

Auswirkungsanalyse zum Abbruch und Neubau eines ALDI- sowie eines REWE-Marktes mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung sowie Stellungnahme zu verringerten Stellplatzzahl in der Quedlinburger Straße in Hann. Münden



Projektleitung: Diplom-Geograph Arne Decker

Bearbeitung: M.A. Wirtschaftsgeographie Justus Scherfose

Hannover, den 24.01.2025

Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstraße 1 30163 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

München

Stuttgart

Forchheim

Frankfurt a.M.

Köln

Leipzig

Berlin

Hannover

Lübeck

Ried und Wien (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstaltende von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der auftraggebenden Stelle im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	5	
2 Darstellung des Planvorhabens	6	
3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet... 9		
3.1 Definition des Untersuchungsgebietes	9	
3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	11	
3.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	13	
3.4 Nahversorgungszentrum Hermannshagen	14	
3.5 Nahversorgungszentrum Neumünden	15	
3.6 Nahversorgungszentrum Auefeld	16	
3.7 Weitere Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet ...	17	
4 Auswirkungen des Planvorhabens	18	
4.1 Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens.....	18	
4.2 Herkunft des Vorhabenumsatzes	20	
4.3 Ökonomische Wirkungsprognose	22	
5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden	26	
6 Vereinbarkeit mit der Landes-Raumordnung	28	
7 Abschließende Bewertung und Empfehlung	33	
8 Methodik.....	34	
9 Stellungnahme bezüglich des Stellplatzbedarfs	36	
9.1 Stellplatzerfordernis laut niedersächsischer Stellplatzrichtlinie.....	36	
9.2 Ermittlung des tatsächlichen Stellplatzbedarfs der Kundschaft	37	
9.3 Bewertung der Ergebnisse.....	39	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Vorhabenstandortes (Makrostandort)	7
Abbildung 2: Vorhabenstandort (Mikrostandort).....	8
Abbildung 3: Bevölkerung, Kaufkraft und Nachfrage im Untersuchungsgebiet	9
Abbildung 4: Untersuchungsgebiet mit 10-Minuten-Fahrzeitisochrone	10
Abbildung 5: Überblick zur Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	12
Abbildung 6: Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	13
Abbildung 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	13
Abbildung 8: Anbieter im Nahversorgungszentrum Hermannshagen.....	14
Abbildung 9: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Hermannshagen.....	14
Abbildung 10: Anbieter im Nahversorgungszentrum Neumünden (Auswahl)	15
Abbildung 11: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Neumünden.....	15
Abbildung 12: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Auefeld	16
Abbildung 13: Weitere Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet (Auswahl)	17
Abbildung 14: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens.....	19
Abbildung 15: Umsatzherkunft des Planvorhabens	21
Abbildung 16: Umverteilungseffekte des Planvorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	24
Abbildung 17: Ansiedlungsmatrix im Einzelhandelskonzept Hann. Münden.....	27
Abbildung 18: Kaufkraftherkunft des Planvorhabens	28
Abbildung 19: Auszug aus dem 1. RROP-Entwurf für den LK Göttingen 2020.....	29
Abbildung 20: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen	34
Abbildung 21: Mindest-Stellplatzbedarf laut niedersächsischer Stellplatzrichtlinie.....	37
Abbildung 22: Ermittlung des tatsächlichen Stellplatzbedarfs der Kundschaft	40

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

Erstellung einer Auswirkungsanalyse zum Abbruch und Neubau eines ALDI- sowie eines REWE-Marktes mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung sowie Stellungnahme zu verringerten Stellplatzzahl in der Quedlinburger Straße in Hann. Münden

Auftraggebende Stelle

IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH,
handelnd für Spezial-Sondervermögen ILG Einkaufen D
Ferdinandstraße 61
20095 Hamburg

Analysezeitraum

Oktober – Dezember 2024

Untersuchungsdesign

- Darlegung der Umsatzerwartung des Planvorhabens
- Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens
- Ökonomische Wirkungsanalyse des Planvorhabens auf den Einzelhandelsbestand und detaillierte Darstellung der zu erwartenden (städtebaulichen) Auswirkungen auf ausgewählte zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet (Ausweisung von Verdrängungsquoten für die betroffenen zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet)
- Prüfung des Planvorhabens auf die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden aus dem Jahr 2019

- Prüfung der Ziele der Raumordnung (LROP Niedersachsen)
- Berechnungen und gutachterliche Stellungnahme zur verringerten Stellplatzzahl am Standort Quedlinburger Straße
- Bewertung der Ergebnisse und abschließende Empfehlungen zum Umgang mit dem Planvorhaben

Vorbemerkung zur Methodik

Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die cima von einem realitätsnahen „Worst-Case-Ansatz“ aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Verdrängungswirkungen dargestellt werden.

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer Vollerhebung des Einzelhandels in der Stadt Hann. Münden aus dem Jahr 2019 sowie auf einer Überprüfung und Aktualisierungen des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestandes im gesamten Untersuchungsgebiet im Dezember 2024. Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche wurden nur wettbewerbsrelevante Nahversorgungsgeschäfte mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche aufgenommen.

Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.

2 Darstellung des Planvorhabens

Im Stadtteil Kattenbühl in Hann. Münden ist ein zweistufiger Abbruch und Neubau der bestehenden Lebensmittelmärkte ALDI und REWE in der Quedlinburger Straße im Nahversorgungszentrum Königshof geplant. In diesem Zuge soll zuerst die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes von aktuell 720 m² auf zukünftig 1050 m² erweitert werden. Einige Jahre später, frühestens in 2031, soll der Neubau des REWE-Marktes folgen, wobei eine Erweiterung der Verkaufsfläche von aktuell 1.175 m² auf zukünftig 1.520 m² geplant ist. Entsprechend der raumordnerischen Vorgaben werden beide Märkte in dieser Untersuchung agglomerierend betrachtet.

Der Neubau beider Märkte und die Verkaufsflächenerweiterung dient der Anpassung an aktuelle Marktbedingungen und soll somit den langfristigen Fortbestand der Lebensmittelmärkte sichern. Insgesamt umfasst das Vorhaben eine Verkaufsflächenerweiterung von ca. 710 m².

Die Standorte des REWE-Vollsortimenters und des ALDI-Lebensmitteldiscounters befinden sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Königshof im Bereich der südlichen Kernstadt von Hann. Münden. Der Standort erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umgebenen Wohngebiete. Die angrenzenden Wohngebiete verfügen über eine direkte fußläufige Anbindung (vgl. Abb. 1 und Abb. 2).

Die Erreichbarkeit des Standorts mit dem Pkw ist über die Straße Vogelsang sowie die Kasseler Straße (B 496) gewährleistet. Die Anbindung an den ÖPNV ist durch die am Standort gelegenen Bushaltestellen „Quedlinburger Straße“ und „Hägerstieg“ unmittelbar gegeben. Die Standortbedingungen sind somit positiv zu bewerten.

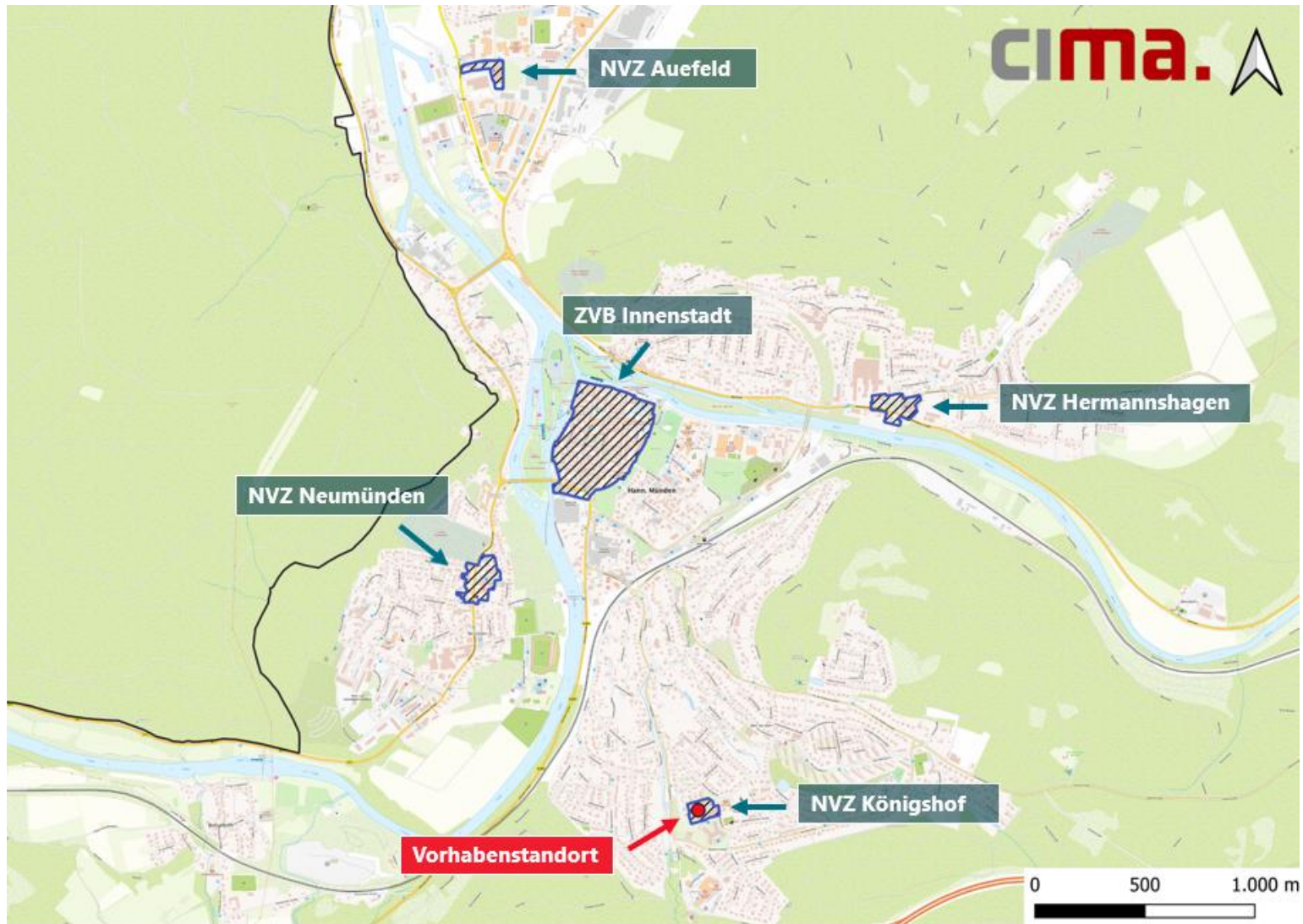
In der Vorkassenzzone des REWE-Marktes befindet sich aktuell noch ein Bäcker (Bäckerei Thiele) mit einer Verkaufsfläche von rd. 20 m² und ein Metzger (Metzgerei Maller) mit einer Verkaufsfläche von rd. 25 m². Beide Betriebe sollen bei dem Neubau des REWE-Marktes erhalten bleiben. Die

neue Immobilie, in welche der REWE-Markt einzieht, soll eine Gesamtverkaufsfläche von 1.600 m² aufweisen, wobei 1.520 m² für den REWE-Markt eingeplant sind und die restlichen 80 m² auf Bäcker mit Café-Bereich und Metzger verteilt werden.

An der Nordseite der ALDI-Markt-Immobilie befinden sich derzeit Ladenflächen mit Zugang zum Parkplatz für komplementäre, kleinflächige Nutzungen wie Dienstleistungen. Hier ist aktuell noch ein Reisebüro und ein Pflegedienst-Büro geöffnet. Zum Erhebungszeitpunkt im Dezember 2024 sind die weiteren Verkaufsflächen leerstehend. Dies betrifft ein ehemaliges Friseurstudio, ein PC/Handy-Reparatur-Shop und eine DHL-Annahmestelle. Im Neubau des Gebäudes für den ALDI-Markt sind keine kleinteiligen Komplementärflächen geplant.

Insgesamt ist das Grundstück hinsichtlich seiner bereits bestehenden, etablierten Einzelhandelsnutzung sowie der Lage und Verfügbarkeit für eine nahversorgungsrelevante Weiterentwicklung geeignet. Der Planvorhabenstandort befindet sich in Stadtteillage und bildet den zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Königshof. Die Erreichbarkeit des Standortes aus den umliegenden Wohngebieten ist sowohl fußläufig als auch über den MIV und den ÖPNV gewährleistet.

Abbildung 1: Lage des Vorhabenstandortes (Makrostandort)



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, 2024
Bearbeitung: cima 2024

Abbildung 2: Vorhabenstandort (Mikrostandort)



Kartengrundlage: © Google, Google Satellite, 2024
Bearbeitung: cima 2024

3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet

3.1 Definition des Untersuchungsgebietes

Die CIMA geht davon aus, dass das Einzugsgebiet des Planvorhabens (Abriss und Neubau der Bestandsmärkte ALDI und REWE mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung beider Märkte) am Standort Quedlinburger Straße in der Stadt Hann. Münden im Wesentlichen dem der etablierten Bestandsobjekte entspricht.

Das Einzugsgebiet und die Marktdurchdringung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sind u. a. aufgrund von vorhandenen Lebensmittelmärkten in der Stadt Hann. Münden sowie im weiteren Umland begrenzt. Das betriebswirtschaftliche Einzugsgebiet dürfte sich im Wesentlichen auf das südliche Kernstadt von Hann. Münden beschränken.

Für die Herleitung des relevanten **Untersuchungsgebietes**, welches über das betriebswirtschaftliche Einzugsgebiet hinausgeht, wurde zunächst eine 10-minütige Pkw-Fahrzeitzone um den Vorhabenstandort erstellt. Diese Zone berücksichtigt u. a. die topographischen und verkehrlichen Strukturen, die Einfluss auf die Erreichbarkeit des Standortes haben. In dieser Fahrzeitzone wurden dann die potenziell tangierten Siedlungsgebiete in das erweiterte Untersuchungsgebiet aufgenommen (vgl. Abbildung 4).

Das Untersuchungsgebiet für vorliegende Auswirkungsanalyse orientiert sich u.a. an der Stadtgrenze Hann. Mündens. Es umfasst, neben den Stadtteilen der Kernstadt (Innenstadt, Kattenbühl, Altmünden, Hermannshagen, Neumünden und Blume) auch die Ortsteile Bonaforth, Gimte, Hedemünden, Laubach, Lippoldshausen, Oberode, Volkmarshausen und Wiershausen. Das Stadtgebiet nördlich von Gimte zählt dabei nicht mehr zum Untersuchungsgebiet.

Zudem zählen die Ortschaften Lutterberg der angrenzenden Gemeinde Staufenberg sowie Wilhelmshausen (Gemeinde Fuldata, Landkreis Kassel) zu dem Untersuchungsgebiet.

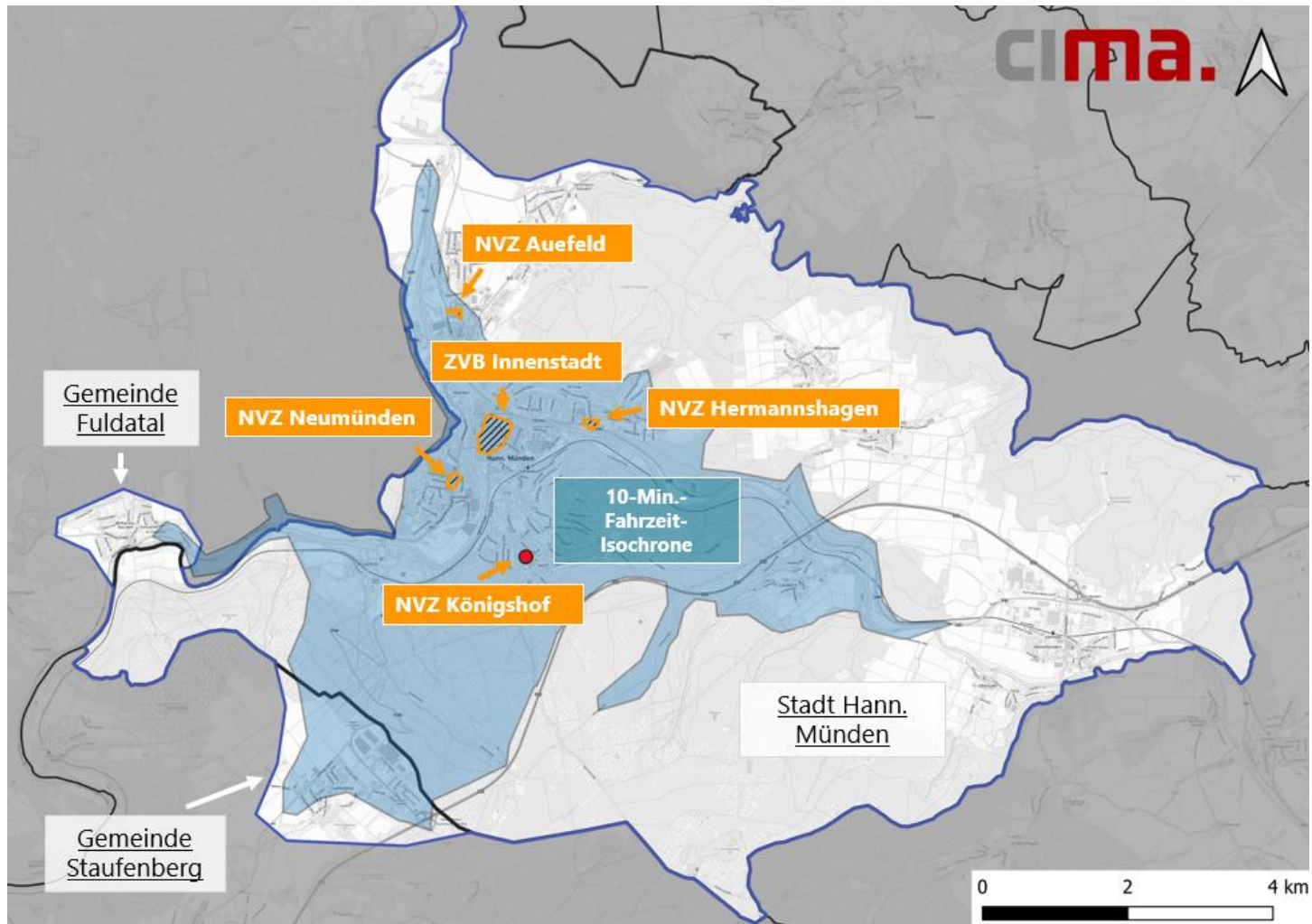
Durch Vor-Ort-Erhebungen wurde erfasst, ob und in welchem Umfang innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstrukturen vorzufinden sind. Die Einzelhandelsstandorte innerhalb des Untersuchungsgebietes und die dort vorgefundenen Einzelhandelsstrukturen werden nachfolgend beschrieben. Die Stadt Hann. Münden (nur eingefasstes Untersuchungsgebiet, d.h. ohne den nördlichen Ausläufer des Stadtgebiets wie Hemeln, Glashütte oder Bursfelde) und die ebenfalls im Untersuchungsgebiet eingefassten Ortschaften Lutterberg (Gemeinde Staufenberg) und Wilhelmshausen (Gemeinde Fuldata) verfügen zusammen bei einer Bevölkerung von 24.202 Personen und einer anteilig berechneten Kaufkraftkennziffer von 94,3 über ein vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial im Sortiment Nahrungs- und Genussmitteln von rd. 63,0 Mio. € (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Bevölkerung, Kaufkraft und Nachfrage im Untersuchungsgebiet

Orte im Untersuchungsgebiet	Bevölkerung	Kaufkraftkennziffer (D=100)	Nachfragepotenzial Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)
Hann. Münden	22.555	94,0	58,5
Gemeinde Fuldata	838	97,1	2,2
Gemeinde Staufenberg	809	100,0	2,2
Summe	24.202	94,3	63,0

Hinweis: Das Nachfragepotenzial errechnet sich aus der Bevölkerungszahl der jeweiligen Kommune im Untersuchungsgebiet (Bevölkerung insg. 24.202, Quelle: Zensus 2022), der zugehörigen jeweils gewichteten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern (Quelle: MB Research, 2024) sowie den Ausgabesätzen für die jeweiligen Sortimente. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Abbildung 4: Untersuchungsgebiet mit 10-Minuten-Fahrzeitisochrone



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, 2024

Bearbeitung: cima 2024

Anmerkung: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden (cima 2019)

3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Das Untersuchungsgebiet verfügt über ein umfangreiches Nahversorgungsangebot. Dabei sind viele der als direkte Wettbewerber anzusehenden Vollsortimenter und Discounter in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden¹ werden die zentralen Versorgungsbereiche in zwei Kategorien unterteilt (Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentren), wobei sich im Untersuchungsgebiet neben dem Vorhabenstandort NVZ Königshof vier weitere zentrale Versorgungsbereiche befinden.

Stadt Hann. Münden

Hauptzentrum:

- ZV Innenstadt (PENNY, TEGUT)

Nahversorgungszentren:

- NVZ Hermannshagen (LIDL, EDEKA)
- NVZ Neumünden (PENNY)
- NVZ Auefeld (HIT²)

Außerhalb der im Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden definierten zentralen Versorgungsbereiche befindet sich ein weiterer solitär gelegener Lebensmittelmarkt sowie ein Getränkemarkt im Untersuchungsgebiet:

- ALDI, Steinweg, in rd. 3,1 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort
- LOGO Getränkemarkt, Steinweg, in rd. 3,1 km Fahrdistanz

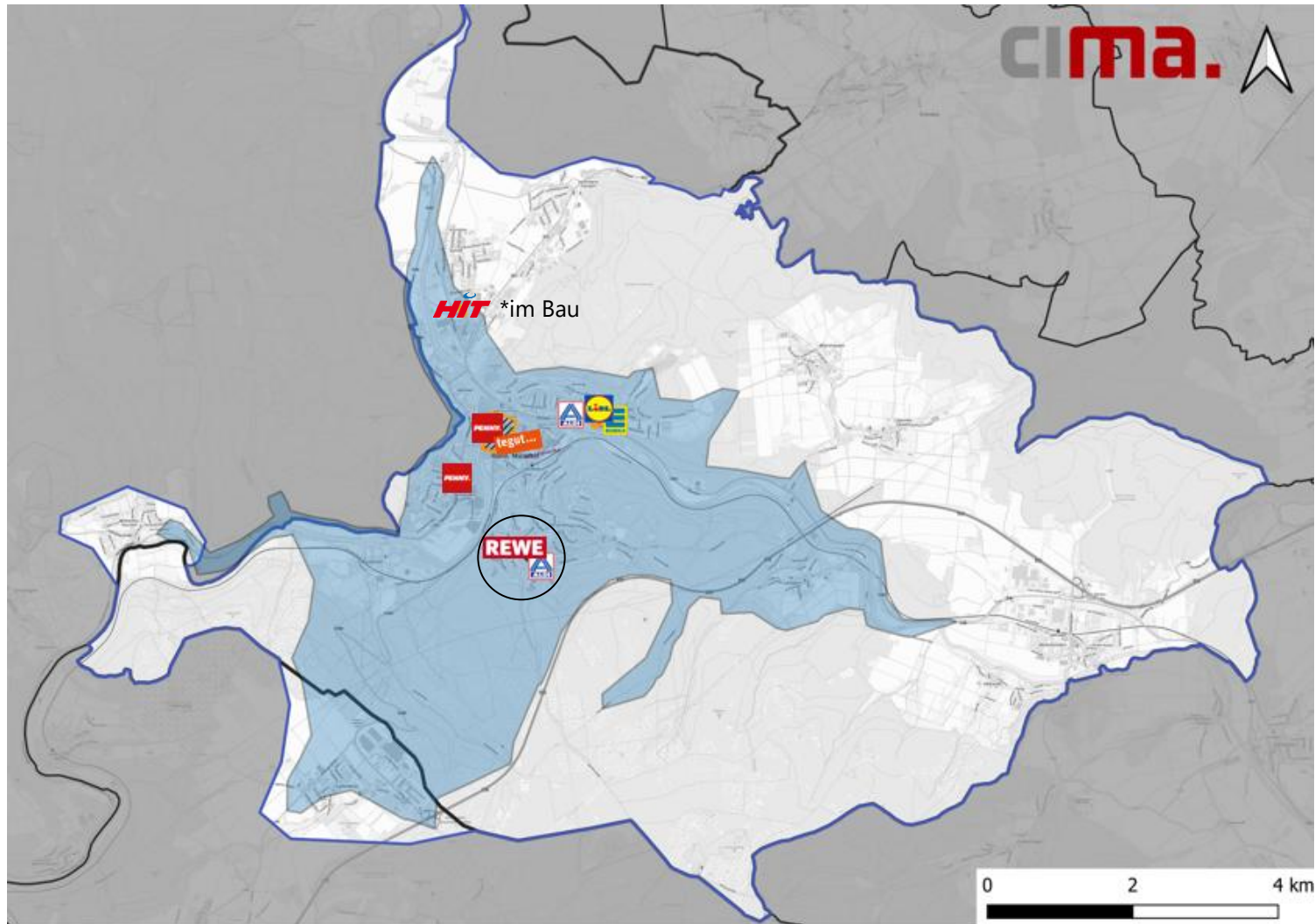
Darüber hinaus finden sich auch eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (v.a. Bäcker, Fleischer), Spezialgeschäfte, Tankstellen und Kioske im Untersuchungsgebiet, die mit dem Vorhaben aber nur begrenzt im Wettbewerb stehen.

Nachfolgend werden die zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstige bedeutende Wettbewerbslagen des Lebensmitteleinzelhandels hinsichtlich ihrer vorhabenrelevanten Angebotsausstattung und Leistungsfähigkeit beschrieben. Die jeweilige Bewertung basiert auf der gutachterlichen Einschätzung jedes Einzelstandortes im Rahmen einer Begutachtung vor Ort durch die cima sowie Markt- und Unternehmensdaten.

¹ Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hann. Münden (cima 2019)

² Das Vorhaben auf dem Grundstück der Auefeldstraße 9-13 befindet sich aktuell im Bau. Die Eröffnung des Marktes ist für das dritte Quartal 2025 geplant. Zur Berücksichtigung des neuen Lebensmittelmarktes werden dessen projektierte Verkaufsflächen von rund 2.200 m² in der vorliegenden Analyse bereits mit einberechnet (vgl. vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 080 „Nahversorgungszentrum Auefeld“ vom 16.03.2023 der Stadt Hann. Münden).

Abbildung 5: Überblick zur Angebotssituation im Untersuchungsgebiet



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, 2024

Bearbeitung: cima 2024

Anmerkung: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden (cima 2019)

3.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die Hann. Mündener Innenstadt befindet sich nördlich des Vorhabenstandortes an dem Zusammenfluss von Werra und Fulda. Die Innenstadt wird im Norden und im Westen durch die beiden Flüsse begrenzt. Im Osten bilden die Wallanlagen und im Süden die B 496 die Begrenzung.

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt finden sich insgesamt eine Filiale des Lebensmitteldiscounters PENNY (Ziegelstraße) und eine Filiale der Supermarktkette TEGUT (Burgstraße). Beide Filialen weisen Verkaufsflächen deutlich unter 800 m² auf und agieren somit in der Kleinflächigkeit.

Das Ladenlokal von TEGUT ist neu eröffnet (November 2024) und präsentiert sich dementsprechend mit kleiner, aber moderner Verkaufsfläche. Der PENNY-Markt dagegen weist sichtliche Modernisierungsbedarfe auf. Beide Märkte sind bedingt durch die enge städtebauliche Struktur der Altstadt und damit einhergehende fehlende Parkmöglichkeiten insbesondere für Kundinnen und Kunden, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV unterwegs sind, gut zu erreichen.

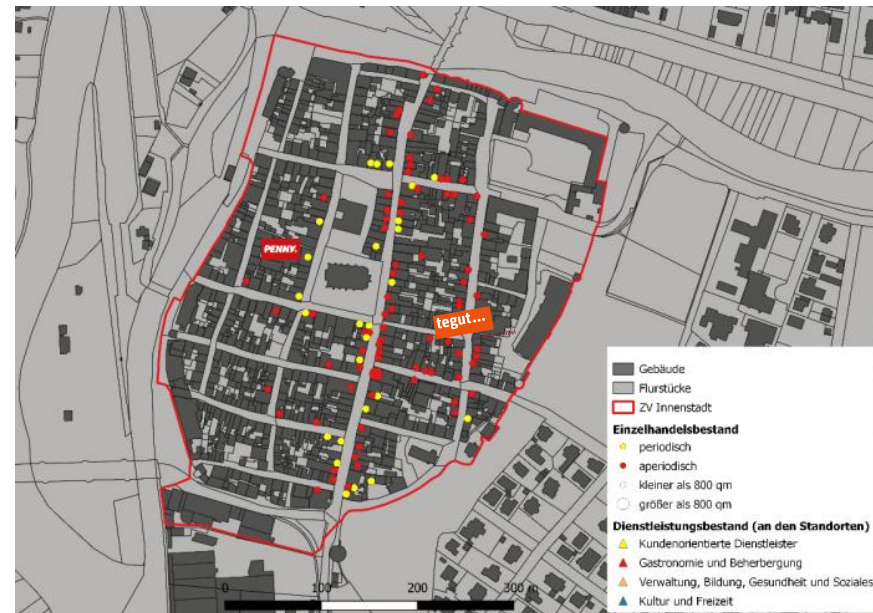
Neben den o. g. Betrieben umfasst das Angebot in der Hann. Mündener Innenstadt eine Vielzahl an Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie Lebensmittelspezialgeschäfte. Weiterhin sind diverse zentrenprägende Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen) ansässig.

Abbildung 6: Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: cima 2024

Abbildung 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



Quelle: Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hann. Münden (cima 2019)
Bearbeitung: cima 2024

3.4 Nahversorgungszentrum Hermannshagen

Das Nahversorgungszentrum Hermannshagen befindet sich in rd. 3,4 km Entfernung zum Vorhabenstandort im Stadtteil Kattenbühl. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst die Einmündung des Wiershäuser Wegs auf die B 80. Er ist durch die Lage an der B 80 insbesondere auf den Pkw-Verkehr ausgelegt und gut angebunden.

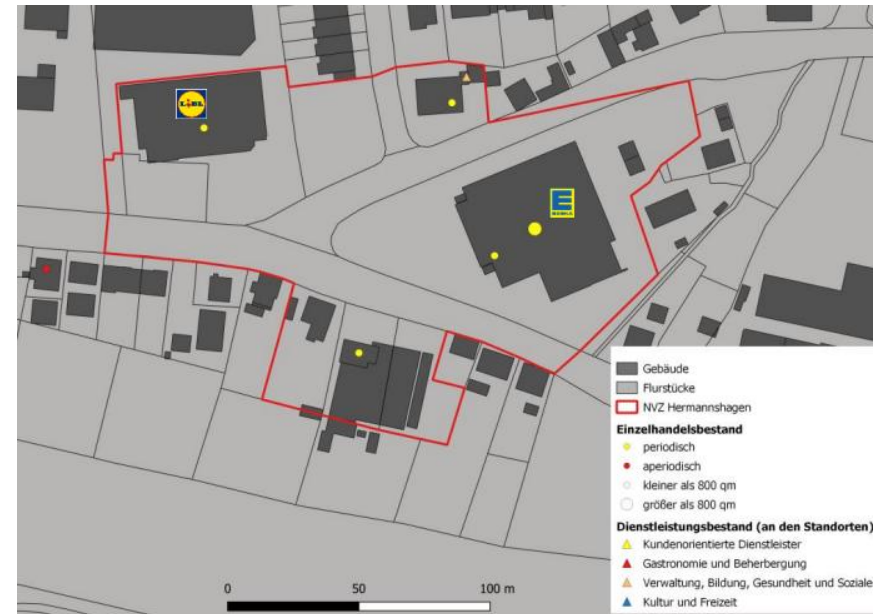
An dem Standort ansässig sind die zwei Magnetbetriebe aus dem Lebensmitteleinzelhandel; LIDL als Lebensmitteldiscounter und EDEKA auf gegenüberliegender Seite als Vollsortimenter. Beide Betriebe sind an dem Standort gut aufgestellt. Ergänzend finden sich zudem kleinteilige Anbieter wie eine Apotheke und ein Blumengeschäft.

Abbildung 8: Anbieter im Nahversorgungszentrum Hermannshagen



Quelle: cima 2024

Abbildung 9: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Hermannshagen



Quelle: Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hann. Münden (cima 2019)
Bearbeitung: cima 2024

3.5 Nahversorgungszentrum Neumünden

Das Nahversorgungszentrum Neumünden befindet sich im westlichen Bereich des Untersuchungsgebiets im Stadtteil Neumünden.

Neben dem PENNY-Markt ist im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auch ein LOGO-Getränkemarkt und ein kleiner Bäcker ansässig. Darüber hinaus gibt es eine FRESSNAPF-Filiale, ein Blumengeschäft, eine Tankstelle inkl. Shop, einen DRK-Shop sowie mehrere Dienstleistungsbetriebe und Gastronomie.

Der Lebensmitteldiscounter PENNY ist hinreichend modern und leistungsfähig aufgestellt. Der ebenfalls modernisierte LOGO-Getränkemarkt ergänzt das Nahversorgungsangebot durch die Versorgung mit Getränken.

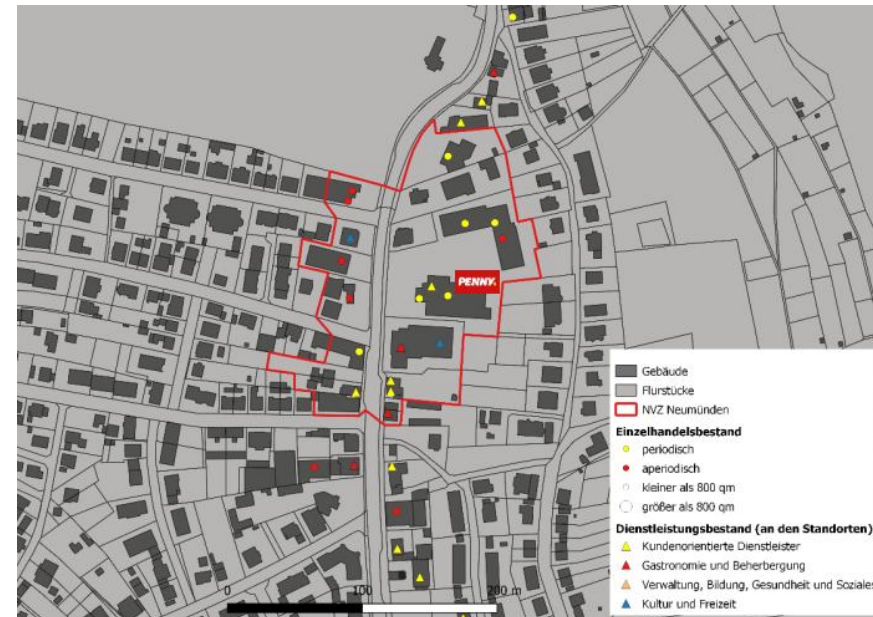
Das Nahversorgungszentrum stellt insgesamt einen gut aufgestellten Wettbewerbsstandort im Westen der Stadt Hann. Münden dar, der umliegende Wohngebiete versorgt.

Abbildung 10: Anbieter im Nahversorgungszentrum Neumünden (Auswahl)



Quelle: cima 2024

Abbildung 11: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Neumünden



Quelle: Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hann. Münden (cima 2019)
Bearbeitung: cima 2024

3.6 Nahversorgungszentrum Auefeld

Das Nahversorgungszentrum Auefeld liegt im Bereich nördlich der Innenstadt im Stadtteil Gimte. Es verläuft entlang der namensgebenden Auefeldstraße, Kreuzung Gimter Straße. Aktuell (Dezember 2024) findet hier der Neubau von zwei Handelsimmobilien statt, welche von HIT (östliche Immobilie) und ROSSMANN (westliche Immobilie) bezogen werden. Die Eröffnung der Märkte ist für das dritte Quartal 2025 geplant.

Die dargestellten Gebäude innerhalb der Abgrenzung des NVZs in Abbildung 12 stellen die Situation von 2019 dar. Bereits damals war HIT als Vollsortimenter in der östlichen Immobilie angesiedelt. Die Gebäude entsprachen allerdings nicht mehr den modernen Standards, weshalb ein Abriss und Neubau der Immobilien beschlossen wurde, um sich zukunftsfähig aufzustellen. Durch die Ansiedlung des ROSSMANN-Drogeriemarktes wird das Angebot im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente am Standort weiter gestärkt. Zudem können beide Märkte mit gegenseitigen Kopplungseffekten rechnen.

Zur Berücksichtigung des neuen Lebensmittelmarktes werden dessen projektierte, baurechtlich gesicherte und im Bau befindliche Verkaufsflächen von insgesamt ca. 2.200 m² sowie die Flächen des Drogeriefachmarktes in der vorliegenden Analyse bereits mit einberechnet.³

Abbildung 12: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Auefeld



Quelle: Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hann. Münden (cima 2019)

Bearbeitung: cima 2024

³ Vgl. vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 080 „Nahversorgungszentrum Auefeld“ vom 16.03.2023 der Stadt Hann. Münden

3.7 Weitere Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet

Außerhalb der im Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden definierten zentralen Versorgungsbereiche befindet sich ein weiterer solitär gelegener Lebensmittelmarkt sowie ein Getränkemarkt im Untersuchungsgebiet:

- ALDI, Steinweg, in rd. 3,1 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort
- LOGO Getränkemarkt, Steinweg, in rd. 3,1 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort

Darüber hinaus finden sich im sonstigen Gemeindegebiet und weiteren Untersuchungsgebiet eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, einige Spezialgeschäfte, Tankstellen und Kioske, die mit dem Vorhaben aber nur begrenzt im Wettbewerb stehen.

Abbildung 13: Weitere Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet (Auswahl)



ALDI, LOGO, Steinweg, Hann. Münden



Quelle: cima 2024

4 Auswirkungen des Planvorhabens

4.1 Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens

In der Stadt Hann. Münden wird derzeit der Neubau und eine damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung eines bereits ansässigen REWE-Vollsortimenters (inkl. Bäcker mit Café-Bereich und Fleischer in der Vorkassenzonen) und ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Quedlinburger Straße diskutiert. Die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes von aktuell 720 m² auf zukünftig 1.050 m² erweitert werden. Später soll der Neubau des REWE-Marktes folgen, wobei eine Erweiterung der Verkaufsfläche von aktuell 1.175 m² (zzgl. 45 m² Bäcker und Fleischer) auf zukünftig 1.520 m² (zzgl. 80 m² für Bäcker und Fleischer) geplant ist (vgl. Abb. 14).

Die Angaben zur Größe der Verkaufsflächen basieren auf den Angaben der auftraggebenden Stelle. Die Größen der Teilflächen für die einzelnen Sortimente ergeben sich aus der aktuellen Verteilung, den Erfahrungen der cima und aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren Märkten.

Zur Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit von entsprechenden Betriebstypen und Verkaufsflächendimensionierungen orientieren und an die standortspezifische Wettbewerbssituation in Hann. Münden angepasst wurden.

Die erzielten Umsätze der Altflächen haben ihre Marktwirkung in der Vergangenheit bereits erzielt und können somit als verträglich vorausgesetzt werden. Zur Berücksichtigung der gesamten Effekte des Planvorhabens ist zu beachten, dass die beiden Märkte im Zuge des Neubaus der Immobilien und der Verkaufsflächenerweiterung auch in ihrer Gesamtheit attraktiver aufgestellt sein werden. Somit kann voraussichtlich auch auf den be-

stehenden Verkaufsflächen mehr Umsatz generiert werden. Diesem Umstand wird bei der Umsatzschätzung für die Erweiterungsflächen Rechnung getragen, indem der zu erwartende Umsatzzuwachs entsprechend hoch eingeschätzt wird.

Zwar werden beide Märkte aufgrund des Neubaus und der Vergrößerung ihre Gesamtattraktivität für die Kundschaft steigern können, allerdings sind den zu erwartenden Umsätzen aufgrund der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet Grenzen gesetzt.

Darauf basierend prognostiziert die cima für das Gesamtvorhaben im realitätsnahen „Worst-Case“-Ansatz einen zu erwartenden **Einzelhandelsmehrumsatz (brutto)** von **ca. 5,10 Mio. €** pro Jahr.

Der Mehrumsatz verteilt sich auf das Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel beider Lebensmittelmärkte sowie auf diverse Randsortimente. Die Randsortimente setzen sich u. a. aus den folgenden Sortimentsgruppen zusammen:

- Drogerie- und Parfümeriewaren (periodisch)
- Zeitschriften, Zeitungen (periodisch)
- Schnittblumen, Floristik (periodisch)
- Bekleidung, Wäsche (aperiodisch)
- Unterhaltungselektronik (aperiodisch)
- Zoobedarf (aperiodisch)
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat (aperiodisch)

Dabei handelt es sich um Sortimente, die zum Teil auch nur als wechselnde Aktionswaren auf gesonderten Flächen innerhalb des Verkaufsraums angeboten werden. Bei dem Neubau der Märkte mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung machen diese einzelnen Flächen nur einen geringen Teil der gesamten Verkaufsfläche aus. Deshalb bleiben die Um-

satzumverteilungen je Sortiment unterhalb der Nachweisgrenze und in den folgenden Ausführungen unberücksichtigt. Umverteilungsrelevant sind somit nur Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment beider Märkte.

Der für die ökonomische Wirkungsprognose relevante Einzelhandelsmehrumsatz im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel beträgt demnach ca. 4,19 Mio. €.

Abbildung 14: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens

CIMA Sortiment	Bestand ALDI		Bestand REWE		Bestand Bäckerei		Bestand Metzgerei		Bestand insgesamt	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf gesamt	665	4,47	1.090	6,69	20	0,36	25	0,45	1.800	11,97
davon Nahrungs- und Genussmittel	595	4,20	995	6,27	20	0,36	25	0,45	1.635	11,28
übriger periodischer Bedarf	70	0,27	95	0,42	0	0,00	0	0,00	165	0,69
Aperiodischer Bedarf gesamt	55	0,20	85	0,26	0	0,00	0	0,00	140	0,46
sonstige Randsortimente	125	0,47	180	0,68	0	0,00	0	0,00	305	1,15
Gesamt	720	4,67	1.175	6,94	20	0,36	25	0,45	1.940	12,43

CIMA Sortiment	Planung ALDI		Planung REWE		Planung Bäckerei		Planung Metzgerei		Planung insgesamt		Zusätzliche Verkaufsfläche und Umsatz insgesamt	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf gesamt	955	6,86	1.370	8,76	55	0,50	25	0,48	2.405	16,59	605	4,62
davon Nahrungs- und Genussmittel	870	6,44	1.240	8,06	55	0,50	25	0,48	2.190	15,47	555	4,19
übriger periodischer Bedarf	85	0,43	130	0,70	0	0,00	0	0,00	215	1,12	50	0,43
Aperiodischer Bedarf gesamt	95	0,31	150	0,63	0	0,00	0	0,00	245	0,94	105	0,48
sonstige Randsortimente	180	0,74	280	1,32	0	0,00	0	0,00	460	2,06	155	0,91
Gesamt	1.050	7,18	1.520	9,38	55	0,50	25	0,48	2.650	17,53	710	5,10

Anmerkung: Geschätzter Bruttoumsatz/ Jahr nach Erfahrungen der cima unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation, Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: cima 2024

4.2 Herkunft des Vorhabenumsatzes

Basis der folgenden Prognose ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des Planvorhabens. Die Attraktivität der Einkaufsstandorte wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des cima-Teams abgeschätzt. In diesem Zusammenhang werden auch detaillierte Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts und der Wettbewerbsstandorte gewonnen.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten bezieht die cima aus Echtzahlen der Anbieter, die i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen bezogen werden. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerbsbetriebe ist dabei von großer Relevanz. Außerdem wurde die individuelle Wettbewerbssituation in den einzelnen Branchen berücksichtigt und die Chance neuer Anbieter, Umsätze zu generieren, in die Bewertungen einbezogen.

Die Herkunft des Vorhabenumsatzes kann auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonometrischen HUFF-Simulationsmodells⁴ berechnet werden. Dieses quantifiziert die durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den betroffenen Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“).

Einflussgrößen sind u. a.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes im Bereich des Vorhabenstandorts sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

Das Gravitationsmodell nach HUFF findet nicht nur bei der cima Anwendung, sondern wird auch von weiteren Einzelhandelsgutachtern verwendet. In mehreren Gerichtsverfahren wurde diese gutachterliche Methodik bereits anerkannt (vgl. z.B. OVG Lüneburg 1 LC 107/05, Urteil vom 01.09.2005, OVG Münster 10 A 1676/08, Urteil vom 30.09.2009 oder VG Hannover 4 B 961/10, Beschluss vom 23.06.2010).

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird von einem realitätsnahen „**Worst-Case-Ansatz**“ ausgegangen. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten entsprechen demnach der **maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel**. Es wird angenommen, dass sich das Planvorhaben erfolgreich am Markt positionieren kann.

Dementsprechend geht die cima von nachfolgender Umsatzherkunft aus.

⁴ Die CIMA Beratung + Management GmbH interpretiert das HUFF-Modell als ein Denkmmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Abbildung 15: Umsatzherkunft des Planvorhabens

Umsatzherkunft durch Umverteilung in ...	in Mio. €	in %
Bereich des Untersuchungsgebietes:	3,87	92,5
ZV Innenstadt Hann. Münden	0,84	20,0
NVZ Hermannshagen	1,17	28,0
NVZ Neumünden	0,54	13,0
NVZ Auefeld	0,50	12,0
Sonstiges Stadtgebiet Hann. Münden	0,82	19,5
sonstige Orte, diffuse Umsatzumverlagerungen	0,31	7,5
Gesamtsumme	4,19	100

Quelle: cima 2024

Die cima kommt zu dem Ergebnis, dass rd. 92,5 % der durch das Planvorhaben generierten zusätzlichen Umsätze innerhalb des Untersuchungsgebiets umverteilt werden und somit als Verdrängung für den bestehenden Einzelhandel zu werten sind.

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation innerhalb des Untersuchungsgebiets sowie der Art des Planvorhabens (Neubau und Verkaufsflächenenerweiterung von zwei Lebensmittelmärkten), finden die Umsatzumverteilungen vorrangig im näheren Umfeld des Planstandortes statt. Stärker betroffen sind aufgrund der Nähe zum Vorhabenstandort sowie der Angebotsstruktur im wettbewerbsrelevanten Einzelhandel die Märkte im Nahversorgungszentrum Hermannshagen (LIDL, EDEKA) sowie der ALDI-Markt am Steinweg (sonstiges Untersuchungsgebiet).

Rd. 20 % des Vorhabenmehrumsatzes werden von den vorhandenen Lebensmittelanbietern im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gewonnen.

Die übrigen Zentren im Untersuchungsgebiet (NVZ Neumünden, NVZ Auefeld) tragen aufgrund von Lage und Entfernung vom Vorhabenstandort in geringerem Maße zu dem auf den erweiterten, modernisierten Flächen perspektivisch erzielbaren Umsatz bei (ca. 13 % bzw. 12 %).

Der diffuse Umsatzanteil, der von Standorten außerhalb des Untersuchungsgebiets stammt, beträgt anteilig nur ca. 7,5 % (vgl. Abb. 15).

4.3 Ökonomische Wirkungsprognose

Als Folge der Realisierung des Planvorhabens sind Umsatzumverteilungen innerhalb der bestehenden Einzelhandelsstrukturen zu erwarten. Diese werden in der ökonomischen Wirkungsprognose quantifiziert und hinsichtlich möglicher Auswirkungen bewertet.

Dabei wird der Umsatz des Planvorhabens den heutigen Umsätzen des Einzelhandels innerhalb des direkten Einzugsgebiets gegenübergestellt. Die daraus resultierenden Umsatzumverteilungsquoten werden absolut (in Mio. €) und relativ (in %) dargestellt. Es erfolgt eine differenzierte Ausweisung für alle tangierten zentralen Versorgungsbereiche.

Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote

Die Umsatzumverteilungsquote ist ein maßgebliches Beurteilungskriterium für die Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine nicht nur unwesentliche Auswirkung, denn allein die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage ist baurechtlich irrelevant.⁵ Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).⁶ Bei der Bewertung eines Planvorhabens bezieht die CIMA neben der Umsatzumverteilungsquote daher auch absolute Umsätze sowie die Relation von bestehender Verkaufsfläche und jener des Planvorhabens mit ein.

Lt. Urteil des OVG Münster vom 7.12.2000 werden Umsatzverlagerungen zwischen 7 und 11 % bereits als abwägungsrelevant eingeordnet. Das heißt, sollten Umsatzverlagerungen dieser Größenordnung für ein Pro-

jektvorhaben nicht dokumentiert werden, wird von einem Abwägungsfehler in der baurechtlichen Beurteilung ausgegangen. Bei der Beurteilung der Umsatzverlagerungen ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offengelassen.⁷

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (= „Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.⁸ Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojekts in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.⁹

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojekts haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.¹⁰

⁷ BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mülheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01

⁸ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70; OVG Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03/76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

⁹ Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

¹⁰ OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76.

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

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

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwerts“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 % beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von etwa 20 bis 25 %.¹¹ Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten.

Einschränkend muss angefügt werden, dass die Beurteilung in Abhängigkeit vom Standort erfolgt. Außerdem geht die cima bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Umsatzumverteilungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Es bleibt zu bedenken, dass ein Umsatzrückgang an einem Standort nur ein Indiz im Sinne eines „Anfangsverdachts“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzumverteilungen ab ca. 7 bis 11 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich in städtischen Verödungen und zu erwartenden „Trading-Down-Effekten“ ausdrücken.

Als Richtwert für die Verträglichkeit eines Vorhabens verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach der Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um den speziellen Gegebenheiten des Einzelfalls gerecht zu werden. Umsatzumverteilungsquoten im Bereich von 10 % und mehr werden nachfolgend für jedes tangierte Sortiment vertiefend diskutiert und gutachterlich bewertet.

¹¹ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

Abbildung 16: Umverteilungseffekte des Planvorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Nahrungs- und Genussmittel	Umsatz aktuell in Mio. €	Umsatz- umverteilung in Mio. €	Umsatz- umverteilung in %
Untersuchungsgebiet gesamt	43,3	3,87	
ZV Innenstadt Hann. Münden	9,2	0,84	9,1
NVZ Hermannshagen	12,3	1,17	9,5
NVZ Neumünden	5,4	0,54	10,0
NVZ Auefeld	9,3	0,50	5,4
Sonstiges Stadtgebiet Hann. Münden	7,1	0,82	11,5
sonstige Orte, diffuse Umsatzumverlagerungen		0,31	
Gesamtsumme	43,3	4,19	

Quelle: cima-Berechnungen nach HUFF 2024; rundungsbedingte Abweichungen möglich

Die Branche Nahrungs- und Genussmittel stellt das Kernsortiment der Untersuchung dar. Als Erweiterungsfläche fließen für beide Märkte (REWE inkl. Bäcker mit Café-Bereich und Fleischer + ALDI) rd. 570 m² in das Sortiment ein, die zu einer Umsatzmehrerwartung insgesamt von rd. 4,19 Mio. € (brutto pro Jahr) für Nahrungs- und Genussmittel führen.

Die Betrachtung der Umsatzumverteilungsquoten in Abb. 16 zeigt, dass durch das Planvorhaben in einigen der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche nennenswerte Umsatzumverteilungen ausgelöst werden. Diese werden nachfolgend genauer betrachtet.

Im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** beläuft sich die durch das Planvorhaben ausgelöste Umsatzverteilung auf ca. 9,1 %. Dies entspricht einem absoluten Verdrängungsumsatz von etwa 0,84 Mio. €. Betroffen sind in der Innenstadt hierdurch insbesondere die größeren Lebensmittelmärkte PENNY sowie der neu aufgestellte TEGUT. In einem deutlich geringeren Ausmaß sind auch die weiteren 22 kleinteiligen Lebensmittelanbieter z.B. Betriebe des Lebensmittelhandwerks betroffen.

Der PENNY-Markt ist seit langer Zeit gut am Markt etabliert (auch bedingt durch eine gute zentrale Lage). Allerdings ist mittelfristig eine Modernisierung der Filiale notwendig, um sich weiterhin attraktiv aufzustellen. Der TEGUT wurde im November 2024 neu eröffnet und ist damit modern aufgestellt. Bei der Größenordnung der Umverteilung und der Verteilung auf insgesamt 24 Betriebe ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen des Planvorhabens auf die Umsätze der Märkte im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zwar z.T. bemerkbar sein werden. Andererseits sind keine direkten Schließungen zu befürchten, da die Auswirkungen durch die zweistufige Umsetzung in zwei kleineren Schüben auftreten. Selbst bei der unwahrscheinlichen Aufgabe einzelner Läden würde die Versorgungsfunktion des ZVB Innenstadt in Gänze nicht gefährdet.

Der größte absolute Verdrängungsumsatz entfällt mit 1,17 Mio. € im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel auf das **Nahversorgungszentrum Hermannshagen**; dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von 9,5 %. Die Umsatzumverteilung betrifft den dort angesiedelten Vollsortimenter EDEKA sowie den Lebensmitteldiscounter LIDL. Negative städtebauliche Auswirkungen sind trotz der Umsatzumverteilungsquote von knapp 10 % nicht zu erwarten, da beide Märkte sehr stark aufgestellt sind und viele Kund*innen binden. Der EDEKA-Markt hat in den letzten Jahren zudem eine Modernisierung erfahren.

Im **Nahversorgungszentrum Neumünden** wird eine Umsatzumverteilung von rd. 10,0 % prognostiziert, was absolut 0,54 Mio. € ausmacht. Dies betrifft dort insbesondere den PENNY-Markt sowie den LOGO-Getränkefachmarkt. Der PENNY-Markt hat sich vor wenigen Jahren neu aufgestellt und ist als modern und zukunftsfähig anzusehen. Für die umliegende Bevölkerung der südwestlichen Stadtteile ist er zentrale Anlaufstelle und wird diese Versorgungsfunktion weiterhin wahrnehmen können. Bei einem aufgeteilten Umsatzrückgang von 0,54 Mio. € auf 3 Betriebe im NVZ Neumünden ist keine Schließung der ansässigen Betriebe zu befürchten, zumal die Auswirkungen des Planvorhabens versetzt auf-

treten, erst die Neuaufstellung des ALDI-Marktes, frühestens 2031 die des REWE-Marktes.

Mit 5,4 % entfällt die niedrigste Umsatzumverteilungsquote auf das **Nahversorgungszentrum Auefeld**. Hier befinden sich aktuell die Märkte HIT und ROSSMANN im Bau, für die die Eröffnung im dritten Quartal 2025 geplant ist. Aufgrund der voraussichtlich attraktiven Neuaufstellung des wichtigen Standorts für die nördlichen Siedlungsbereiche und der Umsatzumverteilungsquote von deutlich unter 10 % sind negative städtebauliche Auswirkungen am Nahversorgungszentrum Auefeld nicht zu erwarten.

Der größte relative Verdrängungsumsatz trifft mit einer Umsatzumverteilung von 11,5 % im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel Betriebe im **sonstigen Stadtgebiet der Stadt Hann. Münden**. Dies sind neben mehreren kleineren Märkten insbesondere der ALDI-Markt sowie der LOGO-Getränkefachmarkt am Steinweg. DIE ALDI-Filiale wurde an dem Standort im Jahr 2021 neu gebaut und ist daher insgesamt gut aufgestellt. Darüber hinaus befindet sich keiner der im sonstigen Stadtgebiet ansässigen Betriebe innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, wodurch ohnehin keine baurechtlichen Schutzansprüche der Versorgungsfunktion geltend gemacht werden können.

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt, dass das Planvorhaben in allen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen nennenswerte Umverteilungseffekte erzeugen würde. Die Umsatzumverteilungsquote liegt hier im Mittel bei rd. 9 % und damit im Bereich einer Größenordnung, ab welcher das Planvorhaben städtebauliche Effekte mit sich ziehen könnte. Allerdings liegen die Umsatzumverteilungsquoten für die schützenswerten Bereiche (ZV, NVZs) nicht höher als 10,0 % und treffen auf einen etablierten, gut aufgestellten Wettbewerb, sodass aus gutachterlicher Sicht keine Betriebsschließungen und damit einhergehende Funktionsverluste zu erwarten sind. Zudem treten die Auswirkungen des Planvorhabens versetzt auf, da die Neuaufstellung des ALDI-Marktes zeitnah erfolgen soll,

die des REWE-Marktes aber erst frühestens 2031 nach Auslaufen des aktuellen Mietvertrags.

Das Planvorhaben zur Erweiterung des REWE- und ALDI-Marktes kann in dem geplanten Verkaufsflächenumfang daher als verträglich eingestuft werden.

5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden

Der Standort des Planvorhabens an der Quedlinburger Straße befindet sich nach dem derzeit gültigen Einzelhandelskonzept (Überarbeitung 2019, cima) im Nahversorgungszentrum Königshof und damit innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches.

Für die vier Nahversorgungszentren in Hann. Münden (Königshof, Hermannshagen, Neumünden und Auefeld) ist grundsätzlich Folgendes festgehalten (Einzelhandelskonzepts der Stadt Hann. Münden, 2019, S. 96):

Die Nahversorgungszentren „erhalten als zentrale Versorgungsbereiche ebenfalls eine Schutzfunktion und sollen insbesondere für die Nahversorgung in der polyzentrisch geprägten Stadt gestärkt und je nach Möglichkeit weiterentwickelt werden. Die Versorgungsfunktion soll aufrechterhalten werden.“

Die Ansiedlungsstrategien für die Nahversorgungszentren sind gemäß Einzelhandelskonzept wie folgt definiert (siehe ergänzend Abb. 17):

- Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sind konzeptionell nicht vorgesehen, aber grundsätzlich kleinflächig möglich.
- Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente sind bei vorliegender raumordnerischer Verträglichkeit sowie einer Einschränkung zentrenrelevanter Randsortimente großflächig möglich.
- Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind kleinflächig grundsätzlich möglich. Bei vorliegender raumordnerischer Einzelfallprüfung auch großflächig möglich.

Zwecks entwicklungsrelevanter Zielsetzungen werden für das Nahversorgungszentrum Königshof nachfolgende Aussagen getroffen (Überarbeitung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Hann. Münden, 2019, S. 28):

- *„Der Standort nimmt eine wichtige Bedeutung für die Nahversorgung im Stadtteil Kattenbühl ein, was gerade durch die große Einwohneranzahl in fußläufig unter 10 Minuten Erreichbarkeit (3.147 Einwohner) deutlich wird.“*
- *„Zudem ist der Einzelhandelsbestand im Stadtteil hinsichtlich der Einzelhandelszentralität insgesamt und im Bereich von Nahrungs- und Genussmitteln deutlich unter dem Durchschnitt von Hann. Münden.“*
- *„Erweiterungen der bestehenden Betriebe wären zu befürworten und über die Ausnahme vom Integrationsgebot grundsätzlich möglich.“*

In einem Ergänzungsbeschluss zum Einzelhandelskonzept wurden zudem 2019 konkrete Entwicklungsperspektiven für die Nahversorgungsmärkte im NVZ-Königshof aufgeführt: Vollsortimenter bis ca. 1.500 m² Verkaufsfläche, Discounter bis ca. 1.000 m² Verkaufsfläche und Drogeriefachmärkte bis ca. 600 m² Verkaufsfläche.

Das vorliegende Planvorhaben entspricht den im Einzelhandelskonzept festgesetzten Zielsetzungen für das NVZ-Königshof. Der Neubau und damit die Modernisierung und moderate Verkaufsflächenerweiterung der Märkte dient der Anpassung an aktuelle Marktbedingungen und soll somit den langfristigen Fortbestand der Nahversorgung im Stadtteil sichern.

Das Planvorhaben steht mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hann. Münden im Einklang. Verkaufsflächenerweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente bestehender Betriebe sind in den Nahversorgungszentren bei vorliegender raumordnerischer Verträglichkeit explizit vorgesehen.

Abbildung 17: Ansiedlungsmatrix im Einzelhandelskonzept Hann. Münden

		Zentrenrelevante Hauptsortimente	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
Zentrale Versorgungs- bereiche	Innenstadt / Altstadt	großflächig möglich	großflächig möglich	großflächig möglich
	Nahversorgungszentren (Königshof, Hermannshagen, Neumünden, Auefeld)	nur kleinflächig möglich	großflächig möglich	kleinflächig möglich, nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise auch großflächig
Weitere Standortkategorien	Potenzielle solitäre Nahversorgungsstandorte (C.F. Schröder, Hinter der Blume)	nur kleinflächig möglich	kleinflächig möglich, nach Einzelfallprüfung nur am Standort Hinter der Blume ausnahmsweise auch großflächig	großflächig möglich
	Potenzieller herausgehobener Nahversorgungsstandort (Hedemünden)	keine Ansiedlung	großflächig möglich	nur kleinflächig möglich
	Sonstige Wohn- und Mischgebiete	keine Ansiedlung*	grundsätzlich keine Ansiedlung**	keine Ansiedlung*
	Sonderstandorte (Göttinger Straße, Ehemaliger Güterbahnhof)	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	großflächig möglich
	Gewerbegebiete und sonstige nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung*	keine Ansiedlung*	grundsätzlich keine Ansiedlung, nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise möglich

Generell ist zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenenerweiterungen ermöglicht werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind (erweiterter Bestandsschutz).

Bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit durch die Anfertigung eines Verträglichkeitsgutachtens zu erbringen (Vorgaben der Landesplanung sind zu beachten). In diesem Zuge müssen mehrere räumlich konzentrierte nicht-großflächige Betriebe, von denen zusammen raumbedeutsame Wirkungen ausgehen oder ausgehen können, einer Zusammenschau unterzogen werden und gelten somit gemeinsam als großflächiger Einzelhandel.

* Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit untergeordneter Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente ist ausnahmsweise zulässig.

** Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind möglich

Quelle: Überarbeitung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Hann. Münden (CIMA, 2019)

6 Vereinbarkeit mit der Landes-Raumordnung

Neben dem kommunalen Einzelhandelskonzept ist die am 24.01.2017 beschlossene Fortschreibung (sowie Änderung 2022) des Landes-Raumordnungsprogramms (LROP) Niedersachsen bei der Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung zu prüfen. Gemäß LROP 2017 soll in allen Gemeinden auf ein zeitgemäßes Angebot des allgemeinen, täglichen Grundbedarfs hingewirkt werden. Dabei soll ebenso die Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen für alle Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein.

Kongruenzgebot

„In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 1)

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 5)

Aus dem Begründungstext zu der Regelung des Kongruenzgebots geht hervor, dass der Kongruenzraum für nahversorgungsrelevante Sortimente das Gemeinde- oder Stadtgebiet sein soll, auch in Mittelzentren wie Hann. Münden.

Das LROP regelt, dass der Umsatz, der insgesamt mit Kaufkraft von außerhalb des Kongruenzraums erzielt wird, 30 % des Gesamtumsatzes eines Einzelhandelsgroßprojektes nicht überschreiten dürfe.

Die CIMA hat die nachfolgende Berechnung zur Kaufkrafttherkunft für das agglomerierte Planvorhaben erstellt (vgl. Abb. 18). Zu beachten ist dabei, dass es sich nicht wie in der ökonomischen Wirkungsprognose um die

Umsatzherkunft, also den im Einzelhandel gebundenen Umsatz handelt, sondern um die Kaufkrafttherkunft, d.h. den Wohnort der Kundschaft.

Abbildung 18: Kaufkrafttherkunft des Planvorhabens

	Räumliche Kaufkrafttherkunft	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Potenzial-bindung in %	Umsatzanteil	
				in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	Stadt Hann. Münden	58,5	23,0	13,5	87
	Gemeinde Fuldatal	2,2	5,0	0,1	1
	Gemeinde Staufenberg	2,2	7,5	0,2	1
	sonstige Orte			1,7	11
	Summe			15,5	100
sonstige Rand-sortimente	Stadt Hann. Münden	31,3	5,6	1,8	85
	Gemeinde Fuldatal	1,2	1,1	0,01	1
	Gemeinde Staufenberg	1,2	1,0	0,01	1
	sonstige Orte			0,3	14
	Summe			2,1	100
Planvorhaben gesamt	Stadt Hann. Münden	89,9	16,9	15,2	87
	Gemeinde Fuldatal	3,4	3,6	0,1	1
	Gemeinde Staufenberg	3,4	5,2	0,2	1
	sonstige Orte			2,0	11
	Summe			17,5	100

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Quelle: CIMA 2024

Wie bereits in Abb. 3 auf Seite 9 dargestellt, verfügen die 22.555 Einwohner*innen der Stadt Hann. Münden bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 94 % zum Bundesdurchschnitt rechnerisch über rd. 58,5 Mio. € jährlich im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, die anteilig 838 Einwohnenden der Gemeinde Fuldatal bei 97,1 % rd. 2,2 Mio. €, die anteilig 809 Einwohnenden der Gemeinde Staufenberg bei

100,0 % ebenfalls rd. 2,2 Mio. €. Um die Vorgaben des LROP zu erfüllen, müssen mindestens 70 % des gesamten Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft aus dem Kongruenzraum, d.h. dem Gebiet der Stadt Hann. Münden kommen, höchstens 30 % von außerhalb. Dies gilt sowohl für das Hauptsortiment, als auch für die Randsortimente (hier werden in Abb. 18 die kumulierten Kaufkraftwerte der einzelnen Randsortimente dargestellt) und das Planvorhaben insgesamt.

Aus der Berechnung zur Kaufkraftherkunft und dem zugrundeliegenden Marktanteilsmodell (alle Anbieter im Stadtgebiet betrachtet), geht hervor, dass rd. 87 % des Vorhabenumsatzes im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel mit Kaufkraft aus dem Kongruenzraum, d.h. dem Gebiet der Stadt Hann. Münden erwirtschaftet werden. Bei den Randsortimenten liegt der Wert bei rd. 85 %, dem Planvorhaben insgesamt bei rd. 87 %.

Der Anteil des Umsatzes aus auswärtiger Kaufkraft liegt im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel bei rd. 13 %, bei den Randsortimenten bei rd. 16 %, im Planvorhaben insgesamt bei rd. 13 %. Die 30 % Schwelle des Kongruenzgebotes wird nicht überschritten.

Das Vorhaben erfüllt die Vorgaben des Kongruenzgebotes.

Konzentrationsgebot

„Zentrale Orte sind in den Regionalen Raumordnungsprogrammen im Benehmen mit den Gemeinden räumlich als Zentrale Siedlungsgebiete festzulegen.“ (Abschnitt 2.2, Ziffer 04)

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 04)

Der Vorhabenstandort befindet sich im Hann. Müндener Stadtteil Katzenbühl als zentralem Ort des Mittelzentrums und innerhalb des abgegrenzten zentralen Siedlungsgebietes. Das Regionale Raumordnungsprogramm (RRÖP) des Landkreises Göttingen wird zurzeit neu aufge-

stellt. Der RRÖP-Entwurf 2020 bestätigt die Lage des Standorts im zentralen Siedlungsgebiet (vgl. Abb. 19).

Abbildung 19: Auszug aus dem 1. RRÖP-Entwurf für den LK Göttingen 2020



Quelle: 1. RRÖP-Entwurf Landkreis Göttingen 2020
Bearbeitung: cima 2024

Mit Lage im zentralen Siedlungsgebiet des zentralen Ortes kann das Konzentrationsgebot des LROP als erfüllt betrachtet werden.

Integrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 05, Satz 1 und 2)

„Städtebaulich integrierte Lagen im Sinne des LROP stehen im engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9 Abs. 2a BauGB. Sie verfügen über ein vielfältiges und dichtes Angebot an Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen, die auch fußläufig als im Wesentlichen zusammengehörend erfahren werden können. Städtebaulich integrierte Lagen sind in das ÖPNV-Netz eingebunden.“ (Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP, 5.8)

Mit seiner Lage in einem untergeordneten zentralen Versorgungsbereich, einem wohnortbezogenen Nahversorgungszentrum in Stadtteil-lage, stellt der Planstandort keine städtebaulich integrierte Lage im engeren Sinne des LROP dar. Das regionale Einzelhandelskonzept des Landkreises Göttingen (2020) beschreibt nur den Versorgungskern Innenstadt (deckungsgleich mit dem ZVB Innenstadt des kommunalen Einzelhandelskonzeptes) als räumliche Verortung der städtebaulich integrierten Lage innerhalb der Stadt Hann. Münden.

Daher wird nachfolgend die Ausnahme vom Integrationsgebot geprüft.

Ausnahme vom Integrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 05, Satz 3)

Anbindung an das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs:

Die Bushaltestelle „Quedlinburger Straße“ liegt in circa 200 Meter Entfernung und bietet stündliche Verbindungen über die Linie 103 zum Bahnhof und zum Klinikum an. Eine Anbindung ist damit gegeben.

Aufteilung periodischer und aperiodischer Sortimente:

Sowohl der REWE-Vollsortimenter als auch der ALDI-Discounter haben jeweils einen mindestens 90 %-igen Anteil an periodischen Sortimenten (vgl. Abb. 14, S. 19).

Lage im zentralen Siedlungsgebiet:

Der Standort befindet sich im RROP festgehaltenen zentralen Siedlungsgebiet der Stadt Hann. Münden (vgl. Abb. 19, S. 29).

Räumlich funktionaler Zusammenhang zu Wohngebieten:

Es existiert ein klarer direkter funktionaler Zusammenhang zu Wohngebieten im Stadtteil Kattenbühl, welche die Märkte zu allen Seiten umgeben.

Vorhandensein einer städtebaulich integrierten Lage im Sinne des LROP:

Mit dem Versorgungskern Innenstadt, der im regionalen Einzelhandelskonzept des Landkreises Göttingen (2020) festgelegt ist, gibt es nur eine städtebaulich integrierte Lage im Sinne des LROP im zentralen Siedlungsgebiet der Ansiedlungsstadt.

Städtebauliches Konzept:

Im Rahmen der Überarbeitung des Einzelhandelskonzeptes (2019) wurde eine gesamtstädtische Betrachtung und Bewertung der Versorgungsstrukturen vorgenommen, um städtebaulich relevante Umstände des jeweiligen Einzelfalls herauszuarbeiten. Da die Ansiedlung in der integrierten Lage insbesondere aufgrund der kleinteiligen historischen Bebauung schwierig ist, werden im Konzept Standortalternativen vorgeschlagen, an denen die Ausnahmeregelung zur Anwendung kommen kann und soll, zu denen auch das Nahversorgungszentrum Königshof zählt. Das Einzelhandelskonzept wurde im Rat als städtebauliches Konzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 beschlossen.

Städtebauliche oder siedlungsstrukturelle Gründe zur Nichtansiedlung innerhalb der städtebaulich integrierten Lage:

Die Analyse des Einzelhandels im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes sowie einer aktueller Überprüfung hat gezeigt, dass keiner der Betriebe im zentralen Versorgungsbereich mehr als 900 m² Verkaufsfläche besitzt. Die größten Betriebe mit periodischem Hauptsortiment sind ROSSMANN, TEGUT und PENNY mit Flächen jeweils unter 600 m². In der Altstadt von Hann. Münden und damit auch im zentralen Versorgungsbereich bzw. Versorgungskern ist eine sehr kleinteilige Gebäude- und (Verkaufs-)Flächenstruktur der Einzelhandelsbetriebe festzustellen, die im Gegensatz zu dem Planvorhaben mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.650 m² (zwei Märkte á 1.050 m² bzw. 1.600 m²) steht. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind entsprechende

Flächengrößen auf Basis der aktuellen Gebäude- und Flächenstruktur nicht vorhanden.

Dabei ist auch der große Anteil denkmalgeschützter Gebäude in der Hann. Mündener Altstadt, die generell durch die umliegenden Wallanlagen eingegrenzt wird, zu betonen. Diese gehören vielen verschiedenen Privateigentümern, stammen darüber hinaus aus insgesamt sechs Jahrhunderten und sind somit diversen Epochen der europäischen Kunstgeschichte (u.a. Renaissance, Barock, Historismus, Gotik) zuzuordnen. Hierdurch ergeben sich zwei Schwierigkeiten für die potenzielle Ansiedlung großflächigen Einzelhandels. Einerseits stellen gerade Einzelhandelsvorhaben starke Eingriffe in Denkmäler dar, insbesondere wenn diese zuvor noch nicht im Erdgeschoss durch den Handel genutzt worden sind. Daher muss für jedes Planvorhaben hierbei im Einzelfall sehr konkret geprüft werden, ob die Beeinträchtigungen im Sinne des Denkmalrechts zu stark sind und ggf. durch andere Maßnahmen ausgeglichen werden können. Andererseits ist es für großflächige Planvorhaben, wie dem hier diskutierten, unumgänglich, dass mehrere Gebäude zusammengelegt werden müssen. Dies wäre in der Praxis in der Innenstadt nicht möglich. Denn neben der unterschiedlichen Gestaltung diverser Gebäude mit verschiedenen Bausubstanzen, Gebäudehöhen und weiteren Strukturen ist es auch ein überaus langwieriger Prozess, nebeneinanderliegende Flächen von verschiedenen Privateigentümern aufzukaufen und für großflächigen Einzelhandel nutzbar zu machen.

Zudem würde die Ansiedlung eines hochfrequentierten Lebensmittelmarktes zu einer Erhöhung der Verkehrsmenge führen, wofür das Straßennetz in der derzeitigen Form nicht ausgelegt ist. Neben dem Kundenverkehr ist bei der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes insbesondere auch der LKW-Anlieferungsverkehr zu betrachten, der zu erheblichen Beeinträchtigungen führen kann. Diese negativen Städtebaulichen Auswirkungen sind insbesondere aufgrund der engen Straßen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Hann. Münden zu befürchten.

Darüber hinaus gibt es im vorliegenden Fall explizit Gründe, weitere Lebensmittelmärkte nicht im Stadtkern des Mittelzentrums Hann. Münden anzusiedeln, sondern in gut erreichbarer Stadtteillage. So kann der tägliche, periodische Bedarf von der Bevölkerung der Stadtteile und Siedlungsbereiche außerhalb der Innenstadt wohnortnah erledigt werden, auch zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

Die Ausnahme vom Integrationsgebot kann angewendet werden, da mit dem beschlossenen Einzelhandelskonzept ein städtebauliches Entwicklungskonzept mit der Begründung und positiven Beschreibung des Planstandortes als Versorgungsschwerpunkt für die süd-östlichen Stadtteile vorliegt und auch alle anderen Prüfkriterien erfüllt werden.

Abstimmungsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 07, Satz 1)

Bei Einhaltung der im Rahmen der Bauleitplanung üblichen Beteiligungen kann das Abstimmungsgebot eingehalten werden.

Beeinträchtigungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 08)

Zur Beurteilung des Beeinträchtigungsverbotes wurde eine ökonomische Wirkungsprognose des Planvorhabens durchgeführt (vgl. Kapitel 4.3). Mit den ermittelten Werten des Neubaus mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung des REWE- sowie ALDI-Marktes am Standort Königshof würden die Auswirkungen insbesondere für die Lebensmittelmärkte in der Stadt Hann. Münden spürbar sein und zu Mindereinnahmen führen.

Die Umsatzumverteilungsquote liegt für einige schützenswerte Bereiche im Bereich des Schwellenwertes (10 %), jedoch mit maximal 10,0 % auch nicht darüber. Zudem treten die Auswirkungen des Planvorhabens versetzt auf, da die Neuaufstellung des ALDI-Marktes zeitnah erfolgen soll, die des REWE-Marktes aber erst frühestens 2031 nach Auslaufen des aktuellen Mietvertrags. Etwaige Betriebsaufgaben im Zuge der Umsetzung des Planvorhabens sind aufgrund des überwiegen gut aufgestellten und etablierten Wettbewerbs jedoch unwahrscheinlich.

Im Ergebnis kann keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen, der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierten Versorgungsstandorte oder der verbrauchernahen Versorgung festgestellt werden.

Wenngleich der Wettbewerbsdruck innerhalb der Stadt Hann. Münden durch das Planvorhaben erhöht wird und gewisse Mindereinnahmen der Bestandsstandorte zu erwarten sind, steht das Vorhaben dem Beeinträchtigungsverbot im Einklang.

7 Abschließende Bewertung und Empfehlung

In der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde die Verträglichkeit des Neubaus mit einhergehender Verkaufsflächenenerweiterung der beiden bestehenden Märkte REWE (inkl. Bäcker mit Café-Bereich und Fleischer) und ALDI am Standort Quedlinburger Straße im Nahversorgungszentrum Königshof der Stadt Hann. Münden untersucht. Das Planvorhaben umfasst eine Vergrößerung der Verkaufsflächen von derzeit insgesamt ca. 1.940 m² um rd. 710 m² auf zukünftig insgesamt ca. 2.650 m². Gegenstand des Neubaus der Immobilien mit gleichzeitiger Erweiterung ist in erster Linie die Anpassung der Räumlichkeiten an die aktuellen betriebswirtschaftlichen und kundschaftsorientierten Standards im Lebensmittel Einzelhandel. Dabei soll zeitnah der ALDI-Markt neu aufgestellt werden, der REWE-Marktes frühestens 2031 nach Auslaufen des aktuellen Mietvertrags.

Der Vorhabenstandort befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Königshof im zentralen Siedlungsgebiet der Stadt Hann. Münden. Es handelt sich um einen etablierten und leistungsfähigen Einkaufsstandort für Sortimente des periodischen Bedarfsbereichs. Die verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts mit dem Pkw über die Straße Vogelsang und mit dem ÖPNV über die Buslinie 103 mit nahegelegener Haltestelle „Quedlinburger Straße“ ist zudem als gut zu bezeichnen.

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt, dass das Planvorhaben in allen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen nicht unerhebliche Umverteilungseffekte erzeugen würde. Die Umsatzumverteilungsquote liegt hier im Mittel bei rd. 9 % und damit im abwägungsrelevanten Bereich. Negative städtebauliche oder strukturschädigende Auswirkungen im Untersuchungsgebiet sind aus gutachterlicher Sicht nicht grundsätzlich auszuschließen, jedoch unwahrscheinlich bei der Größenordnung der einzelnen Umsatzumverteilungsquoten und angesichts gut aufgestellter Wettbewerber in etablierten und überwiegend gut frequentierten Stadt-

teilzentrumslagen. Zudem treten die Auswirkungen des Planvorhabens versetzt auf, da die Neuaufstellung des ALDI-Marktes zeitnah erfolgen soll, die des REWE-Marktes, der kürzlich im Frühjahr 2021 modernisiert wurde, aber erst in einigen Jahren.

Eine Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landesplanung und Raumordnung ist gegeben. Das Kongruenzgebot wird angesichts der moderaten Erweiterung eingehalten, die Ausnahme des Integrationsgebots greift durch die positive Standortdefinition im kommunalen Einzelhandelskonzept und die siedlungsstrukturell integrierte Lage.

Wenngleich der Wettbewerbsdruck innerhalb der Stadt Hann. Münden durch das Planvorhaben leicht erhöht wird und gewisse Mindereinnahmen der Bestandsstandorte zu erwarten sind, kann die cima die Umsetzung des Planvorhabens im Nahversorgungszentrum Königshof empfehlen.

8 Methodik

Die Analyse des Einzelhandels im Einzugsgebiet des Planvorhabens in der Stadt Hann. Münden und der Gemeinden Staufenberg und Fulda wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer Vollerhebung des Einzelhandels in der Stadt Hann. Münden aus dem Jahr 2019 sowie auf verschiedenen Aktualisierungen des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestandes im gesamten Untersuchungsgebiet, die der CIMA aus bereits durchgeführten Auswirkungsanalysen der letzten Jahre vorliegen. Diese Daten wurden im Dezember 2024 punktuell vorhabenrelevant überprüft und aktualisiert.

Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.

Bei der Bestandsanalyse des Einzelhandels wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Analyse von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (31 Sortimente, Zusammenfassung auf 14 CIMA-Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 14 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen und den aperiodischen Bedarf

Abbildung 20: Die 31 CIMA-Branchen und 14 CIMA-Warengruppen

Warengruppen	Branchen/Sortimente
Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit, Körperpflege	Arzneimittel (Apotheken)
	Drogerie- und Parfümeriewaren
Schnittblumen, Zeitschriften	Schnittblumen, Floristik
	Zeitschriften, Zeitungen
Aperiodischer Bedarf	
Bekleidung, Wäsche	Oberbekleidung
	Wäsche, sonstige Bekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren
Bücher, Schreibwaren	Bücher
	Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren
	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel
	Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Computer, Büro- / Telekommunikation
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel)
	Optik, Hörgeräteakustik
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf	Heimtextilien
	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	Zoobedarf
	Baumarktartikel, Werkzeuge
	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
	Kfz-Zubehör
	Pflanzen, Erden

Quelle: CIMA 2024

Die cima unterscheidet zwischen den folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Service.

Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt

- Ca. 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 m² und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Parkplätzen.

Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Parkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

9 Stellungnahme bezüglich des Stellplatzbedarfs

Nach Realisierung des Planvorhabens mit vergrößerten Verkaufsflächen von REWE und ALDI steigt die Zahl der erforderlichen Pkw-Parkplätze am Nahversorgungszentrum Königshof verglichen zum IST-Zustand. Aufgrund der baulich-räumlichen Gegebenheiten ist in der Projektentwicklung eine Stellplatzzahl in Höhe von **132 Stellplätzen** vorgesehen. An dieser Stelle soll betrachtet werden, ob die Zahl der vorgesehenen Stellplätze ausreichend ist und den Vorgaben der niedersächsischen Bauordnung (NBauO) entspricht.

Für eine gutachterliche Stellungnahme zur Pkw-Stellplatzzahl am Standort Königshof werden folgende Punkte behandelt:

- Einzurichtende Stellplätze gemäß Bauordnung/Stellplatzverordnung
- Erläuternde cima-Berechnung des tatsächlichen Parkplatzbedarfs gemäß Einzelhandelsumsätzen anhand diverser Kriterien (u.a. Gesamtumsatz REWE und ALDI, Einkaufsbetrag je Kunde/Kundin je Markt, Anzahl jährlicher und täglicher Kund*innen, Prognose der Kopplungskäufe zwischen beiden Märkten, Pkw-Anteil der Kund*innen, Besetzungsgrad eines Pkw, Parkplatzumschlagszahl)
- Abschließende Bewertung der Ergebnisse

9.1 Stellplatzerfordernis laut niedersächsischer Stellplatzrichtlinie

Laut der niedersächsischen Stellplatzrichtlinie, § 47 NBauO – Notwendige Einstellplätze, Abs. 1 Satz 1, müssen „für bauliche Anlagen, die einen Zu- und Abgangsverkehr mit Kraftfahrzeugen erwarten lassen, [...] Einstellplätze in solcher Anzahl und Größe zur Verfügung stehen, dass sie die vorhan-

denen oder zu erwartenden Kraftfahrzeuge der ständigen Benutzerinnen und Benutzer und der Besucherinnen und Besucher der Anlagen aufnehmen können; wird die erforderliche Anzahl der Einstellplätze durch eine örtliche Bauvorschrift festgelegt, so ist diese Festlegung maßgeblich (notwendige Einstellplätze)“.¹²

Für die bedarfsorientierte Bemessung der Stellplätze liegen grobe Richtzahlen vor (Anlage NBauO § 47 RdErl – Richtzahlen für den Einstellplatzbedarf). Bei Verkaufsstätten i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO, wozu auch das Planvorhaben zählt, wird ein Einstellplatz je 10 – 20 m² Verkaufsnutzfläche genannt. Davon sind 90 % für Besucher*innen/Kund*innen vorzusehen. Das Planvorhaben am Nahversorgungszentrum Königshof in Hann. Münden besitzt eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.650 m² (ca. 1.600 m² für den REWE-Vollsortimenter inkl. Bäcker mit Café-Bereich und Fleischer in der Vorkassenzonen sowie ca. 1.050 m² für den Discounter ALDI). Somit wären, ohne die Einbeziehung von Kopplungskäufen zwischen den beiden Lebensmittelmärkten, insgesamt zwischen 133 bis 265 Stellplätze vorzusehen. Es gilt, **mindestens 133 Stellplätze** vorzuhalten (Richtzahl ein Einstellplatz je 20 m² Verkaufsnutzfläche), die sich auf 120 Stellplätze für Besucher*innen und Kund*innen sowie auf 13 Stellplätze für das Personal aufteilen können (vgl. Abbildung 21).

Allerdings ist neben diesen angesetzten Richtzahlen vertiefend der Einzelfall zu betrachten. „Die Richtzahlen dienen als Orientierungswerte, um die Anzahl der herzustellenden Einstellplätze im Einzelfall zu ermitteln“ (vgl. Nds. MBI Nr. 1/2020). Bei der Einzelfallbetrachtung sind verschiedene Kriterien heranzuziehen, wozu insbesondere auch die tatsächliche Anzahl

¹² Niedersächsisches Vorschrifteninformationssystem (NI-VORIS), 01.07.2024.

der Besucher*innen und ihre Verkehrsmittelwahl im Zusammenspiel mit der Lage und Struktur des Vorhabenstandortes zählen. Auch können im Einzelfall die herzustellenden Stellplätze reduziert werden, wenn Maßnahmen zur Vermeidung von motorisiertem Individualverkehr dargelegt werden. Am Standort Königshof ist die gute Anbindung an den ÖPNV über die nahegelegenen Bushaltestellen „Quedlinburger Straße“ und „Hägerstieg“ zu nennen, welche den Einkauf mit dem Bus ermöglichen.

Abbildung 21: Mindest-Stellplatzbedarf laut niedersächsischer Stellplatzrichtlinie

Anbieter	Verkaufsfläche (qm)	Stellplatzbedarf gesamt (1 Stellplatz je 20 qm VKF gemäß § 47 NBauO)	davon für Besucher*innen/ Kund*innen (90 %)	davon für Personal (10 %)
REWE inkl. Bäcker u. Fleischer	1.600	80	72,0	8,0
ALDI	1.050	52,5	47,3	5,3
Planvorhaben gesamt	2.650	133	120	13

Quelle: cima 2024

Nachfolgend wird der tatsächliche prognostische Stellplatzbedarf für das Planvorhaben in Hann. Münden mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.650 m² aus betrieblicher Einzelfallperspektive anhand verschiedener Kriterien ermittelt und eingeordnet. In die gutachterliche Stellungnahme fließt dabei die langjährige Expertise der cima als Experte für die Entwicklung von Nahversorgungsstandorten sowohl aus kommunaler Stadtentwicklungssicht als auch aus wirtschaftlicher Betreibersicht ein.¹³

9.2 Ermittlung des tatsächlichen Stellplatzbedarfs der Kundschaft

Auf Basis der Rahmenbedingungen in Hann. Münden, der Mikrostandortfaktoren am „Königshof“, des Einzugsgebietes des Planvorhabens, der Wettbewerbssituation in Hann. Münden sowie marktüblicher Kennzahlen und cima-Erfahrungswerten von Referenzprojekten wird im Folgenden modellhaft eine quantitative Prognoserechnung zum Stellplatzbedarf erstellt (vgl. *Abbildung 22 auf S. 40*). Es handelt sich dabei um eine rechnerische Prognose des aus betrieblicher Sicht notwendigen Stellplatzbedarfs für zwei Verbrauchermärkte. Dabei wird aufbauend auf einer Umsatzzschätzung ein marktübliches Berechnungsverfahren (u.a. nach Dipl. Kfm. Sessinghaus: *Parkraumbedarfsrechnung für Kunden in der Stadt Euskirchen, Bonn 1995*) angewandt. Unter Zugrundelegung verschiedener Annahmen (z.B. Einkaufsbetrag je Kund*in (Durchschnittsbetrag), Anteil PKW-Kund*innen, Parkplatzumschlagzahl) wird dabei die Zahl der Gesamtkund*innen und PKW-Kund*innen pro Tag und letztendlich der Stellplatzbedarf aus Betreibersicht ermittelt. Auch das zu erwartende Koppelkaufverhalten zwischen beiden Lebensmittelmärkten wird berücksichtigt. Die getroffenen Annahmen basieren auf dem „Worst-Case-Ansatz“, um den maximal zu erwartenden Stellplatzbedarf abzudecken. Im Folgenden werden die wesentlichen getroffenen Annahmen jeweils kurz erläutert:

Umsatzzschätzung

Die Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung basiert auf Flächenproduktivitäten, die sich an der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit von REWE-Märkten, ALDI-Märkten, Bäckereien und Fleischereien in der Größenordnung orientieren und die ortsspezifische Wettbewerbssituation sowie die Struktur des Standortes berücksichtigen. Für die Umsatzzschätzung des Planvorhabens wurden folgende Werte ermittelt: REWE + Bäcker und Fleischer: 10,36 Mio. € sowie ALDI: 7,18 Mio. €.

¹³ Neben zahlreichen Auswirkungs-, Standort- und Potenzialanalysen für die Betreiberseite inkl. Kundschaftsbefragungen zum Verkehrsverhalten erstellt die cima seit vielen Jahren z.B. auch Nahversorgungskonzepte für Städte aller Größenordnungen.

Durchschnittlicher Einkaufsbetrag

Das EHI Retail Institute veröffentlicht jährlich die durchschnittlichen Einkaufsbeträge für verschiedene Betriebsformen im deutschen Einzelhandel. In der Ausgabe für das Jahr 2023¹⁴ liegt der Durchschnittsbetrag für große Supermärkte, wozu der geplante REWE-Markt zählt, bei 27,06 €. Für Lebensmitteldiscounter, wozu der ALDI-Markt zählt, wird ein Durchschnittsbetrag von 22,17 € je Kund*in ausgewiesen.

Anteil PKW-Kundschaft (Modal Split)

Der zu erwartende Anteil an PKW-Kund*innen am Vorhabenstandort im Nahversorgungszentrum Königshof hat einen wichtigen Einfluss auf den Stellplatzbedarf des Planvorhabens. Für die Einschätzung herangezogen werden kann die repräsentative Studie „Mobilität in Deutschland“ im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur¹⁵, die im Jahr 2017 bundesweit mit ca. 316.000 Personen durchgeführt worden ist. Gemäß der Studie liegt der PKW-Anteil (Fahrer*in oder Mitfahrer*in) für Wege zu Einkäufen des täglichen Bedarfs bei 57 %, für den regional-statistischen Gemeindetyp 5 „Zentrale Stadt, Mittelstadt“, zu dem auch die Stadt Hann. Münden zählt, bei 59 %. Diese Werte decken sich auch mit dem cima.MONITOR, gemäß dem in der Befragung aus dem Jahr 2021 Einkaufsstandorte für Waren des täglichen Bedarfs zu 56 % mit dem PKW erreicht werden (2019: 51 %).¹⁶ Den Planstandort umgeben in jeder Himmelsrichtung in fußläufiger Entfernung Wohngebiete. Zudem gibt es einige Arbeits- und Ausbildungsplätze in der unmittelbaren Umgebung des Vorhabenstandortes (z.B. Klinikum Hann. Münden). Bei diesen Personen ist jeweils zum Teil davon auszugehen, dass sie den Vorhabenstandort fußläufig frequentieren. Durch die Größe des Planvorhabens und die polyzentrische Verteilung der Bevölkerung in Hann. Münden ist allerdings

davon auszugehen, dass der PKW-Anteil höher als im Durchschnitt Deutschlands und des Gemeindetyps liegt. Daher wird nachfolgend in dem „Worst-Case-Szenario“ von einem hohen PKW-Anteil von ca. 85 % ausgegangen.

Kopplungskaufverhalten zwischen Lebensmittel- und Drogeriemarkt

Auch wenn sich die Sortimente des Vollsortimenters REWE und des Lebensmitteldiscounters ALDI grundlegend größtenteils überschneiden, so führen diverse Faktoren wie beispielsweise unterschiedliche Preisgestaltung, Produktauswahl oder aktuelle Sonderangebote zu Kopplungskäufen von Kund*innen (Besuch beider Märkte bei einem Einkauf). Verstärkt wird dies durch den gemeinsamen Parkplatz beider Märkte und das somit nicht erforderliche Umparken bei den Einkäufen. Aus Erfahrungen der cima an anderen Standorten ist vor diesem Hintergrund von gewissen Kopplungseffekten auszugehen. Es wird prognostiziert, dass ca. 15 % aller ALDI-Kund*innen auch einen Einkauf bei REWE vornehmen, während es insgesamt ca. 10 % aller REWE-Kund*innen wären, die auch bei ALDI einkaufen würden (konservative Einschätzung, d.h. niedrig angesetzt). Die Größenordnung der Kopplungskäufe kann mit einer größeren Sortimentsbreite und -tiefe des REWE-Markts begründet werden.

Parkplatzumschlagszahl

Die Parkplatzumschlagszahl gibt an, durch wie viele PKW ein Stellplatz pro Tag während der Öffnungszeiten der Märkte genutzt werden kann bzw. wie häufig gewechselt oder der Stellplatz umgeschlagen wird. Geht man von den aktuellen REWE-Öffnungszeiten von 7 bis 22 Uhr aus, beträgt die Öffnungsdauer 15 Stunden. Setzt man im Weiteren eine Umschlagszahl von 15 pro Stellplatz an, ergibt sich eine durchschnittliche Parkdauer je PKW von ca. 60 Minuten. Für den ALDI-Markt mit aktuellen Öffnungszeiten von 7-20 Uhr ergibt sich analog eine Öffnungsdauer von 13 Stunden und eine angesetzte Umschlagszahl von 13 pro Stellplatz (bei alleiniger Betrachtung des ALDI-Marktes). Die durchschnittliche Parkdauer von 60

¹⁴ EHI Retail Institute, Studie „Zahlungssysteme im Einzelhandel 2024“

¹⁵ Infas, DLR, IVT und infas 260 (2018) Mobilität in Deutschland (im Auftrag des BMVI)

¹⁶ cima, 2021

Minuten je PKW erscheint grundsätzlich als Einkaufsdauer bei teils kombinierten Einkäufen in beiden Märkten im Maximum realistisch, insbesondere auch wenn eine entsprechende Parkdauerbeschränkung eingeführt wird.

Besetzungsgrad eines PKW

Gemäß der Daten des Forschungsinformationssystems Mobilität und Verkehr 2019¹⁷ liegt der PKW-Besetzungsgrad für Einkaufswege insgesamt bei ca. 1,5 Personen pro Auto. Da allerdings bei diesem Grad nicht alle Personen einzelne Einkäufe tätigen, sondern überwiegend Begleitpersonen darstellen, wird nachfolgend für den Einkaufsvorgang von einem deutlich geringeren Besetzungsgrad von 1,05 Personen pro Auto ausgegangen.

9.3 Bewertung der Ergebnisse

Gemäß der Einzelfallberechnung des prognostizierten Stellplatzbedarfs für das Planvorhaben (REWE + Bäcker mit Café-Bereich und Fleischer sowie ALDI) wären dem „Worst-Case-Ansatz“ folgend für die Kundschaft auf dem doppelt genutzten Parkplatz insgesamt mindestens 116 Parkplätze bereitzustellen (vgl. *Abbildung 22 auf S. 40*). Werden die 13 Parkplätze für das Personal laut der niedersächsischen Stellplatzrichtlinie dazu addiert, ergibt sich ein **gesamter Stellplatzbedarf von 129 Parkplätzen**. Damit reichen die insgesamt in der Projektentwicklung eingeplanten 132 Parkplätze für den REWE-Markt inkl. Bäckerei und Fleischerei sowie den ALDI-Markt aus und können als verträglich bewertet werden.

¹⁷ Bundesministerium für Digitales und Verkehr, 2019

Abbildung 22: Ermittlung des tatsächlichen Stellplatzbedarfs der Kundschaft

	REWE + Bäcker u. Fleischer gesamt	ALDI gesamt	Planvorhaben gesamt (inkl. Kopplungskäufe)
Umsatzprognose pro Jahr	10.360.000 €	7.180.000 €	17.540.000 €
Durchschnittlicher Einkaufsbetrag je Kund*in	27,06 €	22,17 €	25,06 €
Anzahl der Kund*innen pro Jahr	382.853	323.861	706.714
Anzahl der Kund*innen pro Jahr (bei Berücksichtigung von Kopplungskäufen: ca. 15 % der ALDI-Kunden mit kombiniertem Einkauf bei REWE; ca. 10 % der REWE-Kunden mit kombiniertem Einkauf bei ALDI)	-	-	658.135
Anzahl der Kund*innen pro Einkaufstag (bei 305 Einkaufstagen in Niedersachsen)	1.255	1.062	2.158
Anteil der PKW-Kund*innen	85%	85%	85%
Anzahl der PKW-Kund*innen pro Einkaufstag	1.067	903	1.834
Besetzungsgrad eines PKW durch Kund*innen	1,05	1,05	1,05
Anzahl der PKW von Kund*innen pro Einkaufstag	1.016	860	1.747
Parkplatzumschlagszahl pro Einkaufstag	15	13	15
Prognostizierter Stellplatzbedarf für die Kundschaft	68	66	116

Quelle: cima 2024