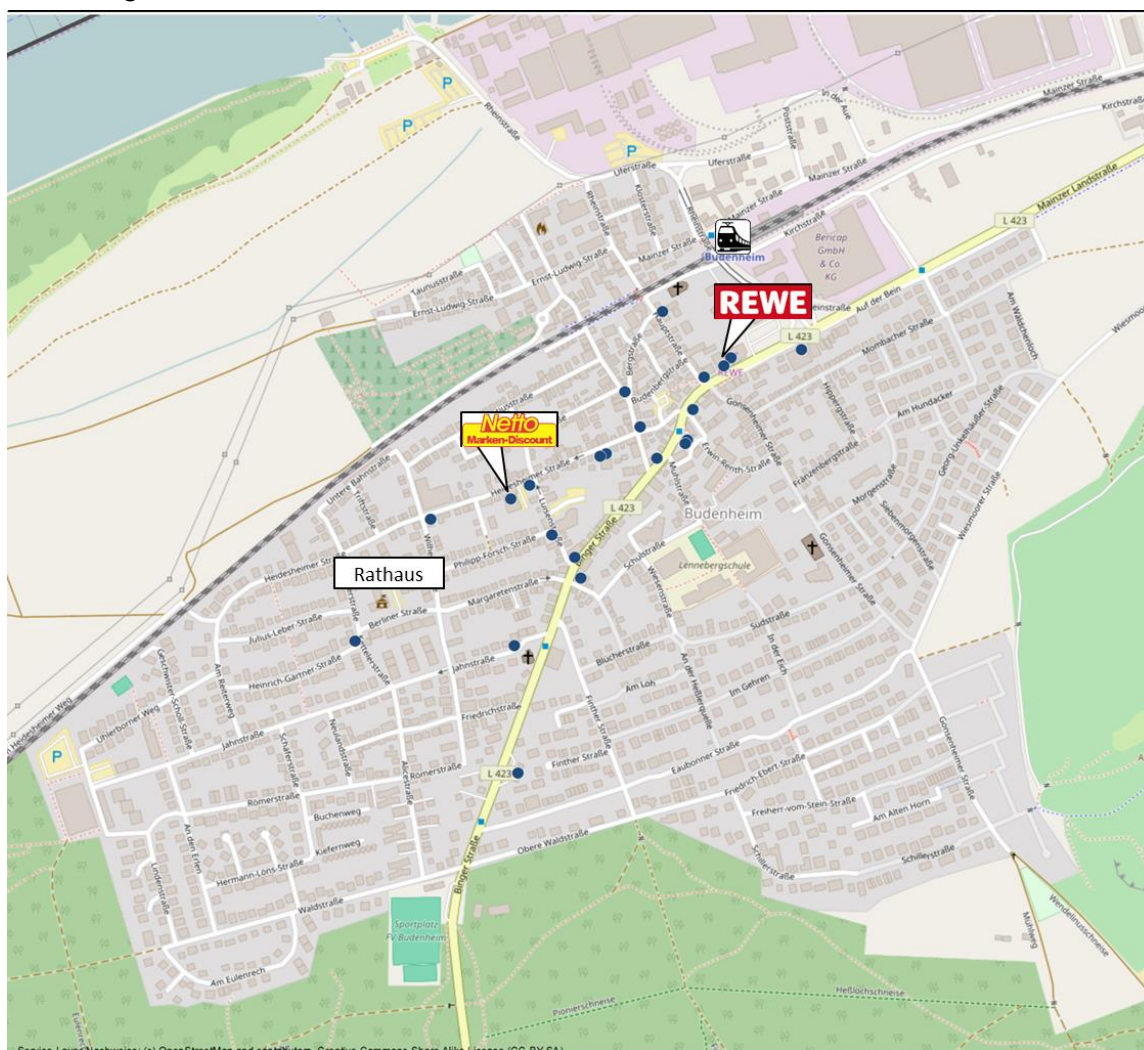
Zur Bewertung der Versorgungsstruktur der Gemeinde Budenheim ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealtätsziffer) von 0,3 m² je Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung deutlich unter dem deutschen Durchschnittswert von 1,5 m² je Einwohner. Die durchschnittliche Betriebsgröße fällt mit rd. 112 m² Verkaufsfläche je Betrieb sehr gering aus.

Die Einzelhandelsbetriebe befinden sich alle im Ortskern und den angrenzenden Wohngebieten der Gemeinde Budenheim. Hier weisen die Einzelhandelsbetriebe eine größere Streuung auf. Dies schränkt die Attraktivität des Einzelhandels deutlich ein, da der Handelsbesatz der Gemeinde vom Kunden nicht als kompakter Geschäftsbereich wahrgenommen wird.

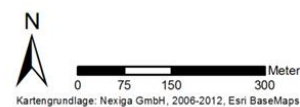
In Gewerbegebietslagen bzw. außerhalb des Siedlungsgebietes gibt es in Budenheim derzeit keine Einzelhandelsbetriebe.

¹⁰ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

¹¹ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Abbildung 9: Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Budenheim

Einzelhandelsstrukturen in Budenheim

- Einzelhandelsbetrieb



Quelle: BBE Handelsberatung

Als größte Einzelhandelsbetriebe sind ein Rewe-Supermarkt (Binger Straße 1, rd. 800 m² VKF) und ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt (Heidesheimer Straße 22, rd. 800 m² VKF) in der Gemeinde Budenheim ansässig. Wie bereits dargelegt, ist für den Rewe-Supermarkt eine Verlagerung an die Mainzer Landstraße und eine Verkaufsflächenvergrößerung geplant. Die übrigen Einzelhandelsbetriebe verfügen überwiegend nur über kleinere Ladenlokal mit unter 100 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 10: Lebensmittelmärkte der Gemeinde Budenheim (Fotos)


Quelle: eigene Fotos

4.1.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Budenheim hat ihren Angebotsschwerpunkt eindeutig in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Auf diese Warengruppe entfallen mit rd. 1.660 m² fast 70 % der gesamten Verkaufsfläche. Die wesentlichen Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln sind der zu verlagernde Rewe-Supermarkt und ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt. Ergänzt wird die Lebensmittelversorgung durch kleinteilige Anbieter (Bäckereien, Hofhandel).

Die übrigen Warengruppen werden jeweils nur von wenigen, überwiegend kleinstrukturierten Betrieben repräsentiert.

Abbildung 11: Verkaufsflächen und Umsätze in Budenheim nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.660	67	7,3	61
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren, Apothekenwaren, Sanitätsartikel	240	10	3,4	28
Bekleidung, Schuhe, Sport	60	2	0,1	1
Bücher, Schreib- und Spielwaren	100	4	0,4	3
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren, Foto	50	2	0,2	2
Bau-/ Gartenbedarf, Blumen, Zoo, Autozubehör	70	3	0,2	2
Möbel, Einrichtungsbedarf*	280	11	0,4	3
Gesamt	2.460	100	12,0	100

* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

In der Warengruppe Drogerie-, Parfümerie, Kosmetik-, Apothekenwaren, Sanitätsartikel kommen neben zwei Apotheken auch die Drogerieabteilungen der beiden Lebensmittelmärkte zum Tragen.

Weitere Nahversorgungsbetriebe der Gemeinde Budenheim sind ein Tankstellenshop und ein Blumengeschäft sowie einzelne Anbieter von Zeitschriften bzw. Schreibwaren.

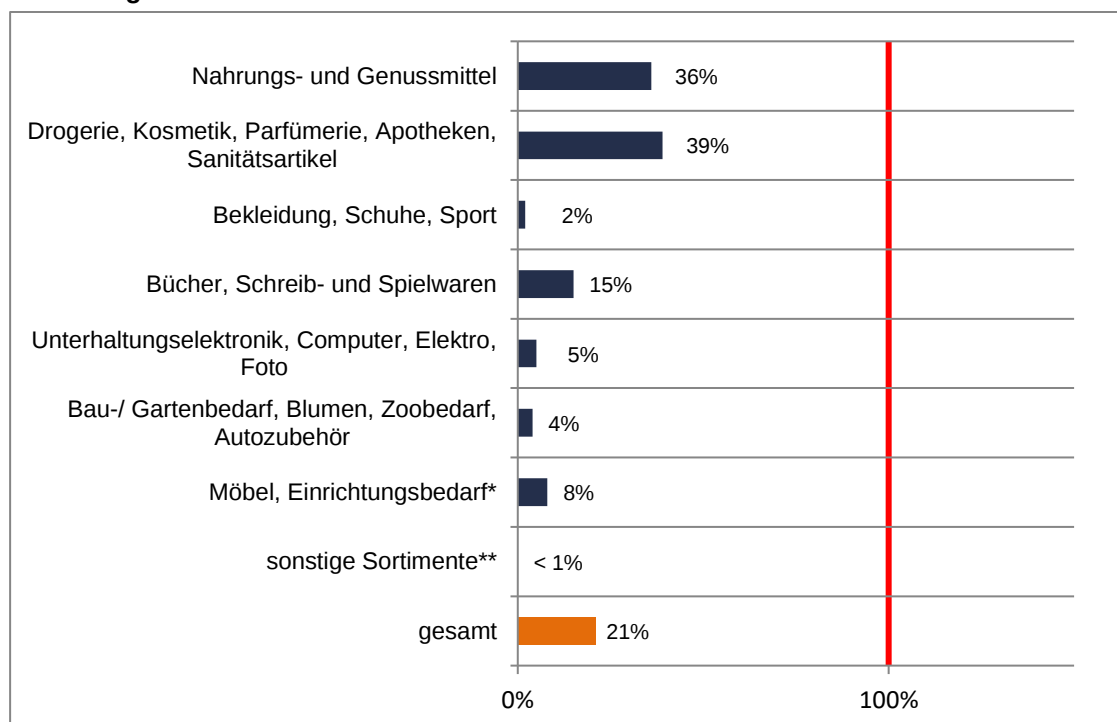
Über die Nahversorgung hinaus gibt es ein Bekleidungsgeschäft sowie Fachgeschäfte für Telekommunikation, Bettwaren, Haushaltsgeräte bzw. Sanitärbedarf, Kücheneinrichtungen und Seglerbedarf.

4.1.3 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Strukturanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe von Zentralitätskennziffern bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Budenheimer Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der Budenheimer Bevölkerung dar.

Stellt man diese Kaufkraftgröße den Umsätzen des ortsansässigen Einzelhandels gegenüber, ergibt sich ein Messwert für die Einzelhandelszentralität der Gemeinde. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz dem lokal vorhandenen Kaufkraftpotenzial entspricht, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Abbildung 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Kinderwagen, Kunst

Quelle: Eigene Berechnungen

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung Mainzer Landstraße • Budenheim

Bei einem jährlichen Umsatz von nur rd. 12,0 Mio. € und einem Kaufkraftpotenzial von rd. 56,4 Mio. € weist die Gemeinde Budenheim eine Einzelhandelszentralität von insgesamt rd. 21 % auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 79 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 44,4 Mio. € festzustellen sind. Eine Einzelhandelszentralität von rd. 21 % ist ein äußerst niedriger Wert. Vor allem unter Berücksichtigung der grundzentralen Versorgungsfunktion, die der Gemeinde Budenheim im Regionalen Raumordnungsbericht Rheinhessen-Nahe zugewiesen wird und einer Bevölkerungszahl von rd. 8.680 Einwohnern, ist die Ausstattung und Leistungsfähigkeit des Einzelhandels der Gemeinde Budenheim als stark defizitär zu bewerten. So sollte ein Grundzentrum insbesondere die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung gewährleisten.

Es ist davon auszugehen, dass der größte Teil der gemeindebezogenen Kaufkraft in die nahegelegenen Oberzentren Mainz und Wiesbaden abfließt. Von diesen Kaufkraftabflüssen werden nicht nur die Innenstädte und sonstigen zentralen Versorgungsbereiche der beiden Städte profitieren; vielmehr ist davon auszugehen, dass umfangreiche Kaufkraftabflüsse durch dezentrale Angebotsstandorte in Mainz (v. a. Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mombach) und Wiesbaden (v. a. Äppelallee in Biebrich) generiert werden.

Betrachtet man die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten, so lassen sich genaue Rückschlüsse auf Stärken und Schwächen des Einzelhandels in der Gemeinde Budenheim ziehen.

Abbildung 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo nach Warengruppen

Sortiment	Umsatz	Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,3	20,5	36	-13,2
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren, Apothekenwaren, Sanitätsartikel	3,4	8,7	39	-5,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	0,1	7,0	2	-6,9
Bücher, Schreib- und Spielwaren	0,4	2,6	15	-2,2
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren, Foto	0,2	4,5	5	-4,3
Bau-/ Gartenbedarf, Blumen, Zoo, Autozubehör	0,2	5,7	4	-5,5
Möbel, Einrichtungsbedarf*	0,4	5,1	8	-4,7
sonstiger Einzelhandel**	< 0,1	2,3	< 1	-2,3
Gesamt	12,0	56,4	21	-44,4
* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen				
** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Kinderwagen, Kunst				
Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen				

Im Bereich der **Nahrungs- und Genussmittel** weist der Einzelhandel in der Gemeinde Budenheim bei einem Zentralitätswert von rd. 36 % per Saldo deutliche Abflüsse auf. Die hohen Kaufkraftabflüsse von rd. 13 Mio. € lassen erkennen, dass im Gemeindegebiet größere und moderne Lebensmittelmärkte fehlen.

In der Warengruppe **Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren, Apothekenwaren, Sanitätsartikel** ist mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 39 % noch der höchste Wert zu konstatieren, was insbesondere

auf die beiden ansässigen Apotheken zurückzuführen ist. Jedoch ist auch eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 39 % für ein Grundzentrum als sehr niedriger Wert anzusehen, sodass auch in dieser Warengruppe umfangreiche Kaufkraftabflüsse von mehr als 5 Mio. € und damit in einer Größenordnung vorliegen, die deutlich über die Umsatzleistung eines marktüblichen Drogeriemarktes hinausgeht.

Bei den **sonstigen Sortimenten** fallen die Kaufkraftsalden noch negativer aus. Die Kaufkraftbindungsquoten bewegen sich hier auf einem Niveau von weniger als 1 % bis zu 15 % und damit auf einem äußerst niedrigen Niveau. Die einzelnen sonstigen Sortimente sind hierbei, wenn überhaupt, lediglich ausschnittsweise vertreten.

4.2 Projektrelevanter Wettbewerb in den Umlandkommunen

Wie bereits dargelegt, konzentriert sich die Wettbewerbsrecherche außerhalb der Gemeinde Budenheim auf die angrenzenden bzw. nahegelegenen Siedlungsbereiche der Nachbarstädte Mainz und Wiesbaden sowie auf die Nachbargemeinde Heidesheim am Rhein.

4.2.1 Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Stadt Mainz

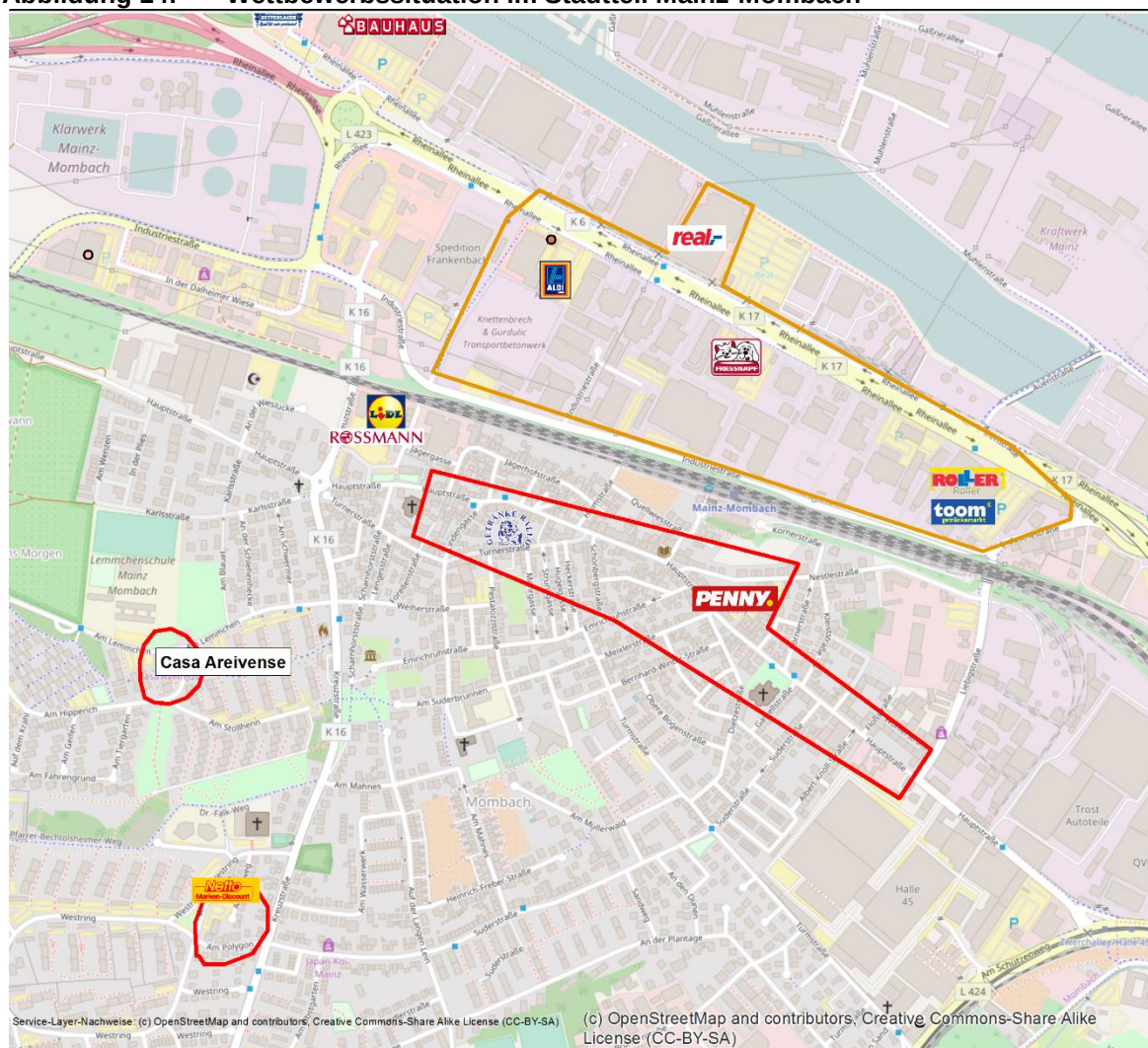
In der Stadt Mainz konzentriert sich die Wettbewerbsanalyse auf die Stadtteile Mombach, Gonsenheim und Finthen.

Stadtteil Mombach

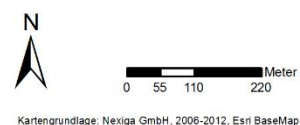
Im Mainzer Stadtteil Mombach sind zunächst die Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen zu betrachten. Gemäß Zentrenkonzept Einzelhandel der Stadt Mainz aus dem Jahr 2005 sind im Stadtteil Mombach folgende zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen:

- Stadtteilzentrum Hauptstraße
- Nahversorgungszentrum Am Lemmchen
- Nahversorgungszentrum Am Polygon.

Im **Stadtteilzentrum Hauptstraße** beschränkt sich der projektrelevante Einzelhandel im Wesentlichen auf einen Penny-Lebensmitteldiscountmarkt und einen Getränkemarkt (rd. 300 m² VKF). Der Penny-Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 800 m². Aufgrund der geringen Anzahl an Pkw-Stellplätzen und der umgebenden Wohnbevölkerung ist davon auszugehen, dass der Lebensmittelmarkt insbesondere auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet ist.

Abbildung 14: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Mombach

Relevante Wettbewerber Mombach (Auswahl)

 Zentraler Versorgungsbereich
 Fachmarktzentrum



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Zentrenkonzeptes Einzelhandel der Stadt Mainz

Die **Nahversorgungszentren** „Am Lemmchen“ und „Am Polygon“ verfügen jeweils über einen Lebensmittelmarkt. Dabei ist der portugiesische Lebensmittelmarkt im Nahversorgungszentrum „Am Lemmchen“ bedingt durch seine geringe Verkaufsfläche von nur rd. 400 m² und der geringen Anzahl an Parkplätzen auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet. Im Nahversorgungszentrum „Am Polygon“ befindet sich eine Netto-Filiale mit einer Verkaufsfläche von rd. 750 m².

Neben den o. g. zentralen Versorgungsbereichen, die vor allem auf die Versorgung der Stadtteilbevölkerung bzw. der unmittelbar umgebenden Wohnbevölkerung ausgerichtet sind, übernimmt das Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee weit über den Stadtteil Mombach hinausreichende Versorgungsfunktionen und stellt den wichtigsten Einzelhandelsstandort im Stadtteil Mombach dar. Neben den Lebensmittelmärkten real-SB-Warenhaus und Aldi-Discountmarkt weist der Standort diverse Fachmärkte wie Bau-

haus, Roller, Jawoll-Sonderpostenmarkt, Fressnapf, Köbig Baumarkt und Dänisches Bettenlager auf. Dabei profitiert der Standort von der unmittelbaren Nähe zur Autobahnanschlussstelle Mainz-Mombach, die Anschluss an die Bundesautobahn A 643 bietet.

Als weiterer Versorgungsstandort im Stadtteil Mombach ist der Standort „Alte Markthalle“ untersuchungsrelevant, der südlich an das Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee angrenzt. Hier befinden sich ein modern aufgestellter Lidl-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² und eine ebenso moderne Rossmann-Filiale (rd. 500 m² Verkaufsfläche).

Stadtteil Gonsenheim

Im Stadtteil Gonsenheim sind gemäß Zentrenkonzept Einzelhandel der Stadt Mainz aus dem Jahr 2005 ebenfalls drei zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen:

- Stadtteilzentrum Breite Straße
- Nahversorgungszentrum Gleisbergzentrum
- Nahversorgungszentrum Am Sportfeld.

Im **Stadtteilzentrum Breite Straße** liegt lediglich ein Lebensmittelmarkt („Ihr guter Nachbar“) mit einer geringen Verkaufsfläche von rd. 200 m². Darüber hinaus sind mehrere kleine inhabergeführte Bekleidungs- und Schuhgeschäfte im Stadtteilzentrum lokalisiert. Insgesamt entfaltet das Stadtteilzentrum keine hohe Wettbewerbswirkung über die Stadtteilgrenzen hinaus.

Im **Nahversorgungszentrum Gleisbergzentrum** sind ein modern aufgestellter Rewe-Supermarkt und eine moderne dm-Filiale als Hauptwettbewerber des Planvorhabens verortet. Gemeinsam verfügen diese beiden Einzelhandelsbetriebe über eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m².

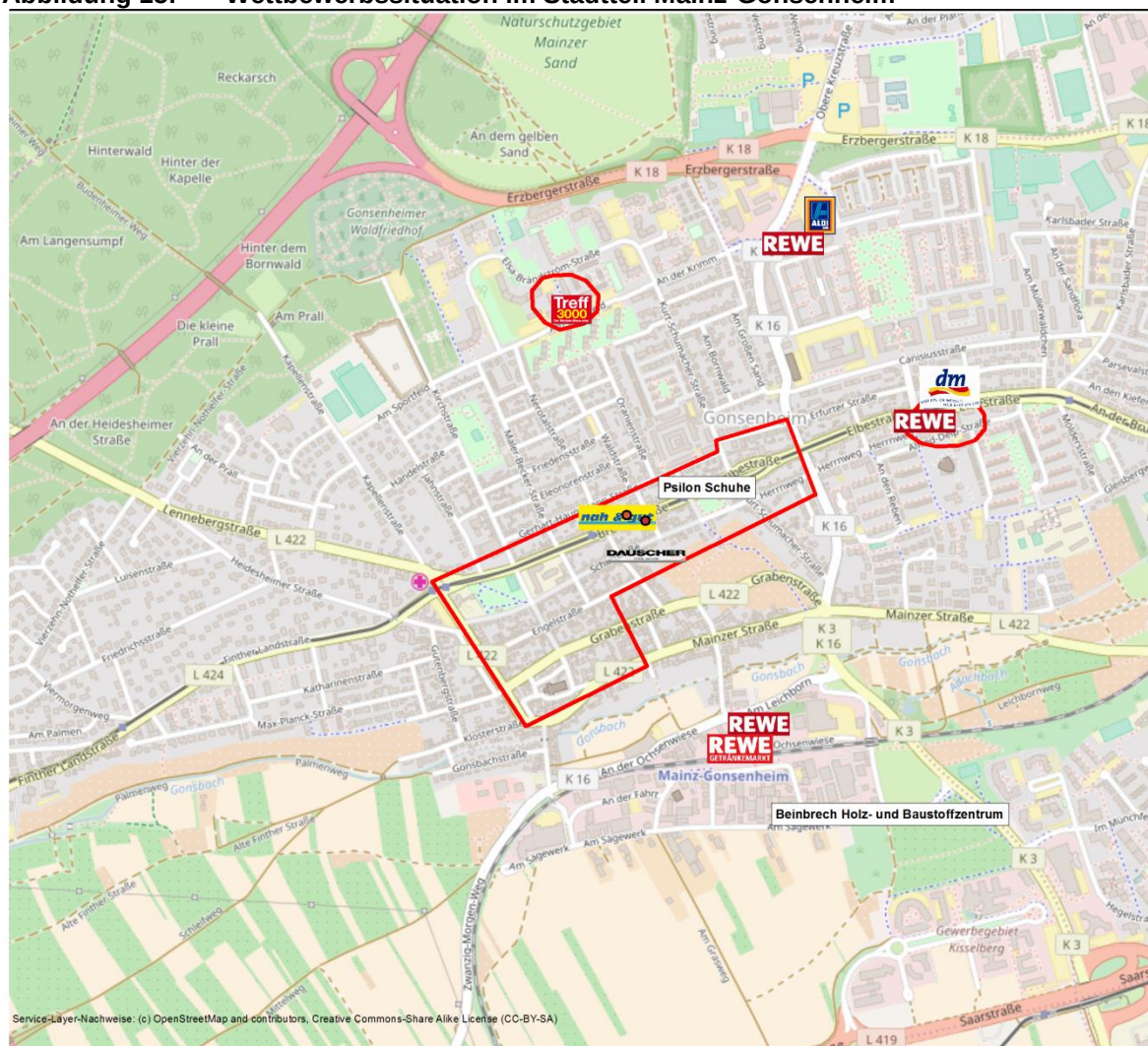
Das **Nahversorgungszentrum Am Sportfeld** besteht vor allem aus einem Treff 3000-Lebensmitteldiscountmarkt. Der Lebensmittelmarkt weist jedoch nur eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche von rd. 550 m² auf.

Darüber hinaus sind im Stadtteil Gonsenheim ein Rewe-Supermarkt, ein Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt und ein Getränkemarkt am Standort Bürgermeister-Alexander-Straße/ An der Krimm sowie ein Rewe-Supermarkt und Getränkemarkt in Gewerbegebietslage Am Leichborn untersuchungsrelevant.

Besonders der Standort Bürgermeister-Alexander-Straße/ An der Krimm weist eine hohe Attraktivität auf. So geht die Straße An der Krimm in die Weserstraße über, die eine der wesentlichen Verkehrsachsen in Gonsenheim darstellt. Zudem befindet sich der Standort in unmittelbarer Nähe zur Autobahnanschlussstelle Mainz-Gonsenheim.

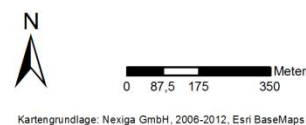
Der Rewe-Supermarkt und der Rewe-Getränkemarkt in Gewerbegebietslage Am Leichborn sind vor allem auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet.

Abbildung 15: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Gonsenheim



Relevante Wettbewerber Gonsenheim (Auswahl)

Zentraler Versorgungsbereich



Kartgrundlage: Nexiga GmbH, 2008-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Zentrenkonzeptes Einzelhandel der Stadt Mainz

Stadtteil Finthen

Auch im Stadtteil Finthen sind mit dem Zentrenkonzept Einzelhandel der Stadt Mainz aus dem Jahr 2005 drei zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt worden:

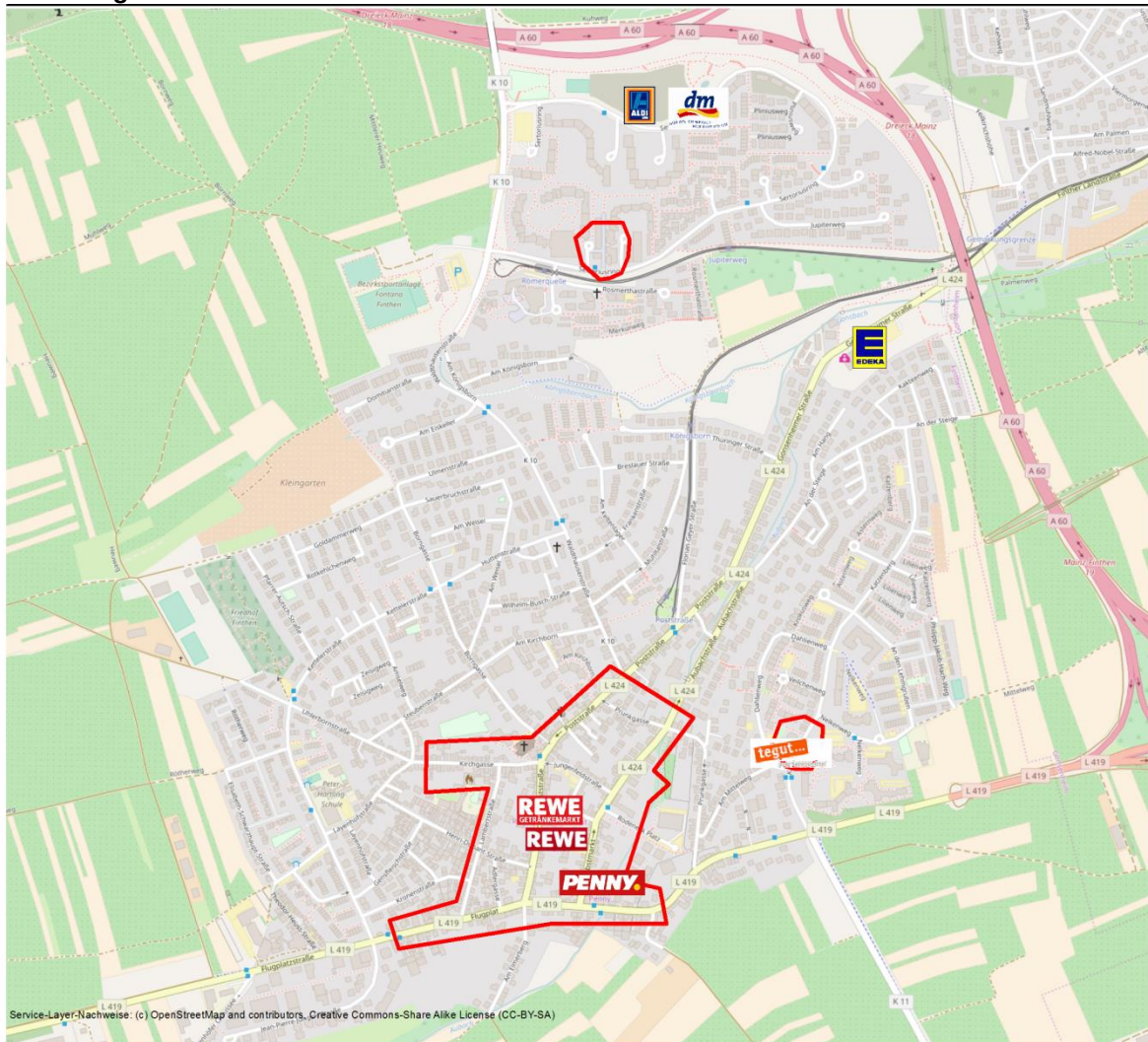
- Quartierszentrum Ortskern Finthen
- Nahversorgungszentrum Katzenberg
- Nahversorgungszentrum Sertoriusring.

Als untersuchungsrelevante Wettbewerber befinden sich im **Quartierszentrum Ortskern Finthen** zwei Lebensmittelmärkte und ein Getränkemarkt. In der Kurmainzstraße ist ein Penny-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 730 m² angesiedelt. In unmittelbarer Nachbarschaft ist ein Rewe-Supermarkt verortet. Dieser weist eine Verkaufsfläche von rd. 950 m² auf. Die projektrelevante Verkaufsfläche des Rewe-Getränkemarktes beträgt rd. 250 m².

Im **Nahversorgungszentrum Katzenberg** befindet sich ein Tegut-Supermarkt mit rd. 700 m² Verkaufsfläche. Das **Nahversorgungszentrum Sertoriusring** wird mit einem rudimentären Besatz seiner Versorgungsfunktion nicht mehr gerecht. Stattdessen ist es zu einer Verlagerung der Nahversorgungsstandorte an den Bereich des Sertoriusringes gekommen. Hier befinden sich ein Aldi-Lebensmittelmarkt und eine dm-Filiale. Der Verbundstandort ist besonders auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet.

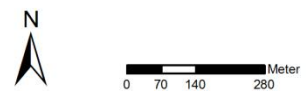
In einer Streulage ist zudem ein Edeka-Supermarkt an der Gonsenheimer Straße nahe der Stadtteilgrenze zu Gonsenheim untersuchungsrelevant.

Abbildung 16: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Finthen



Relevante Wettbewerber Finthen (Auswahl)

Zentraler Versorgungsbereich



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2008-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Zentrenkonzeptes Einzelhandel der Stadt Mainz

4.2.2 Projektrelevante Einzelhandelssituation in Wiesbaden-Biebrich

In der Stadt Wiesbaden konzentriert sich die Wettbewerbsanalyse im Wesentlichen auf das Stadtteilzentrum Wiesbaden-Biebrich und den Sonderstandort Äppelallee.

Stadtteilzentrum Wiesbaden-Biebrich

Das Stadtteilzentrum Wiesbaden-Biebrich bietet mehrere Lebensmittelmärkten, die jedoch hauptsächlich auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet sind. So sind innerhalb des abgegrenzten Zentrums die vier Lebensmittelmärkte Rewe City (rd. 500 m² VKF) in der Rathausstraße, Netto (rd. 900 m²) in der Stettiner Straße, Penny (rd. 450 m² VKF) in der Rudolf-Dyckerhoff-Straße sowie Nahkauf (rd. 550 m² VKF) in der Straße der Republik ansässig. Außerdem befinden sich noch zwei türkische Lebensmittelgeschäfte im Stadtteilzentrum.

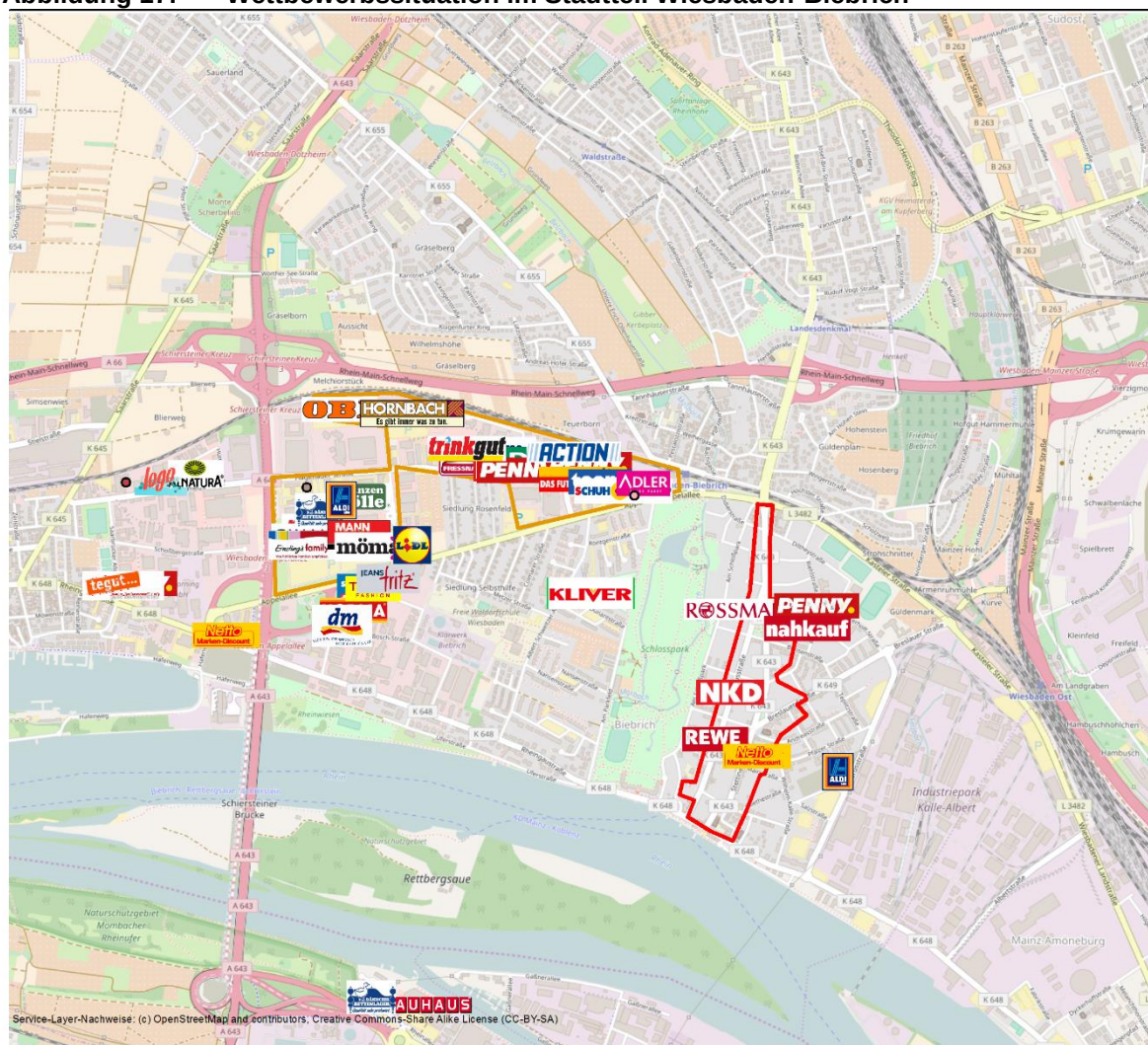
Außerhalb des abgegrenzten Stadtteilzentrums ist im Gewerbegebiet Kalle-Albert ein Aldi-Discountmarkt vorhanden.

Sonderstandort Äppelallee

Dem Sonderstandort Äppelallee kommt sowohl für die Stadt Wiesbaden als auch für das Umland eine große Versorgungsfunktion zu. In der Fachmarktagglomeration ist eine hohe Konzentration von diversen Fachmärkten vorzufinden. Es befinden sich sowohl großflächige Baumärkte (Hornbach und Obi), Möbelmärkte (u. a. XXXL Mann Mobilia, Mömax Möbelhaus), Lebensmittelmärkte (u. a. Real, Lidl, Tegut) und Bekleidungsfachmärkte (u. a. Adler) am Standort. Ergänzt wird das Angebot durch Drogeriemärkte (dm, Rossmann), Getränkemärkte (u. a. trinkgut, Toom Getränkemarkt), Schuhfachmärkte (u. a. Deichmann, Shoe4You), Nonfood-Discounter (Tedi, Action) sowie Tierfachmärkte (Fressnapf, Das Futterhaus).

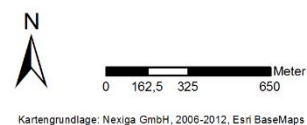
Die Autobahnanschlussstelle Wiesbaden-Äppelallee bietet direkten Anschluss an die Bundesautobahn A 643.

Abbildung 17: Wettbewerbssituation im Stadtteil Wiesbaden-Biebrich



Relevante Wettbewerber Biebrich (Auswahl)

 Zentraler Versorgungsbereich Fachmarktzentrum



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

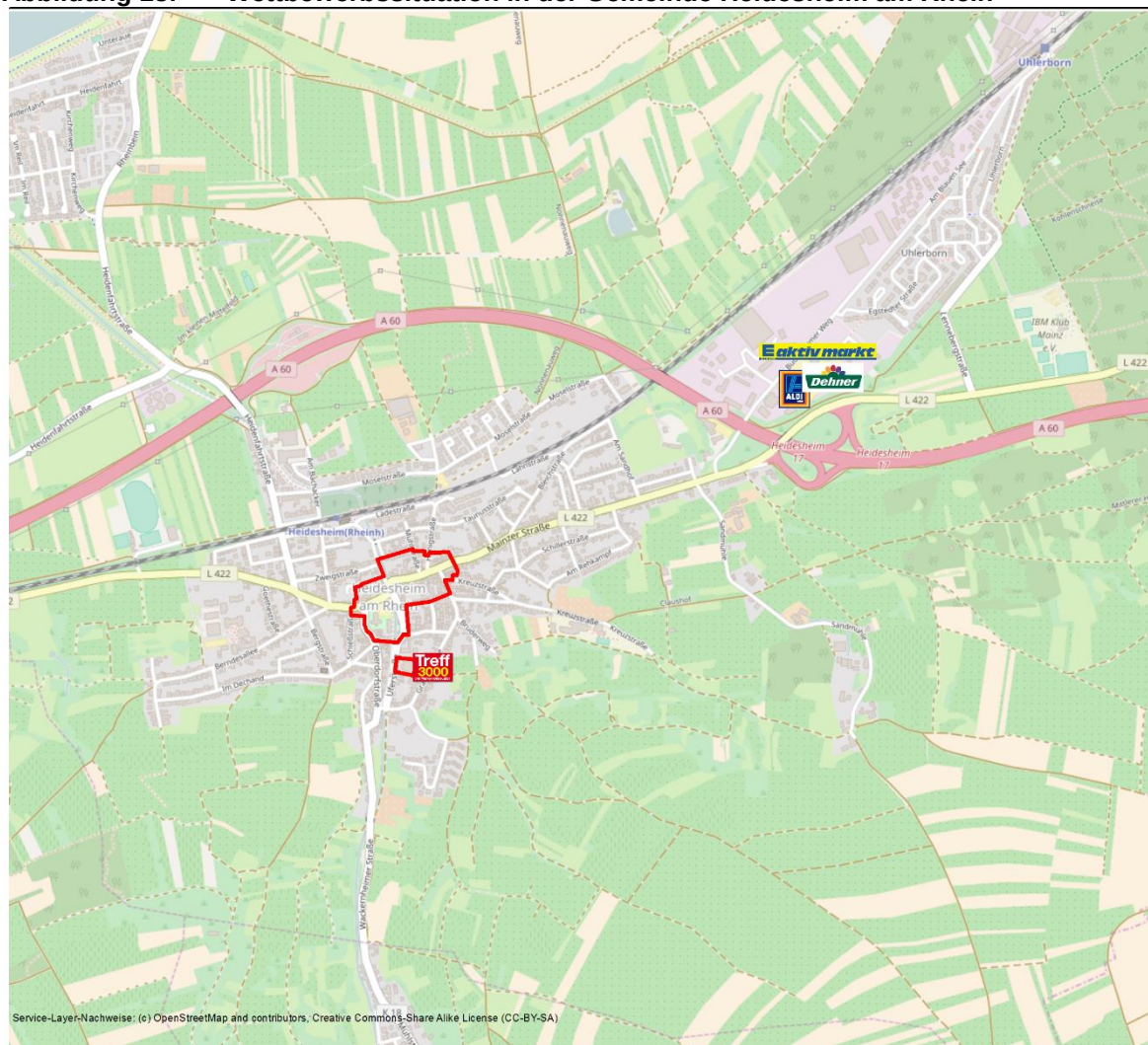
Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wiesbaden

4.2.3 Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein

In der Gemeinde Heidesheim am Rhein ist insbesondere die Ortsmitte, die einen zentralen Versorgungsbereich darstellt, untersuchungsrelevant. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Mainzer Straße und Uferstraße. Hier ist ausschließlich ein Lebensmitteldiscountmarkt Treff 3000 projektrelevant. Dieser weist eine Verkaufsfläche von rd. 750 m² auf und ist vor allem auf die lokale Versorgung ausgerichtet.

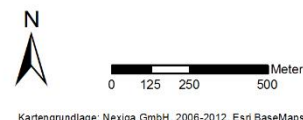
Außerhalb der Ortsmitte befindet sich am Budenheimer Weg ein prägender Einzelhandelsstandort. Hier sind sowohl ein Aldi-Lebensmittelmart (rd. 950 m² VKF) als auch ein Edeka aktiv Markt (rd. 1.200 m² VKF) verortet. Zudem ist hier mit einem Dehner Gartencenter (rd. 5.000 m² VKF) ein großflächiger Gartenfachmarkt ansässig.

Abbildung 18: Wettbewerbssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein



Relevante Wettbewerber Heidesheim (Auswahl)

 Zentraler Versorgungsbereich



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Einzelhandelskonzeptes für die VG Heidesheim am Rhein

Abbildung 19: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot außerhalb der Gemeinde Budenheim

Standort	Sortiment	Nahrungs- und Genussmittel		Drogeriewaren	
		VKF in m²	Umsatz in Mio. €	VKF in m²	Umsatz in Mio. €
Mainz-Mombach, davon		10.580	50,6	1.005	4,2
■ STZ Hauptstraße		1.080	4,3	(*)	(*)
■ NVZ Am Lemmchen		400	1,2	(*)	(*)
■ NVZ Am Polygon		750	3,2	(*)	(*)
■ Rheinallee		6.865	31,2	485	1,9
■ Alte Markthalle		1.485	10,7	520	2,3
Mainz-Gonsenheim, davon		6.060	28,0	440	2,4
■ STZ Breite Straße		200	0,9	(*)	(*)
■ NVZ Gleisbergzentrum		1.050	4,2	440	2,4
■ NVZ Am Sportfeld		550	1,9	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte		4.260	21,0	(*)	(*)
Mainz-Finthen, davon		4.260	22,4	600	3,6
■ QZ Finthen		1.930	7,8	(*)	(*)
■ NVZ Katzenberg		690	2,6	(*)	(*)
■ NVZ Sertoriusring		(*)	(*)	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte		1.640	12,0	600	3,6
Wiesbaden-Biebrich, davon		28.445	126,1	2.320	11,4
■ STZ Biebrich		3.135	12,4	530	2,4
■ FMZ Äppelallee		24.260	104,0	1.790	9,0
■ Sonstige Standorte		1.050	9,7	(*)	(*)
Heidesheim/ Rhein, davon		2.900	17,0	(*)	(*)
■ Ortsmitte		750	2,6	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte		2.150	14,4	(*)	(*)
Gesamt		52.245	244,1	4.365	21,6
(*) keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)					
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich					

4.3 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse und Einordnung des Planvorhabens in die Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde Budenheim

Aus Einzelhandelssicht sind für die Gemeinde Budenheim zusammenfassend folgende Punkte festzuhalten:

- Die Gemeinde Budenheim ist ein Grundzentrum mit einem Einwohnerpotenzial von rd. 8.680 Einwohnern. Perspektivisch ist aufgrund aktueller Wohnbauland-Ausweisungen von einem Bevölkerungswachstum auszugehen.
- Bei einem überdurchschnittlichen Kaufkraftniveau verfügt die Gemeinde über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von aktuell rd. 56,4 Mio. €.
- Unter Beachtung der gut ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation und der eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit von Budenheim ist zu unterstellen, dass das Einzugsgebiet des Budenheimer Einzelhandels maßgeblich auf das Gemeindegebiet selbst begrenzt ist. Darüber hinaus sind insbesondere aufgrund von Einpendlern aus den umliegenden Städten und Gemeinden in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dieses zusätzliche Kundenaufkommen ist aufgrund der geringen Verflechtungsintensität allerdings nicht dem Einzugsgebiet zuzurechnen, sodass es sich hierbei lediglich um sogenannte „diffuse Umsatzzuflüsse“ handelt.
- Unter quantitativen Gesichtspunkten handelt es sich bei der Gemeinde Budenheim um einen schwach ausgeprägten Einzelhandelsstandort. Bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 21 % verzeichnet die Gemeinde per Saldo Kaufkraftabflüsse in einer Größenordnung von rd. 44,4 Mio. €. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die nahegelegenen Oberzentren Mainz und Wiesbaden und hier v. a. die dezentrale Angebotsstandorte Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach und Fachmarkttagglomeration Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich zu nennen.
- Defizite sind selbst auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung zu verzeichnen. So sind bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren, Apothekenwaren und Sanitätsartikel Kaufkraftabflüsse von insgesamt rd. 18,5 Mio. € festzustellen. Hier spiegeln sich Angebotslücken wie beispielsweise das Fehlen eines großen modernen Lebensmittelmarktes und eines Drogeriemarktes wider.
- Auch bei den sonstigen Sortimenten ist das Angebot quantitativ selbst für ein Grundzentrum wie Budenheim als unzureichend und nicht angemessen zu bewerten. Insbesondere in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport ergeben sich aus einem aktuellen Kaufkraftabfluss von rd. 6,9 Mio. € größere Entwicklungspotenziale.
- Unter qualitativen Gesichtspunkten ist auf einen Einzelhandelsbesatz hinzuweisen, der v. a. von wenig leistungsstarken und zum Teil nicht mehr zeitgemäßen Kleinbetrieben dominiert wird. Aufgrund der insgesamt geringen Zahl an Einzelhandelsbetrieben und deren Streuung innerhalb des Gemeindegebietes verspricht selbst eine Lage innerhalb des Siedlungsschwerpunktes kaum Agglomerationsvorteile. Auch die beiden einzigen größeren Betriebe im Gemeindegebiet, Rewe und Netto, weisen Standortmängel auf, sodass perspektivisch mit einer weiteren Verschärfung der Versorgungsdefizite zu rechnen ist.

- Eine Einkaufslage, die als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden könnte, besteht in der Gemeinde Budenheim aufgrund einer fehlenden Bündelung von Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnutzungen sowie einer insgesamt geringen Anzahl an Handelsnutzungen nicht.
- Vor dem Hintergrund der derzeitigen Angebotssituation und der derzeit sehr hohen Kaufkraftabflüsse kann das Grundzentrum Budenheim die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion derzeit nicht erfüllen.
- Insgesamt ist der Ausstattungsgrad des Budenheimer Einzelhandels vor allem unter Berücksichtigung der grundzentralen Versorgungsfunktionen als sehr gering zu bewerten, sodass sich in den meisten Warengruppen ein deutlicher Arrondierungsbedarf ergibt.

Die mit dem Planvorhaben projektierten Nutzungen lassen sich unter Berücksichtigung der oben aufgezeigten Analyseergebnisse wie folgt in die Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde Budenheim einordnen:

- Als Grundzentrum muss die Gemeinde Budenheim gemäß regionalem Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe insbesondere die Grundversorgung für seine Einwohner gewährleisten. Somit sollte insbesondere bei den Grundbedarfsgütern Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Apothekerwaren, Blumen sowie Zeitschriften, Zeitungen und Schreibwaren eine adäquate Versorgung bestehen.

Vor diesem Hintergrund ist die Ansiedlung eines **Supermarktes** mit rd. 2.000 m² Verkaufsfläche aus Sicht der BBE zu befürworten. Als Nutzer des Supermarktes ist der heute am Standort Binger Straße 1 ansässige Rewe-Markt (rd. 800 m² VKF), der verlagert werden soll, vorgesehen. Durch die Ansiedlung eines modernen Vollsortimenters mit einem umfassenden Lebensmittelsortiment und ergänzenden Nonfood-Artikeln kann ein wesentlicher Beitrag zur Grundversorgung geleistet werden.

- Im Drogeriewarensegment ist die Ansiedlung eines **Drogeriemarktes** mit rd. 800 m² Verkaufsfläche geplant. Wie bei Nahrungs- und Genussmitteln kann die Gemeinde Budenheim auch im Bereich der Drogeriewaren aktuell kein adäquates Angebot aufweisen, was sich in hohen Kaufkraftabflüssen niederschlägt. Somit besteht auch für einen modernen Drogeriemarkt ausreichend Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Budenheim, sodass auch diese Ansiedlung vonseiten der Gutachter befürwortet wird.
- Mit der Ansiedlung eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes bekäme die Gemeinde Budenheim die Chance, die Grundversorgung für ihre Bevölkerung deutlich zu verbessern.

5 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand¹²
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie ggf. Agglomerationseffekte umfasst
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung
- die zentralörtliche Funktion der Gemeinde.

Gemäß Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Budenheim begrenzt sich das Einzugsgebiet des Budenheimer Einzelhandels maßgeblich auf das Gemeindegebiet selbst.

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage der Planvorhaben, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Planvorhabens lässt sich auch für die geplanten Nahversorgungsmärkte ein Einzugsgebiet abgrenzen, dass sich im Wesentlichen auf das Gemeindegebiet von Budenheim bezieht. Das so abgegrenzte Einzugsgebiet weist ein **Einwohnerpotenzial von rd. 8.680 Personen** auf.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „diffuse Um-

¹² Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

satzzuflüsse“ berücksichtigt. Diese diffusen Umsatzzuflüsse resultieren z. B. aus sporadischen Besuchen von Berufspendlern/ Geschäftsreisenden. Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht, und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag,¹³ gewichtet mit der stadspezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in der Stadt/ Gemeinde verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Für Budenheim liegt mit einem Index von insgesamt 103,4 ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor.¹⁴

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland belaufen sich aktuell auf ca. 6.232 €. Für die projektrelevanten Sortimente liegen der Berechnung des Kaufkraftvolumens folgende jährliche Verbrauchsausgaben p. P. zugrunde:

- Nahrungs- und Genussmittel: rd. 2.315 €
- Drogeriewaren: rd. 345 €.

Für die projektrelevanten Sortimente lassen sich folgende Kaufkraftpotenziale errechnen:

Abbildung 20: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Sortimente	Einzugsgebiet (Gemeinde Budenheim)
Kaufkraft in Mio. €	
Nahrungs- und Genussmittel	20,8
Drogeriewaren	3,1
Summe	23,9
Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2017; Werte gerundet.	

¹³ Auf Basis von IfH-Daten aus dem Jahre 2018

¹⁴ Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2018

6 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Budenheim und im weiteren Umland wird die zu erwartende Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsbetriebe ermittelt. Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Der Umsatzprognose des Planvorhabens liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Der Umsatz des Planvorhabens wird unter Berücksichtigung möglicher Agglomerationseffekte prognostiziert.
- Ausgehend von der Annahme, dass mit dem Vorhaben leistungsfähige und attraktive Angebotsformate realisiert werden sollen, wurden für die projektierten Nutzer überdurchschnittliche Flächenleistungen angenommen. Somit wird eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

Das Nutzungskonzept wird wie folgt definiert:

- Supermarkt (ca. 2.000 m² VKF)
- Drogeriemarkt (ca. 800 m² VKF).

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante **Rewe-Supermarkt** mit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Nahbereich vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine Umsatzleistung von max. 8,2 Mio. € erzielen wird. Auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment entfallen hiervon rd. 7,5 Mio. € und auf die Randsortimente rd. 0,7 Mio. €.

Nach gutachterlicher Einschätzung kann der geplante Supermarkt hierbei max. 28 % von der im Nahbereich, d. h. in der Gemeinde Budenheim, vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden (rd. 6,7 Mio. €). Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer Kaufkraftbindung im Nahbereich des Planvorhabens. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird auf ca. 0,8 Mio. € prognostiziert.

Mit einem Marktanteil von bis zu 28 % wird das Planvorhaben eine wichtige nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Bevölkerung in der Gemeinde Budenheim übernehmen.

Der geplante Supermarkt mit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von ca. 8,2 Mio. € erreicht somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 4.100 € je m² Verkaufsfläche.

Abbildung 21: Maximale Kaufkraftabschöpfung nach Sortimenten

Umsatzherkunft	Kaufkraft	Supermarkt (ca. 2.000 m² VKF)		Drogeriemarkt (ca. 800 m² VKF)		Umsatzerwartung gesamt
		Kaufkraftbindung	Umsatzerwartung	Kaufkraftbindung	Umsatzerwartung	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €
Einzugsgebiet – Gemeinde Budenheim	23,9	28	6,7	10	2,0	8,7
Nahrungs- und Genussmittel	20,8	29	6,1	2	0,5	6,6
Drogeriewaren	3,1	19	0,6	48	1,5	2,1
Streuumsätze	./.	./.	0,8	./.	0,3	1,1
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	./.	./.	7,5	./.	2,3	9,8
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	0,7	./.	0,6	1,3
Planvorhaben gesamt	./.	./.	8,2	./.	2,9	11,1

¹ u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Tchibo-Shop, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern

Mit einem Umsatz von jährlich ca. 8,2 Mio. € kann der geplante Supermarkt nach eigener Prognose einen Umsatz generieren, der über dem Durchschnitt des Rewe-Filialnetzes liegen wird. So liegt laut sekundärstatistischen Daten die durchschnittliche Flächenproduktivität von Rewe-Supermärkten in Deutschland bei ca. 4.020 € je m² Verkaufsfläche.¹⁵ Der durchschnittliche Umsatz einer Rewe-Filiale beträgt laut sekundärstatistischen Daten in Deutschland ca. 6,1 Mio. €.¹⁶

Geplant ist zudem die Einmietung eines **Drogeriemarktes** mit einer Verkaufsfläche von max. 800 m². Unter Berücksichtigung des vorhandenen sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials, der Gesamtattraktivität des Standortes und des Planvorhabens sowie der Intensität des Wettbewerbs kann von dem geplanten Drogeriemarkt eine maximale Umsatzleistung von ca. 2,9 Mio. € generiert werden. Der weit überwiegende Anteil des zu erwartenden Umsatzes wird auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Drogeriewaren (rd. 1,8 Mio. €) und Lebensmittel (rd. 0,5 Mio. €) entfallen. Ein Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 0,6 Mio. € wird mit sonstigen Sortimenten erwirtschaftet werden. Hierunter sind insbesondere die Sortimente Babybekleidung, Tiernahrung/ -pflege, Kerzen, Strumpfwaren, Bilderrahmen und Foto/ Optik zu verstehen. Diese stellen eine Abrundung des vorgehaltenen Kernsortiments dar und werden auf Klein- und Kleinstflächen angeboten.

Bezogen auf das im Einzugsgebiet im Drogeriewarensegment vorhandene Kaufkraftpotenzial würde der geplante Drogeriemarkt in der Gemeinde Budenheim bis zu 48 % binden können. Unter Berücksichtigung der Distributionsstruktur für Drogerie- und Parfümeriewaren, bei der Drogeriemärkte im Jahr 2016 einen Marktanteil von ca. 46 % erzielen, ist eine Kaufkraftbindungsquote von bis zu 50 % als Obergrenze der realisierbaren Kaufkraftbindung und als sehr ambitioniert zu erachten.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Verkaufsflächen und prognostizierten Umsätze des Planvorhabens differenziert nach Sortimenten. Das Planvorhaben wird einen Gesamtumsatz von max. 11,1 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 7,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel, rd. 2,5 Mio. € auf Drogeriewaren und rd. 1,3 Mio. € auf die sonstigen Sortimente der projektierten Einzelhandelsbetriebe.

Abbildung 22: Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatz
Sortimente	Umsatzprognose in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,3
Drogeriewaren	2,5
Sonstige Sortimente ¹	1,3
Summe	11,1

1 u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Tchibo-Shop, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
 Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers

¹⁵ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2017/ 2018

¹⁶ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2017/ 2018

7 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende (Mehr-) Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.¹⁷

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Plenumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzumverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Lebensmittel- und Drogeriemärkte anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

- Wie im Rahmen der Angebots- und Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, besteht gegenwärtig eine defizitäre Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern, was zu umfangreichen Kaufkraftabflüssen aus dem Gemeindegebiet führt.

¹⁷ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnahe Standorte) getroffen.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines modernen Supermarktes und eines modernen Drogeriemarktes in der Gemeinde Budenheim zu einer deutlichen Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzumverteilungen gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb der Gemeinde Budenheim führen wird.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber
- Agglomerationseffekte des Planvorhabens.

Auf der Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei der Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

Wie bereits dargelegt, verstehen sich die nachfolgenden Betrachtungen als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen und eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens und damit die denkbar stärksten Auswirkungen zugrunde gelegt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf das Ansiedlungsvorhaben in der Gemeinde Budenheim und den daraus zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Im Rahmen des Planvorhabens ist die Ansiedlung eines Supermarktes (ca. 2.000 m² VKF) und eines Drogeriemarktes (ca. 800 m² VKF) geplant. Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegt der prognostizierte jährliche Gesamtumsatz bei ca. 7,3 Mio. €, im Sortiment Drogeriewaren bei ca. 2,5 Mio. €, sodass sich ein nahversorgungsrelevanter Gesamtumsatz von ca. 9,8 Mio. € ergibt.

Für den Supermarkt ist als Nutzer der heute am Standort Binger Straße 1 ansässige Rewe-Markt (ca. 800 m² VKF) vorgesehen, der in den Neubau nordwestlich der Mainzer Landstraße verlagern möchte.

Umverteilung außerhalb der Gemeinde Budenheim

Bedingt durch die relativ geringe Ausstattung mit Lebensmittelmärkten und durch das Fehlen eines Drogeriemarktes in der Gemeinde Budenheim sowie das umfassende Angebot an Lebensmittel- und Drogeriemärkten in räumlicher Nähe der Gemeinde Budenheim bestehen derzeit umfangreiche Kaufkraftabflüsse – insbesondere in Richtung der Oberzentren Mainz und Wiesbaden. Vor diesem Hintergrund ist damit zu rechnen, dass neue und moderne Nahversorgungsmärkte zu einer umfangreichen Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen werden. Entsprechend wird das Planvorhaben in den nahversorgungsrelevanten Kernsortiment Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren mit ca. 6,3 Mio. € den Großteil seines Umsatzes durch Umverteilungen außerhalb der Gemeinde Budenheim generieren.

Da davon auszugehen ist, dass umfangreiche Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Budenheim durch dezentrale Angebotsstandorte in Mainz (v. a. Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach) und Wiesbaden (v. a. Fachmarktagglomeration Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich) generiert werden, ist hier von den größten Wettbewerbswirkungen auszugehen. So ist im Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach eine Umverteilung von max. 1,2 Mio. € bzw. 4 % und in der Fachmarktagglomeration Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich eine Umverteilung von max. 2,3 Mio. € bzw. max. 2 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Diese Umsatzumverteilung wird im Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee vor allem die ansässigen Lebensmittelmärkte Real und Aldi bzw. in der Fachmarktagglomeration Äppelallee die Anbieter Real, Tegut, Aldi, Lidl, Penny, Netto, dm, Rossmann und Trinkgut betreffen.

In den zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen Standorten im Umland von Budenheim werden die Wettbewerbswirkungen mit max. 5 % des derzeitigen Umsatzes der hier ansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte ebenfalls relativ gering ausfallen.

Umverteilung in der Gemeinde Budenheim

Das Planvorhaben wird im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 3,5 Mio. € seines Umsatzes durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Lebensmittelanbietern innerhalb der Gemeinde Budenheim generieren. Der weit überwiegende Teil kommt dabei durch die Schließung des bestehenden Rewe-Marktes zustande. Dabei ist davon auszugehen, dass der Umsatz des am Standort „Binger Straße 1“ ansässigen Rewe-Supermarktes im Zuge des Verlagerungsvorhabens mit mindestens 90 % des derzeitigen Umsatzes zum Großteil auf den neuen Standort verlagert wird (ca. 3,2 Mio. €).

Darüber hinaus besteht in der Gemeinde Budenheim nur noch ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt, der innerhalb des Gemeindegebietes als Hauptwettbewerber herangezogen werden kann. Der Umsatzverlust des Netto-Marktes wird sich mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes in vergleichsweise engen Grenzen bewegen.

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung Mainzer Landstraße • Budenheim

Abbildung 23: Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhaben nach Sortimenten

Umverteilung	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			Summe		
	derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€
Gemeinde Budenheim, davon									
■ Rewe, Binger Straße ¹	3,1	2,8	90	0,4	0,4	95	3,5	3,2	90
■ Sonstige Standorte	4,2	0,3	7	0,4	(*)	(*)	4,6	0,3	7
Mainz-Mombach, davon									
■ STZ Hauptstraße	4,3	0,1	2	(*)	(*)	(*)	4,3	0,1	2
■ NVZ Am Lemmchen	1,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	1,2	(*)	(*)
■ NVZ Am Polygon	3,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	3,2	(*)	(*)
■ FMZ Rheinallee	31,2	1,0	3	1,9	0,2	9	33,1	1,2	4
■ Alte Markthalle	10,7	(*)	(*)	2,3	0,2	8	13,0	0,2	2
Mainz-Gonsenheim, davon									
■ STZ Breite Straße	0,9	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)
■ NVZ Gleisbergzentrum	4,2	0,1	2	2,4	0,2	7	6,6	0,3	
■ NVZ Am Sportfeld	1,9	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	1,9	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte	21,0	0,5	2	(*)	(*)	(*)	21,0	0,5	2

Fortsetzung auf folgender Seite

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung Mainzer Landstraße • Budenheim

Umverteilung	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			Summe		
	derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€
Mainz-Finthen, davon									
■ QZ Finthen	7,8	0,1	1	(*)	(*)	(*)	7,8	0,1	1
■ NVZ Katzenberg	2,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	2,6	(*)	(*)
■ NVZ Sertoriusring	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte	12,0	0,3	2	3,6	0,3	8	15,6	0,6	4
Wiesbaden-Biebrich, davon									
■ STZ Biebrich	12,4	0,1	1	2,4	0,1	3	14,8	0,2	1
■ FMZ Äppelallee	104,0	1,5	1	9,0	0,8	8	113,0	2,3	2
■ Sonstige Standorte	9,7	0,1	1	(*)	(*)	(*)	9,7	0,1	1
Heidesheim/ Rhein, davon									
■ Ortsmitte	2,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	2,6	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte	14,4	0,2	1	(*)	(*)	(*)	14,4	0,2	1
Diffuse Umverteilung	./.	0,2	./.	./.	0,3	./.	./.	0,5	./.
Gesamt	./.	7,3	./.	./.	2,5	./.	./.	9,8	./.

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %

¹ Die „verbleibenden“ 10 % werden insbesondere bei dem nahegelegenen Netto-Lebensmitteldiscountmarkt mit entsprechenden Mehrumsätzen einhergehen. Diese – den zu erwartenden Umsatzumverlagerungen gegenläufigen - Umsatzsteigerungen werden bei der Umverteilungsprognose aber nicht berücksichtigt, sodass die oben dargestellten Umverteilungsquoten den „Worst-Case“ darstellen.

Quelle: BBE-Berechnungen 2018 (Rundungsdifferenzen möglich)

8 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird. Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge des Planvorhabens solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren bzw. der wohnungsnahe Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Das Planvorhaben stimmt mit den stadtentwicklungspolitischen Zielen der Gemeinde Budenheim grundsätzlich überein. So ergibt sich bei der Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung eine städtebauliche Besonderheit dadurch, dass sich das Planareal innerhalb des zu entwickelnden „Versorgungsbereich Nahversorgung“ befindet.

Gemäß Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Budenheim ergibt sich aus dem derzeitigen, sehr geringen Ausstattungsgrad des Budenheimer Einzelhandels und den sehr hohen Kaufkraftabflüssen an Angebotsstandorte außerhalb des Gemeindegebietes ein deutlicher Arrondierungsbedarf. Vor diesem Hintergrund soll der Planstandort, d. h., der Standort Mainzer Landstraße, zu einem Versorgungsbereich entwickelt und insbesondere für die Ansiedlung (großflächiger) Nahversorgungsmärkte herangezogen werden.

Mit der Realisierung des Planvorhabens werden die Versorgungsfunktionen der Gemeinde Budenheim einen deutlichen Attraktivitätsschub erhalten. Somit sind die projektierten Einzelhandelsbetriebe insgesamt geeignet, für die Bevölkerung in der Gemeinde Budenheim eine adäquate Nahversorgung zur Verfügung zu stellen. Hierbei wird jedoch eine Ausstrahlungskraft entfaltet, die sich im Wesentlichen auf das Gemeindegebiet von Budenheim bezieht.

Die durch das Planvorhaben gesteigerte Attraktivität wird sich neben einer per Saldo höheren Umsatzleistung des Budenheimer Einzelhandels vor allem in einer Erweiterung des Angebotsspektrums bemerkbar machen.

Im Hinblick auf die wettbewerblichen Effekte des Planvorhabens ist allgemein darauf hinzuweisen, dass sich die größten Wettbewerbseffekte gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen werden. Aufgrund der derzeit defizitären Angebotssituation in der Gemeinde Budenheim sind die wesentlichen Wettbewerber außerhalb des Gemeindegebietes ansässig. Hauptwettbewerbsstandorte sind die dezentralen Einzelhandelsagglomerationen Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach und der Fachmarktstandort Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich.

Mögliche, durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbseffekte.

Die Umsatzzumverteilungseffekte gegenüber Wettbewerbern außerhalb der Gemeinde Budenheim resultieren dabei in großem Maße aus einer verstärkten Kaufkraftbindung bisher aus dem Gemeindegebiet abfließender Kaufkraft (→ Kaufkraftrückgewinnung).

Insgesamt vertritt die BBE Handelsberatung GmbH die gutachterliche Einschätzung, dass durch das Planvorhaben in der Gemeinde Budenheim keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Budenheim sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

8.1 Nahrungs- und Genussmittel

Bei dem geplanten Supermarkt (Kernsortiment) und dem geplanten Drogeriemarkt (Randsortiment) addiert sich der Gesamtumsatz im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf jährlich insgesamt max. 7,3 Mio. €. Bei der Ansiedlung des Supermarktes handelt es sich um eine Verlagerung und Erweiterung des derzeit noch am Standort Binger Straße 1 ansässigen Rewe-Supermarktes.

Bei der städtebaulichen Bewertung ist zu berücksichtigen, dass rd. 2,8 Mio. € des am Planstandort zu erwartenden sortimentsbezogenen Umsatzes auf den „mitgenommenen“ Bestandumsatz der Rewe-Altfiliale entfallen. Hiermit ist auch der Großteil der Umverteilungseffekte in der Gemeinde Budenheim zu erklären.

Beim Netto-Lebensmitteldiscountmarkt (als einzigem sonstigen relevanten Wettbewerber in der Gemeinde Budenheim) liegt im Falle der Ansiedlung des Planvorhabens die erwartete Umverteilung mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes auf vergleichsweise hohem Niveau. Beim Netto-Lebensmitteldiscountmarkt ist jedoch zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um einen Nahversorgungsmarkt handelt, der von der umgebenden Wohnbevölkerung zum Großteil fußläufig aufgesucht wird. Im fußläufigen Einzugsgebiet des Netto-Marktes besteht ein großes Bevölkerungs- bzw. Nachfragepotenzial, das den Weiterbestand des Marktes auch nach Realisierung des Planvorhabens gewährleisten wird.

Außerhalb der Gemeinde Budenheim sind mit bis zu 1,0 Mio. € bzw. 1,5 Mio. € noch die höchsten Umsatzzumverteilungseffekte gegenüber den Lebensmittelmärkten an den dezentralen Einzelhandelsagglomerationen Rheinallee in Mainz-Mombach und Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich zu erwarten. Aufgrund der ausgeprägten Angebotssituation an diesen dezentralen Einzelhandelsagglomerationen werden hierdurch jedoch nur vergleichsweise geringe Umverteilungsquoten von max. 3 % ausgelöst. Zudem können

den hier ansässigen Anbieter insbesondere aufgrund ihres Marktauftritts, der Agglomerationseffekte innerhalb der Fachmarkttagglomerationen und der überkommunalen Versorgungsfunktionen dieser Standortbereiche heute überdurchschnittliche Flächenleistungen unterstellt werden, sodass diese Lebensmittelmärkte als leistungsstark zu bewerten sind. Nach der Ansiedlung des Planvorhabens in der Gemeinde Budenheim ist davon auszugehen, dass sich die Leistungsfähigkeit der Lebensmittelmärkte an den Standorten Rheinallee und Äppelallee nur geringfügig reduziert, sodass diese Wettbewerber auch zukünftig rentabel betrieben werden können.

In den zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen Standorten des überkommunalen Untersuchungsgebietes liegen die Umsatzumverteilungseffekte der geplanten Lebensmittelmärkte mit max. 2 % des derzeitigen Umsatzes auf einem ebenfalls vergleichsweise niedrigen Niveau. Somit können negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in den umliegenden Kommunen aufgrund der geringen Umsatzverluste ausgeschlossen werden.

Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei max. 0,2 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern, sodass sich auch hieraus keine Betriebsgefährdungen ableiten lassen.

8.2 Drogeriewaren

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse konnte aufgezeigt werden, dass vom Planvorhaben im Drogeriewarensegment im Worst-Case- Szenario ein Gesamtumsatz von max. 2,5 Mio. € erwirtschaftet wird. Durch das Planvorhaben wird es nach Einschätzung der BBE Handelsberatung auch im Drogeriewarensegment zu einer deutlichen Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in Budenheim kommen: Denn zukünftig würde in Budenheim mit dem Lebensmitteldiscounter (Netto), einem modernen Vollsortimenter (Rewe) und einem modernen Drogeriemarkt ein deutlich umfassenderes nahversorgungsrelevantes Angebot vorgehalten werden.

Umsatzverlagerungen im Zuge der Projektrealisierung werden insbesondere diejenigen Anbieter hinzunehmen haben, die derzeit am stärksten von der defizitären Drogerieausstattung bzw. der aus dem Gemeindegebiet abfließenden Kaufkraft profitieren. Zu einem wesentlichen Teil werden die zu erwartenden Umsatzverlagerungen die Drogeriemärkte an den Standorten Rheinallee und Alte Markthalle in Mainz-Mombach, im Nahversorgungszentrum Gleisbergzentrum in Mainz-Gonsenheim und am Fachmarktstandort Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich betreffen. Eine Betriebsaufgabe dieser als umsatzstark zu bewertenden Anbieter ist allerdings nicht zu erwarten.

Gegenüber den in Budenheim ansässigen Lebensmittelmärkten werden sich ebenfalls keine Wettbewerbswirkungen ergeben, die eine geschäftsgefährdende Größendimension erreichen.

Auch sonstige Wettbewerber werden durch das Planvorhaben nicht in ihrem wirtschaftlichen Fortbestand gefährdet sein.

Aufgrund der geringen Umverlagerungen gegenüber Standorten außerhalb des Untersuchungsraumes ist auch nicht davon auszugehen, dass hier die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnortnahen Versorgung beeinträchtigt wird und die Zutrittschancen von Betrieben gleicher Marktausrichtung durch das Planvorhaben eingeschränkt werden.

8.3 Sonstige Sortimente

Die geplanten Anbieter Supermarkt und Drogeriemarkt verfügen neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren in nachgeordnetem Umfang über sonstige Sortimente, auf die ein Umsatz von max. 1,3 Mio. € entfällt.

Dieser Umsatz wird mit vielen unterschiedlichen Sortimenten erwirtschaftet. So zählen zu den sonstigen Sortimenten Schuhe/ Lederwaren, Bekleidung, Heimtextilien/ Bettwaren, GPK/ Haushaltswaren, Sportartikel/ Freizeitartikel, Fahrräder/ Sportgroßgeräte, Elektrogeräte („Weiße Ware“), Unterhaltungselektronik, CD, DVD, Computer, Telekommunikation, Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Spielwaren, Tiernahrung, Fotoartikel und Blumen, sodass auf die einzelnen Sortimente nur vergleichsweise geringe Umsatzanteile entfallen.

Für die Randsortimente ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von Lebensmittel- und Drogeriemärkten gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die im Untersuchungsgebiet ansässigen strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzumverteilungseffekte tangiert. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzverluste wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Betriebe nicht gefährdet.

9 Einordnung des Vorhabens in die Grundsätze und Ziele des Landesentwicklungsprogramms

Im Rahmen von Bauleitplanverfahren zur Ansiedlung von Einzelhandel sind folgende Zielvorgaben des **Landesentwicklungsprogramms IV (LEP IV)** von Relevanz:

■ Z 57:

Das LEP IV sieht als Regelfall vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nur in zentralen Orten zulässig sind, mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche nur in Mittel- und Oberzentren (**Zentralitätsgebot**).¹⁸

Für Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion wird im LEP IV eine **Ausnahmeregel** definiert. Demnach sind in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion - allerdings mit mehr als 3.000 Einwohnern - großflächige Einzelhandelsbetriebe bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn diese zur Sicherung der Grundversorgung dienen.

■ Z 58:

Das **städtebauliche Integrationsgebot** fordert für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten eine standortgerechte Ansiedlung innerhalb von städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten, Stadt- sowie Stadtteilzentren.

Diese zentralen Versorgungsbereiche sind von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Gleichzeitig ist zudem eine Liste der innenstadtrelevanten Sortimente festzulegen.

Ausnahmen von der Zuordnung zu zentralen Versorgungsbereichen werden nur für großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten wie z. B. Bau- und Möbelmärkte zugelassen, für die spezielle Standortanforderungen gelten: Hoher Flächenbedarf bei gleichzeitig niedrigen Flächenproduktivitäten macht innenstadintegrierte Standorte für diese Betriebsformen in der Regel betriebswirtschaftlich unrentabel. Weiterhin sind die starken Belastungen des Standortumfelds dieser Betriebe durch den Ziel- und Querverkehr zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund ist die Einbindung dieser Betriebe in die Siedlungsschwerpunkte mit intensiver Wohnnutzung im Umfeld der Zentren oftmals problematisch, weshalb z. B. Baumarkt- und Gartenmarktsortimente nicht zu den innenstadtrelevanten Sortimenten gezählt werden. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist deshalb auch an Ergänzungsstandorten innerhalb der zentralen Orte zulässig¹⁹. Die Festlegung von Ergänzungsstandorten erfolgt durch die Kommune in Abstimmung mit der Regionalplanung. Um die Zentrenverträglichkeit eines Vorhabens sicherzustellen, sind innenstadtrelevante Sortimente nur als begrenzte Randsortimente zulässig.

¹⁸ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

¹⁹ Ebd., Z 59.

■ **Z 60:**

Darüber hinaus ist bei Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben das **Nichtbeeinträchtigungsgebot** zu beachten, welches besagt, dass die Funktion benachbarter zentraler Orte und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Da sich die Gemeinde Budenheim - und damit auch der Planstandort - innerhalb des Geltungsbereiches des **Regionalen Raumordnungsplanes Rheinhessen-Nahe** befindet, sind in der vorliegenden Untersuchung zudem die Ziele Z 43 (Zentralitätsgebot), Z 45 (städtebauliches Integrationsgebot) und Z 46 (Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu beachten.

Nachfolgend wird die Übereinstimmung des Vorhabens mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung bewertet:

■ **Zentralitätsgebot (Z 57):**

Die Gemeinde Budenheim ist als Grundzentrum Budenheim als Ansiedlungsstandort für den großflächigen Einzelhandel (Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m² vorgesehen.

Beim Planvorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines großflächigen Supermarktes (max. 2.000 m² VKF) und eines nicht-großflächigen Drogeriemarktes (max. 800 m² VKF). Somit ist bei keinem der beiden projektierten Betriebe eine Größenordnung geplant, die über die Obergrenze von 2.000 m² Verkaufsfläche hinausgeht.

Für den Fall, dass bei der Bewertung des Zentralitätsgebotes die Verkaufsflächen der geplanten Nahversorgungsmärkte zu addieren sind, da von einer Agglomeration ausgegangen wird, würde die Obergrenze von 2.000 m² Verkaufsfläche überschritten, sodass von der Gemeinde Budenheim ein landesplanerisches Zielabweichungsverfahren zu beantragen wäre.

Im Rahmen eines landesplanerischen Zielabweichungsverfahrens kann als Argument für das Planvorhaben aufgeführt werden, dass die Gemeinde Budenheim derzeit sowohl unter quantitativen als auch unter qualitativen Gesichtspunkten über eine defizitäre Angebotssituation verfügt. Bei einer sehr niedrigen Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 21 % lassen sich sehr hohe Kaufkraftabflüsse von rd. 44,4 Mio. € feststellen.

Insgesamt kann das Grundzentrum Budenheim die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion derzeit nicht erfüllen, woraus sich aus Sicht der BBE ein umfassenderer Arrondierungsbedarf zur Sicherung der Grundversorgung in Budenheim ergibt.

In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass sich der Einzugsbereich des Budenheimer Einzelhandels im Wesentlichen auf das eigene Gemeindegebiet beschränkt. Auch das Planvorhaben dürfte aufgrund der unzureichenden verkehrlichen Erreichbarkeit von Budenheim und der ausgeprägten Angebotsstrukturen im Standortumfeld nicht in der Lage sein, das Einzugsgebiet nennenswert zu erweitern. Somit würde auch das Planvorhaben in erster Linie der Versorgung der Budenheimer Bevölkerung dienen und die gemeindebezogene Versorgungsbedeutung nicht erweitern.

■ Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58):

Wie bereits ausführlich in Kapitel 3.2 dargelegt, besteht in der Gemeinde Budenheim derzeit keine Einkaufslage, die als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden kann. Somit befindet sich auch das Planareal außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, sodass bei Ansiedlung eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes auch im Hinblick auf das städtebauliche Integrationsgebot ein Zielabweichungsverfahren erforderlich wäre.

Da in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim keine Potenzialflächen zur Entwicklung eines vollwertigen zentralen Versorgungsbereichs vorhanden sind, war im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes ein siedlungsintegriertes Entwicklungsareal zu identifizieren, das für die dringend erforderliche Ergänzung der (Nah-) Versorgungsangebote geeignet erschien.

Eine entsprechende Standorteignung konnte dem Planstandort, d. h., dem Standort Mainzer Landstraße, zugesprochen werden. Denn das Standortareal befindet sich in siedlungsintegrierter Lage und ist zudem ausreichend groß, um Einzelhandelsformate in marktgängiger Größendimensionierungen aufzunehmen. Zudem befindet sich dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2020) und verfügt ebenfalls über eine zufriedenstellende ÖPNV-Anbindung.

Vor diesem Hintergrund stellt das Planareal gemäß Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Budenheim einen zu entwickelnden „Versorgungsbereich Nahversorgung“ dar. Begründet wird diese Empfehlung damit, dass der Ausstattungsgrad des Budenheimer Einzelhandels derzeit als sehr gering zu bewerten ist, sodass das Grundzentrum Budenheim die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion derzeit nicht erfüllen kann und sich hieraus insbesondere im Bereich der Nahversorgung ein deutlicher Arrondierungsbedarf ergibt.

■ Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z 60):

Die Auswirkungen der projektierten Einzelhandelsnutzungen werden sich vor allem auf die nächstgelegenen Versorgungsstandorte in Mainz und Wiesbaden beziehen. Mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse kann detailliert nachgewiesen werden, dass aufgrund der Höhe der zu erwartenden Wettbewerbswirkungen negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Budenheim und in den Umlandkommunen ausgeschlossen werden können.

10 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der am östlichen Ortseingang von Budenheim geplanten Einzelhandelsentwicklung keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten, beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Von der Gemeinde Budenheim wird geplant, ein heute mindergenutztes ca. 3,8 ha großes Areal an der Mainzer Landstraße für eine größere Einzelhandelsentwicklung zu überplanen. Investor des Vorhabens ist die REWE Group, die den an der Binger Straße in Budenheim ansässigen Supermarkt auf das Entwicklungsareal verlagern möchte. Ergänzend zum Supermarkt soll ein Drogeriemarkt angesiedelt werden.
- Derzeit bestehen in der Gemeinde Budenheim ausgeprägte Versorgungslücken. Somit sind die projektierten Nutzungen dazu geeignet, heute bestehende Angebotsdefizite abzumildern.
- Da in der Gemeinde Budenheim derzeit keine Einkaufslage besteht, die als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden kann und in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim auch keine Potenzialflächen zur Entwicklung eines vollwertigen zentralen Versorgungsbereiches vorhanden sind, empfiehlt das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Budenheim, die Ansiedlung (großflächiger) nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetriebe am Standort Mainzer Landstraße. Dieses Areal wird als zu entwickelnder „Versorgungsbereich Nahversorgung“ eingestuft, da sich das Standortareal in siedlungsintegrierter Lage befindet und zudem ausreichend groß ist, um Einzelhandelsformate in marktgängiger Größendimensionierungen aufzunehmen.
- Aufgrund der Siedlungs- und Wettbewerbssituation sowie der Dimensionierung des Planvorhabens umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens das Gemeindegebiet Budenheim. Darüber hinaus wird das Planvorhaben nur eine geringe Ausstrahlungskraft („Streuumsätze“) entfalten.
- Aufgrund der defizitären Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Budenheim werden gegenwärtig umfangreiche Kaufkraftabflüsse in umliegende Städten und Gemeinden generiert. Vor diesem Hintergrund kann damit gerechnet werden, dass das Planvorhaben in der Gemeinde Budenheim nennenswert zu einer Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzumverteilungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Gemeinde Budenheim führt.
- Hauptwettbewerbsstandorte des Planvorhabens sind insbesondere die nahe Budenheim gelegenen, dezentralen Agglomerationsstandorte (v. a. Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee in Mainz-Mombach und Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich). Somit befindet sich der Einzelhandelsstandort Budenheim in einer intensiven Wettbewerbsbeziehung mit sehr attraktiven Einzelhandelsstandorten in räumlicher Nähe.
- Die Prognose der zu erwartenden Umlenkungseffekte zeigt, dass zwar wettbewerbliche, aber keine wesentlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Damit wird das Nichtbeeinträchtigungsgebot als Ziel der Raumordnung und Landesplanung beachtet, nach dem die Funktion von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Köln, im Juni 2018

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth