Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Küchenfachmarktes am Standort Gießen, Bänninger-Gelände

Auftraggeber: Boller und Bonn & Tatje GmbH & Co. KG Grundstücks GbR

Projektleitung: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung
Dipl.-Kfm. Dirk Riedel, Wirtschaftsgeogr. M.A.

Köln, am 09.10.2015

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: dirk.riedel@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im August 2015 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, von der Boller und Bonn & Tatje GmbH & Co. KG Grundstücks GbR, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Küchenfachmarktes mit ca. 2.000 – 2.100 m² Verkaufsfläche am Standort Gießen, Bänninger-Gelände. Dieser soll die geplante Belegung eines der Sondergebiete mit einem Bürofachmarkt ersetzen, für den die GMA im Jahr 2011 eine Auswirkungsanalyse erstellt hatte.

Für die Durchführung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, statische Daten des Statistischen Landesamtes Hessen, des Statistischen Bundesamtes und der Stadt Gießen zur Verfügung. Da die GMA in den vergangenen Jahren mit mehreren Analysen zum Einzelhandel im Untersuchungsraum beauftragt war, konnte auf vorhandene Daten zum Möbeleinzelhandel zurückgegriffen werden, die im September 2015 im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten für die untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe aktualisiert wurden. Zudem erfolgte eine erneute Standortbesichtigung des Bänninger-Geländes.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Gießen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 09.10. 2015
KO/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**6**
1.	Aufgabenstellung	6
2.	Daten zum Planvorhaben	7
3.	Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	8
3.1	Regelungen des Baugesetzbuches	8
3.2	Regelungen der Baunutzungsverordnung	8
3.3	Landes- und Regionalplanung	9
3.4	Kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept	11
II.	**Standortanalyse und -bewertung**	**13**
1.	Makrostandort Gießen	13
2.	Mikrostandort Bänninger-Gelände	13
III.	**Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft**	**17**
1.	Einzugsgebiet und Bevölkerung	17
2.	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	20
IV.	**Wettbewerbssituation**	**21**
1.	Relevante Wettbewerber für den geplanten Küchenfachmarkt im Einzugsgebiet	21
2.	Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes	23
V.	**Auswirkungsanalyse**	**25**
1.	Methodik	25
2.	Marktanteile und Umsatzerwartung des Planvorhabens	25
3.	Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen	26
4.	Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen bei einer Neuansiedlung	28
5.	Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung	30
6.	Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen bei einer Verlagerung	31
VI.	**Fazit**	**33**

Verzeichnisse 34

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Im Zuge der Entwicklung des Bänninger-Geländes ist die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsnutzungen auf dem derzeit brachliegenden Areal zwischen Bänningerstraße und Erdkauter Weg geplant. Neben einem Sportfachmarkt mit ca. 3.000 m² Verkaufsfläche (VK) war in dem für die Planung entwickelten Bebauungsplan bislang auch ein Bürofachmarkt vorgesehen. Diese Planung soll nun zugunsten eines Küchenfachmarktes aufgegeben werden, wobei mit der Firma Meda Gute Küchen ein konkreter Betreiber benannt ist. Die Verkaufsfläche soll ca. 2.000 – 2.100 m² betragen. Mit dem Vorhaben strebt Meda Küchen eine Verlagerung seines bisherigen Standortes in Heuchelheim an. Obwohl die damit einhergehenden Umsatzeffekte eher gering einzuschätzen sind[1], wird im Folgenden im Sinne eines worst case-Szenarios von einer Neuansiedlung ausgegangen (vgl. Kapitel V., 2.-5.), da eine Nachnutzung der Altfläche mit Küchenmöbeln weiterhin baurechtlich zulässig sein müsste. Gemäß Angaben des Auftraggebers ist eine Wiederbelegung mit einem Küchenfachmarkt am Altstandort in Heuchelheim jedoch nicht geplant. Vor diesem Hintergrund wurden in einem zweiten Berechnungsschritt auch die möglichen Auswirkungen des Planvorhabens unter Zugrundelegung des reinen Mehrumsatzes i. S. einer Verlagerung von Meda Küchen berechnet und bewertet (vgl. Kapitel V., 6).

Zur Umsetzung des Vorhabens ist wegen der geplanten Änderung in dem ursprünglich für den Fachmarkt für Büroartikel vorgesehenen Teilbereich des Bebauungsplangebietes entweder eine Änderung des Bebauungsplans oder ein entsprechender Abweichungsantrag notwendig. Um die Auswirkungen auf den restlichen Einzelhandel insbesondere in der Stadt Gießen einschätzen zu können, soll eine gutachterliche Auswirkungsanalyse zu den möglichen absatzwirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Effekten des Vorhabens erfolgen. Dabei sind im Rahmen der Bearbeitung eine Bewertung des projektrelevanten Einzelhandels in der Stadt Gießen und im Umland, eine Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen sowie eine Bewertung auf Basis des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gießen vorgesehen. Darüber hinaus sind die Ziele der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Für die Untersuchung standen aus zahlreichen vorangehenden Analysen in der Stadt Gießen bzw. im Umland die Einzelhandelsdaten zur Verfügung, die für die untersuchungsrelevanten Wettbewerber im September 2015 durch Vor-Ort-Begehungen aktualisiert wurden. Darüber hinaus erfolgte eine erneute Begehung des Planstandortes.

[1] Meda Küchen agiert in Heuchelheim derzeit auf ca. 2.900 m² Verkaufsfläche im Obergeschoss des Möbelmitnahmemarktes Roller. Die geplante Verkaufsfläche für den Standort Bänniger-Areal beträgt 2.000 – 2.100 m², weshalb zusätzliche Umsatzeffekte am neuen Standort allenfalls in Folge der verbesserten Verkehrslage und aufgrund von Agglomerationseffekten (u. a. mit anderen Möbelanbietern im Standortbereich Schiffenberger Tal) zu erwarten sind.

Die Analyse beinhaltet folgende Untersuchungsschritte:

- Beschreibung des Planvorhabens (Betriebstyp, Sortimente, Verkaufsflächen)
- Darstellung des Rechtsrahmens
- Analyse und Bewertung des Makro- und Mikrostandortes in Gießen
- Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes und Ermittlung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials
- Darstellung der Wettbewerbssituation innerhalb des potenziellen Einzugsgebietes
- Berechnung des zu erwartenden Umsatzes des Vorhabens
- Darstellung der Kaufkraftbewegungen und der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte
- Bewertung der zu prüfenden Auswirkungen des Vorhabens
- Zusammenfassung und abschließende Beurteilung.

2. Daten zum Planvorhaben

Die Planung auf dem Bänninger-Areal ist dem Betriebstyp „Fachmarkt“ zuzuordnen, der wie folgt definiert wird:

> „Der **Fachmarkt** ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designerorientierten Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.
>
> Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Drogeriemarkt und beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Kundenberatung.
>
> Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt

> Ausschnittssortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).“[2]

Für den Küchenfachmarkt auf dem Bänninger-Areal ist eine Verkaufsfläche von ca. 2.000 – 2.100 m² VK geplant. Die Meda Küchenfachmarkt GmbH & Co. KG betreibt in Deutschland zurzeit 18 Filialen. Das Sortiment besteht aus Einbauküchen und Elektrogeräten namhafter Hersteller, Spülen und Einbauzubehör. Darüber hinaus werden in geringerem Umfang auch passende weitere Möbel (Essgruppen) angeboten. Zentrenrelevante Randsortimente wie Haushaltswaren, Kochtöpfe oder Geschirr sind jedoch nicht vorgesehen. Die geplante Filiale in Gießen soll gemäß Angaben des Auftraggebers ca. 80 Musterküchen zeigen und neun Mitarbeiter beschäftigen. Als Öffnungszeiten sind Montag bis Freitag von 10-19 Uhr und Samstag von 10-18 Uhr vorgesehen. Die Auslieferung und Montage der Küchen erfolgt nach Angaben von Meda vom Lager Rhein-Main (Wiesbaden) aus, so dass hierdurch kein zusätzlicher Anlieferverkehr vor Ort entstehen soll.

3. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen die §§ 1, 2 BauGB, §§ 7, 11 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar.

3.1 Regelungen des Baugesetzbuches

Bauleitpläne müssen nach § 1 Abs. 3 BauGB für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich sein. Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche benachbarter Kommunen sind zu prüfen, insbesondere soweit durch Ziele der Raumordnung zugewiesene Funktionen betroffen sind (§ 2 Abs. 2 BauGB).

3.2 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 1990 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

> „1. Einkaufszentren,
>
> 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
>
> 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

[2] IfH Köln, Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution, 2015

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet.[3] Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

3.3 Landes- und Regionalplanung

Als Prüfgrundlage für die raumordnerische Bewertung des vorliegenden Einzelhandelsprojektes sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – im Folgenden die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Hessen (2000) sowie im Regionalplan Mittelhessen (2010)[4], heranzuziehen.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung bezüglich der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe beziehen sich insbesondere auf folgende Prüfkriterien:

- Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot
- siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot
- Beeinträchtigungsverbot.

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im LEP Hessen 2000 genannt:[5]

3 1.200 m² Geschossfläche ist gleichbedeutend mit etwa 800 m² Verkaufsfläche. Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone" und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

4 Der Regionalplan Mittelhessen 2010 wurde am 28.2.2011 im Staatsanzeiger für das Land Hessen bekannt gemacht.

5 Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Grundsätze und Ziele zu „Großflächigen Einzelhandelsvorhaben" Pkt. 4.1.2 Ausweisung von Flächen für Siedlungszwecke – Grundsätze und Ziele.

Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot:
„Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren (zentrale Ortsteile) in Betracht. In begründeten Ausnahmefällen, z. B. zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen, ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig. Hierbei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu."

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen."

Siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot:
„Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen 'Siedlungsbereichen' zulässig." (Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).

„Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind (z. B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug-, Brennstoffmärkte), können davon ausgenommen werden." (Städtebauliches Integrationsgebot).

Beeinträchtigungsverbot:
„Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, z. B. städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen."

Im **Regionalplan Mittelhessen** werden die o. g. Ziele konkretisiert:

„Die verbrauchernahe Versorgung soll unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnungsnahen Grundversorgung, in zumutbarer Erreichbarkeit auch für immobile Bevölkerungsschichten erhalten bleiben. Dies gilt in besonderer Weise für die ortsteilbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) müssen sich in die bestehende raumordnerische und städtebauliche Ordnung einfügen.

Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren in Betracht. Standorte außerhalb der zentralen Ortsteile sind auszuschließen. Zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu den Einzelhandelsvorhaben ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig **(Zentralitätsgebot)**.

Großflächige Einzelhandelsprojekte haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen **(Kongruenzgebot)**. Sie haben bei Festlegung ihrer Verkaufsflächengröße, der Sortimentsgruppen und des daraus resultierenden Einzugsbereichs den zentralörtlichen Verflechtungsbereich (Versorgungsbereich) zu beachten. Dabei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu.

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen *Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung* zulässig **(Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).**

Die großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Sie müssen eine enge bauliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind, können davon ausgenommen werden **(Städtebauliches Integrationsgebot)**.

Bei der geplanten Er- bzw. Einrichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsprojekte außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereiche, Ortskerne, Stadtteilzentren) sind innenstadtrelevante Sortimente auszuschließen.

Großflächige Einzelhandelsprojekte dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen **(Beeinträchtigungsverbot)**."

3.4 Kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Gießen zum Einzelhandel zu berücksichtigen. Dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen 2011[6] liegen folgende wesentliche städtebauliche Zielsetzungen zugrunde:

- Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Gießen als Oberzentrum
- Attraktivierung und Weiterentwicklung der Innenstadt
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung.

6 GMA, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen 2011.

Die Zielsetzungen werden durch das Sortiments- und Standortkonzept konkretisiert. Mit dem Sortimentskonzept (sog. „Gießener Sortimentsliste“) werden nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert. Möbel und Kücheneinrichtungen gehören demnach zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Mit dem Standortkonzept soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen und dezentralen Lagen erfolgen. Der Planstandort liegt gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept in der dezentralen Einzelhandelsagglomeration Schiffenberger Tal, die nach den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes zur Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorgesehen ist, wobei die Wirkungen von Einzelhandelsansiedlungen auf die Innenstadt und Nahversorgungszentren zu berücksichtigen sind.

II. Standortanalyse und -bewertung

1. Makrostandort Gießen

Die mittelhessische Universitätsstadt Gießen ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises und landesplanerisch als **Oberzentrum** eingestuft.[7] Zwar befinden sich in einem Radius von rd. 30 km mit Wetzlar und Marburg zwei weitere Oberzentren, jedoch wird die oberzentrale Bedeutung der Stadt Gießen von keiner anderen Stadt in Mittelhessen annähernd erreicht.

Die Stadt Gießen zählt aktuell ca. **83.700 Einwohner**[8], die sich auf die Kernstadt Gießen sowie auf die fünf Stadtteile (Allendorf, Kleinlinden, Lützellinden, Rödgen und Wieseck) verteilen. Die Einwohnerzahl in Gießen hat sich in den letzten Jahren (2008-2014) positiv entwickelt; so ist eine Bevölkerungszunahme von ca. 11,4 % zu verzeichnen.[9] Laut Bevölkerungsvorausschätzung der Hessen Agentur wird bis zum Jahr 2030 eine weitere Zunahme der Bevölkerung um ca. 3,6 % erwartet (Bezugsjahr 2013).[10]

Die Stadt Gießen nimmt eine wichtige Funktion als Arbeitsort ein. Im Juni 2014 wurden am Arbeitsort 44.673 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte gezählt, dabei liegt ein deutlich positives Pendlersaldo vor (+ 19.819).[11] Durch die Justus-Liebig -Universität und den Standort der Technischen Hochschule Mittelhessen, die zusammen ca. 39.000 Studierende ausbilden, hat die Universitätsstadt Gießen die höchste Studierendendichte in Deutschland.[12]

Die Stadt Gießen ist über die A 485 (Anschluss an A5 und A 45 und B3 Richtung Marburg) in Nord-Süd-Richtung und über die Bundesstraße B 49 in Ost-West Richtung verkehrlich gut erreichbar. Darüber hinaus ist Gießen an das Schienennetz der Deutschen Bahn AG über den Hauptbahnhof sowie mehrere kleinere Bahnhöfe angebunden. Außerdem stellen mehrere Fernbuslinien und die Buslinien die örtliche und regionale Anbindung sicher.

2. Mikrostandort Bänninger-Gelände

Der Planstandort des Meda Küchenfachmarktes befindet sich im Südosten von Gießen, zentral im Gewerbegebiet Schiffenberger Tal, ca. 2 km von der Innenstadt entfernt. Das Grundstück, wel-

7 Landesentwicklungsplan Hessen 2000.

8 Quelle: Kommunalstatistik Stadt Gießen, Hauptwohnsitze, Stand Dezember 2014.

9 Statistisches Landesamt Hessen Stand 2013, Stadt Gießen Stand 2014.

10 Hessen Agentur HA Hessen Agentur GmbH Stand 31.12.2013.

11 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 06.2014.

12 Justus-Liebig-Universität: Stand Sommersemester 2015, Technische-Hochschule Mittelhessen: Stand Wintersemester 2014/2015

ches Teil des ehemaligen Bänninger-Areals ist und von der Bänningerstraße im Osten, der Sandkauter Straße im Süden und dem Erdkauter Weg im Westen umschlossen wird, liegt momentan brach. Eine Einsehbarkeit vom Schiffenberger Weg aus wird aufgrund des vorgelagerten Bauhaus Bau- und Heimwerkermarktes nicht gegeben sein.

Das unmittelbare Standortumfeld ist durch andere großflächige Einzelhandelsbetriebe sowie gewerbliche Nutzungen geprägt. Direkt gegenüber befindet sich ein Bauhaus Bau- und Heimwerkermarkt. In südöstlicher Richtung befindet sich ein SB-Warenhaus (Rewe Center). Entlang des Schiffenberger Weges ist eine heterogene Mischung aus Einzelhandelsbetrieben (u. a. Intersport, Takko, Betten Lenth, Siemes Schuh-Center, Shoe 4 You), Dienstleistern bzw. Bürogebäuden, Kfz-Nutzungen (Tankstellen, Autohäuser, Werkstätten, Autowaschpark), Systemgastronomiebetrieben sowie Gewerbebetrieben etabliert. Der inzwischen erweiterte Anbieter Möbelstadt Sommerlad sowie der um einen Baustoff-Drive-In erweiterte OBI Bau- und Heimwerkermarkt an der Pistorstraße werden durch die Verlängerung der Bännigerstraße und eine neu geschaffene Verbindung zwischen Sandkauter Weg und Ferniestraße an den Planstandort angebunden. Südlich des Planareals befindet sich das Polizeipräsidium Mittelhessen, umittelbar westlich des Erdkauter Wegs eine Eisenbahntrasse mit gleichnamigem Personenbahnhof. Dahinter sind gewerbliche bzw. industrielle Nutzungen etabliert. In nördlicher Richtung schließen weitere gewerbliche und einzelhändlerische Nutzungen (Lidl Lebensmitteldiscounter, EinsA Getränkemarkt) sowie ein kleineres Wohnquartier an.

Die Zufahrt erfolgt im Wesentlichen über den Sandkauter Weg, welche über einen Kreisverkehr mit der Bänningerstraße die Anbindung an die 4-spurig ausgebaute bedeutsame Ausfallachse Schiffenberger Weg und damit an den Gießener Ring (A 485, Anschlussstelle Gießen Schiffenberger Tal) in ca. 1,5 km Entfernung herstellt. Die ÖPNV-Erreichbarkeit ist durch die Bus- und Bahnhaltestelle „Erdkauter Weg“ auf der Westseite des Bänninger-Geländes gegeben. Darüber hinaus existieren mehrere Bushaltestellen entlang des Schiffenberger Weges.

Karte 1: Mikrostandort Bänninger-Areal

Legende

- P — Planstandort
- Bänninger- Gelände
- H — Bushaltstelle
- DB — Bahnhof

Quelle: erstellt mit OpenStreetMap; GMA-Bearbeitung 2015

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Sandortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Einzelhandelsprojektes.

Positive Standortfaktoren:

+ gute bis sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus Gießen und aus der Region für den motorisierten Individualverkehr

+ Vorprägung von Schiffenberger Weg bzw. Gewerbegebiet Schiffenberger Tal als Standort autokundenorientierter Einzelhandelsnutzungen

+ potenzielle Synergieeffekte durch Nähe zu Einzelhandelsnutzungen mit weitreichender Ausstrahlung, mit Möbelstadt Sommerland und Bauhaus/Obi weitere Anbieter von Möbeln / Küchen i. S. eines Kompetenzstandortes vorhanden

+ direkte Durchfahrt zwischen Pistorstraße / Ferniestraße und Planareal ermöglicht Austausch mit weiteren großflächigen Einzelhandelsnutzungen aus dem Bereich Bauen / Möbel (v. a. Möbelstadt Sommerlad)

+ Kundenpotenzial aufgrund intensiver Pendlerverflechtungen aus dem Umland.

Negative Standortfaktoren:

– intensive Wettbewerbssituation in den projektrelevanten Sortimenten (v. a. Sommerlad); vergleichbare Einzelhandelsnutzungen direkt benachbart

– keine Einsehbarkeit des Planareals vom Schiffenberger Weg.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Bevölkerungszahlen stellen eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Kaufkraft im einzelhandelsrelevanten Einzugsbereich dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der Einteilung und Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- Projektkonzeption (insbesondere hinsichtlich Dimensionierung, Betreiberattraktivität) und zu erwartende Wirkungen auf die künftige Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- mikrostandörtliche Lage des Planareals innerhalb Gießens
- Erreichbarkeit unter Berücksichtigung verkehrlicher und topografischer Bedingungen (v. a. Autobahnen, innerstädtische Hauptverkehrsachsen)
- Agglomerationseffekte mit umliegenden Nutzungen (v. a. Möbelstadt Sommerlad, Bauhaus Bau- und Heimwerkermarkt etc.)
- relevante Wettbewerbssituation in Gießen und im Umland
- Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum (z. B. aufgrund administrativer, geografischer oder historischer Bindungen)
- ausgewählte Zeit- und Distanz-Werte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Um Unterschiede in der Nachfrageintensität und -frequenz zu erfassen, wurde das Einzugsgebiet des Planobjektes in drei Zonen unterteilt (vgl. Karte 3). Die verschiedenen Zonen repräsentieren dabei die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung. Das engere Einzugsgebiet umfasst die Zonen I, IIa und IIb,[13] das erweiterte Einzugsgebiet besteht aus der Zone III, wo bereits Mehrfachorientierungen vorliegen. Die Zonierung des Einzugsgebietes berücksichtigt, dass Meda seinen Küchenfachmarkt aus Heuchelheim an den Planstandort verlagern möchte, so dass die Einkaufsorientierung auch aus den westlichen Teilen der Zone III auf den Planstandort in diesem Segment zukünftig zunehmen wird. Zusätzlich sind auch Kunden von außerhalb des abgegrenzten

[13] Zone II wurde in die Zonen IIa und Zone IIb unterteilt, so dass die Gießener Stadtteile (außer statistischer Bereich Schiffenberg) in Zone I und IIa erfasst sind.

Einzugsgebietes zu erwarten, z. B. Berufspendler. Diese werden im weiteren Verlauf der Analyse als sog. Streukunden berücksichtigt:

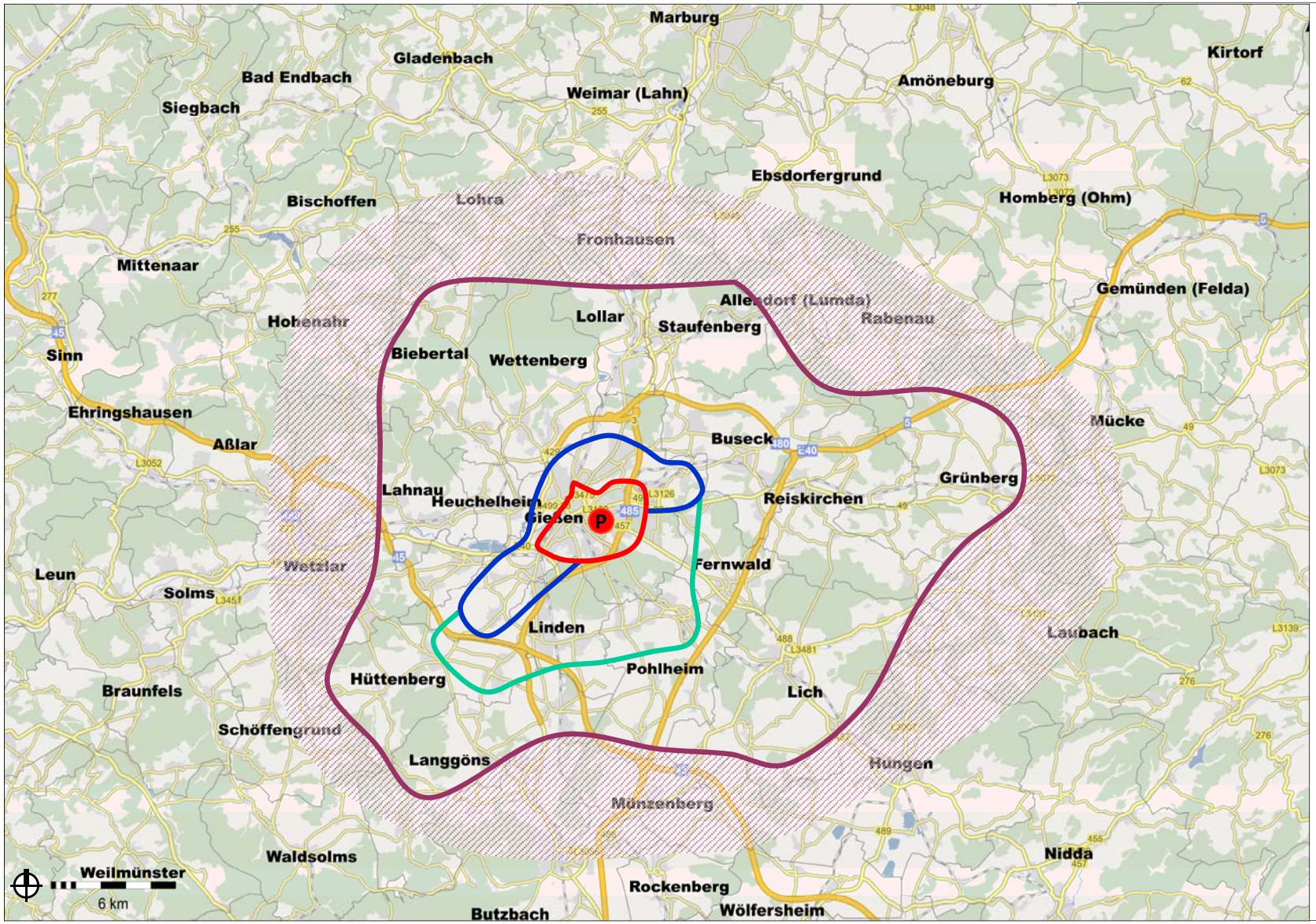
Zone I	Stadt Gießen, statistische Bereiche Innenstadt, Ost, Süd	ca.	42.250 Einwohner
Zone IIa	Stadt Gießen, statistische Bereiche Nord, Wieseck, West, Rödgen, Kleinlinden, Lützelinden, Allendorf	ca.	37.550 Einwohner
Zone IIb	Stadt Gießen, statistischer Bereich Schiffenberg; Stadt Linden; Gemeinde Fernwald, Stadt Pohlheim	ca.	36.650 Einwohner
Zone III	Biebertal; Buseck; Grünberg; Heuchelheim; Hüttenberg; Lahnau; Langgöns; Lich; Lollar; Reiskirchen; Staufenberg; Wettenberg; Stadt Wetzlar, Stadtteile Dutenhofen und Münchholzhausen	ca.	133.600 Einwohner
Zonen I – III insgesamt		**ca.**	**250.050 Einwohner**[14]

Insgesamt leben im engeren Einzugsgebiet des Vorhabens ca. 250.000 Einwohner, davon ca. 80.400 bzw. ca. 32 % in der Stadt Gießen. Die Zone IIb besteht aus den südlich und östlich gelegenen Umlandgemeinden bzw. deren Stadt- / Ortsteilen. Die Zone III umfasst die in größerer räumlicher Distanz gelegenen Umlandkommunen, die teilweise bereits auch höhere Einkaufsverflechtungen mit umliegenden Zentren wie Wetzlar und Marburg aufweisen.

Eine wesentliche weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist infolge der verkehrlichen und topografischen Bedingungen sowie mit Konkurrenzstandorten (z. B. Wetzlar, Marburg, Siegen) nicht abzuleiten.

[14] Quelle für Einwohnerzahlen: Hessisches Statistisches Landesamt, Stadt Gießen (Stand: 31.12.2009)

Karte 2: Einzugsgebiet des Planobjekts



Legende

Einzugsgebiet
engeres Einzugsgebiet:

- Zone I
- Zone II a
- Zone II b

erweitertes Einzugsgebiet:

- Zone III
- Gebiet mit hoher Streuumsatzbedeutung
- Standort

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2015

2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Für die spezielle Aufgabenstellung der Untersuchung ist die Kaufkraft für Küchenmöbel innerhalb der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von Bedeutung.

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2015 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.247 € p. a.[15] Für Küchen wird ein Pro-Kopf-Ausgabewert von 105 € angesetzt.

Das Kaufkraftniveau liegt in Gießen mit einem Koeffizienten von ca. 92,2 etwa 7 – 8 % unter dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im Einzugsgebiet sind durchschnittliche bis unterdurchschnittliche Werte festzuhalten.[16]

Unter Berücksichtigung des lokalen Kaufkraftniveaus errechnet sich damit innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes ein jährliches Einzelhandelskaufkraftpotenzial für Küchenmöbel in Höhe von ca. **25,8 Mio. €**. Etwa 30 % des Kaufkraftpotenzials entfällt auf die Stadt Gießen und ca. 70 % auf das überörtliche Einzugsgebiet.

Räumlich differenziert bestehen die in der folgenden Tabelle dargestellten Einzelhandelskaufkraftpotenziale für Küchenmöbel in den Zonen des abgegrenzten Einzugsgebietes.

Tabelle 1: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Küchenmöbelfachmarktes

Zonen	Kernsortiment Küchenmöbel	
	Kaufkraft in Mio. €	Anteil in %
Zone I	4,1	16
Zone II a	3,6	14
Zone II b	3,8	15
Zone II gesamt	*7,4*	*29*
Zone III	14,3	55
Einzugsgebiet gesamt	**25,8**	**100**

GMA-Berechnungen 2015

15 ohne verschreibungspflichtige Medikamente bei Apotheken.

16 Quelle: MB-Research 2015. Das Kaufkraftniveau wird auf der Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Der Bundesdurchschnitt beläuft sich dabei auf 100. Werte über 100 weisen auf ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau je Einwohner hin, Werte unter 100 hingegen auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlich ausgeprägtes Kaufkraftniveau. Das Kaufkraftniveau bewegt sich überörtlichen im Einzugsgebiet zwischen 93,4 (Lollar) bis 106,3 (Wettenberg).

IV. Wettbewerbssituation

Als Wettbewerber werden alle Ladengeschäfte eingestuft, in denen Sortimente angeboten werden, welche das Untersuchungsobjekt führen wird. Aufgrund der Dimensionierung und der vorgesehenen Sortimentsstruktur ist bei der Analyse der Wettbewerbssituation in erster Linie auf die größeren Anbieter im Einzugsgebiet abzustellen.[17]

1. Relevante Wettbewerber für den geplanten Küchenfachmarkt im Einzugsgebiet

Als Hauptwettbewerber eines Küchenfachmarktes am Standort Bänninger-Gelände sind die folgenden Anbieter zu benennen (vgl. Karte 3). Schreinereien / Tischlereien oder sonstige überwiegend gewerblich geprägte Betriebe (z. B. Schumann Bad- und Küchenstudio, Lollar, mit überwiegend Klempnerbedarf) werden in die Betrachtung nicht mit einbezogen:

Tabelle 2: Relevante Wettbewerber im Einzugsgebiet

Standort-kommune	Name	Lage	Betriebsform und Sortiment	relevante VK in m²*
Zone I				
Gießen	Sommerlad / SOMIT	dezentral	Einrichtungshaus mit Möbelvollsortiment (SOMIT: Möbelmitnahmemarkt)	3.500
Gießen	OBI	dezentral	Bau- und Heimwerkermarkt	200
Gießen	Reddy Küchen	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	350
Gießen	Küchenzentrum	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	400
Gießen	Bosch Küchenstudio	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	250
Gießen	Haus der modernen Küche	Innenstadt	Fachanbieter von Küchen	< 100
Gießen	Küchen+Ideen re-ell GmbH	Innenstadt	Fachanbieter von Küchen	450
Zone II				
Gießen	Wohnmaxx	dezentral	Möbelmitnahmemarkt	910
Gießen	Safak	dezentral	Möbelfachmarkt	< 100
Gießen	SK Küchen	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	< 200

[17] Der Wettbewerbsbestand wurde durch Mitarbeiter der GMA im September 2015 auf Basis vorliegender Daten von Untersuchungen aus den vergangenen Jahren aktualisiert.

Standort-kommune	Name	Lage	Betriebsform und Sortiment	relevante VK in m²*
Zone III				
Grünberg	Küchencenter Grünberg	Ortskern	Fachanbieter von Küchen	200
Grünberg	Küchenstudio Berg	dezentral	Fachanbieter von Küchen	200
Heuchelheim	Meda (Verlagerungsobjekt)	dezentral	Fachanbieter von Küchen	2.900
Heuchelheim	Roller	dezentral	Möbelmitnahmemarkt	400
Heuchelheim	Küchenstudio Siegfrid Neidel	Ortskern	Fachanbieter von Küchen	< 200
Linden	Küchenstudio Langsdorf	dezentral	Fachanbieter von Küchen	330
Reiskirchen	Küchenparadies Reiskirchen Döring	dezentral	Fachanbieter von Küchen	400
Wetzlar	Wohnwelt Dutenhofen	dezentral	Einrichtungshaus	1.000
Wettenberg	Hermann & Leib Küchenstudio	Ortskern	Fachanbieter von Küchen	< 100

* Bei Möbelhäusern und Baumärkten nur Teilsortimente / Fachabteilungen für Küchen
GMA-Erhebung 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Relevante **Wettbewerbsplanungen** in Gießen über das Planvorhaben hinaus sind derzeit nicht bekannt.

Wesentliche Wettbewerbsbetriebe befinden sich folglich insbesondere im näheren Standortumfeld des Planvorhabens (Sonderstandort Schiffenberger Tal, v. a. Möbelstadt Sommerlad) sowie im Gewerbegebiet Gießen-West (v. a. Wohnmaxx) und im Gewerbegebiet Heuchelheim-Süd (v. a. Meda Küchenfachmarkt). Zwei Anbieter sind in der Gießener Innenstadt und ein Küchenanbieter im Nahversorgungszentrum Marburger Straße ansässig, die übrigen befinden sich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, wobei sich der Angebotsschwerpunkt in dezentralen Standortlagen befindet.[18] Im Falle einer Realisierung des Vorhabens würde der geplante Küchenfachmarkt im Einzugsgebiet nach der Küchenabteilung der Möbelstadt Sommerlad das zweitgrößte Angebot stellen und der größte Spezialanbieter in diesem Segment sein. Innerhalb des Einzugsgebietes ist auch derzeit schon der zur Verlagerung in Rede stehende Meda Küchenfachmarkt in Heuchelheim der größte Spezialanbieter von Küchen.

18 Als Abgrenzungsgrundlage für die zentralen Versorgungsbereiche wurden das Einzelhandelskonzept für Stadt Gießen, GMA 2011 herangezogen. In den umliegenden Städten und Gemeinden wurde, wo kein Einzelhandelskonzept vorlag, eine eigenständige Zuordnung vorgenommen.

Insgesamt beläuft sich das Angebot bei Küchen im Einzugsgebiet auf ca. 12.000 m² Verkaufsfläche, darunter ca. 6.350 m² Verkaufsfläche in der Stadt Gießen. Der Umsatz mit Küchen der genannten Anbieter im Einzugsgebiet beläuft sich auf ca. 24 – 25 Mio. €.

2. Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes prägen folgende Anbieter die Wettbewerbssituation (vgl. Tabelle 3):

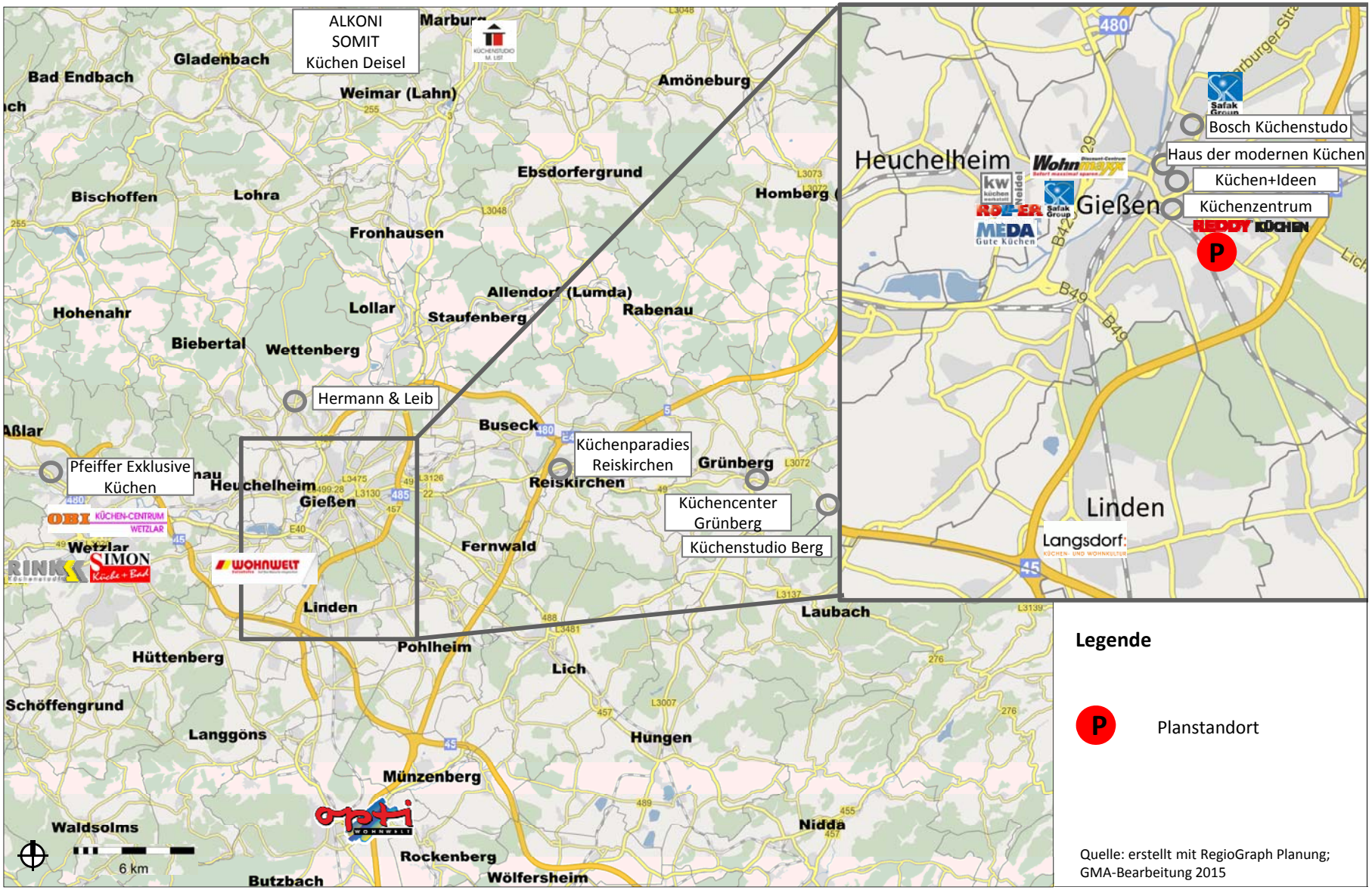
Tabelle 3: Relevante Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebiets (> 100 m² VK)

Standort-kommune	Name	Lage	Betriebsform und Sortiment	relevante VK in m²
Butzbach	Opti Wohnwelt	dezentral	Einrichtungshaus	1.100*
Marburg	Alkoni Einrichtungshaus	dezentral	Einrichtungshaus	1.250
Marburg	Küchen Deisel	dezentral	Fachanbieter von Küchen	< 200
Marburg	Küchen List	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	< 200
Marburg	SOMIT	dezentral	Möbelmitnahmemarkt	250
Marburg	OBI	dezentral	Bau- und Heimwerkermarkt	280
Wetzlar	Simon Küche & Bad	integrierte Streulage	Fachanbieter von Küchen	200
Wetzlar	Küchenzentrum Wetzlar	dezentral	Fachanbieter von Küchen	< 200
Wetzlar	Küchenstudio Rink	dezentral	Fachanbieter von Elektrogeräten und Küchen	250
Wetzlar	Pfeiffer Exklusives Küchen- und Badstudio	dezentral	Fachanbieter von Küchen	< 200

* Bei Möbelhäusern und Baumärkten nur Teilsortimente / Fachabteilungen für Küchen
GMA-Erhebung 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Diese Anbieter begrenzen das betriebliche Einzugsgebiet des Planvorhabens und damit auch dessen überörtliche Ausstrahlung, da die Kunden außerhalb des Einzugsgebietes auch auf die hier genannten oder weitere außerhalb des Einzugsgebietes gelegene Standorte orientiert sind. Mit Ausnahme der Möbelhäuser handelt es sich um ausschließlich kleinflächige Anbieter, wobei hier noch auf die geplante Ansiedlung von IKEA in Wetzlar hinzuweisen ist.

Karte 3: Projektspezifischer Wettbewerb im Untersuchungsraum



V. Auswirkungsanalyse

1. Methodik

Zur Beurteilung der Auswirkungen der geplanten Ansiedlung eines großflächigen Küchenfachmarktes am Standort Bänninger-Areal werden zunächst die möglichen Umsatzleistungen des Planobjektes bestimmt. Diese beruhen auf dem Marktanteilkonzept, das von allen führenden Marktforschungsinstituten verwendet wird. Dieses stellt das relevante Angebot (unter Berücksichtigung des vorhandenen Wettbewerbs) dem für das definierte Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen gegenüber. Die Umsatzumverteilungseffekte bzw. Kaufkraftbewegungen werden nachfolgend in einer Modellrechnung für das Küchenmöbelsortiment aufgezeigt.

Durch die Verlagerung eines bereits in der Region ansässigen Anbieters ist zu erwarten, dass die Umsatzumverteilungseffekte eher gering ausfallen werden, sofern keine Nachnutzung des heutigen Standortes (Obergeschoss über Roller Möbelmitnahmemarkt in Heuchelheim) durch einen Anbieter des gleichen Segments erfolgt. Im Folgenden wird jedoch im Sinne eines worst case-Szenarios davon ausgegangen, dass das Planobjektes am Standort Bänninger-Areal neu ansiedelt und somit die zu erwartenden Umsätze voll umverteilungswirksam werden. Diese verringern zum einen die Umsätze der im Untersuchungsgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Andererseits kann durch die Erweiterung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Gießen im Standortbereich Schiffenberger Tal in untergeordnetem Maße auch eine stärkere Kaufkraftbindung (= Umsatzumverteilung bei Betrieben in auswärtigen Einkaufsorten) erreicht werden. Aufbauend auf diesen Umsatzumverteilungseffekten bei den vorhandenen Anbietern werden in einem anschließenden Schritt die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planobjektes beurteilt.

2. Marktanteile und Umsatzerwartung des Planvorhabens

Für den geplanten Küchenmöbelfachmarkt kann im betrachteten Kernsortiment ein Umsatz mit Kunden aus dem Einzugsgebiet von ca. 3,2 Mio. € prognostiziert werden. Inklusive Streuumsätzen beläuft sich die Umsatzprognose für das Planobjekt im betrachteten Kernsortiment auf insgesamt **ca. 3,8 Mio. €** (vgl. Tabelle 4). Diese Umsatzleistung entspricht einer Flächenproduktivität von 1.800 – 1.900 € pro m², die bezogen auf das untersuchungsrelevante Sortiment als durchschnittlich einzustufen ist. Insbesondere wird damit der Tatsache Rechnung getragen, dass bei großflächigen Küchenfachmärkten der Umsatz pro m² Verkaufsfläche deutlich abnimmt. Randsortimente soll der geplante Küchenfachmarkt nicht führen.

Tabelle 4: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Küchenmöbelfachmarktes

Zonen	Kernsortiment Küchenmöbel		
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €
Zone I	**4,1**	**25 %**	**1,0 – 1,1**
Zone II a	3,6	15 %	0,5 – 0,6
Zone II b	3,8	15 %	0,5 – 0,6
Zone II gesamt	*7,4*	*15 %*	*1,1*
Zone III	14,3	7 – 8 %	1,0 – 1,1
Einzugsgebiet gesamt	**25,8**	**12 – 13 %**	**3,2**
Streuumsätze	--	--	0,6
Umsatzerwartung gesamt	**--**	**--**	**3,8**

GMA-Berechnungen 2015

3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen

Für einen Küchenmöbelfachmarkt mit einem Umsatz von ca. 3,8 Mio. € sind folgende Umsatzumverteilungen zu erwarten:

Tabelle 5: Umsatzumverteilungswirkungen des geplanten Küchenmöbelfachmarktes

	in Mio. €
Umverteilung bei Wettbewerbern im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Gießen Umsatz ca. 1,3 Mio. €	< 0,1
Umverteilung bei Wettbewerbern in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen / Ortskernen im Einzugsgebiet Umsatz ca. 1,1 Mio. €	< 0,1
Umverteilung bei Wettbewerbern in sonstigen Lagen in der Stadt Gießen ca. 16 – 17 % von ca. 15 Mio. €	2,5 – 2,6
Umverteilung bei Wettbewerbern in sonstigen Lagen des überörtlichen Einzugsgebietes ca. 9 % von ca. 7 Mio. €	ca. 0,6 – 0,7
Umverteilung bei Wettbewerbern außerhalb des Einzugsgebietes	ca. 0,5
gesamt	**ca. 3,8**

GMA-Berechnungen 2015 (ggf. Rundungsdifferenzen)

Es sind somit folgende Kaufkraftbewegungen zu erwarten:

- Zunächst kann davon ausgegangen werden, dass der Großteil der Umsatzumverteilungen gegenüber Wettbewerbern innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes erfolgt. Kaufkraftrückholungen i. S. einer zusätzlichen Kaufkraftbindung in Gießen wird mit der Ansiedlung eines Küchenfachmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.000 bis 2.100 m² aufgrund der bereits guten Ausstattung im Einzugsgebiet nur nachgeordnet verbunden sein. Darüber hinaus werden nur in geringem Umfang Kaufkraftströme von Teilen der Bevölkerung im überörtlichen Einzugsgebiet, die derzeit noch Wettbewerbsstandorte außerhalb des Einzugsgebietes aufsuchen, nach Gießen umgelenkt. Entsprechend gering fallen auch die Umverteilungswirkungen des Planvorhabens außerhalb Einzugsgebietes aus. Derartige Effekte stellen insbesondere eine Folge des Ausbaus des Standortbereichs Schiffenberger Tal als Kompetenzstandort für das Segment Küchenmöbel dar. Somit ergibt sich ein Umsatzanteil von insgesamt ca. 3,3 Mio. € (= 87 % des Gesamtumsatzes), der bei Wettbewerbsbetrieben innerhalb des Einzugsgebietes umverteilt wird. Die Umverteilungseffekte außerhalb des Untersuchungsgebietes beträgt ca. 0,5 Mio. € (= ca. 13 % des Gesamtumsatzes).

- Die prognostizierte Umverteilung wird sich somit insbesondere auf die Systemwettbewerber im Einzugsgebiet auswirken. Demnach sind v. a. der Küchenfachmarkt Reddy sowie die Küchenabteilungen der größeren Möbelanbieter betroffen, aufgrund der räumlichen Nähe v. a. der Möbelstadt Sommerlad.

- Aufgrund der Ausrichtung des projektierten Fachmarktes sind die Überschneidungen mit den Küchenangeboten von innerstädtischen, hochwertigeren Küchenmöbelanbietern (Haus der modernen Küchen Neustadt, Küchen+Ideen Plockstraße) geringer einzuschätzen, so dass die Umsatzumverteilungen gegenüber der Innenstadt Gießen auf einem sehr niedrigen Niveau liegen. Gleiches gilt für den Küchenanbieter im Nahversorgungszentrum Marburger Straße, der ebenfalls nur geringe Überschneidungen mit dem Planvorhaben aufweist.

- Außerhalb des Einzugsgebietes verteilen sich die Umsatzauswirkungen auf eine Vielzahl von Standorten (z. B. Opti Wohnwelt Butzbach, mehrere Anbieter in Marburg), so dass nur Umsatzumverteilungsprozesse in marginaler Größenordnung ausgelöst werden.

Bei den o. g. Umverteilungswirkungen ist nochmals darauf hinzuweisen, dass die Berechnungen unter der Prämisse durchgeführt wurden, dass die Altfläche von Meda Küchen in Heuchelheim weiterhin durch einen Küchenfachmarkt belegt wird. Andernfalls reduzieren sich die Umverteilungseffekte erheblich, da ein Teil des Umsatzes von Meda Küchen umsatzneutral an den Planstandort verlagert wird (vgl. Kapitel V., 6.).

4. Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen bei einer Neuansiedlung

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. Allerdings reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Ansiedlungsvorhabens nicht aus. Vielmehr müssen hierzu im Einzelfall auch andere Kriterien, wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche, berücksichtigt werden. Aus gutachterlicher Sicht ist hinsichtlich des 10 %-Schwellenwertes zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % existenzgefährdende Effekte eintreten können, wenn beispielsweise die betroffenen Betriebe bereits heute an der Rentabilitätsgrenze liegen. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative Auswirkungen auftreten. Wie bereits dargelegt, ist dies abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches sowie der Stabilität der betroffenen Lage. Zu beachten ist darüber hinaus, welche Bedeutung die jeweiligen Branchen für den zentralen Versorgungsbereich ausüben (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment).

Bei dem Sortiment Küchen handelt es sich gemäß Sortimentsliste der Stadt Gießen um ein **nicht zentrenrelevantes Sortiment**, d. h. dass dessen Bedeutung für zentrale Versorgungsbereiche gering ist und seine Ansiedlung außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sogar erwünscht ist.

Mit Ausnahme der Anbieter Haus der modernen Küche, Küchen+Ideen sowie SK Küchen befinden sich sämtliche Anbieter gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Gießen außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche.

Die für die einzelnen Standortlagen im Einzugsgebiet ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- Durch das Vorhaben auf dem Gießener Bänniger-Areal werden die höchsten Umsatzumverteilungen gegenüber den Angeboten in der **dezentralen Einzelhandelsagglomeration Schiffenberger Tal** sowie gegenüber dem Reddy Küchenmarkt an der Grünberger Straße ausgelöst. Anzusprechen sind insbesondere die Systemwettbewerber (Küchenfachmärkte, größere Möbelmärkte), die mit dem Planvorhaben vergleichbare Angebote führen. Obwohl die Umsatzumverteilungen für den Fall, dass ein anderer Küchenfachmarkt die derzeitige Verkaufsfläche von Meda in Heuchelheim übernimmt,[19] mit durchschnittlich 16 – 17 % spürbar sind, sind Betriebsaufgaben kaum zu

[19] Im Falle einer Verlagerung von Meda an den Planstandort ohne Nachnutzung der Altfläche durch einen anderen Küchenfachmarkt reduzieren sich die Umverteilungswirkungen deutlich (s. Kapitel V., 6.).

erwarten. Dies gilt insbesondere für die Möbel- und Bau- / Heimwerkermärkte (Sommerlad / SOMIT, OBI), die den Großteil ihres Umsatzes mit anderen Sortimenten erzielen. Zudem wären Betriebsaufgaben an diesen allesamt außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegenden Standorten auch nicht mit städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen verbunden. Gleiches gilt für die Angebote im Gewerbegebiet Gießen-West (v. a. Wohnmaxx).

- Im überörtlichen Einzugsgebiet sind Umverteilungswirkungen insbesondere gegenüber den Angeboten in Heuchelheim (v. a. Roller) sowie in Wetzlar-Dutenhofen (Wohnwelt) festzustellen, die jeweils auf Teilflächen Küchen führen. Weiterhin sind mit dem Küchenstudio Langsdorf in Linden, dem Küchenparadies Reiskirchen sowie dem Küchenstudio Berg in Grünberg weitere Spezialanbieter in dezentralen Standortlagen vertreten. Diese Standorte werden mit einer Umverteilungsquote von max. 0,6 – 0,7 Mio. € bzw. 9 % betroffen sein. Auch hierbei handelt es sich ausschließlich um **dezentrale Standortlagen**, die keine Schutzbedürftigkeit i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO aufweisen, so dass die Umsatzauswirkungen als rein wettbewerblich zu klassifizieren sind.

- Innerhalb der **Innenstadt Gießen** befinden sich mit Haus der modernen Küchen sowie Küchen+Ideen zwei Anbieter. Die Anbieter sind kleinflächig strukturiert und befinden sich in Nebenlagen (Neustadt bzw. Plockstraße), wo diese keine frequenzerzeugende Magnetfunktion haben. Aufgrund der Preis- und Sortimentsstruktur sowie der Beratungsintensität dieser Anbieter sind die Überschneidungen mit dem Planvorhaben geringer als bei den dezentral gelegenen Anbietern. Mit Betriebsaufgaben ist daher in Folge des Planvorhabens nicht zu rechnen.

- Gegenüber **sonstigen Anbietern in zentralen Versorgungsbereichen** bzw. innerörtlichen Lagen innerhalb des Einzugsgebietes (SK Küchen Nahversorgungszentrum Gießen-Marburger Straße, Küchencenter Grünberg, Küchenstudio Neidel Ortskern Heuchelheim, Hermann & Leib Küchenstudio Ortskern Wettenberg) sind ebenfalls nur geringe Umverteilungswirkungen zu erwarten, die rechnerisch kaum nachweisbar sind. Es ist daher nicht davon auszugehen, dass es zu Betriebsaufgaben in Folge des Planvorhabens kommen wird. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die jeweiligen Anbieter dieses nicht zentrenrelevanten Sortiments innerhalb des jeweiligen Zentrums keine frequenzerzeugende Funktion haben, da es sich jeweils um ein Nahversorgungszentrum bzw. ein Grundzentrum handelt, welche überwiegend Nahversorgungsfunktionen einnimmt.

- Da das geplante **Kernsortiment Küchen nicht nahversorgungs- oder zentrenrelevant** ist, werden durch das Vorhaben keine Wirkungen auf die Nahversorgungssituation der

Bevölkerung resultieren. Auch eine Beeinträchtigung der Versorgungssituation der Bevölkerung im Allgemeinen bzw. eine Beeinträchtigung der Versorgungssituation mit Küchenmöbeln im Speziellen kann ausgeschlossen werden, da durch die Realisierung des Planvorhabens nicht mit der Schließung eines Gießener Wettbewerbers oder im übrigen Einzugsgebiet zu rechnen ist.

- **Zentrenrelevante Randsortimente** sind in dem Planvorhaben nicht vorgesehen. Dementsprechend können städtebauliche Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen vollständig ausgeschlossen werden.

Zusammenfassend sind **keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen** zu erwarten. Die Umverteilungseffekte im betrachteten Küchenmöbelsortiment beziehen sich auf mehrere Standorte und Betriebe insbesondere in Gießen sowie im überörtlichen Einzugsgebiet. Die wesentlichen Wettbewerbsstandorte liegen überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ein Großteil der Umsatzumverteilungswirkungen wird somit gegen dezentrale Lagen im Untersuchungsraum gerichtet sein. Betriebsschließungen, die durch die Realisierung des Planvorhabens verursacht wäre, sind nicht zu erwarten. Zudem erfüllen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen / in Ortskernen keine Magnetfunktion für die jeweiligen Zentren, so dass eine Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden kann.

5. Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung

Im Folgenden werden die wesentlichen Ziele der Raumordnung und Landesplanung aus dem Landesentwicklungsplan Hessen 2000 in Verbindung mit dem Regionalplan Mittelhessen 2010 dargestellt und kommentiert.

- Gemäß **Zentralitätsgebot / Kongruenzgebot** sind großflächige Einzelhandelsprojekte grundsätzlich nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Standorte außerhalb der zentralen Ortsteile sind dabei auszuschließen. Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen dabei nach Verkaufsflächengröße der Sortimentsgruppen und des daraus resultierenden Einzugsbereichs den zentralörtlichen Einzugsbereich (Versorgungsbereich) beachten.

  Durch die Lage in einem Oberzentrum erfüllt das Planvorhaben in Gießen die Vorgaben des Zentralitätsgebotes. Hinsichtlich des Kongruenzgebotes ist darauf hinzuweisen, dass sich das betriebliche Einzugsgebiet des Planvorhabens neben dem Oberzentrum Gießen auch auf Mittel- und Unterzentren im Umland bezieht, die nicht dem Mittelbereich Gießens zugeordnet sind (Lich, Grünberg, Stadtteile Wetzlars, Hüttenberg, Lahnau). Damit übersteigt der Einzugsbereich des Planvorhabens zwar den Mittelbe-

reich Gießens, dennoch ist nicht davon auszugehen, dass die Realisierung des Planvorhabens zu einer faktischen Ausdehnung des Einzugsgebietes der Stadt Gießen führt. Auch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen grenzt als Bereich der überwiegenden Umsatzherkunft das in dieser Auswirkungsanalyse zugrunde gelegte Einzugsgebiet ab (Zonen I – III). Außerdem wird der Großteil des Umsatzes (mindestens ca. 75 %) aus dem Mittelbereich generiert.

- Gemäß Regionalplan Mittelhessen sind Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel nur in den ausgewiesenen „Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung“ zulässig (**siedlungsstrukturelles Integrationsgebot**). Der Planstandort befindet sich gegenwärtig im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplans für großflächigen Einzelhandel, der nun im Zuge eines Abweichungsantrages statt einer Nutzung durch einen Bürofachmarkt eine Nutzung durch das Planvorhaben zulassen soll.
  Die räumliche Distanz des Standortes zur Innenstadt und die nur eingeschränkte bauliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten entsprechen nicht vollständig dem **städtebaulichen Integrationsgebot**. Abwägungsspielraum besteht gemäß Landesentwicklungsplan jedoch aufgrund des Sortimentscharakters des Planvorhabens. Da es sich bei dem geplanten Angebot ausschließlich um nicht zentrenrelevante Sortimente handelt (100 % der Verkaufsfläche), sind diese nicht notwendigerweise in integrierter Lage anzusiedeln. Zudem hat sich der Standortbereich Schiffenberger Tal bereits langjährig als verkehrsorientierte Einzelhandelsagglomeration für nicht zentrenrelevante Kernsortimente etabliert.

- Gemäß **Beeinträchtigungsverbot** dürfen großflächige Einzelhandelsvorhaben die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. In Bezug auf das Beeinträchtigungsverbot ist auf die vorangegangenen Ausführungen zu verweisen. Demnach werden im Rahmen der „worst-case-Betrachtung“ keine städtebaulichen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, Nahversorgungszentrum Marburger Straße) oder in den Ortskernen umliegender Städte und Gemeinden prognostiziert. Im Umland sind ebenfalls keine wesentlichen Beeinträchtigungen zentraler Lagen oder Verluste der zentralörtlichen Funktion abzuleiten.

6. Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen bei einer Verlagerung

Gemäß Angaben des Auftraggebers ist eine Weiterbelegung des Altstandortes in Heuchelheim, wo Meda derzeit auf ca. 2.900 m² im Obergeschoss des Möbelmitnahmemarktes Roller agiert, mit einem Küchenfachmarkt nicht geplant. In diesem Fall reduzieren sich die Umverteilungseffekte erheblich, da ein Teil des Umsatzes von Meda Küchen umsatzneutral an den Planstandort

verlagert wird. Demgegenüber ist zu berücksichtigen, dass zusätzliche Umsatzeffekte für den Anbieter Meda in Folge der verbesserten Verkehrslage und aufgrund von Agglomerationseffekten (u. a. mit anderen Möbelanbietern im Standortbereich Schiffenberger Tal) zu erwarten sind. Dies gilt ungeachtet der gegenüber dem heutigen Standort in Heuchelheim kleineren Verkaufsfläche, die mit ca. 2.000 – 2.100 m² deutlich unter der heutigen Verkaufsflächengröße liegt.

Dies vorausgesetzt, sind die Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- **Im Falle einer Verlagerung ohne Nachbelegung der Altfläche durch einen Küchenfachmarkt wird nur ein Teil des Prognoseumsatzes des Planobjektes umverteilungswirksam**. Unter Berücksichtigung einer für einen Küchenfachmarkt sehr niedrigen Flächenleistung von ca. 1.000 € / m² VK und einem daraus resultierenden heutigen Gesamtumsatz i. H. v. ca. 2,9 Mio. € p. a. am Altstandort (nach vorsichtiger Schätzung der GMA) beläuft sich der Mehrumsatz des Anbieters somit auf lediglich ca. 0,9 Mio. €. In dieser Berechnung wurde berücksichtigt, dass Meda am derzeitigen Standort in Heuchelheim unzeitgemäße Standortrahmenbedingungen vorfindet (v. a. verkehrsungünstige Lage, Lage im Obergeschoss eines Möbelmitnahmemarktes mit eher preissensibler Zielgruppe).

- Im Falle einer Verlagerung reduziert sich die Umverteilungsquote gegenüber den Angeboten in der **dezentralen Einzelhandelsagglomeration Schiffenberger Tal** (v. a. Möbel Sommerlad) sowie gegenüber dem Reddy Küchenmarkt an der Grünberger Straße auf max. 4 – 5 %. Betriebsaufgaben in Folge des Planvorhabens können in diesem Fall ausgeschlossen werden. Gleiches gilt für die übrigen Angebote im Untersuchungsraum, für die sich Umverteilungswirkungen auf max. 2 – 3 % belaufen. Insbesondere für die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen und in Ortskernen ist unverändert festzuhalten, dass wesentliche Auswirkungen im Sinne von Betriebsbeeinträchtigungen aufgrund des absolut geringen Niveaus rechnerisch nicht nachweisbar sind.

- In der Folge können daher für den Fall einer Verlagerung des Meda Küchenfachmarktes ohne Nachbelegung der Altfläche mit einem Küchenfachmarkt **Betriebsaufgaben in Folge des Verlagerungsvorhabens vollständig ausgeschlossen** werden. Die Umsatzumverteilungen werden ein wettbewerbsübliches Maß nicht überschreiten und richten sich ausschließlich auf dezentrale Standortlagen, für die eine Schutzwürdigkeit i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO nicht besteht. Sie sind daher rein wettbewerblicher Natur. Auch ist nochmals darauf hinzuweisen, dass es sich beim geplanten Sortiment Küchen um ein gemäß Gießener Sortimentsliste nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt, welches keine zentrenprägende Funktion innehat.

VI. Fazit

Mit der im Zuge der Entwicklung des Bänninger-Geländes geplanten Ansiedlung eines Meda Küchenfachmarktes strebt Meda eine Verlagerung seiner Filiale in Heuchelheim an. Die bisherigen Planungen zur Ansiedlung eines Bürofachmarktes, für den ein rechtskräftiger Bebauungsplan vorliegt, sollen dafür aufgegeben werden. Zur Umsetzung des Vorhabens ist wegen der geplanten Änderung in dem ursprünglich für den Fachmarkt für Büroartikel vorgesehenen Bereich entweder eine Änderung des Bebauungsplans oder ein entsprechender Abweichungsantrag notwendig. Die Verkaufsfläche von Meda soll ca. 2.000 – 2.100 m² betragen und liegt damit unter der derzeitigen Verkaufsfläche von ca. 2.900 m² im Obergeschoss des Möbelmitnahmemarktes Roller in Heuchelheim. Obwohl die damit einhergehenden Umsatzeffekte eher gering einzuschätzen sind und zusätzliche Umsatzeffekte allenfalls in Folge der verbesserten Verkehrslage und aufgrund von Agglomerationseffekten (u. a. mit anderen Möbelanbietern im Standortbereich Schiffenberger Tal) zu erwarten sind, wurde in den vorangehenden Berechnungen für das Vorhaben im Sinne eines worst case-Szenarios von einer Neuansiedlung ausgegangen, da das Baurecht am Standort Heuchelheim theoretisch die Nachnutzung durch Küchenmöbel zulässt (vgl. Kapitel V., 2.-5.). Nach Angaben des Auftraggebers ist eine Wiederbelegung mit einem Küchenfachmarkt am Altstandort in Heuchelheim jedoch nicht geplant. Vor diesem Hintergrund sind die Aussagen zu den möglichen Auswirkungen des Planvorhabens zu relativieren (vgl. Kapitel V., 6).

Zusammenfassend sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Untersuchungsraum in Folge des Planvorhabens zu erwarten. Das Planobjekt ordnet sich hinsichtlich der zentralörtlichen Bedeutung der Stadt Gießen in Bezug auf Projektgröße, Betriebstyp und Umsatzvolumen somit in die Versorgungsfunktionen des Oberzentrums Gießen ein. Die Ansiedlung würde das Einzelhandelsangebot in der dezentralen Einzelhandelsagglomeration ergänzen und die Marktposition des Standortbereichs Schiffenberger Tal als Kompetenzstandort für Möbel / Küchen festigen. Die Planung steht sowohl in Übereinstimmung mit landes- und regionalplanerischen Zielen als auch mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gießen.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1: Mikrostandort Bänninger-Areal 15

Karte 2: Einzugsgebiet des Planobjektes 19

Karte 3: Projektspezifischer Wettbewerb im Untersuchungsraum 24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Küchenmöbelfachmarktes 20

Tabelle 2: Relevante Wettbewerber im Einzugsgebiet 21

Tabelle 3: Relevante Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebiets (> 100 m² VK) 23

Tabelle 4: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Küchenmöbelfachmarktes 26

Tabelle 5: Umsatzumverteilungswirkungen des geplanten Küchenmöbelfachmarktes 26