

## Auswirkungsanalyse

# zur Verlagerung des Rewe-Marktes an die Mainzer Landstraße in 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 Berlin Köln Leipzig Erfurt

Köln, im September 2021

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise ..... 4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung..... 4
1.2	Methodische Vorgehensweise ..... 5
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... 7
2.1	Entwicklungstrends..... 7
2.2	Distributionsstrukturen..... 8
2.3	Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln ..... 11
3	Standortseitige Aspekte..... 13
3.1	Makrostandort..... 13
3.2	Mikrostandort..... 16
4	Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet Budenheim und in den relevanten Umlandkommunen ..... 18
4.1	Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet von Budenheim ..... 20
4.1.1	Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen ..... 20
4.1.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten ..... 22
4.1.3	Einzelhandelszentralität..... 23
4.2	Projektrelevanter Wettbewerb in den Umlandkommunen..... 25
4.2.1	Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Stadt Mainz ..... 25
4.2.2	Projektrelevante Einzelhandelssituation in Wiesbaden-Biebrich ..... 30
4.2.3	Projektrelevante Einzelhandelssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein ..... 31
4.3	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse und Einordnung des Planvorhabens in die Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde Budenheim ..... 34
5	Einzugsgebiet und Nachfragevolumen..... 36
6	Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens ..... 38
7	Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens ..... 40
8	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung ..... 44
9	Einordnung des Vorhabens in die Grundsätze und Ziele des Landesentwicklungsprogramms..... 47
10	Fazit der Auswirkungsanalyse..... 50

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.....7
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland .....8
Abbildung 3:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen.....9
Abbildung 4:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps ..... 10
Abbildung 5:	Onlineanteil Food / Nonfood am Einzelhandel ..... 12
Abbildung 6:	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion ..... 14
Abbildung 7:	Mikrostandort ..... 16
Abbildung 8:	Untersuchungsgebiet..... 19
Abbildung 9:	Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Budenheim ..... 21
Abbildung 10:	Lebensmittelmärkte der Gemeinde Budenheim (Fotos)..... 22
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in Budenheim nach Sortimenten ..... 22
Abbildung 12:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick..... 23
Abbildung 13:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Mombach..... 26
Abbildung 14:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Gonsenheim ..... 27
Abbildung 15:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Finthen ..... 29
Abbildung 16:	Wettbewerbssituation im Stadtteil Wiesbaden-Biebrich ..... 31
Abbildung 17:	Wettbewerbssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein ..... 32
Abbildung 18:	Projektrelevantes Einzelhandelsangebot außerhalb der Gemeinde Budenheim..... 33
Abbildung 19:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten ..... 37
Abbildung 20:	Maximale Kaufkraftabschöpfung nach Sortimenten ..... 39
Abbildung 21:	Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens nach Sortimenten ..... 43

# 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 möchte.

Im Zuge der Verlagerung ist geplant, den Supermarkt von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> auf ca. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erweitern.

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 das Planvorhaben dazu geeignet ist, heute bestehende Angebotsdefizite abzumildern. Darüber hinaus wurde aufgezeigt, dass innerhalb des baulichen Bestands der Ortsmitte keine Flächenpotenziale für den geplanten Einzelhandelsbetrieb 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 dieser Entwicklungsbereich befindet in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2023) und verfügt auch über eine zufriedenstellende ÖPNV-Anbindung. Hinzu kommt, dass das Standortareal ausreichend groß ist, um einen Supermarkt in marktgängiger Größendimensionierung aufzunehmen.

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 wohnungsnaher Versorgung in Budenheim und in den Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können.

## 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),
- 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.<sup>1</sup>

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.

---

<sup>1</sup> 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.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz 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"<sup>2</sup>) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

---

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

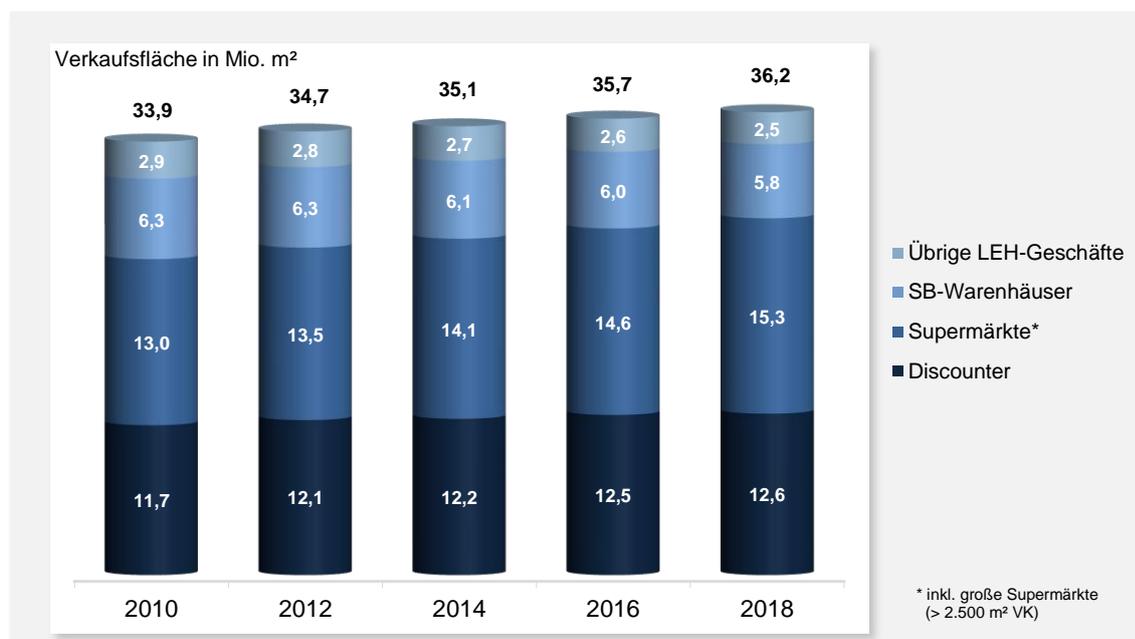
## 2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

### 2.1 Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Zudem zieht es eine immer größere Zahl an Menschen in die urbanen Räume. Damit verbunden ist ein geändertes Mobilitätsverhalten, da für die urbane Bevölkerung das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich geänderte Anforderungen, nicht zuletzt auch an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdienst. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/ vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

**Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland**



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Quelle: IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen

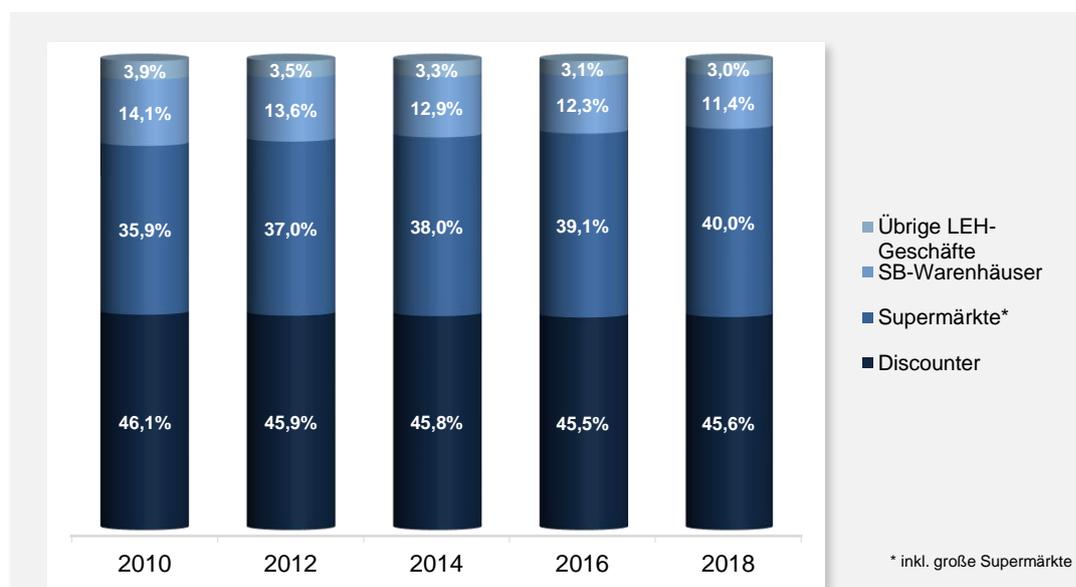
Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m<sup>2</sup> zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Besonders zum Flächenwachstum beigetragen haben die Supermärkte (+ 18 %) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 8 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

## 2.2 Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Supermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m<sup>2</sup> ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegenüber.<sup>4</sup>

**Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland**



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wengleich vor

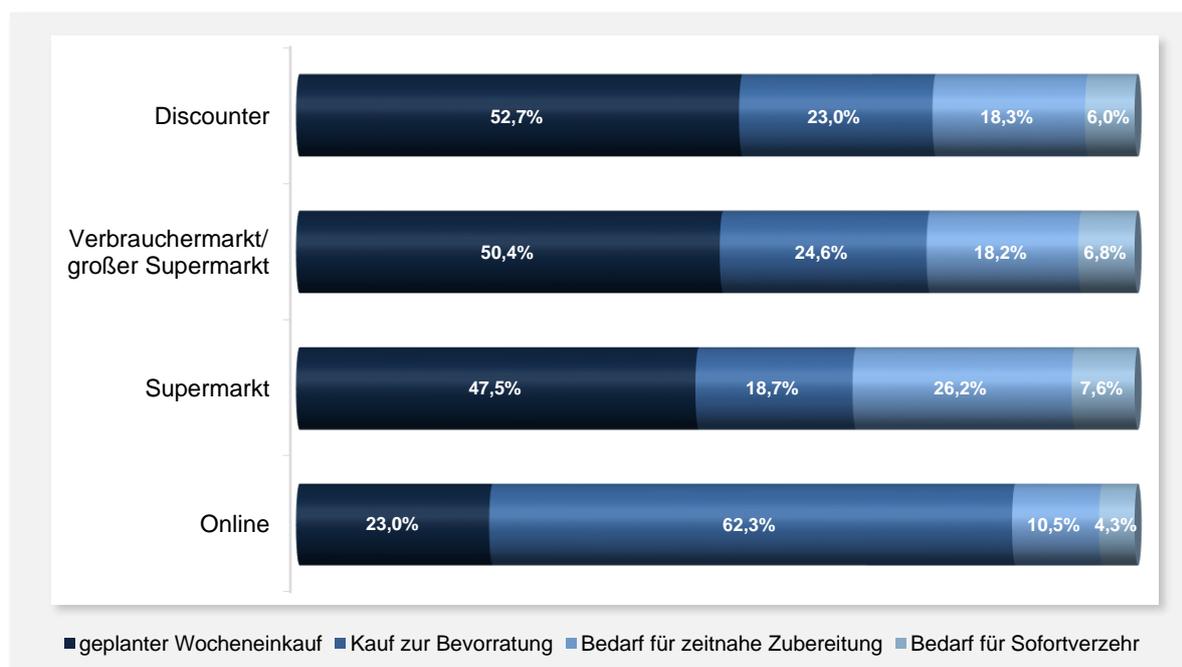
<sup>4</sup> Quelle: EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m<sup>2</sup> VKF)

allein in Hochfrequenzlagen kleinformatische Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295 und bei Supermärkten bei 11.830, während große Supermärkte durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhaus 48.870 Artikel anbieten.<sup>5</sup> Der Convenience-Store „Rewe to Go“ weist auf 100 – 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 - 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Dieses Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und größere Verbrauchermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit rd. einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern in den letzten Jahren gelungen, die Marktanteile auszubauen.

**Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen**



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren bei Lebensmitteln das „One-Stop-Shopping“ an einem Standort mit einem oder mehreren Lebensmittelmärkten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/

<sup>5</sup> Ebenda, Stand: 2016

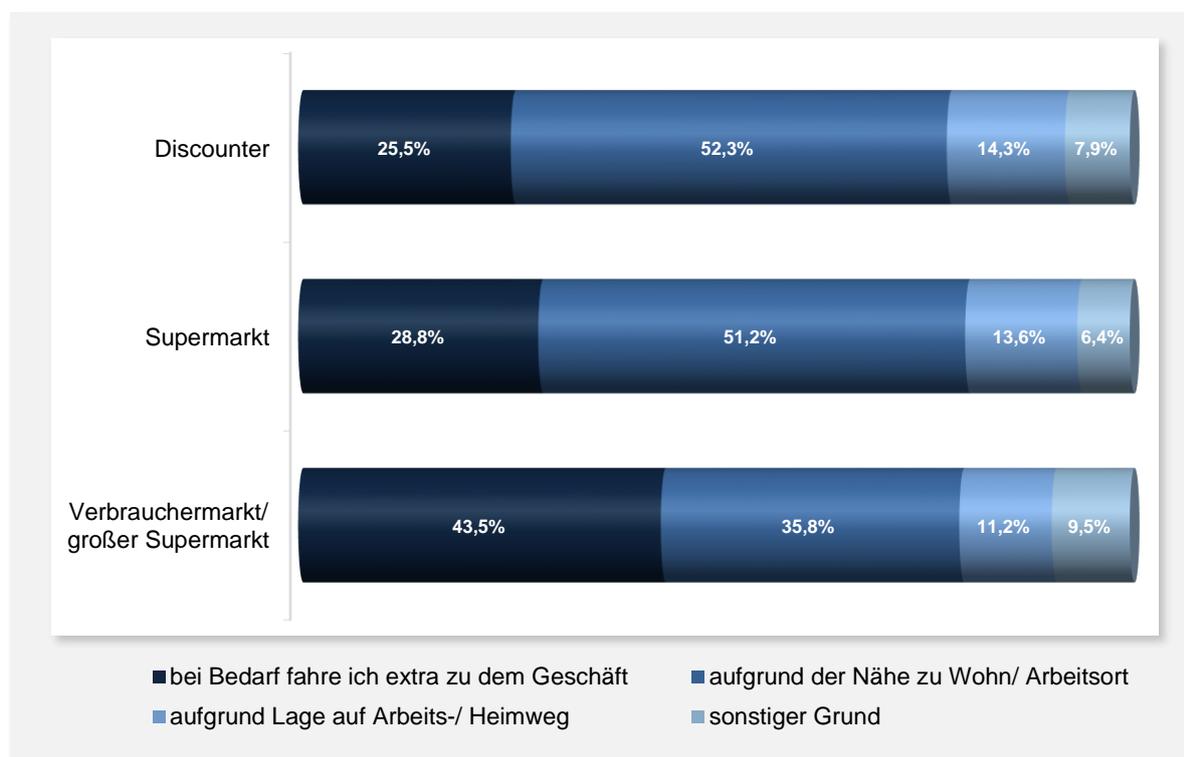
Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Anbieter wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden; vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation in der Regel über mindestens 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute bis zu 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche üblich.

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter insbesondere ihr Frische- und Markenangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

**Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps**



Quelle: HDE/ IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren

erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, sodass z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.<sup>6</sup>

## 2.3 Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich immer noch nur geringe Steigerungsraten auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,1 % des Umsatzes. Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass auch für die nahe Zukunft nicht mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet wird.

Aktuell beschränkt sich das Onlineangebot hauptsächlich auf „haltbare Lebensmittel“; so werden z. B. relativ hohe Marktanteile von ca. 5,6 % bei Wein/ Sekt erzielt. Mit einem Umsatzanteil von rd. 46 % an den Online-Umsätzen von 59 Mrd. € mit Lebensmitteln ist Amazon aktuell mit deutlichem Abstand Marktführer.<sup>7</sup>

Der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels ist – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei ca. 2,67 Mrd. €. <sup>8</sup> Der Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wesentlicher Bestandteil von Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis setzt der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit für den Onlinehandel sehr hohe Rentabilitätsschwellen.

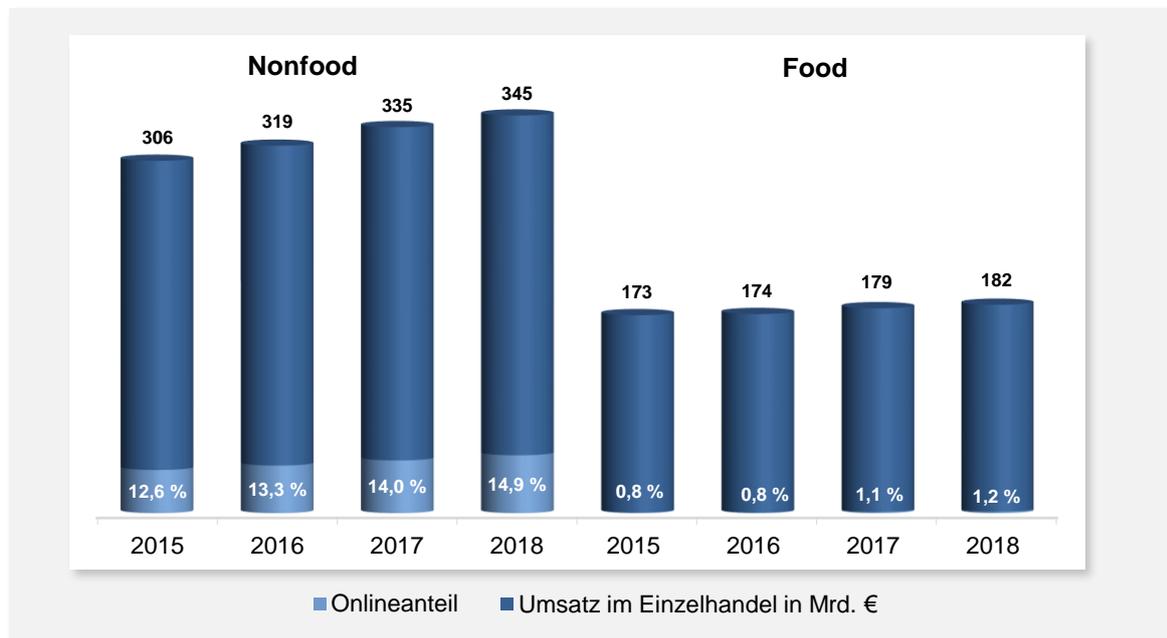
---

<sup>6</sup> Vgl. Habona-Report 2018, Seite 41

<sup>7</sup> Vgl. HDE / IFH Handelsreport Lebensmittel 2018

<sup>8</sup> Vgl. Nielsen, Wöchentlicher LEH-Umsatz 2018, KW 43/2017 – 42/2018

Abbildung 5: Onlineanteil Food / Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2020

### 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.

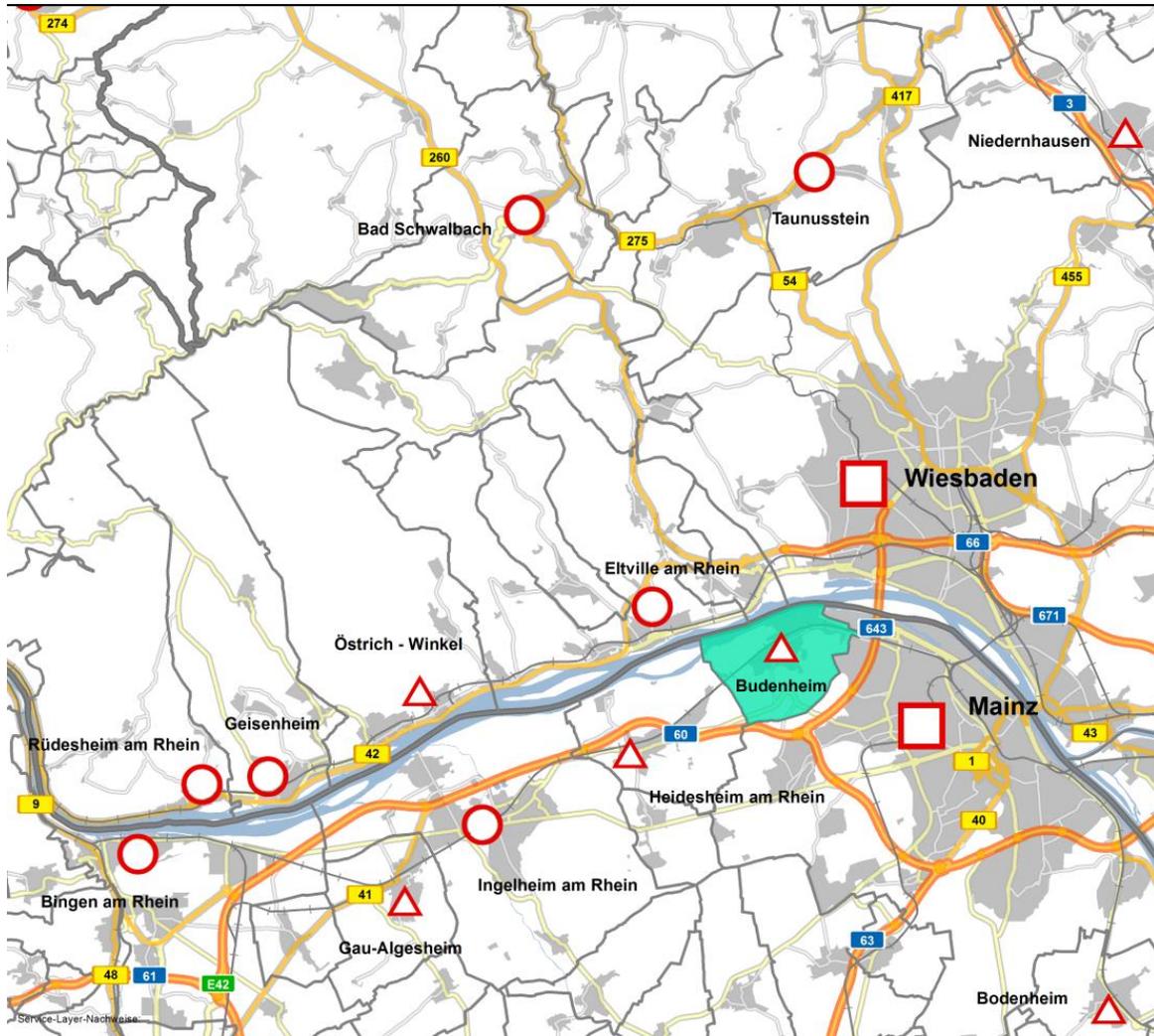
Die Entfernung zu den nächstgelegenen Oberzentren Mainz und Wiesbaden ist gering, da diese an das Gemeindegebiet von Budenheim anschließen (vgl. Abbildung 6). So ist die Innenstadt von Mainz in ca. 9 km, die Innenstadt von Wiesbaden in ca. 15 km zu erreichen. Darüber hinaus befinden sich mehrere dezentrale 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. 2.740 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen eine größere Bedeutung hat. Dennoch weist die Erwerbsbevölkerung der Gemeinde Budenheim mit einem negativen Pendlersaldo von 838 Erwerbspersonen im Saldo eine Außenorientierung auf.<sup>9</sup>

---

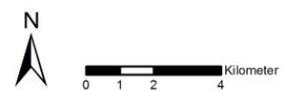
<sup>9</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2019

Abbildung 6: 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 68 (Mainz-Mombach - 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 8.646 Einwohner auf.<sup>10</sup> Dabei zeigt die Gemeinde in den letzten 10 Jahren insgesamt eine positive Bevölkerungsentwicklung (+ 1,9 %).

Im Hinblick auf die zukünftige Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Budenheim ist darauf hinzuweisen, dass nach der Gemeindemodellrechnung zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung bis 2025 die Gesamtanzahl der Einwohner 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, das mittlerweile zum Großteil realisiert wurde. Darüber hinaus ist ein weiteres Wohngebiet („Wäldchenloch“, rd. 100 Grundstücken) am östlichen Ortsrand von Budenheim in Planung. Zudem besteht für das ehem. Dyckerhoff-Gelände ein Aufstellungsbeschluss, sodass hier zukünftig ca. 275 Wohneinheiten realisiert werden können.

---

<sup>10</sup>

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2019

### 3.2 Mikrostandort

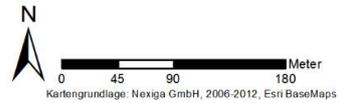
#### Lage der Projektgrundstücke und Nutzungsumfeld

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 2023 das Wohngebiet „Wäldchenloch“ mit rd. rd. 100 Grundstücken realisiert werden.

### **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 „Versorgungsbe- reich 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 erfül- len kann und sich hieraus in den meisten Warengruppen ein deutlicher Arrondierungsbedarf ergibt.
- Vor dem Hintergrund, dass in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim (Ortsmitte) keine Potenzialstandorte für die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes zur Verfü- gung 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 ist ausreichend groß, um einen Supermarkt in marktgängiger Größendimensionie- rung aufzunehmen. Zudem befindet sich dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2023) 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).

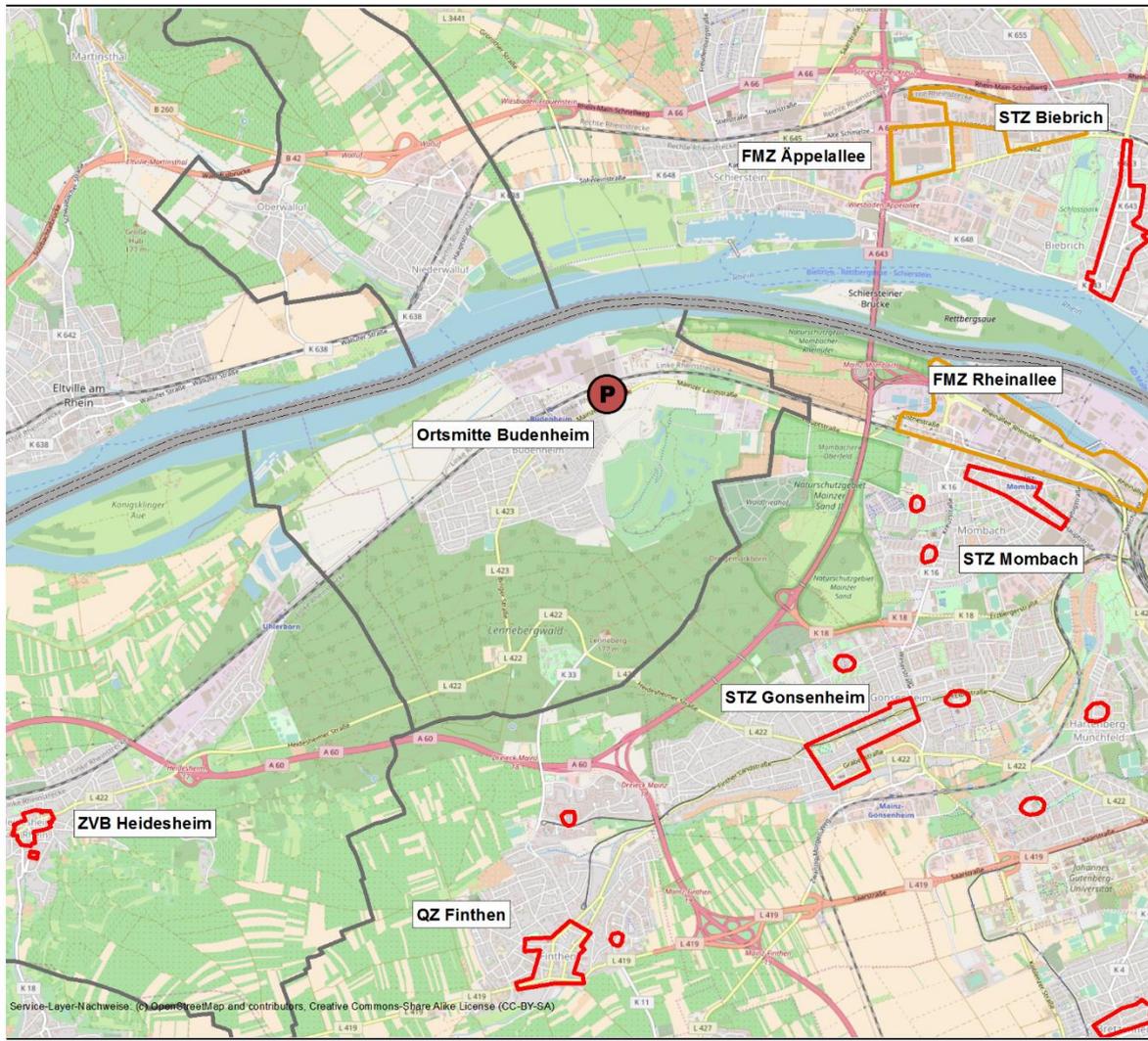
Da die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber abhängen, erfolgt im Weiteren eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung im übergemeindlichen Untersuchungsgebiet.

Die Wettbewerbssituation wird im projektierten Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Neuaufstellung eines Supermarktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Supermärkte, Discountmärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Betriebe, die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) bzw. der sonstige Fachhandel.

Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, sodass in der übergemeindlichen Betrachtung in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet begutachtet werden.

Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

Abbildung 8: Untersuchungsgebiet<sup>11</sup>



**Untersuchungsgebiet**

- Zentraler Versorgungsbereich
- Fachmarktzentrum
- P Projektstandort



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: eigene Darstellung

<sup>11</sup> ZVB: zentraler Versorgungsbereich, STZ: Stadtteilzentrum, QZ: Quartierszentrum, FMZ: Fachmarktzentrum

## 4.1 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet von Budenheim

### 4.1.1 Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Budenheim wurden die Verkaufsflächen aller in der Gemeinde Budenheim ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe<sup>12</sup> einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops<sup>13</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 (Arealitätsziffer) von 0,3 m<sup>2</sup> je Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung deutlich unter dem deutschen Durchschnittswert von 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner. Die durchschnittliche Betriebsgröße fällt mit rd. 112 m<sup>2</sup> 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.

---

<sup>12</sup> 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.

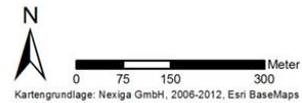
<sup>13</sup> Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

**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 m<sup>2</sup> VKF) und ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt (Heidesheimer Straße 52, rd. 800 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 <sup>2</sup>	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
<b>Gesamt</b>	<b>2.460</b>	<b>100</b>	<b>12,0</b>	<b>100</b>

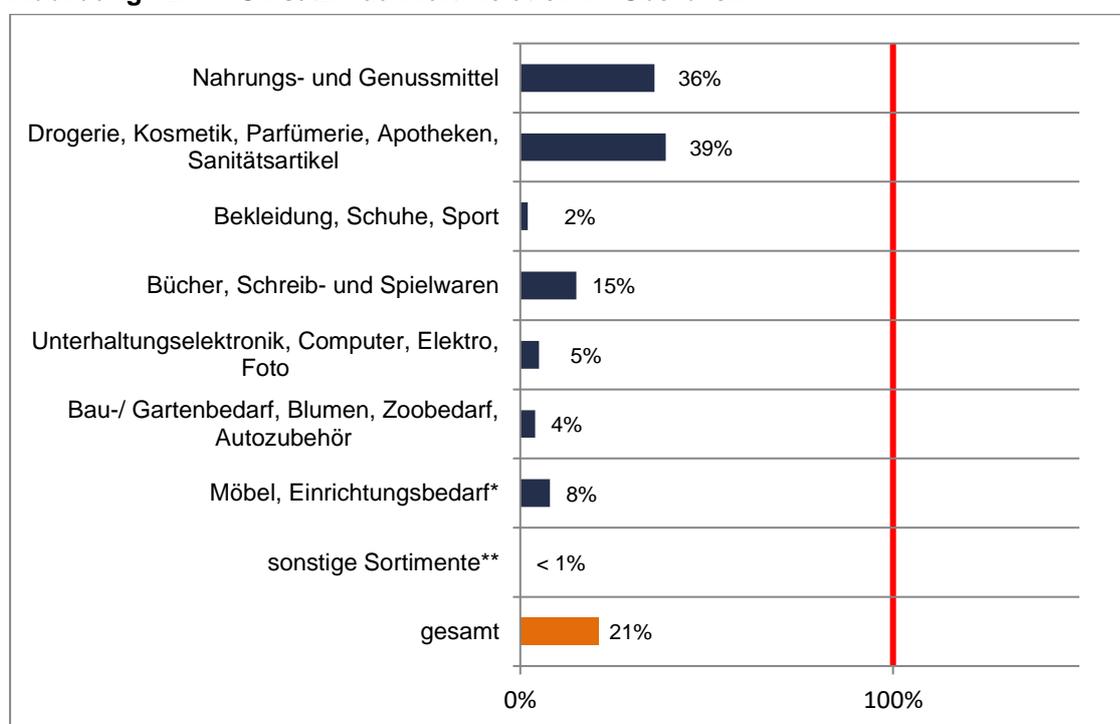
\* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen  
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

### 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

Gemäß Einzelhandelskonzept weist die Gemeinde Budenheim bei einem jährlichen Umsatz von nur rd. 12,0 Mio. € und einem Kaufkraftpotenzial von rd. 56,4 Mio. € 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. 8.650 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.

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 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 vorliegen.

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. Der Penny-Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 800 m<sup>2</sup>. Aufgrund der geringen Anzahl an Pkw-Stellplätzen und der umgebenden Wohnbevölkerung ist davon auszugehen, dass der Lebensmittelmarkt insbesondere auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet ist.

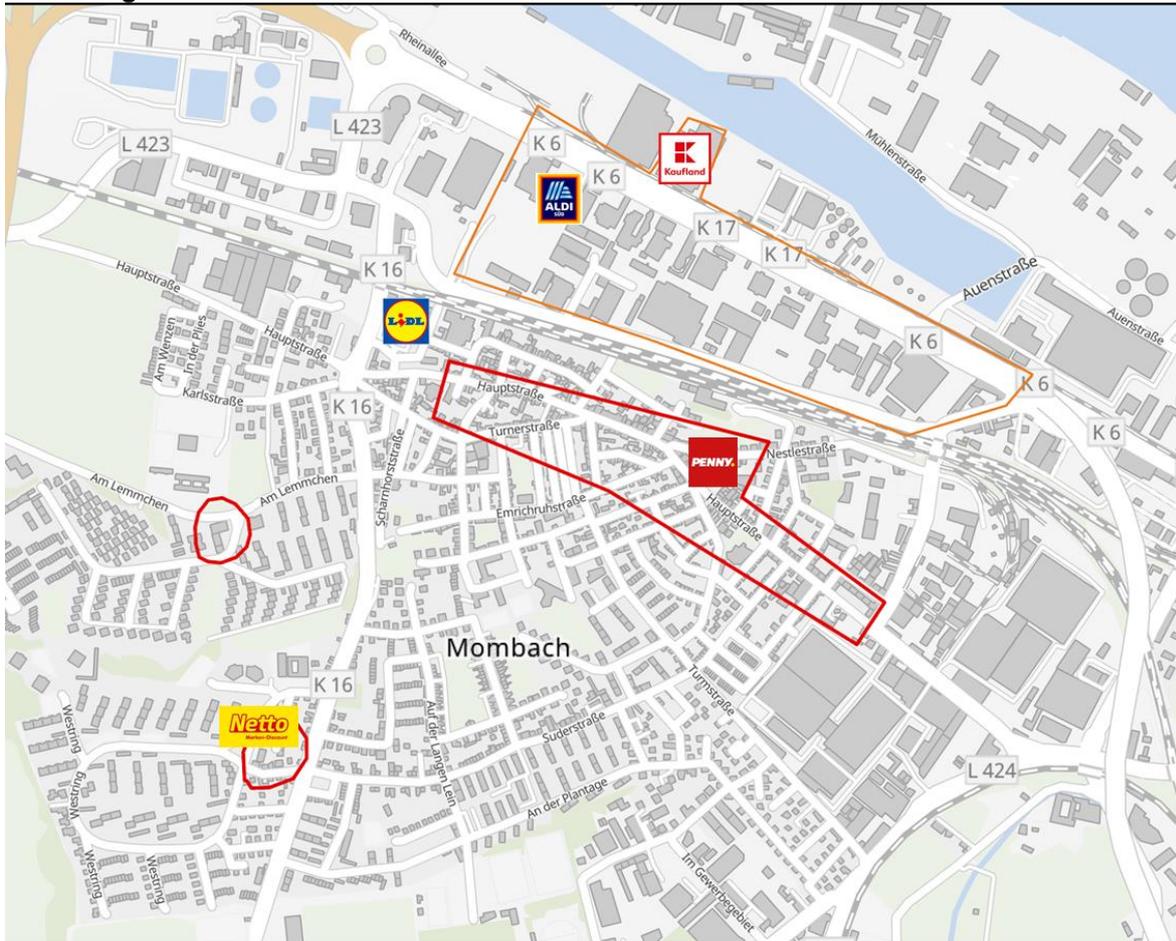
Das **Nahversorgungszentrum „Am Polygon“** verfügt insbesondere über einen Netto-Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 750 m<sup>2</sup>.

Im **Nahversorgungszentrum „Am Lemmchen“** ist kein Lebensmittelmarkt und somit auch kein Hauptwettbewerber des Planvorhabens lokalisiert. Die projektrelevanten Sortimente werden im Nahversorgungszentrum „Am Lemmchen“ lediglich von einzelnen kleinteiligen Anbietern vorgehalten. Da diese Anbieter jedoch jeweils nur über eine relativ geringe Verkaufsfläche verfügen bzw. nur Ausschnitte des Lebensmittelsortiments führen, sind sie nur nachrangig als Wettbewerber einzustufen.

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 Kaufland-SB-Warenhaus und Aldi-Discountmarkt weist der Standort diverse Fachmärkte wie Bauhaus, Roller, Jawoll-Sonderpostenmarkt, Fressnapf 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 m<sup>2</sup> und eine ebenso moderne Rossmann-Filiale (rd. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

**Abbildung 13: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Mombach**



**Relevante Wettbewerber**

- Zentraler Versorgungsbereich
- Fachmarktzentrum



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021



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

**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.

Abbildung 14: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Gonsenheim



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

Im **Stadtteilzentrum Breite Straße** liegt lediglich ein Lebensmittelmarkt („Ihr guter Nachbar“) mit einer geringen Verkaufsfläche von rd. 200 m<sup>2</sup>. Insgesamt entfaltet das Stadtteilzentrum keine hohe Wettbewerbswirkung über die Stadtteilgrenzen hinaus.

Im **Nahversorgungszentrum Gleisbergzentrum** ist ein modern aufgestellter Rewe-Supermarkt mit rd. 1.050 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als Hauptwettbewerber des Planvorhabens verortet.

Das **Nahversorgungszentrum Am Sportfeld** besteht vor allem aus einem Elsa-Markt. Der Lebensmittelmarkt weist jedoch nur eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche von rd. 550 m<sup>2</sup> auf.

Darüber hinaus sind im Stadtteil Gonsenheim insbesondere ein Rewe-Supermarkt und ein Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt am Standort Bürgermeister-Alexander-Straße/ An der Krimm sowie ein Rewe-Supermarkt 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 in Gewerbegebietslage Am Leichborn ist vor allem auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtet.

### Stadtteil Finthen

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

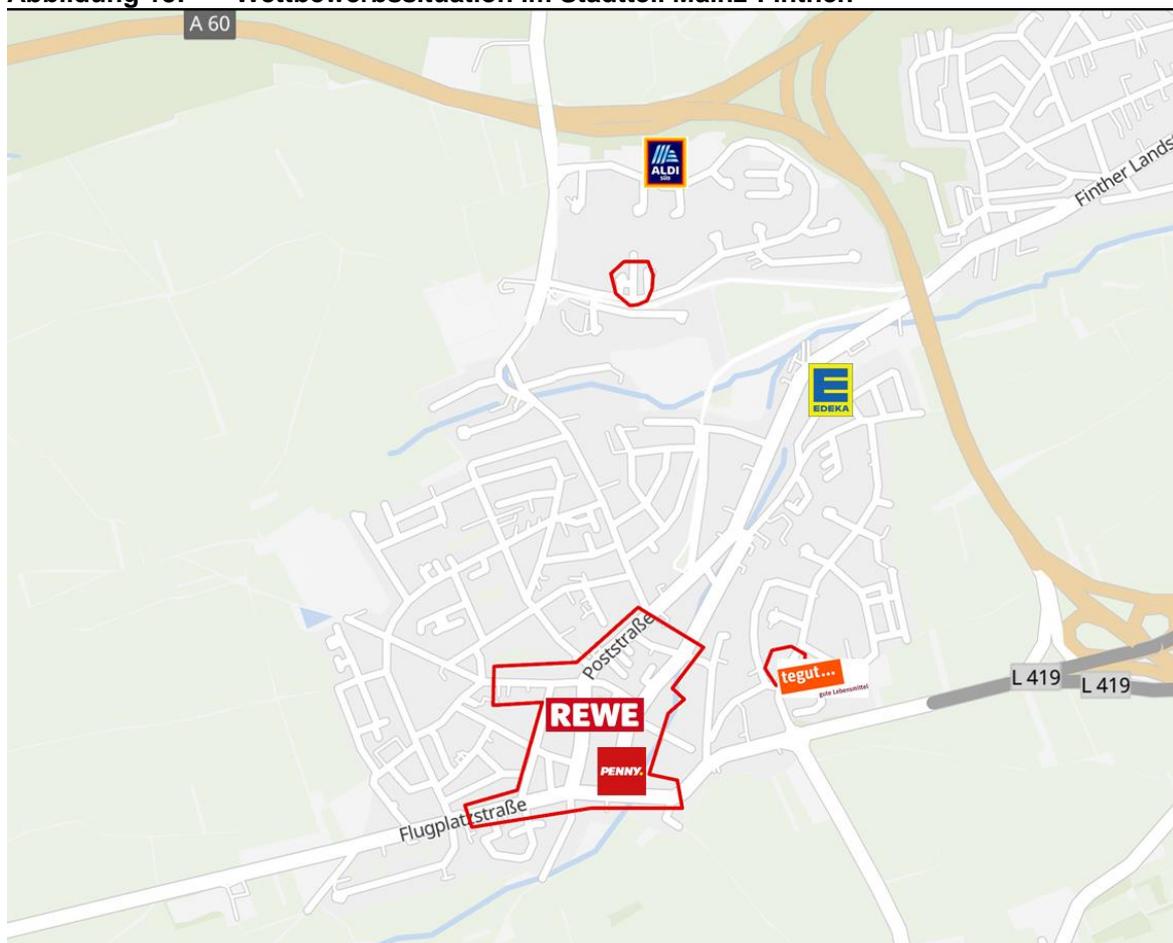
- Quartierszentrum Ortskern Finthen
- Nahversorgungszentrum Katzenberg
- Nahversorgungszentrum Sertoriusring.

Als untersuchungsrelevante Wettbewerber befinden sich im **Quartierszentrum Ortskern Finthen** zwei Lebensmittelmärkte. In der Kurmainzstraße ist ein Penny-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 730 m<sup>2</sup> angesiedelt. In unmittelbarer Nachbarschaft ist ein Rewe-Supermarkt verortet. Dieser weist eine Verkaufsfläche von rd. 950 m<sup>2</sup> auf.

Im **Nahversorgungszentrum Katzenberg** befindet sich ein Tegut-Supermarkt mit rd. 700 m<sup>2</sup> 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.

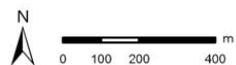
In einer Streulage ist zudem ein Edeka-Supermarkt an der Gonsenheimer Straße nahe der Stadtteilgrenze zu Gonsenheim untersuchungsrelevant.

**Abbildung 15: Wettbewerbssituation im Stadtteil Mainz-Finthen**



**Relevante Wettbewerber**

 Zentraler Versorgungsbereich



Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021



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 drei Lebensmittelmärkte Rewe City (rd. 500 m<sup>2</sup> VKF) in der Rathausstraße, Netto (rd. 900 m<sup>2</sup>) in der Stettiner Straße und Penny (rd. 450 m<sup>2</sup> VKF) in der Rudolf-Dyckerhoff-Straße 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 Fachmarkttagglomeration 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, Aldi, Penny, 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 16: Wettbewerbssituation im Stadtteil Wiesbaden-Biebrich**



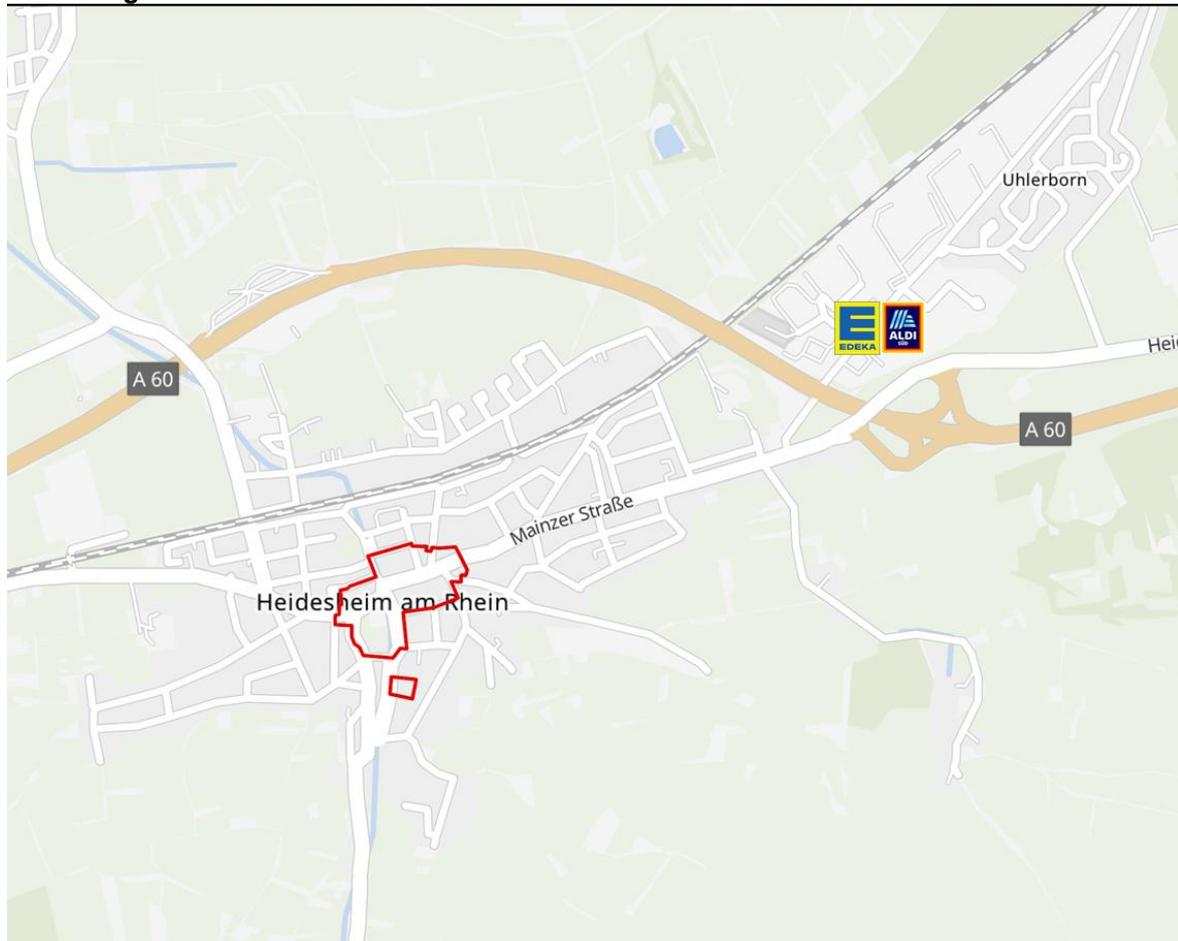
Quelle: BBE-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen und des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wiesbaden

#### 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 nach der Schließung des Treff 3000-Lebensmitteldiscountmarktes kein Lebensmittelmarkt mehr ansässig.

Außerhalb der Ortsmitte befindet sich am Budenheimer Weg ein prägender Einzelhandelsstandort. Hier sind sowohl ein Aldi-Lebensmittelmarkt (rd. 950 m<sup>2</sup> VKF) als auch ein Edeka aktiv Markt (rd. 1.200 m<sup>2</sup> VKF) verortet.

**Abbildung 17: Wettbewerbssituation in der Gemeinde Heidesheim am Rhein**



**Relevante Wettbewerber**

 Zentraler Versorgungsbereich



Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

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

Die folgende Abbildung fasst die Verkaufsflächen und Umsatzleistungen der für das Planvorhaben primär wettbewerbsrelevanten Wettbewerber – d. h. insbesondere der strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet außerhalb der Gemeinde Budenheim – zusammen:

**Abbildung 18: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot außerhalb der Gemeinde Budenheim**

Standort <sup>1</sup>	Verkaufsfläche	Umsatz
	in m <sup>2</sup>	in Mio. €
<b>Mainz-Mombach, davon</b>	<b>10.650</b>	<b>57,9</b>
■ STZ Hauptstraße	1.080	4,3
■ NVZ Am Lemmchen	(*)	(*)
■ NVZ Am Polygon	750	3,2
■ Rheinallee	7.290	39,4
■ Alte Markthalle	1.485	11,0
<b>Mainz-Gonsenheim, davon</b>	<b>4.560</b>	<b>23,3</b>
■ STZ Breite Straße	200	0,8
■ NVZ Gleisbergzentrum	1.050	4,2
■ NVZ Am Sportfeld	550	2,2
■ Sonstige Standorte	2.760	16,1
<b>Mainz-Finthen, davon</b>	<b>4.010</b>	<b>22,3</b>
■ QZ Finthen	1.680	7,6
■ NVZ Katzenberg	690	2,8
■ NVZ Sertoriusring	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte	1.640	11,9
<b>Wiesbaden-Biebrich, davon</b>	<b>25.635</b>	<b>125,3</b>
■ STZ Biebrich	2.345	10,3
■ FMZ Äppelallee	22.240	105,8
■ Sonstige Standorte	1.050	9,2
<b>Heidesheim/ Rhein, davon</b>	<b>2.110</b>	<b>14,5</b>
■ Ortsmitte	(*)	(*)
■ Sonstige Standorte	2.110	14,5
<b>Gesamt</b>	<b>46.965</b>	<b>243,3</b>

<sup>1</sup> insbesondere Lebensmittelmärkte inkl. Nonfood-Sortimente  
 (\*) keine Angabe (Werte kleiner 50 m<sup>2</sup> 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. 8.650 Einwohnern. Perspektivisch ist aufgrund aktueller Wohnbauland-Ausweisungen von einem Bevölkerungswachstum auszugehen.
- 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. 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 bei hohen Kaufkraftabflüssen selbst auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung zu verzeichnen. Hier spiegeln sich Angebotslücken wie insbesondere das Fehlen eines großen modernen Lebensmittelmarktes wider.
- 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.
- 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 projektierte Nutzung lässt 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 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aus Sicht der BBE zu befürworten. Als Nutzer des Supermarktes ist der heute am Standort Binger Straße 1 ansässige Rewe-Markt (rd. 800 m<sup>2</sup> 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.
- Mit der Ansiedlung eines Supermarktes 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 Wegeaufwand<sup>14</sup>
- 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 topografischen, 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. 8.650 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-

---

<sup>14</sup> 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,<sup>15</sup> gewichtet mit der stadtspesifischen 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 104,2 ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor.<sup>16</sup>

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland belaufen sich aktuell auf ca. 6.546 €. Für die projektrelevanten Sortimente liegen der Berechnung des Kaufkraftvolumens folgende jährliche Verbrauchsausgaben p. P. zugrunde:

- Nahrungs- und Genussmittel: rd. 2.516 €
- Drogeriewaren: rd. 355 €.

Für die projektrelevanten Sortimente lassen sich folgende Kaufkraftpotenziale errechnen:

**Abbildung 19: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten**

Sortimente	Einzugsgebiet (Gemeinde Budenheim)
Kaufkraft in Mio. €	
Nahrungs- und Genussmittel	22,7
Drogeriewaren	3,2
<b>Summe</b>	<b>25,9</b>

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2020; Werte gerundet.

<sup>15</sup> Auf Basis von IfH-Daten aus dem Jahre 2020

<sup>16</sup> Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2020

## 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 des geplanten Einzelhandelsbetriebes 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.

Ausgehend von der Annahme, dass mit dem Vorhaben ein leistungsfähiges und attraktives Angebotsformat realisiert werden soll, wurde für den projektierten Nutzer eine überdurchschnittliche Flächenleistung angenommen. Somit wird eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante Rewe-Supermarkt mit ca. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotsituation sowie des im Nahbereich vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine Umsatzleistung von max. 8,4 Mio. € erzielen wird. Auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment entfallen hiervon rd. 7,7 Mio. € und auf die Randsortimente rd. 0,7 Mio. €.

Nach gutachterlicher Einschätzung kann der geplante Supermarkt hierbei max. 27 % von der im Nahbereich, d. h. in der Gemeinde Budenheim, vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden (rd. 6,9 Mio. €). Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer Kaufkraftbindung im Gemeindegebiet. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird auf ca. 0,8 Mio. € prognostiziert.

Mit einem Marktanteil von bis zu 27 % wird das Planvorhaben eine wichtige nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Bevölkerung in der Gemeinde Budenheim übernehmen.

Der geplante Supermarkt mit ca. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von ca. 8,4 Mio. € erreicht somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 4.200 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

**Abbildung 20: Maximale Kaufkraftabschöpfung nach Sortimenten**

Umsatzherkunft	Kaufkraft	Supermarkt (ca. 2.000 m <sup>2</sup> VKF)	
		Kaufkraftbindung	Umsatzerwartung
	in Mio. €	in %	in Mio. €
<b>Einzugsgebiet – Gemeinde Budenheim</b>	<b>25,9</b>	<b>27</b>	<b>6,9</b>
Nahrungs- und Genussmittel	22,7	28	6,3
Drogeriewaren	3,2	19	0,6
Streuumsätze	./.	./.	0,8
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>	<b>7,7</b>
Sonstige Sortimente <sup>1</sup>	./.	./.	0,7
<b>Planvorhaben gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>	<b>8,4</b>

<sup>1</sup> 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. 8,4 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. 3.970 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>17</sup> Der durchschnittliche Umsatz einer Rewe-Filiale beträgt laut sekundärstatistischen Daten in Deutschland ca. 6,0 Mio. €.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2020/ 2021

<sup>18</sup> Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2020/ 2021

## 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.<sup>19</sup>

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 Lebensmittelmärkte 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.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines modernen Supermarktes in der Gemeinde Budenheim zu einer deutlichen Reduzierung von derzeit noch abfließender

---

<sup>19</sup> Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

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.

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 m<sup>2</sup> VKF) geplant. Für den Supermarkt ist als Nutzer der heute am Standort Binger Straße 1 ansässige Rewe-Markt (ca. 800 m<sup>2</sup> 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 in der Gemeinde Budenheim sowie das umfassende Angebot an Lebensmittelmärkten 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 ein neuer und moderner Lebensmittelmarkt zu einer umfangreichen Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird. Entsprechend wird das Planvorhaben mit ca. 4,9 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. Fachmarkttagglomeration 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. 1,6 Mio. € bzw. 4 % und in der Fachmarkttagglomeration Äppelallee in Wiesbaden-Biebrich eine Umverteilung von max. 1,5 Mio. € bzw. max. 1 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Diese Umsatzumverteilung wird im Industrie- und Gewerbegebiet Rheinallee vor allem die ansässigen Lebensmittelmärkte Kaufland und Aldi bzw. in der Fachmarkttagglomeration Äppelallee die Anbieter Real, Tegut, Aldi, Lidl, Penny und Netto betreffen.

In den zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen Standorten im Umland von Budenheim werden die Wettbewerbswirkungen mit max. 2 % des derzeitigen Umsatzes der hier ansässigen Lebensmittelmärkte ebenfalls nur gering ausfallen.

### **Umverteilung in der Gemeinde Budenheim**

Das Planvorhaben wird im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 3,5 Mio. € seines Umsatzes durch Umsatzumlenkungen 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.

**Abbildung 21: Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens nach Sortimenten**

Umverteilung	derzeitiger Umsatz		Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %€	
<b>Gemeinde Budenheim, davon</b>				
■ Rewe, Binger Straße <sup>1</sup>	3,5	3,2	90	
■ Sonstige Standorte	4,7	0,3	7	
<b>Mainz-Mombach, davon</b>				
■ STZ Hauptstraße	4,3	0,1	2	
■ NVZ Am Lemmchen	(*)	(*)	(*)	
■ NVZ Am Polygon	3,2	(*)	(*)	
■ FMZ Rheinallee	39,4	1,6	4	
■ Alte Markthalle	11,0	(*)	(*)	
<b>Mainz-Gonsenheim, davon</b>				
■ STZ Breite Straße	0,8	(*)	(*)	
■ NVZ Gleisbergzentrum	4,2	0,1	2	
■ NVZ Am Sportfeld	2,2	(*)	(*)	
■ Sonstige Standorte	16,1	0,4	2	
<b>Mainz-Finthen, davon</b>				
■ QZ Finthen	7,6	0,1	1	
■ NVZ Katzenberg	2,8	(*)	(*)	
■ NVZ Sertoriusring	(*)	(*)	(*)	
■ Sonstige Standorte	11,9	0,3	2	
<b>Wiesbaden-Biebrich, davon</b>				
■ STZ Biebrich	10,3	0,1	1	
■ FMZ Äppelallee	105,8	1,5	1	
■ Sonstige Standorte	9,2	0,1	1	
<b>Heidesheim/ Rhein, davon</b>				
■ Ortsmitte	(*)	(*)	(*)	
■ Sonstige Standorte	14,5	0,2	1	
Diffuse Umverteilung	./.	0,4	./.	
<b>Gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>8,4</b>	<b>./.</b>	

(\*) marginal, d. h. &lt; 0,1 Mio. € bzw. &lt; 1 %

<sup>1</sup> 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 2021 (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 ist der projektierte Supermarkt mit rd. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche 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.

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.

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung Mainzer Landstraße • Budenheim

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

Mögliche, durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen.

**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 wohnungsnahе Versorgung in der Gemeinde Budenheim sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.**

Der geplante Supermarkt mit rd. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird einen Umsatz in Höhe von jährlich max. 8,4 Mio. € erwirtschaften. 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. 3,2 Mio. € des am Planstandort zu erwartenden Umsatzes auf den „mitgenommenen“ Bestandsumsatz 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 1,6 Mio. € bzw. 1,5 Mio. € noch die höchsten Umsatzumverteilungseffekte 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. 4 % des derzeitigen Umsatzes 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 wohnungsnahе Versorgung in den umliegenden Kommunen aufgrund der geringen Umsatzverluste ausgeschlossen werden.

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung Mainzer Landstraße • Budenheim

Die Umsatzzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei max. 0,4 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern, sodass sich auch hieraus keine Betriebsgefährdungen ableiten lassen.

## 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 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nur in Mittel- und Oberzentren (**Zentralitätsgebot**).<sup>20</sup>

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 m<sup>2</sup> 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 zulässig<sup>21</sup>. 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.

---

<sup>20</sup> Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

<sup>21</sup> 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 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> vorgesehen.

Beim Planvorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines großflächigen Supermarktes mit max. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Somit ist bei dem projektierten Betrieb eine Größenordnung geplant, die nicht über die Obergrenze von 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hinausgeht.

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

Wie bereits ausführlich in Kapitel 3.2 dargelegt, befindet sich auch das Planareal außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, sodass bei Ansiedlung eines Supermarktes auch im Hinblick auf das städtebauliche Integrationsgebot ein Zielabweichungsverfahren erforderlich wäre.

Da in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim (Ortskern) keine Potenzialflächen für die Ansiedlung eines modernen Supermarktes vorhanden sind, war im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes ein 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 ist ausreichend groß, um einen Supermarkt in marktgängiger Größendimensionierung aufzunehmen. Zudem befindet sich dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2023) 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 Einzelhandelsnutzung 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 wohnungsnaher 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 Einzelhandelsentwicklung zu überplanen. Investor des Vorhabens ist die REWE Group, die den an der Binger Straße in Budenheim ansässigen Supermarkt (rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) auf das Entwicklungsareal verlagern und auf rd. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitern möchte.
- Derzeit bestehen in der Gemeinde Budenheim ausgeprägte Versorgungslücken. Somit sind die projektierten Nutzungen dazu geeignet, heute bestehende Angebotsdefizite abzumildern.
- Da in zentraler Lage des Siedlungskörpers von Budenheim (Ortskern) keine Potenzialflächen zur Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes 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 dieser Entwicklungsbereich in direkter Nachbarschaft zu den Wohngebieten „Mombacher Straße“ (Bestand) und „Wäldchenloch“ (Entwicklung von rd. 100 Grundstücken bis 2023) befindet und auch über eine zufriedenstellende ÖPNV-Anbindung verfügt. Hinzu kommt, dass das Standortareal ausreichend groß ist, um einen Supermarkt in marktgängiger Größendimensionierung 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 sind gegenwärtig umfangreiche Kaufkraftabflüsse in umliegende Städte und Gemeinden zu verzeichnen. Deshalb ergibt sich ein deutlicher Arrondierungsbedarf und das kommunale Einzelhandelskonzept sieht vor, am Planstandort an der Mainzer Landstraße einen großflächigen Lebensmittelmarkt zuzulassen.
- Die Versorgungsfunktionen der Gemeinde Budenheim werden mit der Realisierung des Planvorhabens einen deutlichen Attraktivitätsschub erhalten. Hierbei ist der projektierte Supermarkt mit rd. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geeignet, der Bevölkerung in der Gemeinde Budenheim eine deutliche Verbesserung der Nahversorgung zu ermöglichen. So wird der Umsatz in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren im Realisierungsfall von heute ca. 8,2 auf künftig ca. 13,4 Mio. € angehoben. Bezogen auf die im Gemeindegebiet vorhandene Kaufkraft von ca. 25,9 Mio. € ergibt sich künftig eine Umsatz-Kaufkraftrelation von 52 %, während heute lediglich ein Verhältniswert von ca. 32 % zu verzeichnen ist.
- Die vorliegende Analyse belegt somit, dass sich das Rewe-Planvorhaben in die Versorgungsfunktionen des Grundzentrums Budenheim einpasst und sichergestellt ist, dass der geplante Markt weit überwiegend der Versorgung der Budenheimer Wohnbevölkerung dienen wird; aufsummiert wird der Markt seinen Umsatz zu rd. 90 % mit Kunden aus dem Gemeindegebiet tätigen und keine Ausstrahlungskraft entfalten, die wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.

- Darzulegen ist auch, dass das Planvorhaben auf eine marktübliche Größe projiziert ist. So verfügen Supermärkte der neuesten Generation heute üblicherweise über Verkaufsflächen von bis zu 3.000 m<sup>2</sup>, um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln. Hierfür sind vor allem folgende Ursachen anzuführen:
  - Die Angebotsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von frischen und tiefgekühlten 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 Nonfood-Aktionswaren zu verzeichnen.
  - Zusätzliche Anforderungen an die Verkehrsflächen innerhalb des Marktes ergeben sich aktuell aus den aufgrund der Corona-Pandemie notwendigen Abstandsregelungen. Größere Gangbreiten vereinfachen es, den Einkaufsablauf auch bei Einhaltung der Mindestabstände aufrechtzuerhalten.
  - Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern auch älteren Kunden mit eingeschränkter Mobilität den Warenzugang.
- Da die Budenheimer Wohnbevölkerung heute ihren täglichen Bedarf weit überwiegend außerhalb des Gemeindegebietes deckt und diese Abflüsse im Realisierungsfall des neuen Rewe-Marktes reduziert werden, wird das Vorhaben auch Umsatzumverteilungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Gemeinde Budenheim auslösen.
- 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 September 2021

**BBE Handelsberatung GmbH**



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth