



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma Lebensmitteldiscountmarktes in

GIESSEN, Kleinlinden

Auftraggeber: Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung
& Co. KG, Kerpen

Projektleitung: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung

Projektbearbeitung: Beate König, Dipl.-Geogr.

Köln, August 2014



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl
50679 Köln, Siegburger Straße 215
Telefon: 0221 – 989438-0 Telefax: 0221 – 989438-19
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, wurde im Juli 2014 von der Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG, Kerpen beauftragt, eine Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Kleinlinden in Gießen zu erarbeiten.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA Angaben des Auftraggebers, der Stadt Gießen sowie des Hessischen Statistischen Landesamtes zur Verfügung. Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde eine aktuelle Standortbesichtigung des Erweiterungsobjektes und der wesentlichen Wettbewerber durchgeführt. Darüber hinaus konnte auf eine Vielzahl von Informationen, welche im Rahmen verschiedener Einzelhandelsuntersuchungen in der Stadt Gießen in den vergangenen Jahren gesammelt wurden, zurückgegriffen werden.

Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und unter Beachtung wissenschaftlicher Grundlagen ausgewertet.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsfindung der am Planungsprozess Beteiligten. Die GMA verpflichtet sich, die Ergebnisse der Untersuchung vertraulich zu behandeln. Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im August 2014
KO / KBE-aw

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
Vorbemerkung	
I. Aufgabenstellung und Grundlagen	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Rechtliche Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen	2
2.1 Regelungen des Baugesetzbuches	2
2.2 Regelungen der Baunutzungsverordnung	2
2.3 Landes- und Regionalplanung	3
2.4 Kommunales Einzelhandelskonzept	6
3. Definitionen und ausgewählte Marktdaten	7
II. Standortbewertung	8
1. Makrostandort Gießen	8
2. Mikrostandort Frankfurter Straße	9
III. Nachfrage- und Angebotssituation	12
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	12
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	14
3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand	15
IV. Beurteilung des Vorhabens	17
1. Methodischer Ansatz	17
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	17
3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen	18
4. Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Gießen	21
5. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben	23
Verzeichnisse	25

I. Aufgabenstellung und Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Im Gießener Stadtbereich Kleinlinden ist an der Frankfurter Straße ein Norma Lebensmitteldiscountmarkt mit einer Verkaufsfläche von derzeit knapp 800 m² ansässig. Dieser soll um rd. 200 m² auf rd. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Die Verkaufsflächenerweiterung soll die Voraussetzungen für eine zeitgemäße Warenpräsentation (u. a. breitere Gänge) schaffen, die einen erhöhten Flächenbedarf zur Folge haben. Nach Angaben der Firma Norma ist keine Ausweitung der Sortimentsbreite und -tiefe vorgesehen.

Auftragsgemäß besteht die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung darin, die möglichen Auswirkungen im Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des Norma-Marktes um 200 m² VK zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben auf die Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen sowie auf die Nahversorgungsstruktur der Stadt Gießen und des Umlandes ausgelöst werden können und welche versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren.

Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO sowie der Landes- und Regionalplanung in Hessen durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Einzelhandelserlass Hessen zu beurteilen, d. h. Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot und Beeinträchtungsverbot. Darüber hinaus erfolgt eine Überprüfung der Vereinbarkeit mit den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Gießen.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Mittelhessen
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Gießen und des Mikrostandortes Frankfurter Straße
- Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials

- Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber im Umfeld
- Analyse der möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Gießen
- Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung gemäß Regionalplan Mittelhessen und Einzelhandelserlass Hessen.

2. Rechtliche Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen

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.

2.1 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).

2.2 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,

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. 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.“

Im Rahmen vorliegender Analyse werden die im Zusammenhang mit der Erweiterung des Norma-Marktes zu erwartenden Auswirkungen auf die **Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche** sowie auf die **Versorgung der Bevölkerung** in der Standortkommune und im Umland überprüft.

2.3 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), heranzuziehen. Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung bezüglich der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe beziehen sich insbesondere auf folgende Prüfkriterien:

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

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im LEP Hessen 2000 genannt:¹

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).

Beeinträchtungsverbot:

„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.“

Nach den Hinweisen und Erläuterungen des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Einzelhandelserlass) ist i. d. R. davon auszugehen, dass wesentliche, also nicht nur unerhebliche Beeinträchtigungen der städtebaulichen und

¹ Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Grundsätze und Ziele zu „Großflächigen Einzelhandelsvorhaben“ Pkt. 4.1.2 Ausweisung von Flächen für Siedlungszwecke – Grundsätze und Ziele.

funktionalen Integrität zentraler Orte dann vorliegen, wenn bei der Gesamtheit der von einem Vorhaben betroffenen innenstadtrelevanten Sortimente Umsatzverlagerungen aus innerörtlichen Geschäftslagen von ca. 10 % zu erwarten sind.

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 Entwicklungs-

maßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen (**Beeinträchtigungsverbot**).“

2.4 Kommunales Einzelhandelskonzept

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Gießen zum Einzelhandel zu berücksichtigen. Hierfür kann auf das von der Stadt Gießen beschlossene Einzelhandelskonzept, erarbeitet im November 2011 durch die GMA, zurückgegriffen werden.

Dem Einzelhandelskonzept liegen folgende wesentliche städtebauliche Zielsetzungen zugrunde:

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

Die Zielsetzungen werden durch das Sortiments- und Standortkonzept konkretisiert. Mit dem Sortimentskonzept (sog. „Gießener Sortimentsliste“) werden nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert.

Mit dem Standortkonzept soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen und dezentralen Lagen erfolgen. Dabei soll die Einzelhandelsentwicklung zunächst zugunsten zentraler Versorgungsbereiche gelenkt werden. In siedlungsräumlich integrierten Lagen (inkl. Nahversorgungslagen), die keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet sind, ist die Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Betrieben ebenfalls zulässig, sofern keine Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgung erreicht wird.

3. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

Zur ersten Einordnung des projektierten Vorhabens werden im nachfolgenden die Definitionen für die Betriebsformen kurz dargestellt¹. Bei dem Untersuchungsobjekt handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter (Norma).

Im **Lebensmitteleinzelhandel** wird u. a. zwischen den Betriebstypen Lebensmitteldiscounter, Supermarkt und großer Supermarkt unterschieden.

„Ein **großer Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood-II-Artikel² führt.“

„Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.“

„Ein **Lebensmitteldiscounter** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 qm, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.“

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 10.100 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.000 Artikel vor. Hinzu kommen meist wöchentlich wechselnde Randsortimente (sog. „Aktionsware“), d. h. diese Sortimente werden nicht kontinuierlich geführt. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote aus dem Nichtlebensmittel-Sektor mit einem Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

¹ Quelle: EHI-Handelsdaten aktuell 2013

² Nonfood umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Es wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden (EHI-Handelsdaten aktuell 2013).

II. Standortbewertung

1. Makrostandort Gießen

Die Universitätsstadt Gießen ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises und übernimmt die Funktion eines **Oberzentrums**. In einem Radius von rd. 30 km befinden sich mit Wetzlar und Marburg zwei weitere Oberzentren, die jedoch nicht die oberzentrale Bedeutung der Stadt Gießen erreichen.

Im rd. 73 km² großen Stadtgebiet leben derzeit rd. 78.510 **Einwohner**¹. Die Stadt Gießen gliedert sich in elf Stadtbereiche. Die größte Bevölkerungskonzentration weisen die Innenstadt mit ca. 18.220 Einwohnern sowie der Stadtbereich Ost mit rd. 12.880 Einwohnern auf². Bis zum Jahr 2020 wird für die Stadt Gießen eine Bevölkerungszunahme um rd. 790 Einwohner bzw. ca. 1,0 % prognostiziert³. Auch in den zurückliegenden Jahren war in Gießen bereits eine positive Einwohnerentwicklung zu beobachten. Zwischen den Jahren 2008 und 2013 stieg die Einwohnerzahl um rd. 4,5 % (+ ca. 3.370 Personen).

Die **Verkehrsanbindung** der Stadt an das Autobahnnetz erfolgt über die A 480 bzw. die A 485. Diese verbinden den sog. „Gießener Ring“ mit der östlich verlaufenden A 5 bzw. der A 45 südlich des Stadtgebietes. Der „Gießener Ring“ selbst setzt sich aus Teilstücken der A 485, der A 480 und der B 49 zusammen und wird von der B 429 im Westen vervollständigt. Mehrere Bundesstraßen bilden regionalbedeutsame Verkehrsachsen in umliegende Mittelstädte z. B. nach Lich (B 457), Marburg (B 3), Wetzlar und Limburg (B 49). An das Schienennetz der Deutsche Bahn AG ist die Stadt Gießen ebenfalls angeschlossen. Zudem verkehren im Stadtgebiet mehrere Buslinien.

Hinsichtlich der **Pendlerverflechtungen** weist die Stadt Gießen mit 32.360 Einpendlern und 11.780 Auspendlern einen deutlichen Einpendlerüberschuss auf, was die Bedeutung der Stadt Gießen als Arbeitsort in der Region widerspiegelt⁴.

¹ Quelle: Stadt Gießen, Stand: 31.12.2013.

² Quelle: Stadt Gießen, Stand: 31.12.2013

³ Quelle: Hessen Agentur GmbH

⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2013

Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes**¹ wurden in der Stadt Gießen rd. 630 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 259.360 m² erhoben. Davon entfallen ca. 187 Betriebe und rd. 52.570 m² VK auf das Nahrungs- und Genussmittelsegment. Im Rahmen des Konzeptes wurden in der Stadt Gießen drei **zentrale Versorgungsbereiche** definiert. Dabei handelt es sich um die Einkaufsinnenstadt Gießen und die Nahversorgungszentren Frankfurter Straße und Marburger Straße. Ferner wurden fünf **Nahversorgungslagen** abgegrenzt², die der Nahversorgung der unmittelbar angrenzenden Wohnbevölkerung dienen. Diese konnten aufgrund des geringen Besatzes bzw. der fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB gewertet werden. Ferner ist auf zwei **dezentrale Einzelhandelsagglomerationen** hinzuweisen, die ebenfalls wesentliche Einzelhandelslagen im Oberzentrum Gießen darstellen.

2. Mikrostandort Frankfurter Straße

Der Planstandort des Erweiterungsvorhabens befindet sich im Süden der Stadt Gießen und ist dem Stadtbereich Kleinlinden zuzuordnen.

Das unmittelbare Standortumfeld des Norma Lebensmitteldiscounters wird überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Darüber hinaus ist östlich des Marktes auf den Einzelhandelsbetrieb Bettenhaus Biermann hinzuweisen.

Die ÖPNV-Anbindung wird durch die Haltestelle Waldweide, welche sich in unmittelbarer Nähe zum Planstandort befindet, gesichert. Das Areal liegt direkt an der Frankfurter Straße, dementsprechend ist auch die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes für den Pkw-Verkehr positiv zu bewerten.

Die Stellplätze sind dem Gebäude vor- und seitlich angelagert. Am Gebäudekörper befindet sich eine Bäckerei (Bäckerei Steinmüller), die über einen separaten Eingang verfügt.

¹ vgl. GMA-Gutachten zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen, November 2011.

² inkl. der zukünftigen Nahversorgungslage PX-Areal

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Gießen aus 2011 grenzt zentrale Versorgungsbereiche unterschiedlicher Kategorien (Hauptzentrum, Nahversorgungszentren) ab. Der Standort des Norma-Marktes ist weder einem zentralen Versorgungsbereich noch einer Nahversorgungslage zuzuordnen.

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

Positive Standortfaktoren:

- + gute Verkehrsanbindung
- + Anbindung an das ÖPNV-Netz
- + räumliche und funktionale Zuordnung zu Wohngebieten
- + Erweiterung eines bereits eingeführten Einzelhandelsstandortes.

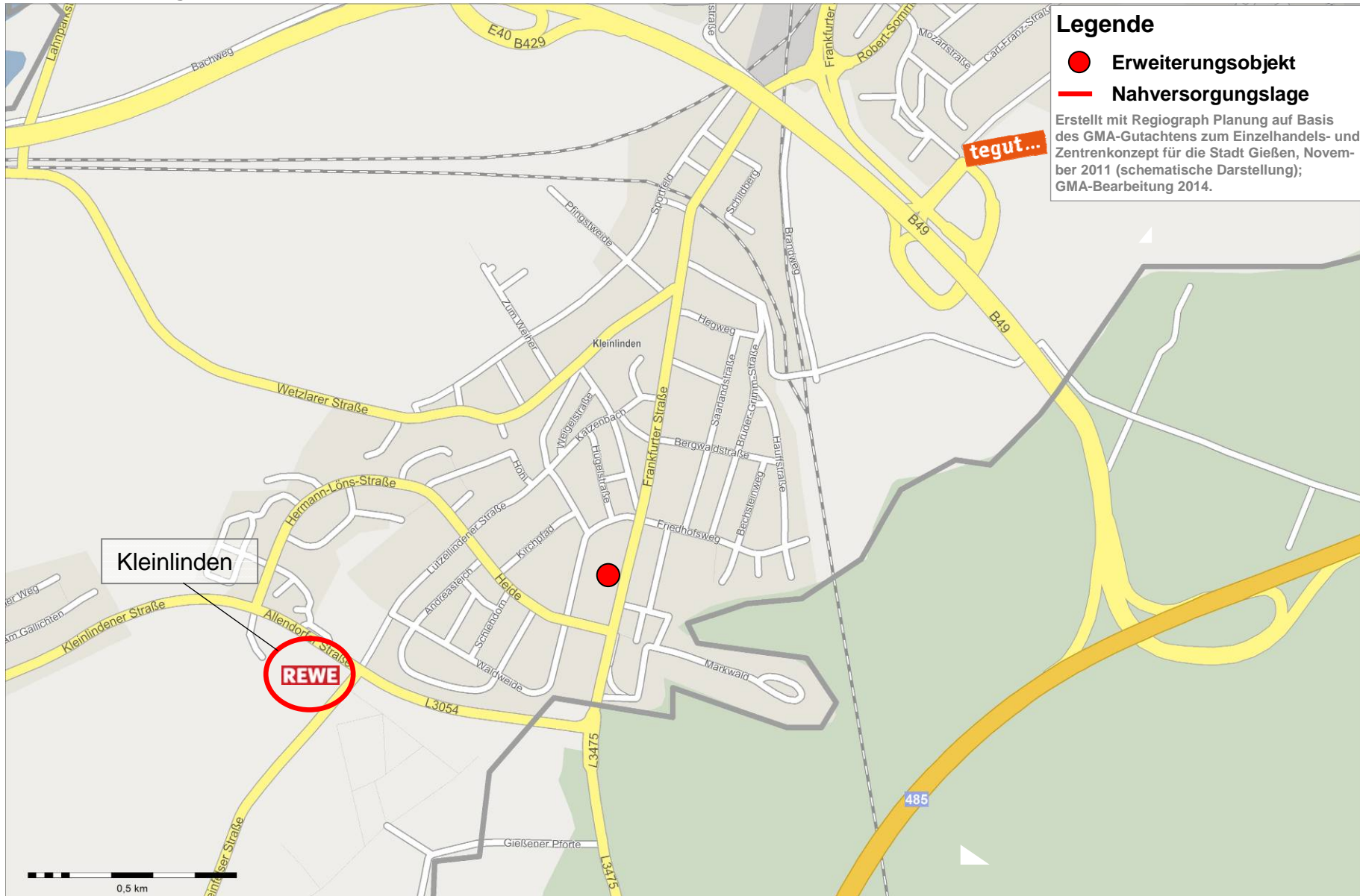
Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches

Aus **betrieblicher Sicht** ist der Standort an der Frankfurter Straße grundsätzlich gut für den Betrieb eines Lebensmitteldiscountmarktes geeignet. Insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit sowie die Anbindung an das ÖPNV-Netz sind positiv zu bewerten.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist anzuführen, dass sich der Norma-Markt außerhalb der definierten Versorgungszentren befindet. Der Standort ist jedoch an Wohnbebauung angeschlossen, so dass ein ausgeprägtes fußläufig erreichbares Einwohnerpotenzial im Umfeld besteht. Darüber hinaus handelt es sich bei dem Anbieter um den einzigen fußläufig erreichbaren Lebensmitteldiscounter im Stadtbereich Kleinlinden.

Karte 1: Lage des Planstandortes



III. Nachfrage- und Angebotssituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Zur konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Lage innerhalb des Stadtgebietes sowie verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsgebiet
- projektrelevante Wettbewerbssituation im Umfeld
- aufgrund der Dimensionierung zu erwartende Anziehungskraft des Erweiterungsvorhabens
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte.

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien umfasst das projektrelevante Einzugsgebiet den gesamten Stadtbereich Kleinlinden. Das Bevölkerungspotenzial beläuft sich auf 4.550¹ Einwohner. Somit ist der Norma-Markt überwiegend auf die Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung ausgerichtet.

Trotz der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandorts ist das Einzugsgebiet aufgrund der Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel nicht weiter in nördliche (Gießener Kernstadt mit u. a. tegut) und südliche (Stadt Linden mit u. a. Aldi, Lidl, Penny) Richtung auszudehnen. In diesem Zusammenhang ist auch auf die Trennwirkung, die die Verkehrswege im Standortumfeld (Bundesstraße 49 im Norden / Autobahn 45 im Süden) entfalten, hinzuweisen.

¹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Gießen. Stand: 31.12.2013, GMA-Abgrenzung

Östlich und westlich des Einzugsgebiets befinden sich überwiegend landwirtschaftlich geprägte Areale, die dem Einzugsgebiet ebenfalls nicht zuzuordnen sind. Auch der benachbarte Stadtbereich Allendorf wird aus fachlicher Sicht nicht mehr zum Einzugsgebiet gezählt, da die räumliche Entfernung und die Angebotssituation in Linden und in der Kernstadt lediglich eine sehr geringe Einkaufsorientierung in Richtung des zu erweiternden Norma-Marktes erwarten lassen.

Aufgrund der Lage des Planstandortes an der Frankfurter Straße und der damit guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist in gewissem Umfang auch von Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs auszugehen (z. B. Pendler). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung **ca. €5.247,-**.

Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

- | | |
|------------------------------|---------------|
| ▪ Nahrungs- und Genussmittel | ca. € 1.870,- |
| ▪ Nichtlebensmittel | ca. € 3.377,- |

Aufgrund des Betriebstyps (Lebensmitteldiscounter) ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig der Nahrungs- und Genussmittelbereich relevant.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen.¹

¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2012. Der Kaufkraftkoeffizient liegt für die Stadt Gießen bei 93,1 (Bundesdurchschnitt 100,0).

Unter Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches projektrelevantes Einzelhandelskaufkraftvolumen im Nahrungs- und Genussmittelsektor im abgegrenzten Einzugsgebiet von insgesamt **ca. 7,9 Mio. €**

3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand

Im Rahmen vorliegender Analyse erfolgte im Juli 2014 eine Erhebung der relevanten Lebensmittelanbieter (Supermärkte, Discounter sowie SB-Warenhäuser). Für die Stadt Gießen konnte dabei auf Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2010 / 2011 zurückgegriffen werden, die einer Vor-Ort-Überprüfung unterzogen wurden.

Im Einzugsgebiet ist – bis auf den zur Erweiterung vorgesehenen Norma-Markt – lediglich ein relevanter Wettbewerber vorhanden:

- **Rewe**, Heerweg, Gießen, ca. 1.000 m² VK, integrierte Lage mit Wohngebietanschluss in der Nahversorgungslage Kleinlinden (vgl. Karte 2), moderner Marktauftritt, separater Getränkemarkt, Bäckerei und Metzgerei im Vorkassenbereich.

Außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes sind folgende wesentliche Wettbewerber ansässig¹:

¹ Die Stadt Linden verfügt aktuell über kein Einzelhandelskonzept. Dementsprechend sind hier auch keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen.

Tabelle 1: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet

Betrieb	Straße	VK- größeklasse in m ²	Lagekategorie / Bemerkungen
Lidl	Robert-Bosch-Straße, Linden	500 – 1.000	Gewerbegebiet Groß-Linden, Bäckerei im Vorkassenbereich
Aldi	Carl-Benz-Straße, Lin- den	500 – 1.000	Gewerbegebiet Groß-Linden
Penny	Gießener-Pforte, Linden	500 – 1.000	Gewerbegebiet Groß-Linden
Netto	Kurt Schumacher Stra- ße, Linden	500 – 1.000	integrierte Lage mit Wohnge- bietsanschluss, Bäckerei im Vor- kassenbereich
Rewe	Arnsburger Weg	500 – 1.000	integrierte Lage mit Wohnge- bietsanschluss, Bäckerei im Vor- kassenbereich
tegut	Adolph-Kolping-Straße, Gießen	1.000 – 1.500	teilintegrierte Lage mit Wohnge- bietsanschluss, Bäckerei im Vor- kassenbereich
GMA-Erhebung 2014			

Neben den o. g. strukturprägenden Lebensmittelmärkten sind außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes einige Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie Spezialanbieter (u. a. Getränkemarkte) ansässig, diese sind aufgrund ihrer Sortimentsstruktur nicht als wesentliche Wettbewerber des Planvorhabens einzustufen. In Linden ist im Stadtteil Am Mühlberg auf das SB-Warenhaus „Kaufland“ hinzuweisen, bei welchem es sich jedoch aufgrund der räumlichen Gegebenheiten (Zäsur durch Bahngleise) um keinen wesentlichen Wettbewerber gegenüber dem Erweiterungsvorhaben handelt. Ähnlich verhält es sich bei den Lebensmittelmärkten in Wetzlar-Dutenhofen (u. a. Globus Sb-Warenhaus): Auch diese stellen aufgrund der räumlichen Entfernung keine projektrelevanten Wettbewerber dar. In den Stadtbereichen Allendorf¹ und Lützellinden sind keine relevanten Anbieter vorhanden.

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche der relevanten Wettbewerber auf rd. 6.675 m² auf denen ein untersuchungsrelevanter Umsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von ca. 26 – 27 Mio. € erwirtschaftet wird.

¹ Bei einer Begehung war nicht klar erkennbar, ob der hier ansässige, kleinteilige Spar-Markt lediglich urlaubsbedingt geschlossen hat oder nicht mehr in Betrieb ist.

IV. Beurteilung des Vorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 2 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Im Nahrungs- und Genussmittelsektor kann für das Vorhaben mit Kunden aus dem Einzugsgebiet ein Umsatz von ca. 2,8 Mio. € prognostiziert werden. Inklusiv der Streuumsätze (ca. 10 % = 0,3 Mio. €) und der Nichtlebensmittel-Sortimente (Umsatzanteil in Höhe von rd. 15 % = 0,5 Mio. €) beläuft sich die Umsatzerwartung für das Vorhaben auf insgesamt ca. 3,6 Mio. €. Aus dem über das Marktanteilkonzept ermittelten Umsatz lässt sich unter Zugrundelegung einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² (= Erweiterung um 200 m²)

eine Flächenproduktivität für das Gesamtobjekt von ca. € 3.600 je m² Verkaufsfläche ermitteln.

Tabelle 2: Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet	7,9	35 – 36	2,8
Nichtlebensmittel-Umsatz (ca. 15 %)			0,5
Streuumsatz (ca. 10 %; Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel)			0,3
Gesamt			3,6
GMA-Berechnungen 2014; ca.-Werte, gerundet			

Die Umsatzberechnung für den Norma-Markt erfolgte unter der **Modellannahme einer Neuansiedlung**. Es handelt sich bei dem Vorhaben jedoch um die Verkaufsflächenerweiterung des bereits bestehenden Marktes, womit nur der jeweils zusätzlich erwirtschaftete Umsatz wettbewerbswirksam wird. Bei einer geplanten Verkaufsflächenerweiterung um 200 m² gegenüber dem Bestandsobjekt ist modellhaft ein **zusätzlicher Umsatz** in Höhe von ca. 0,7 Mio. €, davon rd. 0,6 Mio. € im Lebensmittelsektor, anzusetzen.

Es ist darauf hinzuweisen, dass der ermittelte Zusatzumsatz einen theoretischen Wert darstellt. In der Handelswissenschaft ist unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche die Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche abnimmt und die Umsätze nicht proportional zur Verkaufsfläche steigen. Damit wird im Rahmen der Auswirkungsanalyse ein sog. worst-case-Ansatz zugrunde gelegt.

3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versor-

gungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Es ist zu berücksichtigen, dass der Norma-Markt aktuell bereits als Einkaufsstandort in der Stadt Gießen etabliert ist; daher wird bei der Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen bzw. Umsatzumverteilungen ausschließlich der zusätzlich erwirtschaftete Umsatz angesetzt. In der Bewertung ist damit der aktuelle Zustand – mit dem bestehenden Betrieb und den aktuell vorhandenen Kaufkraftströmen – mit der (prognostizierten) Situation nach der geplanten Erweiterung zu vergleichen.¹

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Standorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Es ist davon auszugehen, dass der zusätzliche Umsatz des Norma-Marktes insbesondere zu Lasten von Systemwettbewerbern, d. h. anderen Lebensmitteldiscountern erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt; d. h. die sog. Systemwettbewerber werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

¹ vgl. hierzu OVG NRW, Urteil 10 A 1417/07 vom 06.11.2008

Außerdem wird angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Insgesamt sind die durch die geplante Erweiterung des Norma-Marktes ausgelösten Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen wie folgt zu prognostizieren:

- **Innerhalb des Einzugsgebietes** liegt die Umverteilungsquote¹ in einer nur sehr geringen Größenordnung (rd. 2 – 3 %), da es sich bei dem hier ansässigen Rewe-Markt um keinen Systemwettbewerber zum Erweiterungsobjekt handelt. Dementsprechend ist nicht von einer nachhaltigen Schwächung des Rewe Supermarktes und folglich auch der Nahversorgungslage Kleinlinden auszugehen². Folglich sind hier weder Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche noch versorgungsstrukturelle Effekte zu erwarten.
- Ein Großteil des zusätzlich zu erwartenden Umsatzes des Vorhabens wird **außerhalb des Einzugsgebietes** umverteilt. Im **Gewerbegebiet Groß-Linden** (Penny, Lidl, Aldi) ist durch das Erweiterungsvorhaben eine Umsatzumverteilung im Lebensmittelsegment von ca. 0,5 Mio. € zu erwarten, was bezogen auf die Umsatzleistung der bestehenden Betriebe einer Umverteilungsquote von ca. 4 – 5 % entspricht. Die Umsatzrückgänge sind im Wesentlichen auf die z. T. vergleichbare Warensortimentsstruktur zum erweiterten Norma-Markt zurückzuführen. Unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit der ansässigen Anbieter ist jedoch nicht von einer Betriebsgefährdung der Märkte auszugehen. Darüber hinaus befinden sich die Märkte an einem dezentralen, autokundenorientierten Standort, dementsprechend sind weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen zu erwarten.

Des Weiteren lässt sich gegenüber den sonstigen projektrelevanten, **integrierten Anbietern in Linden** (Rewe / Netto) eine Umsatzumverteilungsquote von bis zu 1 % errechnen. Auch hier sind aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungswirkungen versorgungsstrukturelle und städtebauliche Folgewirkungen ausgeschlossen.

¹ Bei der Umsatzumverteilungsquote wird die Umsatzumverteilung in einem definierten Gebiet zur jeweiligen Umsatzleistung in diesem Gebiet ins Verhältnis gesetzt.

² Der Rewe Markt stellt den Magnetbetrieb der Nahversorgungslage Kleinlinden dar. vgl hierzu GMA, Gutachten zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen, November 2011, S. 105.

sen. Gegenüber dem tegut Supermarkt in Gießen werden im Lebensmittelbereich rechnerisch kaum nachweisbare Umsatzumverteilungen ausgelöst.

- Von den in den projektrelevanten **Nonfood-Sortimenten** (u. a. Drogeriewaren) hervorgerufenen Umsatzumverteilungen von 0,1 Mio. € werden in erster Linie die im Umfeld ansässigen Lebensmittelanbieter tangiert. Somit verteilen sich die Effekte auch hier auf mehrere Anbieter und Standorte. Sonstige Anbieter projektrelevanter Nonfood-Sortimente (z. B. Drogeriemärkte) sind in untergeordneter Größenordnung von Umverteilungswirkungen betroffen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Umverteilungseffekte aufgrund der Verkaufsflächenausweitung des Norma Lebensmitteldiscounters überwiegend in einer wirtschaftlich kaum spürbaren Größenordnung liegen. Dementsprechend ist in folge der Erweiterung des Marktes nicht von Betriebsschließungen oder nachhaltigen Betriebsschwächungen. Somit können sowohl versorgungsstrukturelle als auch städtebauliche Folgewirkungen des Vorhabens ausgeschlossen werden. Eine Beeinträchtigung der (Nah-)Versorgungsstrukturen in Gießen oder Linden ist nicht zu erwarten; auch zentrale Versorgungsbereiche werden durch die Norma Erweiterung nicht in ihrer Funktions- und Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

4. Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Gießen

Gemäß Einzelhandelskonzept Gießen sollen Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben mithilfe von standortbezogenen Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben planungsrechtlich gesteuert werden. Dabei wurden auf Basis des Sortiments- und Standortkonzeptes branchen- und standortbezogene **Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung** definiert.

Nahrungs- und Genussmittel gehören lt. Einzelhandelskonzept Gießen zu den zentren- bzw. **nahversorgungsrelevanten Sortimenten**¹. Grundsätzlich sind diese in den sog. zentralen Versorgungsbereichen bzw. Nahversorgungslagen anzusiedeln. Im Falle einer

¹ GMA, Gutachten zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gießen, November 2011, S. 74.

„moderaten Erweiterung“ eines Bestandsobjektes räumt das Einzelhandelskonzept eine Ausnahme im Rahmen der Einzelhandelssteuerung ein:

Demnach genießen bestehende Betriebe grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben eine Möglichkeit zu einer moderaten Erweiterung einzuräumen. Voraussetzung hierfür sowie für eine Verlagerungsmöglichkeit bestehender Betriebe ist jedoch eine Einzelfallprüfung, die negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Gießen sowie in benachbarten Orten ausschließt.

Aufgrund der relativ geringen Höhe der Umsatzrückgänge, die durch das Erweiterungsobjekt ausgelöst werden, ist keine Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche in Gießen bzw. keine Beeinträchtigung der Entwicklungsfähigkeit dieser zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten. Die mit der geplanten Einzelhandelsansiedlung einhergehenden wirtschaftlichen Wirkungen werden ein als wettbewerbsüblich einzustufendes Maß nicht übersteigen. Auch die (Nah-) Versorgungssituation in Gießen und Linden wird durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass mit der Erweiterung des Norma-Marktes keine Ausweitung der Sortimentsbreite und -tiefe vorgesehen. Die Verkaufsflächenerweiterung dient v. a. der Verbesserung der Warenpräsentation, die aus Gutachtersicht gegenwärtig bereits erste Mängel aufweist (u. a. aufgrund der geringen Gangbreite und der Enge der Warenträger). Der Marktauftritt ist aktuell als durchschnittlich zu bewerten; hier sind jedoch aufgrund der großen Nähe zum Gewerbegebiet Groß-Linden und der dort ansässigen Anbieter (Lidl, Aldi, Penny) ausgeprägte Wettbewerbsverflechtungen zu konstatieren. Da der Norma-Markt gegenwärtig den einzigen Lebensmitteldiscounter in Kleinlinden darstellt, übernimmt dieser - auch aufgrund seiner integrierten, wohnortnahen Lage - eine wichtige (Nah-)Versorgungsfunktion für den Stadtbereich. Dementsprechend ist der Erhaltung des Betriebes große Priorität einzuräumen. Vor diesem Hintergrund entspricht die Erweiterung des Norma-Marktes den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Gießen.

5. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben

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 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 das betriebliche Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens lediglich einen Teilbereich von Gießen (Stadtbereich Kleinlinden) umfasst. Damit übersteigt der Einzugsbereich des Norma-Marktes den Mittelbereich Gießens nicht, es handelt sich um einen klassischen Nahversorger für den Stadtbereich.
- Gemäß Regionalplan Mittelhessen sind Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel nur in den ausgewiesenen „Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung“ zulässig. Ferner müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben unter 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 mit dem ÖPNV integriert werden.
Der Planstandort ist gegenwärtig als „Vorranggebiet Siedlung Bestand“ ausgewiesen, so dass das **siedlungsstrukturelle Integrationsgebot** erfüllt wird. Der Projektstandort ist als städtebaulich integriert einzustufen, der Lebensmitteldiscounter fungiert bereits als Nahversorger für die umliegenden Siedlungsbereiche. Die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes wird durch die Frankfurter Straße gewährleistet; eine ÖPNV-Anbindung besteht über die Haltestelle „Waldweide“, welche in unmittelbarer Nähe zum Norma-Markt liegt. Somit entspricht das Vorhaben dem **städttebaulichen Integrationsgebot**.

- Gemäß **Beeinträchtungsverbot** dürfen großflächige Einzelhandelsvorhaben die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Als Schwellenwert für derartige Beeinträchtigungen werden im Einzelhandelserlass Hessen bzgl. der Gesamtheit der von einem Vorhaben betroffenen innenstadtrelevanten Sortimente (sog. projektrelevanter Einzelhandel) Umsatzverlagerungen von ca. 10 % genannt. Im Einzelfall, z. B. bei Leitsortimenten mit besonderer innerörtlicher Relevanz, kann dieser Wert auch niedriger liegen.
In Bezug auf das Beeinträchtungsverbot ist auf die vorangegangenen Ausführungen zu verweisen. Demnach werden im Lebensmittelsegment Umsatzumverteilungswerte erreicht, bei denen eine nachhaltige Betriebsschwächung oder gar eine Betriebschließung der wesentlichen Lebensmittelmärkte sowohl in Gießen als auch im Umland nicht zu erwarten ist. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte sind damit nicht abzuleiten.

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage des Planstandortes	11
Karte 2: Einzugsgebiet und Wettbewerbssituation	13
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet	16
Tabelle 2: Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens	18