



AUSWIRKUNGSANALYSE ZUM ABRISS / NEUBAU EINES ALDI-MARKTES IN FULDATA

AUFTRAGGEBER: Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin

PROJEKTBEARBEITUNG: Laura Kropff, B. Sc. Geographie

Köln, den 05.09.2023

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 im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen die männliche Schriftform verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Foto Deckblatt: GMA



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

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 0221 989438-0 / Fax 0221 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im März 2023 erteilte die Firma Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden, der GMA (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH), Büro Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens an der Straße Ziegelei in der Gemeinde Fuldata. Hier ist der Abriss und Neubau inklusive einer Erweiterung der Verkaufsfläche eines Aldi Lebensmitteldiscounters geplant. Zu diesem Standort hatte die GMA 2020 bereits eine kurze Vorprüfung erarbeitet, hierbei wurde eine Erweiterung der Verkaufsfläche von derzeit 790 m² auf perspektivisch 1.300 m² Verkaufsfläche geprüft. Nunmehr soll eine ausführliche Auswirkungsanalyse zu diesem Vorhaben erstellt werden.

Mit der angestrebten Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² für den Aldi Lebensmitteldiscounter liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zur Ausweisung eines Sondergebietes unter Berücksichtigung der Ziele der Landes- und Regionalplanung in Hessen (LEP Hessen 2021, Regionalplan Nordhessen) sowie des Kommunalen Entwicklungsplans (KEP) Zentren des Zweckverbandes Raum Kassel (im weiteren: KEP-Zentren) zu prüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers Veröffentlichungen des Hessischen Statistischen Landesamtes, Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern), Branchenkennzahlen des EHI und des Hahn-Verlags, Erhebungsdaten der GMA sowie Angaben der Gemeinde Fuldata zur Verfügung. Zudem wurden im Mai 2023 eine Standortbesichtigung und eine Erhebung der wettbewerbsrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum vorgenommen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für das anstehende Genehmigungsverfahren. 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 dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 05.09.2023
KO/KFL/aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	5
2.1 Landes- und Regionalplanung	6
2.2 Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren)	7
3. Definition und ausgewählte Marktdaten	8
II. Standortbeschreibung	12
1. Makrostandort Fuldata	12
2. Mikrostandort Ziegelei	13
III. Angebotssituation	19
1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	19
2. Relevante Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	22
IV. Nachfragesituation	25
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenziales	25
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	26
V. Auswirkungsanalyse	27
1. Methodischer Ansatz	27
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	27
3. Voraussichtliche Wettbewerbsswirkungen und Kaufkraftbewegungen	28
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	30
5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung	31
6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren)	33
VI. Zusammenfassung	34
Verzeichnisse	36

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden plant den Abriss und Neubau des Aldi-Marktes am Standort Fuldatal, Ziegelei. Im Zuge dessen ist eine Erweiterung des Aldi-Marktes von derzeit ca. 790 m² auf das heutige Standardkonzept von ca. 1.300 m² Verkaufsfläche (VK) geplant. Hierzu hatte die GMA 2020 bereits eine kurze Vorprüfung erarbeitet. Nunmehr soll eine ausführliche Auswirkungsanalyse zu diesem Vorhaben erstellt werden, die als Grundlage für ein Bauleitplanverfahren zur Ausweisung eines Sondergebietes nach § 11 Abs. 3 BauNVO dienen soll. Nach der geplanten Erweiterung auf 1.300 m² Verkaufsfläche liegt der Aldi Lebensmittel-discounter über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Dementsprechend sind die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 Bau NVO zu untersuchen sowie die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Anforderungen der Landes- und Regionalplanung in Hessen (LEP Hessen 2021, Regionalplan Nordhessen) sowie des KEP-Zentren zu prüfen.

Im Einzelnen werden in dieser Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Darstellung des Planvorhabens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Fuldatal und des Projektstandortes Ziegelei
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation im näheren Umfeld des Projektstandortes
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes des Vorhabens und Ermittlung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale
- /// Ermittlung der Umsatzerwartung des Vorhabens (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der von dem Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen
- /// Untersuchung der zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens im Untersuchungsraum
- /// Prüfung der raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens anhand der Kriterien des Landesentwicklungsplans Hessen, des Regionalplans Nordhessen und des KEP-Zentren
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Rechts- und Planungsrahmen

Als großflächig gelten Einzelhandelsbetriebe nach herrschender Rechtsprechung ab einer Geschossfläche von 1.200 m² bzw. ab 800 m² Verkaufsfläche¹. Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO² und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach ihrer Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landes-

¹ Vgl. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005.

² Baunutzungsverordnung von 1990; zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

planung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, in der Regel die Festsetzung eines Kern- oder Sondergebietes erforderlich. Die Beurteilung des vorliegenden großflächigen Einzelhandelsvorhabens unterliegt maßgeblich den folgenden Rechtsnormen:

- /// Landesentwicklungsplan Hessen (LEP) von 2021
- /// Regionalplan Nordhessen von 2009
- /// Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren) von 2015.

2.1 Landes- und Regionalplanung

Gemäß Abschnitt 6 im LEP Hessen 2021 müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben in Hessen folgende Ziele und Grundsätze einhalten:

„6-1 (Z) Zentralitätsgebot:

- *Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Ober- und Mittelzentren zulässig.*
- *Zur Grundversorgung sind großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m² auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Die zentralen Ortsteile sind in den Regionalplänen festzulegen.*

6-2 (G) Kongruenzgebot:

Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen sich nach Verkaufsfläche, Einzugsbereich und Sortimentsstruktur in das zentralörtliche System einfügen. Gegebenenfalls sollen interkommunale Vereinbarungen getroffen werden.

6-3 (Z) Integrationsgebot:

- *Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in den im Regionalplan festgelegten Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten dargestellt bzw. festgesetzt werden. Ausnahmen sind möglich, soweit diese im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten festgelegt werden (teilintegrierte Standorte). ...*
- *Bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die weder in Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten noch an teilintegrierten Standorten errichtet oder erweitert werden, sind die in der Begründung aufgeführten innenstadtrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 m², zu begrenzen.*
- *Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind deren Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie deren Umweltauswirkungen vertieft zu untersuchen.*

6-4 (Z) Beeinträchtungsverbot:

Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit städtebaulich integrierter Versorgungslagen der Standort- und Nachbarkommunen nicht beeinträchtigen.

6-6 (Z) Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Großflächigkeit erreicht, sind raumordnerisch wie großflächiger Einzelhandel zu behandeln.

6-7 (G) Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben soll eine Anbindung an den ÖPNV erfolgen.“³

Im LEP Hessen 2021 sind Nahrungs- und Genussmittel als innenstadtrelevante Sortimente für die Grundversorgung eingeordnet.

Die in Kapitel 3.1.3 des Regionalplanes Nordhessen von 2009 genannten Ziele und Grundsätze entsprechen weitgehend denen des LEP 2021. Das Kongruenzgebot ist – anders als im Regionalplan Nordhessen 2009 – im LEP Hessen 2021 nicht als Ziel sondern als Grundsatz formuliert.

2.2 Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren)

Nicht zuletzt ist auch die Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren) zu prüfen. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung mittel- bis langfristig zu gewährleisten, wurde die Fortschreibung des KEP-Zentren 2015 von der Versammlungsversammlung beschlossen und ist somit für die Städte und Gemeinden des Zweckverbandes Raum Kassel (ZRK) verbindlich (§ 4 der Satzung des Zweckverbandes Raum Kassel). Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden.

Der KEP-Zentren formuliert im Wesentlichen bindende Vorgaben für

- /// die Flächennutzungsplanung (Neuaufstellung und Änderung),
- /// die Festsetzungen von zentralen Versorgungsbereichen und
- /// die Festlegung von zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten,

welche im Rahmen der Bauleitplanung zu beachten sind. Im Gebiet des Zweckverbandes Raum Kassel werden

- /// drei A-Zentren (A1-Zentrum Kassel-City / Innenstadt, A2-Zentrum Kassel-Bad Wilhelmshöhe, A2-Zentrum Baunatal-Mitte),
- /// sechs B-Zentren (Kassel-Bettenhausen, Kassel-Friedrich-Ebert-Straße, Kassel-Südstadt, Kassel-Vorderer Westen, Kassel-Wehlheiden, Vellmar-Rathausplatz) sowie
- /// zwölf C-Zentren (u.a. Fuldatal-Ihringshausen, Kassel-Wesertor)
- /// siebzehn Nahversorgungslagen

ausgewiesen. Des Weiteren stellen Nahversorgungslagen ein Grundelement der weiteren Einzelhandelsentwicklung dar. Diese besitzen aufgrund des vorhandenen Angebotes unterschiedlicher Nutzungen eine hohe Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung und sind daher ebenfalls bei der Standortentwicklung zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern. Außerdem befinden sich Anbieter des täglichen Bedarfs in weiteren siedlungsräumlich integrierten Lagen (iL). Dezentrale Ansiedlungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten an rein autokundenorientierten Lagen (aL) sollen hingegen verhindert bzw. begrenzt werden, da diese zu Kaufkraftabflüssen aus den zentralen Versorgungsbereichen führen und diese schwächen können.

³

Quelle: Nr. 31 – Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Hessen – 3. September 2021: Fünfte Verordnung zur Änderung der Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 443 f.

Der KEP-Zentren hat sich als Bewertungsinstrument seit Anfang der 1980er Jahre als interkommunales Steuerungsinstrument zur Einzelhandelsentwicklung im Verbandsgebiet bewährt und wurde seitdem auf der Grundlage von Fachgutachten fünfmal fortgeschrieben.⁴

3. Definition und ausgewählte Marktdaten

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁵ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung 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.) unterschieden⁶.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁷

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁸ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

⁴ Das Gutachten zur Fortschreibung des aktuellen KEP-Zentren hat die GMA im April 2015 vorgelegt; GMA, Gutachten zur Fortschreibung des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren), 2015.

⁵ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁶ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁹ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als wei-

⁹

Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

tere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltwaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Im Discountsegment werden für Neubauten und Modernisierungen mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 – 1.500 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen.

Ebenso hat der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheit und Körperpflege, also den typischen nahversorgungsrelevanten Sortimenten, in den vergangenen Jahren eine Steigerung erfahren. 2021 wurde mit diesen Warenbereichen in Deutschland insgesamt ein Umsatz von 280,9 Mrd. € erzielt¹⁰. Den Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt konnte der Lebensmitteleinzelhandel dabei in den vergangenen Jahren leicht steigern. Hierin kommt auch der zunehmende Wunsch der Kunden nach qualitativ volleren Lebensmitteln zum Ausdruck.

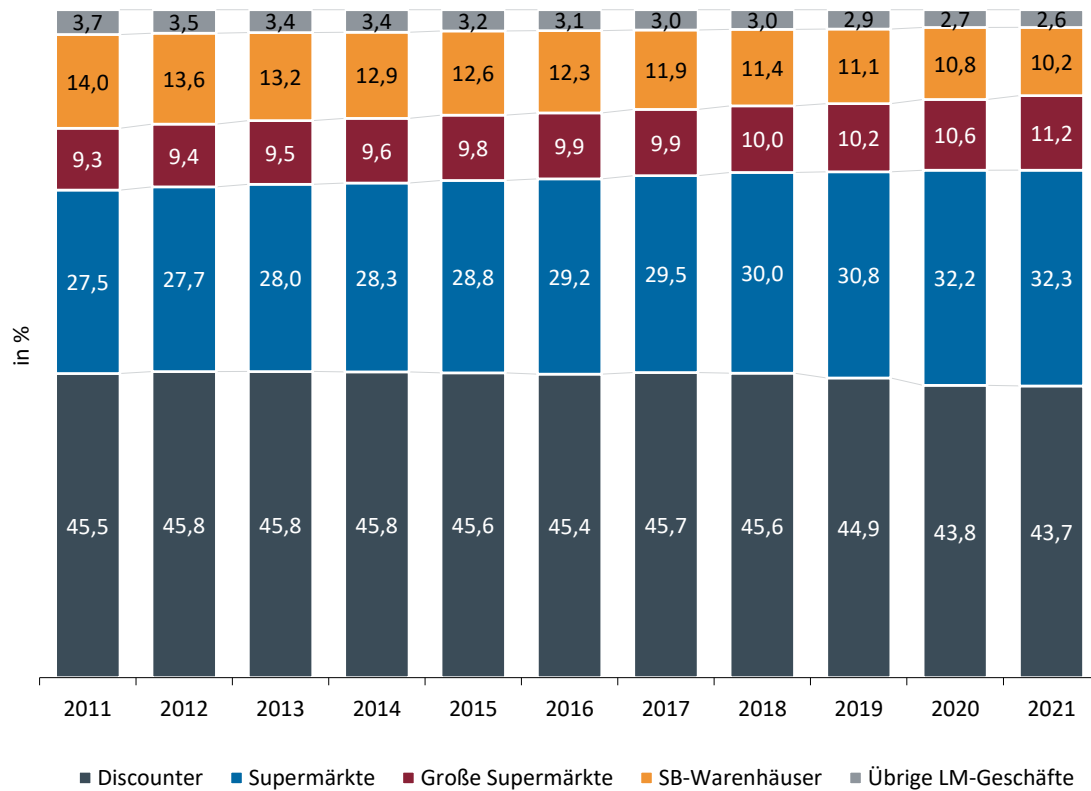
Ein weiterer Entwicklungstrend der Branche, der ebenfalls seit Jahren zu beobachten ist, ist die starke Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel. So schrumpft nach wie vor die Anzahl der Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels. Bei den Discountern scheint der lang anhaltende Wachstumstrend gebrochen. Seit 2012 hat die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der Supermärkte noch leicht erhöht hat.¹¹

Gleichwohl konnte der Betriebstyp „Discounter“ in den vergangenen Jahren seine Marktposition am gesamten Lebensmitteleinzelhandel weiter behaupten (vgl. Abbildung 1).

¹⁰ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2022, Seite 63.

¹¹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2022, Seite 77.

Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Retail Institute: EHI Handelsdaten aktuell 2022, GMA-Darstellung 2023

II. Standortbeschreibung

1. Makrostandort Fuldatal

Die nordhessische **Gemeinde Fuldatal** liegt im Landkreis Kassel und übernimmt laut Regionalplan Nordhessen (2009) die **zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums**. Unmittelbar angrenzend befinden sich die Mittelzentren Vellmar und Hann. Münden sowie die Grundzentren Espenau, Immenhausen und Staufenberg. Das Oberzentrum Kassel grenzt im Süden an das Gemeindegebiet Fuldatal an (vgl. Karte 1). Zusammen mit weiteren Kommunen ist die Gemeinde Fuldatal Mitglied im Zweckverband Raum Kassel (ZRK).

Insgesamt leben in der Gemeinde Fuldatal derzeit **rd. 13.120 Einwohner**¹². Diese verteilen sich auf die Ortsteile Ihringshausen, Simmershausen, Wahnhausen, Rothwesten, Knickhagen und Wilhelmshausen. Der Siedlungsschwerpunkt liegt im Ortsteil Ihringshausen mit einem Einwohneranteil von ca. 51 % (rd. 6.740 Einwohner). Weitere Siedlungsschwerpunkte liegen in den Ortsteilen Simmershausen (rd. 2.560 Einwohner / ca. 19 %) und Rothwesten (rd. 2.060 Einwohner / ca. 16 %). In den übrigen Ortsteilen sind deutlich geringere Bevölkerungsanteile festzuhalten: Wilhelmshausen (rd. 900 Einwohner / ca. 7 %), Wahnhausen (rd. 600 Einwohner / ca. 5 %) und Knickhagen (rd. 260 Einwohner / ca. 2 %)¹³.

Im Zeitraum von 2016 – 2022 verzeichnete Fuldatal eine positive **Bevölkerungsentwicklung** (ca. +4,6 %)¹⁴, wobei der stärkste Bevölkerungsanstieg in den Jahren 2021 und 2022 zu beobachten ist. Dieser Trend soll sich laut Prognosen des Hessischen Statistischen Landesamtes nicht fortsetzen: Bis zum Jahr 2035 wird ein Rückgang der Bevölkerung um ca.- 8,9 % gegenüber dem Jahr 2021 erwartet¹⁵. Damit liegt der prognostizierte Bevölkerungsrückgang der Gemeinde Fuldatal leicht über dem erwarteten Bevölkerungsrückgang für den Landkreis Kassel (- 6,6 % bis 2035). Für das Bundesland Hessen wird dagegen mit einem leichten Bevölkerungsanstieg (+ 0,9 % bis 2035) gerechnet¹⁶.

Als **Wirtschaftsstandort** verfügt die Gemeinde Fuldatal über drei Gewerbegebiete sowie zahlreiche Einzelhandelsgeschäfte und Handwerksbetriebe und bietet Arbeitsplätze für rd. 2.230 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Der größte Arbeitgeber ist die Direktion der Bundesbereitschaftspolizei¹⁷. Die wirtschaftliche Entwicklung verlief in den zurückliegenden Jahren positiv: Im Zeitraum von 2017 bis 2022 stieg die Anzahl der Beschäftigten am Arbeitsort um ca. 9,4 %. Dabei weist die Gemeinde mit rd. 4.345 Auspendlern gegenüber 1.631 Einpendlern einen negativen Pendlersaldo (-2.714 Personen) auf¹⁸.

Die **verkehrliche Anbindung** der Gemeinde Fuldatal an das überregionale Straßennetz erfolgt über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende Bundesstraße 3 (Kassel – Fuldatal – Hann. Münden). Diese stellt südlich des Kasseler Stadtgebietes eine Verbindung zu den Bundesstraßen 83

¹² Quelle: Gemeinde Fuldatal (Stand 31.12.2022)

¹³ Quelle: Gemeinde Fuldatal (Stand 31.12.2022)

¹⁴ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt; (Stichtag 30.06.2022 und 30.06.2016)

¹⁵ Quelle: HessenAgentur; Basis der Berechnungen bildet der Einwohnerbestand zum 01.01.2021; 2035 vorausgeschätzte Werte

¹⁶ Quelle: HessenAgentur; Basis der Berechnungen bildet der Einwohnerbestand zum 01.01.2021; 2035 vorausgeschätzte Werte

¹⁷ Quelle: Gemeinde Fuldatal; Zahlen und Fakten (Aufrufdatum 26.05.2023)

¹⁸ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017 sowie 30.06.2022.

und 251 sowie zu den Bundesautobahnen 7, 44 und 49 her. Für die regionale Anbindung des Gemeindegebietes sorgen neben der B 3 als Hauptverkehrsträger mehrere Landes- und Kreisstraßen. Die überörtliche Erreichbarkeit der Gemeinde Fuldata mit öffentlichen Verkehrsmitteln erfolgt über die Bahnhaltestelle „Ihringshausen“, welche Anbindung an das Schienennetz der Deutschen Bahn bietet. Durch die Gemeinde führen drei Buslinien¹⁹ und an der Grenze zur Stadt Kassel beginnt das Straßenbahnnetz.

Für die **Einzelhandelsstruktur** in Fuldata werden gemäß KEP-Zentren 2015 verschiedene Einzelhandelslagen festgehalten. So befindet sich im Süden von Fuldata das C-Zentrum Fuldata-Ihringshausen mit einem kleinteiligen Einzelhandelsangebot. Der Großteil der in Fuldata ansässigen Supermärkte und Discounter ist ebenfalls im Ortsteil Ihringshausen ansässig (vgl. Kap. III). Die ländlich geprägten Orte im Norden Fuldats sind größtenteils als unterversorgt zu beschreiben. Die nächstgelegenen wesentlichen Einzelhandelslagen in Nachbarkommunen gemäß KEP-Zentren 2015 sind das C-Zentrum Kassel-Wesertor (ca. 2,5 km südlich) sowie die Nahversorgungslagen Kassel-Philippinenhof-Warteberg (rd. 2 km westlich) und Vellmar-Niedervellmar (ca. 3,5 km westlich).

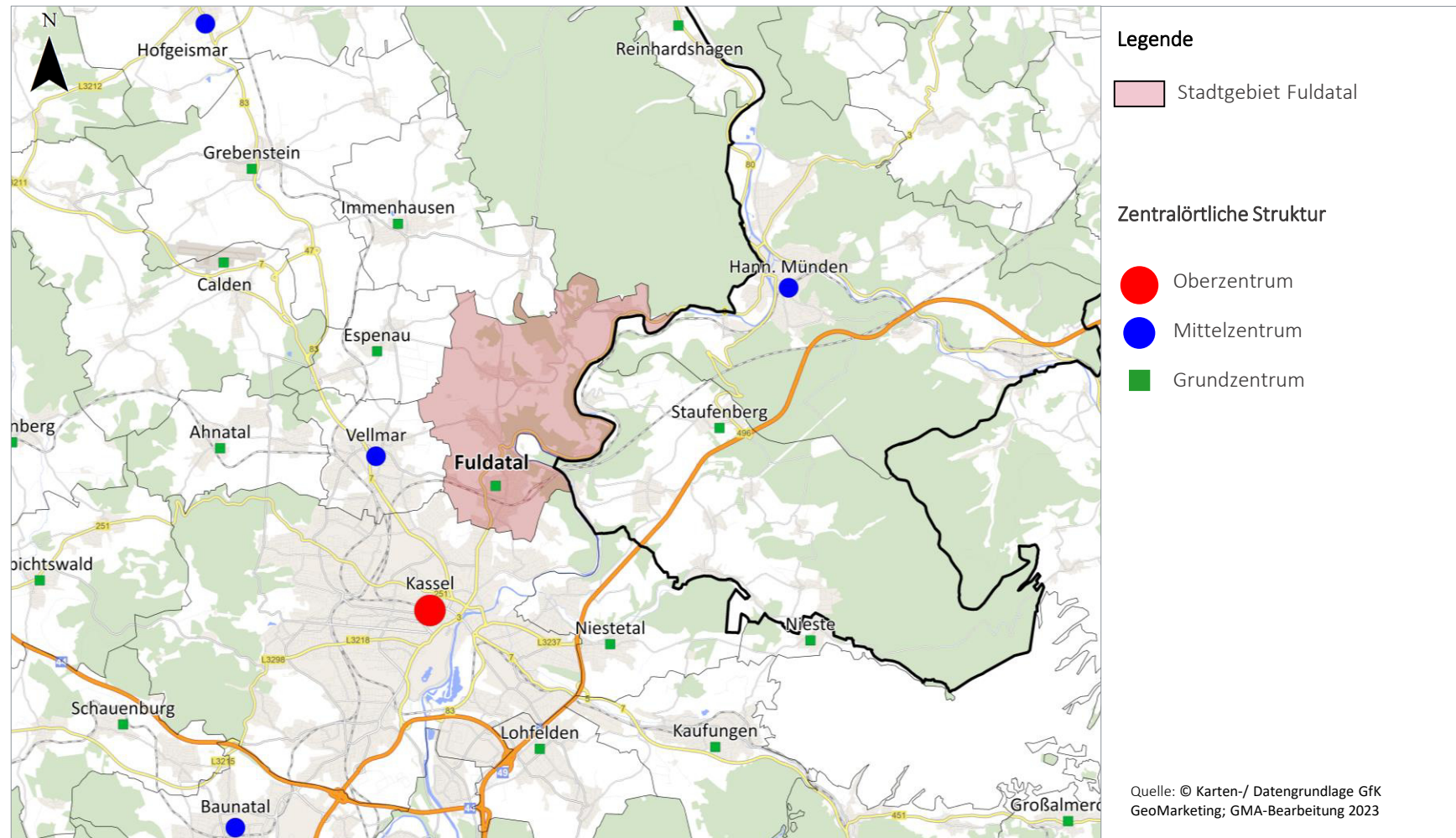
2. Mikrostandort Ziegelei

Die **Lage des Projektstandortes** befindet sich in Siedlungsrandlage im einwohnerstärksten Ortsteil Ihringshausen im südlichen Grenzbereich der Gemeinde Fuldata. An den Ortsteil Ihringshausen grenzt im Süden – in kurzer Distanz zum Projektstandort (ca. 250 m) – der Stadtteil Fasanenhof der Stadt Kassel an. Im Kommunalen Entwicklungsplan (KEP-Zentren) von 2015 wurde der Standort als Standort in autokundenorientierter Lage (aL) klassifiziert

Die **Umfeldnutzungen** der im Süden und Westen an den Planstandort angrenzenden Grundstücke sind durch Wohnnutzung belegt. Südlich und südwestlich vom Projektstandort befinden sich im Bereich der Stockbreite kleinteilig strukturierte Wohngebiete mit einer Geschosshöhe von ein bis maximal drei Etagen. Unmittelbar westlich der Mönchebergstraße liegt ein Neubaugebiet mit mehreren Ein- und Mehrfamilienhäusern sowie Geschosswohnungen. Nördlich an den Planstandort grenzen vorwiegend landwirtschaftlich genutzte Flächen an. Auf der östlich an den Projektstandort angrenzenden Freifläche zwischen Ziegelei und Ihringshäuser Straße findet von Mitte März bis Mitte Oktober der „Hüpfburgen-Spaß-Park“ statt. Hierbei handelt es sich um einen saisonal stattfindenden Kinder-Spielpark unter freiem Himmel mit einer Vielzahl an Hüpfburg-Attraktionen sowie einem kleinen gastronomischen Angebot (Snacks und Getränke). Außerhalb der Sommersaison wird der Hüpfburgenpark nach aktuellem Kenntnisstand abgebaut und die Freifläche nicht anderweitig genutzt.

¹⁹ Quelle: Gemeinde Fuldata, Zahlen und Fakten (Aufrufdatum: 26.05.2023)

Karte 1: Lage von Fuldatal und zentralörtliche Struktur in der Region



Im **weiteren Umfeld des Planstandortes** schließen im Norden, hinter den landwirtschaftlich genutzten Flächen, Wohngebiete sowie das Gewerbegebiet Mönchswiese an. Östlich der Ihringshäuser Straße, im Bereich der Veckerhagener Straße, liegen weitere kleinteilige Siedlungsgebiete des Ortsteils Ihringshausen. Etwa 200 bis 300 m weiter südlich vom Planstandort befindet sich an der Ihringshäuser Straße ein Rewe Lebensmittelmarkt im Standortverbund mit einem Autohändler, einer Filiale des Textildiscounters KiK sowie dem Friseurbedarf Gebrüder Klose. Unweit südlich dieses Standortes verläuft die Gemarkungsgrenze zwischen der Gemeinde Fuldatal und der Stadt Kassel, hier zum Stadtteil Kassel-Fasanenhof.

Die **Anbindung und Erreichbarkeit** des Standortes für **Pkw- und Lieferverkehr** ist über die Straße Ziegelei gegeben, welche durch ihre Nähe und Zufahrt zur Ihringshäuser Straße (B 3) eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gewährleistet. Das Abbiegen bzw. Weiterfahren von der Ziegelei auf die Ihringshäuser Straße bzw. die Veckerhagener Straße ist dank der Ampelschaltung in alle Richtungen problemlos möglich. Vom Projektstandort aus erreicht man in südliche Richtung Kassel (über die B 3) und in nördliche Richtung Fuldatal-Ihringshausen / Fuldatal-Mitte (über die B 3) sowie das Industriegebiet Mönchshof. Die Straßen der unmittelbar am Planstandort gelegenen Wohngebiete im Bereich der Mönchebergstraße, der Stockbreite und die südlichen Ausläufer der Ziegelei sind nur für Anlieger befahrbar, wodurch an diesen Stellen kein Durchfahrtsverkehr zum Aldi Standort zu erwarten ist.

Der Anschluss des Planstandortes an den **ÖPNV** erfolgt über die nahegelegene Bushaltestelle „Stockbreite“ in der Veckerhagener Straße, welche sich etwa 300 m in östliche Richtung befindet. Hier verkehren die Buslinien 40, 41, 42, 45 und der Nachtbus N40 in regelmäßiger Taktung. Die nächstgelegene Straßenbahn-Haltestelle „Ihringshäuser Straße“ liegt etwa 650 m in südlicher Richtung, kurz nach der Grenze zum Kasseler Stadtgebiet. Hier verkehrt die Straßenbahnlinie 6 in Richtung Kassel.

Die Anbindung des Planstandortes an **Fuß- und Radwege** ist ebenfalls gegeben. In den südlich und westlich angrenzenden Wohnquartieren sind beidseitig Fußgängerwege vorhanden. Abgetrennte oder markierte Radwege sind in diesem Bereich nicht ausgewiesen – allerdings ist aufgrund der Verkehrsberuhigung (nur Anliegerverkehr) trotzdem ein sicheres Radfahren auf der Straße möglich. Am nördlichen Ende der Straße Ziegelei führt ein befestigter Fuß- / Radweg zunächst durch die landwirtschaftlich genutzten Flächen und anschließend über eine Fußgängerbrücke, welche eine sichere Überquerung der B 3 ermöglicht, in das angrenzenden Wohngebiet östlich der B 3 (siehe Karte 2). Von dem Neubaugebiet westlich der Mönchebergstraße ist zur schnelleren fußläufigen Erreichbarkeit an der Rückseite des Aldi-Marktes ein kleiner Trampelpfad durch eine Hecke auf den Parkplatz entstanden. An der Kreuzung Ziegelei / Ihringshäuser Straße befindet sich ein baulich abgetrennter Fuß- / Radweg, der in Richtung Süden die Ihringshäuser Straße in Richtung Kassel führt. Die fußläufige Erreichbarkeit der Wohnquartiere östlich des Aldi-Marktes im Bereich der Veckerhagener Straße ist über beidseitige Fußwege entlang der Veckerhagener Straße möglich. Zusätzlich befindet sich ein Fuß- und Radweg entlang der Grünfläche, welche parallel zur Veckerhagener Straße verläuft. Die Querung der Ihringshäuser Straße und der Veckerhagener Straße wird dem Fuß- / Radverkehr über eine Ampelkreuzung (moderne Blindenampeln mit akustischem Signal) mit zusätzlicher Fußgängerinsel ermöglicht.

An der Nord- und Ostseite des langjährig etablierten Marktes befindet sich ein ausreichend großer **Parkplatz** (ca. 80 bis 90 Stellplätze), der auch zu Stoßzeiten noch ausreichend Kundenstellplätze zur Verfügung stellen kann. Der Parkplatz wurde mit kleinen Hecken und Bäumen

begrünt und ist von der Straße Ziegelei gut anfahrbar. Direkt in Nähe des Filialeingangs befinden sich Behindertenparkplätze sowie ein kleiner Fahrradstellplatz.

Von der Straße Ziegelei ist die Aldi Filiale gut beschildert und erkennbar. Allerdings ist die **Einsehbarkeit** von der Ihringshäuser Straße (B 3) als Hauptverkehrsträger sowie von der Veckerhagener Straße durch den angrenzenden Hüpfburgenpark nicht gegeben. Entsprechende Beschilderungen zur besseren Auffindbarkeit des Aldi Marktes sind nicht erkennbar. Lediglich ein kleiner Hinweispfeil an der Ampelkreuzung weist dort stehende Autofahrer auf den Standort hin.

Die standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes:

- /// über die Ihringshäuser Straße / B 3 besteht eine sehr gute Erreichbarkeit für den Pkw- und Lieferverkehr. Eine sehr gute Rückfahrbarkeit von der Ziegelei auf die B 3 ist durch die Ampelkreuzung gegeben
- /// gute Erreichbarkeit zu Fuß sowie mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten, teilweise sind Radwege vorhanden, allerdings stellt die Bundesstraße eine leichte Hemmung der Fuß- und Radwegeverbindungen dar
- /// gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV (Bushaltestelle „Stockbreite“), regelmäßige Taktung
- /// saisonal deutlich eingeschränkte Sichtbarkeit des Marktes von der B 3 durch benachbarten Hüpfburgenpark
- /// Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs

Zusammenfassend handelt es sich um einen langjährig bestehenden Standort in Siedlungsrandlage im südlichen Teil von Fuldatal-Ihringshausen nah an der Grenze zum Stadtteil Kassel-Fasanenhof. Das Standortumfeld ist weitestgehend durch Wohnnutzung und landwirtschaftliche Flächen geprägt. Die Sichtbarkeit des Projektstandortes ist saisonal durch den angrenzenden Hüpfburgenpark stark eingeschränkt. Die Erreichbarkeit ist insbesondere für Pkw- und Lieferverkehr als sehr gut zu bewerten, ohne dabei Wohngebiete durch Durchfahrtsverkehre zu stören. Eine gute Anbindung an den ÖPNV besteht über die nahegelegene Bushaltestelle „Stockbreite“ sowie die Straßenbahnhaltestelle „Ihringshäuser Straße“. Für Fußgänger und Radfahrer ist der Planstandort aus den umliegenden Wohngebieten ebenfalls gut erreichbar, allerdings stellt die Ihringshäuser Straße eine leichte Barriere für die Fuß- und Radwegeverbindungen dar. Demgegenüber stellen die Ampelkreuzung und insbesondere die Brücke über die B 3 für den Fuß- und Radverkehr geeignete Querungsmöglichkeiten her. Die Nahversorgungsbedeutung für die umliegenden Siedlungsbereiche ist gegeben – allerdings stellt die sehr gute Pkw-Anbindung über die Bundesstraße 3 den bedeutendsten Standortfaktor dar.

Karte 2: Mikrostandort Aldi-Markt, Ziegelei



Foto 1: Aldi-Markt, Blick von der Ziegelei



Foto 2: eingeschränkte Sichtbarkeit des Projektstandortes, Blick von der B 3



Foto 3: Fußgängerquerung über Ihringshäuser Straße (B3) in Richtung Aldi Markt



Foto 4: Neubaugebiet westlich der Mönchebergstraße



GMA-Aufnahmen Mai 2023

III. Angebotssituation

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im Mai 2023 eine Erhebung des relevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum (vgl. Karte 4). Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Discounter, Supermärkte sowie Getränkemärkte berücksichtigt. Die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum wird neben dem zu erweiternden Aldi-Markt in der Straße Ziegelei maßgeblich durch die unten aufgeführten Anbieter bestimmt. **Zur Abgrenzung des Einzugsgebiets siehe Kapitel IV.**

1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Innerhalb des **Einzugsgebietes** ist für den zu erweiternden Aldi Markt eine intensive Wettbewerbssituation festzuhalten, wobei insbesondere im Nahumfeld an der Ihringshäuser Straße (Rewe, Lidl) sowie nahe der Ortsmitte Ihringshausens (Rewe, Netto, Edeka) und in Fuldatal-Rothwesten (Rewe) die Hauptwettbewerber festzustellen sind. Es ist drauf hinzuweisen, dass alle relevanten Wettbewerber in Fuldatal außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs C-Zentrum Ihringshausen bzw. sonstigen zentralen Versorgungsbereichen liegen (vgl. Karte 3).

Im **Kerneinzugsgebiet Fuldatal-Ihringshausen (Zone I)** befindet sich in kurzer Distanz zum Projektstandort (ca. 200 bis 300 m südlich) – unmittelbar an der Ihringshäuser Straße (B 3) – ein **Rewe** Lebensmittelmarkt in einem Standortverbund mit einem Autohändler, einer Filiale des Textildiscounters KiK sowie dem Friseurbedarfsgeschäft Gebrüder Klose. Der Rewe Markt ist mit 1.250 m² Verkaufsfläche als großflächig einzustufen, präsentiert sich mit einem durchschnittlichen Ladenauftritt und ist gut frequentiert. An der Niedervellmarschen Straße im Ortsteil Ihringshausen befindet sich rd. 700 m nördlich vom Planstandort ein weiterer **Rewe** Lebensmittelmarkt (inklusive Rewe Getränkemarkt) im Übergangsbereich zwischen Wohngebieten und gewerblich orientierter Nutzung. Sowohl der Rewe Lebensmittelmarkt (ca. 1.430 m²) als auch der Getränkemarkt (ca. 540 m²) weisen einen zeitgemäßen Ladenauftritt auf. Es besteht eine gute Erreichbarkeit für Pkw-Kunden (Nähe zur B 3).

Foto 5: Rewe an der Ihringshäuser Straße



GMA-Aufnahmen Mai 2023

Foto 6: Rewe (inkl. Getränkemarkt) an der Niedervellmarschen Straße



Foto 7: Netto an der Veckerhagener Straße



Foto 8: Edeka Neukauf an der Lessingstraße



Ebenfalls in Zone I etwa 600 m nördlich des Projektstandortes befindet sich in Fuldatal-Ihringshausen im Bereich zwischen den Bahngleisen und der Veckerhagener Straße ein kleinflächiger **Netto** Lebensmitteldiscounter (ca. 750 m²). Dieser Markt ist als funktional zu bewerten und für Autokunden über die Veckerhagener Straße gut erreichbar sowie durch die nahegelegene Haltestelle Fuldatal-Ihringshausen gut an den ÖPNV angebunden. Auf der dem Netto Markt gegenüberliegenden Seite der Veckerhagener Straße liegt in integrierter Wohngebietslage in der Lessingstraße ein kleinflächiger **Edeka** Neukauf-Markt (590 m²); im Untergeschoss ist der zugehörige Getränkemarkt (ca. 360 m²) angeordnet. Die beiden Edeka-Märkte teilen sich einen kleinen Parkplatz und sind vorrangig für die Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete in Ihringshausen zuständig.

In **Zone II a** befindet sich im Norden der Gemeinde Fuldatal im Ortsteil Rothwesten ein **Rewe** Lebensmittelmarkt. Dieser liegt gut sichtbar an der Reinhardswaldstraße (Landstraße 3232) etwa 5 km nördlich (Luftliniendistanz) vom Planstandort entfernt. Der Rewe Markt ist über die Landstraße für Autokunden gut angebunden sowie fußläufig aus den nahegelegenen Wohngebieten erreichbar. Der großflächige Markt (ca. 1.250 m² VK) präsentiert sich zeitgemäß, ergänzt sein Angebot durch einen Bäcker sowie einen Lotto- und Tabakshop und sichert im Wesentlichen die Versorgung der nächstgelegenen nördlichen Ortsteile Fuldatal.

Als Wettbewerber in **Zone II b** ist der **Lidl** Lebensmittelmarkt im Ortsteil Kassel-Fasanenhof zu nennen, welcher mit ca. 790 m² als kleinflächig einzustufen ist. Der Markt liegt ca. 450 m südlich vom Projektstandort entfernt und präsentiert sich zeitgemäß im aktuellen Lidl Filialkonzept. Über die Ihringshäuser Straße ist dieser Markt für Autokunden aus den nahegelegenen Wohngebieten sehr gut erreichbar und der Anschluss an das ÖPNV Netz erfolgt über die Straßenbahnhaltestelle „Ihringshäuser Straße“ in kurzer Distanz zum Standort.

Foto 9: Rewe in Fuldatal-Rothwesten



Foto 10: Lidl in Kassel-Fasanenhof



GMA-Aufnahmen Mai 2023

Tabelle 1: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes

Name Betrieb	Lage	VK-Größe in m ²	Bemerkung
Zone I			
Rewe Berszinski Ihringshäuser Straße	sonstige Lage Fuldatal-Ihringshausen	ca. 1.250	zeitgemäßer Marktauftritt; sehr gute Pkw-Anbindung; gut frequentiert; Standortverbund mit Autohändler, KiK, Friseurbedarf; Bäcker im Vorkassenbereich; autokundenorientierte, Lage
Rewe Träger (inkl. Getränkemarkt) Niedervellmarsche Straße	sonstige Lage Fuldatal-Ihringshausen	ca. 1.970 (inkl. ca. 540 GM)	zeitgemäßer Marktauftritt; sehr gute Pkw-Anbindung; hoch frequentiert; Bäcker im Vorkassenbereich; Lage im Übergang von Wohngebiet zu gewerblichen Nutzungen
Netto Veckerhagener Straße	sonstige Lage Fuldatal-Ihringshausen	ca. 750	funktionaler Marktauftritt; gute Pkw und ÖPNV-Anbindung; autokundenorientierte Lage
Edeka Neukauf (inkl. Getränkemarkt) Lessingstraße	sonstige Lage Fuldatal-Ihringshausen	ca. 950 (inkl. ca. 360 GM)	funktionaler Marktauftritt; kleiner Parkplatz; gute Erreichbarkeit mit Pkw sowie fußläufig aus umliegenden Wohngebieten; integrierte Wohngebietslage
Zone I	VK gesamt (in m²)	ca. 4.920	Umsatz: ca. 19,4 Mio. € (im Bereich Nahrung- und Genussmittel)
Zone II a			
Rewe Ehlert Reinhardswaldstraße	Sonstige Lage Fuldatal-Rothwesten	ca. 1.250	zeitgemäßer Marktauftritt; sehr gute Pkw-Anbindung; Konzessionäre: Bäcker, Lotto / Tabak; nicht integrierte Lage
Zone II b			
Lidl Ihringshäuser Straße	sonstige Lage Kassel-Fasenhof	ca. 790	zeitgemäßer Marktauftritt; sehr gute Pkw-Anbindung; gute ÖPNV-Anbindung; nicht integrierte Lage im Randbereich eines Gewerbegebietes

GMA-Zusammenstellung 2023, Werte leicht gerundet

Insgesamt nehmen die in oben dargestellten Anbieter eine **Verkaufsfläche** von **ca. 6.960 m²** ein, davon entfallen ca. 4.920 m² auf Zone I, ca. 1.250 m² Zone II a und ca. 790 m² auf Zone II b.

Die **Umsatzleistung** innerhalb des Einzugsgebietes (ohne Verlagerungs- / Erweiterungsvorhaben Aldi) beträgt insgesamt **rd. 30,9 Mio. €** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (davon ca. 19,4 Mio. € in Zone I, 5,5 Mio. € in Zone II a und 6,0 Mio. € in Zone II b).

2. Relevante Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die Lebensmittelmärkte im bzw. um das C-Zentrum Kassel-Wesertor sowie die nächstgelegenen Aldi-Filialen als Hauptwettbewerber zu nennen, die das Einzugsgebiet des Planobjektes begrenzen.

Im **C-Zentrum Kassel Wesertor** (KEP-Zentren 2015), welches rd. 2 km Luftliniendistanz (südlich) vom Planstandort entfernt liegt, sind eine Lidl-Filiale sowie ein Edeka-Lebensmittel- inklusive Getränkemarkt als relevante Wettbewerber anzuführen. Die **Lidl** Filiale befindet sich an der Fuldatalstraße / Ecke Ostring. Dieser kleinflächige Markt ist sowohl für Autokunden als auch über den ÖPNV gut erreichbar. Auf diesem Areal am Ostring / Fuldatalstraße ist eine städtebauliche Gesamtentwicklung mit einer Nutzungsmischung (u. a. Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Wohnen) geplant. In diesem Zuge soll der bereits bestehende Lidl Lebensmitteldiscounter auf ca. 1.400 m² VK erweitert werden. Zusätzlich soll ein Rewe Supermarkt mit ca. 2.000 m² VK angesiedelt werden²⁰. Die Eröffnung des Areals ist für das Jahr 2025 geplant²¹ und wird den zentralen Versorgungsbereich C-Zentrum Kassel Wesertor als Standort stärken. In der Nähe befindet sich ein kleinflächiger **Edeka** Markt im Standortverbund mit einem kleinen Edeka-Getränkemarkt. Der Edeka-Lebensmittelmarkt verfügt über einen funktionalen Marktauftritt und ist sowohl über Pkw als auch per ÖPNV oder fußläufig gut erreichbar.

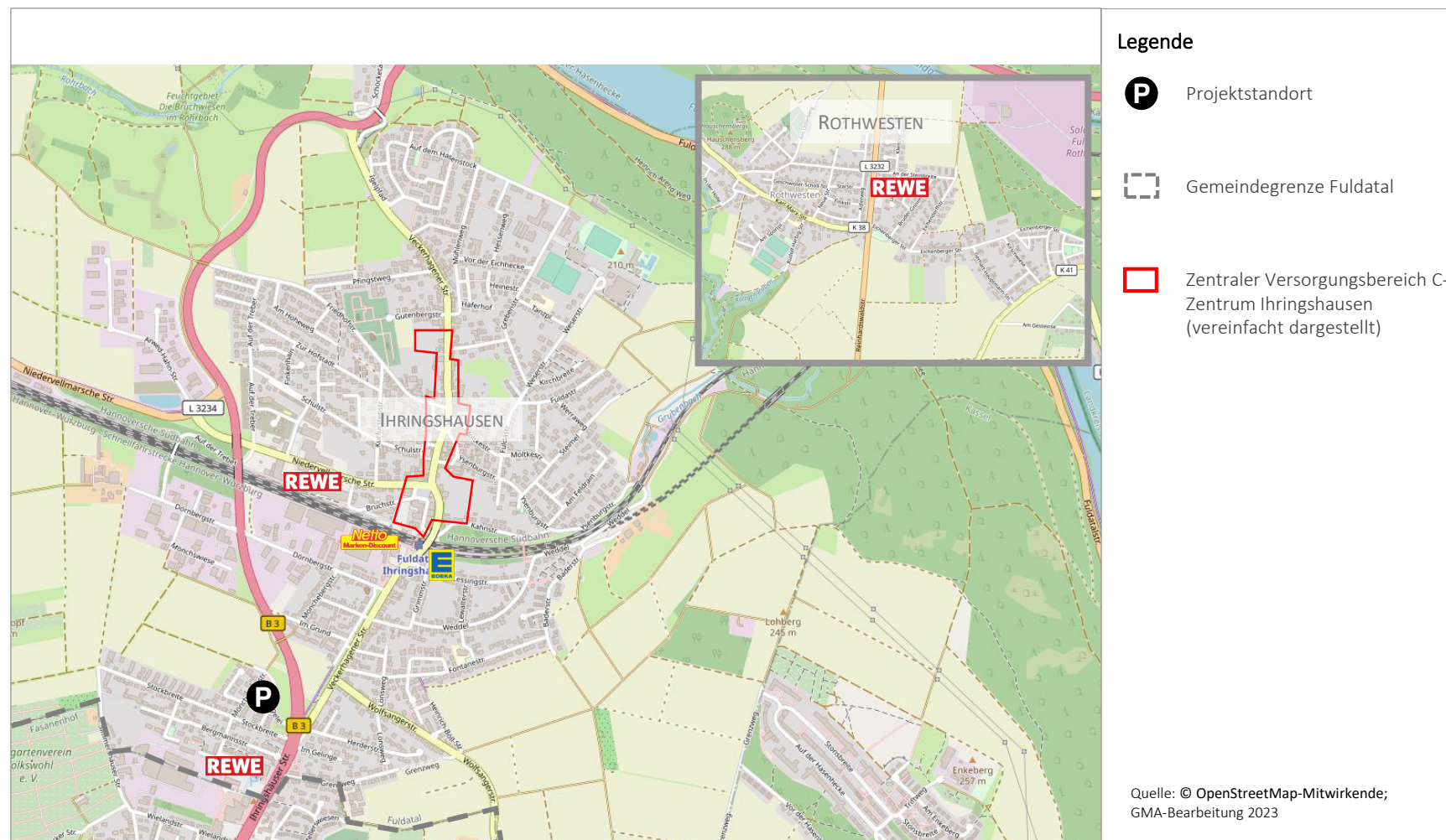
Ebenfalls im Bereich **Kassel-Wesertor** (außerhalb des C-Zentrums Kassel-Wesertor) liegt ein **Aldi**-Markt an der Fuldatalstraße im Übergangsbereich von Wohngebieten zu einem gewerblich orientierten Umfeld. Dieser kleinflächige Markt (ca. 750 m²) besitzt einen zeitgemäßen Marktauftritt, ist gut frequentiert und sowohl mit dem Pkw als auch mit dem ÖPNV sowie fußläufig aus den angrenzenden Wohngebieten gut erreichbar.

Entlang der Achse der B 7 / B 83 sind zwei **weitere Aldi-Filialen** zu nennen, die aufgrund der Betreibergleichheit das Einzugsgebiet in Richtung Kassel und Vellmar abgrenzen. Rund 2 km (Luftlinie) südwestlich vom Projektstandort liegt im Stadtteil **Kassel-Nord Holland** an der Niedervellmarer Straße ein großflächiger (ca. 1.220 m²) und zeitgemäß gestalteter Aldi Markt. Dieser befindet sich in nicht integrierter Gewerbegebietslage und ist aufgrund der Nähe zur Bundesstraße insbesondere für Autokunden sehr gut erreichbar. Ein weiterer Aldi Markt liegt etwa 3,8 km (Luftliniendistanz) westlich vom Planstandort in **Niedervellmar** ans der Straße Zum Feldlager. Dieser Markt ist über die Bundesstraße für Autokunden sehr gut angebunden, mit ca. 980 m² als großflächig zu bewerten und präsentiert sich zeitgemäß.

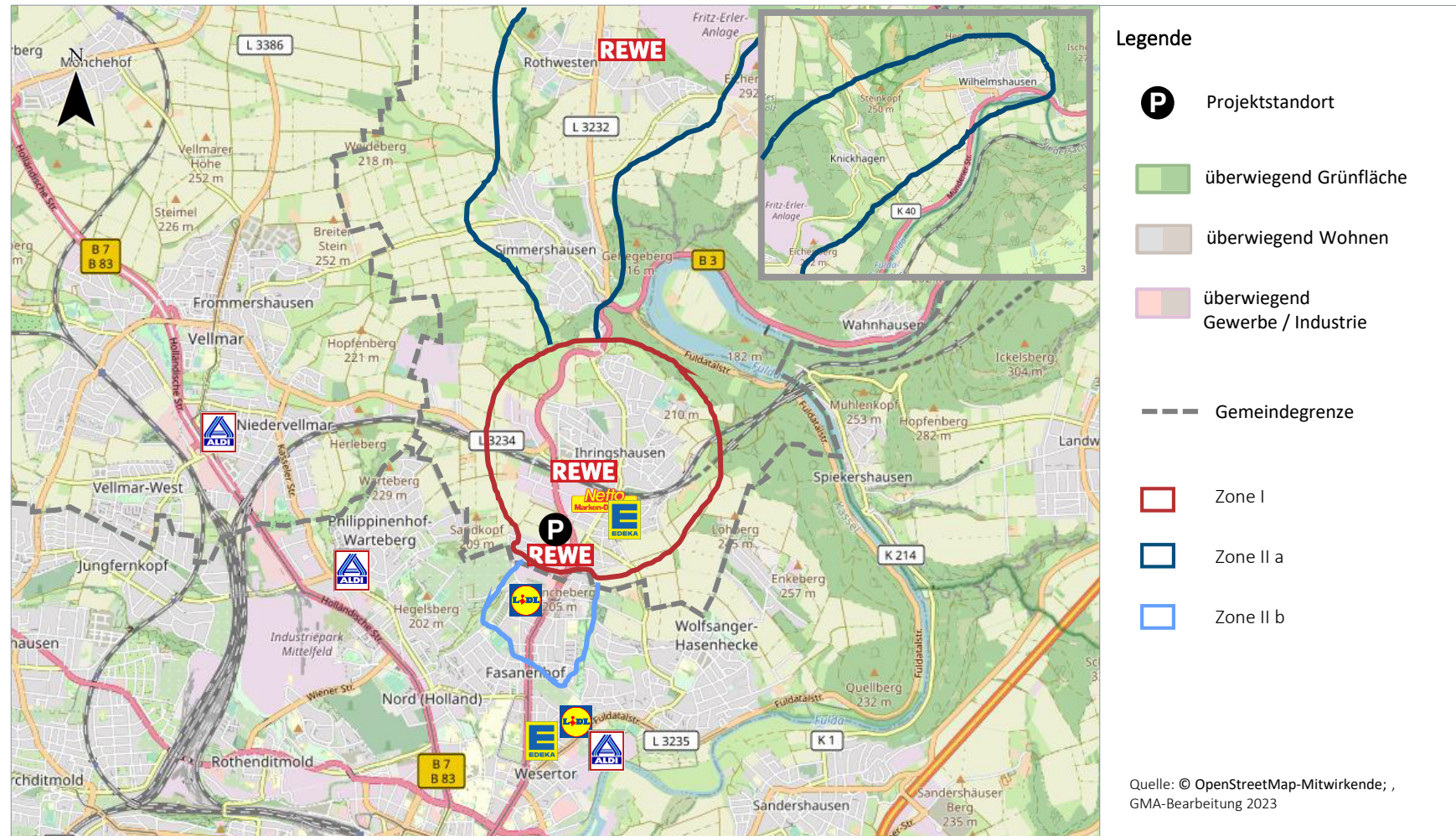
²⁰ Quelle: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Rewe Supermarktes und Erweiterung eines Lidl Lebensmitteldiscounters in Kassel, Wesertor; GMA Bearbeitung 2021

²¹ Quelle: Hessische / Niedersächsische Allgemeine Zeitung (23.11.2022): <https://www.hna.de/kassel/untenkaufen-oben-spielen-91933471.html> ; (Aufrufdatum 09.06.2023)

Karte 3: Wesentliche Wettbewerber in Fuldatal



Karte 4: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber



IV. Nachfragesituation

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenziales

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den zu erweiternden Aldi Lebensmitteldiscounter ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betriebstyp und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber (vgl. Kapitel III)
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich ein projektrelevantes Einzugsgebiet abgrenzen, welches die gesamte **Gemeinde Fuldata** und einen Teilbereich des Stadtteils **Kassel-Fasanenhof** umfasst.

Zone I:	Ortsteil Fuldata-Ihringshausen	ca. 6.630 Einwohner ²²
Zone II a:	weitere Ortsteile von Fuldata	ca. 6.490 Einwohner ²³
Zone II b:	Teile von Kassel-Fasanenhof	ca. 3.180 Einwohner ²⁴
Einzugsgebiet gesamt:		rd. 16.300 Einwohner.

Insgesamt erstreckt sich das Einzugsgebiet auf die Gemeinde Fuldata sowie einen Teilbereich des Stadtteils Kassel-Fasanenhof der Nachbarstadt Kassel und weist ein Einwohnerpotenzial von gegenwärtig ca. 16.300 Personen auf. Aufgrund der Größe des Gemeindegebietes sowie der Wettbewerbssituation erfolgt eine Unterteilung des Einzugsgebietes in drei Zonen (vgl. Karte 4).

Das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** umfasst den einwohnerstärksten Ortsteil Fuldata-Ihringshausen. Die **Zone II** des Einzugsgebietes gliedert sich in zwei Teilräume. Der **Zone II a** sind die weiteren Ortsteile der Gemeinde Fuldata zuzuordnen: Simmershausen, Wahnhausen, Rothwesten, Knickhagen und Wilhelmshausen. Die **Zone II b** umfasst nördliche Teile des Stadtteils Kassel-Fasanenhof und wird begrenzt durch die Stifterstraße und die Koboldstraße (südliche Grenze), durch den Hummelweg (östliche Grenze) sowie durch den Simmershäuser Weg im Westen. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planstandort ist hier trotz der vorhandenen An-

²² Quelle: Gemeinde Fuldata (Stand 31.12.2022).

²³ Quelle: Gemeinde Fuldata (Stand 31.12.2022)

²⁴ Quelle: panadress geomarkets 2021

gebotsstrukturen eine ähnliche Kundenorientierung an den Planstandort wie aus den nördlichen Teilräumen Fuldatal (Zone II a) zu erwarten, sodass die oben genannten Bereiche des Stadtteils Kassel-Fasanenhofs der Zone II b zugerechnet werden.²⁵

Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umfeld nicht abzuleiten. So begrenzen neben anderen Wettbewerbern drei weitere Aldi-Filialen südlich, südwestlich und westlich des Projektstandortes das Einzugsgebiet. Diese sind jeweils rd. 2,1 km, 2,2 km und 3,8 km Luftliniendistanz vom Projektstandort in Ihringshausen entfernt (vgl. Karte 4). Im Norden und Osten wird das Einzugsgebiet vor allem durch die Entfernungen zu den Nachbargemeinden sowie durch den Flusslauf der Fulda begrenzt. Dennoch ist aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Vorhabenstandortes durch die unmittelbare Nähe zur B 7 / B 83 in gewissem Umfang mit Umsätzen von Kunden außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen / -verkehre entlang der Ihringshäuser Straße und temporär Tagesbesucher durch den angrenzenden Hüpfburgenpark). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante²⁶ Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.760 €**. Davon entfallen **auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.826 €** und auf die sonstigen Nichtlebensmittel ca. 3.934 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²⁷ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau von Fuldatal mit 97,7 leicht unter Bundesdurchschnitt (= 100,0). Das Kaufkraftniveau im projektrelevanten Teilraum von Kassel-Fasanenhof liegt mit 88,3²⁸ deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet (Gemeinde Fuldatal und angrenzende Bereiche des Stadtteils Kassel-Fasanenhof) beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln somit auf ca. 44,1 Mio. € p. a.:**

Zone I:	Gemeinde Fuldatal – Ortsteil Ihringshausen	ca. 18,3 Mio. €
Zone II a:	Gemeinde Fuldatal – Ortsteile Simmershausen, Wahnhausen, Rothwesten, Knickhagen, Wilhelmshausen	ca. 17,9 Mio. €
Zone II b:	Stadt Kassel – Stadtteil Fuldatal	ca. 7,9 Mio. €
Einzugsgebiet gesamt:		rd. 44,1 Mio. €

²⁵ Die Differenzierung der Zone II in die Zonen IIa und IIb dient auch der späteren Ermittlung der Umsatzherkunft nach Kommunen und damit der Bewertung des Kongruenzgebotes (vgl. Kap. V,2 und V,5).

²⁶ Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

²⁷ Quelle: MB Research, Stand 2022.

²⁸ Das Kaufkraftniveau der Stadt Kassel beträgt 93,4. Den Berechnungen wurde das Kaufkraftniveau von 88,3 des Postleitzahlgebietes (34125) des Stadtteiles Kassel-Fasanenhof zugrunde gelegt.

V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargestellten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. 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 für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen 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.

Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens

	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)	Marktanteil (in %)	Umsatz			
			Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)	Randsortimente Nonfood (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)	Gesamt (in %)
Zone I	18,3	17 – 18	3,2	0,8	4,0	50 - 51
Zone II a	17,9	9	1,6	0,4	2,0	25 - 26
Zone II b	7,9	9	0,7	0,2	0,9	11 - 12
Einzugsgebiet	44,1	12 - 13	5,5	1,4	6,9	87 - 88
Streuumsätze			0,8	0,2	1,0	12 - 13
Umsatz gesamt			6,3	1,6	7,9	100

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Es ist davon auszugehen, dass das Erweiterungsvorhaben mit einer Verkaufsflächengröße von ca. 1.300 m² **einen Umsatz von rd. 7,9 Mio. €** brutto erzielen wird. Davon entfallen ca. 6,3 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel und ca. 1,6 Mio. € auf Nonfood-Artikel. Der erwartete Gesamtumsatz liegt deutlich über dem durchschnittlichen Umsatz einer

Aldi Nord-Filiale in Deutschland²⁹. Der Umsatz entspricht einer Flächenproduktivität von ca. 6.080 € je m² Verkaufsfläche. Damit liegt die Flächenproduktivität zwar unter der durchschnittlichen Flächenproduktivität eines Aldi-Marktes, jedoch ist in der Handelswissenschaft unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Die bereits intensive Wettbewerbssituation in Fuldatal-Ihringshausen (Zone I) sowie im Kasseler Stadtgebiet schließen noch höhere Marktanteile und damit Umsätze für das Erweiterungsprojekt aus. Demzufolge bildet der Wert einen **realitätsnahen worst-case-Ansatz** ab.

Ca. **76 % des Vorhabenumsatzes** werden voraussichtlich durch **Kunden** aus Fuldatal generiert und ca. 24 % des Vorhabenumsatzes dürften von außerhalb des Stadtgebietes kommen (rd. 11 - 12 % aus Kassel-Fasanenhof; 12 – 13 % Streuumsätze). **Demnach dient der Aldi Lebensmitteldiscounter auch nach dessen Erweiterung vorrangig der Versorgung der Gemeinde Fuldatal.**

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des 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. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

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

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Projektstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

²⁹ Quelle: Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 liegt der durchschnittliche Filialumsatz von Aldi Nord bei rd. 6,0 Mio. €. Die durchschnittliche Flächenleistung von Aldi Nord beträgt aktuell ca. 6.450 € / m², die durchschnittliche Verkaufsflächengröße von rd. 930 m² liegt deutlich unter der in Fuldatal geplanten Verkaufsflächengröße von 1.300 m².

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“³⁰

Mit der Verkaufsflächenerweiterung des Planobjekts von ca. 790 m² auf ca. 1.300 m² und der damit verbundenen Umsatzerwartung von ca. 7,9 Mio. € (davon rd. 6,3 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln) werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- Für den **bestehenden Aldi-Markt** wird ein Umsatz von ca. 5,8 - 5,9 Mio. € angenommen (davon rd. 4,6 - 4,7 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln und ca. 1,2 Mio. € bei Nichtlebensmitteln). Dieser Umsatz im Bestand bleibt damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb.
- Somit gehen ca. 1,6 - 1,7 Mio. € bei **Nahrungs- und Genussmitteln** in die **Umverteilung** gegenüber den bestehenden Wettbewerbern, ca. 0,4 Mio. € werden bei Nonfood-Sortimenten wettbewerbswirksam.
- Die **Umsatzumverteilungen** im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** gegenüber den Anbietern **im Einzugsgebiet** belaufen sich auf ca. 1,2 – 1,3 Mio. €.
- Die **Umsatzumverteilungswirkungen** gegenüber den weiteren Anbietern **außerhalb des Einzugsgebietes** erreichen eine Höhe von ca. 0,4 Mio. €.
- Etwa 0,4 Mio. € werden in den **Nichtlebensmittelsortimenten** umsatzumverteilungswirksam, die sowohl gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet als auch außerhalb auswirken.

Tabelle 3 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche die Erweiterung des Aldi-Marktes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird:

³⁰ vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

	Standortlage	Umsatz im Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	4,6 – 4,7	–	–
	Umsatzumverteilung innerhalb des Einzugsgebietes	30,8 – 30,9	1,2 – 1,3	4
	Umsatzumverteilung ggü. Anbieter in Zone I	19,3 – 19,4	0,6 – 0,7	3 – 4
	▪ davon Anbieter im C-Zentrum Ihringshausen	n.a.	< 0,1	n.a.
	Umsatzumverteilung ggü. Anbieter in Zone II a	5,5 – 5,6	0,2	3 – 4
	Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Zone II b	6,0	0,3 – 0,4	6
	Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	24,7 – 24,8	0,4	–
	Umsatz erweiterter Markt bei Nahrungs- und Genussmitteln	6,3	–	–
Nicht-Lebensmittel	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	1,2	–	–
	Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet u. außerhalb	–	0,4	–
	Umsatz erweiterter Markt bei Nichtlebensmitteln	1,6	–	–

n.a. = nicht ausweisbar, unterhalb einer gutachterlich ausweisbaren Größenordnung / GMA-Berechnung 2023 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

Die durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** in Höhe von ca. 1,6 Mio. € sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

➤ **Gegenüber Zone I** des Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von rd. 3 – 4 % bzw. 0,6 – 0,7 Mio. € zu erwarten. Die Auswirkungen verteilen sich hier auf eine Vielzahl an Wettbewerbern (Rewe, Rewe inkl. GM, Netto, Edeka), wodurch auf einzelbetrieblicher Ebene keine schädlichen Auswirkungen in Folge der geplanten Aldi-Erweiterung zu erwarten sind. Am stärksten wird der bestehende Netto-Lebensmitteldiscounter in Ihringshausen betroffen sein, für den die Auswirkungen zwar spürbar, aber zu gering ausfallen, um zu langfristigen Betriebsschädigungen zu führen. Dabei ist zusätzlich zu berücksichtigen, dass es sich in diesem Fall um rein wettbewerbliche Effekte ohne städtebauliche Relevanz handelt, da der Wettbewerber nicht in einem zentralen Versorgungsbereich liegt. Somit sind in Zone I keine städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.

Innerhalb des **zentralen Versorgungsbereichs C-Zentrum Ihringshausen** sind nur kleinteilige Lebensmittelfachgeschäfte ansässig. Diese sind nicht als Hauptwettbewerber des Aldi-Marktes einzustufen, sodass die potenziellen Auswirkungen kaum nachweisbar ausfallen.

➤ Die Umsatzumverteilungswirkungen in **Zone II a** des Einzugsgebietes belaufen sich auf ca. 0,2 Mio. € bzw. 3 – 4 %. Für den hier betroffenen Rewe Markt in Rothwesten werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungen zu gering ausfallen, um langfristige Betriebschwächungen zu verursachen. Zudem ist der Markt im Wesentlichen als Nahversorger für die umliegenden Ortsteile im Norden Fuldatais etabliert, sodass eine Geschäftsaufgabe

oder städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen insgesamt auszuschließen sind.

- Gegenüber **Zone II b** des Einzugsgebietes wurde Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. ca. 6 % ermittelt, die sich gegenüber dem Systemwettbewerber Lidl auswirken werden. Dieser präsentiert sich als ein zeitgemäßer, leistungsstarker Lebensmitteldiscounter mit guter Erreichbarkeit und wird mögliche Umsatzeinbußen ausgleichen können. Eine langfristige Betriebsschwächung dieses Anbieters sowie städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind daher nicht absehbar.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** sind Umsatzumverteilungswirkungen von rund 0,4 Mio. € zu erwarten, die sich auf eine Vielzahl an Wettbewerbern verteilen. Betroffen sind hier u. a. Filialen von Lidl (C-Zentrum Kassel-Wesertor) sowie Aldi an den Standorten in Kassel Nord-Holland, Kassel-Wesertor sowie in Vellmar-Niedervellmar. Vor dem Hintergrund der geringen Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von 1 – 2 % und der Tatsache, dass sich Lidl im Bereich Wesertor neu aufstellt (mit Ansiedlung Rewe), können betriebsgefährdende Auswirkungen sowie städtebauliche und versorgungsstrukturelle Folgen ausgeschlossen werden.
- In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,3 - 0,4 Mio. € umsatzverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Aktionswaren aller Sortimente) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen. Diese führen die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u. v. m.). Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend sind somit aus der Erweiterung des Aldi-Marktes an der Straße Ziegelei in Fuldatal keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung bzw. auf Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten.

5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung

Zur Einhaltung der hier einschlägigen **raumordnerischen Ziele und Grundsätze** des LEP Hessen 2021 und des Regionalplans Nordhessen 2009 (vgl. hierzu Kapitel I., 2.) durch das Vorhaben sind folgende Punkte festzuhalten:

- **Zentralitätsgebot:**
 - Zur Sicherung der örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen, sind großflächige Einzelhandelsprojekte in begründeten Ausnahmefällen auch in zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Für den Planstandort im zentralen Ortsteil Ihringshausen des Grundzentrums Fuldatal ist entsprechend zu prüfen, welche Versorgungsfunktion der Aldi-Markt in Hinblick auf seine Nahversorgungsbedeutung für umliegende Wohnbereiche übernimmt (vgl. Kapitel II.2.) bzw. ob das Vorhaben überwiegend der kommunalen Eigenversorgung dient. Dabei ist insbesondere die Einhaltung des Kongruenzgebotes maßgeblich.

Kongruenzgebot:

- Für die Bewertung der Versorgungsfunktion des Aldi-Marktes ist die Kunden- bzw. Umsatzherkunft zu betrachten. Etwa 6,0 Mio. € (ca. 76 %) des Prognoseumsatzes des Planvorhabens werden aus dem Fuldataler Teil des Einzugsgebietes (Zone I und II b) stammen. Weitere ca. 0,9 Mio. € (rd. 11 - 12 %) stammen aus Teilen von Kassel-Fasanenhof (Zone II b). Weitere 12 – 13 % sind diffuse Streuumsätze (u. a. Pendler, Tagestouristen) von außerhalb des Einzugsgebietes. Damit generiert das Planvorhaben auch zukünftig den Großteil seines Umsatzes mit Kunden aus dem Gemeindegebiet Fuldatal. Die Nahversorgungsbedeutung für umliegende Wohnbereiche wurde dabei festgestellt (vgl. Kapitel II.2.). Entsprechend werden **das Kongruenzgebot sowie das Zentralitätsgebot erfüllt**, auch mit Blick auf die sonstigen landesplanerischen Vorgaben (siehe nachfolgende Ausführungen).

Integrationsgebot:

- Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Ihre Standorte müssen in einem im Regionalplan ausgewiesenen Siedlungsbereich liegen (siedlungsstrukturelles Integrationsgebot) und nach Möglichkeit in das ÖPNV-Netz integriert sein (städtebauliches Integrationsgebot). Der Projektstandort an der Straße Ziegelei liegt gemäß Regionalplan Nordhessen 2009 in einem „Vorranggebiet Siedlung Bestand“. Demnach wird **das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot eingehalten**. Dies entspricht auch der tatsächlichen Situation, in dem der Projektstandort Aldi an zwei Seiten des Grundstückes Wohnnutzungen aufweist. Darüber hinaus ist der Anschluss an den ÖPNV gegeben (Bushaltestelle „Stockbreite“ ca. 300 m östlich, Anbindung über Fußweg und ampelgesicherte Querung der Ihringshäuser Straße / B 3 gewährleistet). Entsprechend wird auch **das städtebauliche Integrationsgebot erfüllt**.

Beeinträchtungsverbot gemäß LEP Hessen:

- Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihren zentralen Versorgungsbereichen ausüben. Wie in den Berechnungen zur Umsatzumverteilung dargestellt, gehen mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigungen der Funktionalität von zentralen Orten einher. So liegen die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in Fuldatal bei rd. 3 – 4 %. Daher sind keine Geschäftsaufgaben von strukturprägenden Lebensmittelmärkten zu erwarten. Da keine Hauptwettbewerber innerhalb des ausgewiesenen C-Zentrums Ihringshausen ansässig sind, sind potenzielle Umsatzumverteilungen hier nicht nachweisbar. Die Umsatzumverteilungen gegenüber Wettbewerbern im C-Zentrum Kassel-Wesertor fallen zu gering aus, um betriebsschädigend zu gelten. Daher sind negative Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung dieser zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten. Somit wird **das Beeinträchtigungsverbot gemäß LEP Hessen eingehalten**.

Beeinträchtigungsverbot gemäß Regionalplan Nordhessen 2009:

- Das regionalplanerische Beeinträchtigungsverbot spezifiziert mögliche Beeinträchtigungen auch auf eine potenzielle Schädigung des wohnortnahen Angebotes mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Dies ist im vorliegenden Fall nicht zutreffend. So ist aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der Nahversorgungsstrukturen in Fuldatal bzw. im Einzugsgebiet auszuschließen, dass strukturprägende Anbieter der Nahversorgung, insbesondere Lebensmittelmärkte im Bestand, gefährdet sind. Schädigungen der wohnortnahen Versorgung sind somit auszuschließen.

Somit wird auch das **Beeinträchtigungsverbot gemäß Regionalplan Nordhessen 2009 eingehalten.**

Das vorliegende Erweiterungsvorhaben erfüllt die landes- und regionalplanerischen Vorhaben an großflächige Einzelhandelsvorhaben.

6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren)

Im Kommunalen Entwicklungsplan (KEP-Zentren) von 2015 wurde der Standort Aldi an der Straße Ziegelei als **Standort in autokundenorientierter Lage (aL)** klassifiziert. Diese Standorteinschätzung basiert auf der im Jahr 2015 festgestellten örtlichen Situation und ist im Wesentlichen auf die eingeschränkte Einbindung in Wohnsiedlungen zurückzuführen³¹. Zwischenzeitlich wurde allerdings das unmittelbar westlich anschließende Neubaugebiet Mönchebergstraße entwickelt (Bebauungsplangebiet Nr. 25, Änderung „Nördlich der Stockbreite“), wobei angrenzend an den Aldi-Markt mehrgeschossige Wohnhäuser entstanden sind. Entsprechend besteht nunmehr eine verbesserte siedlungsstrukturelle Einbindung, welche Anhaltspunkte geben, den **Standort zukünftig als integrierte Lage einzustufen**. Der Markt ist im Bestand etabliert, wodurch es sich um die Erweiterung eines bestehenden Versorgungsstandortes und keine Neuansiedlung handelt. Der Standort der Aldi-Filiale ist als ein mit allen Verkehrsträgern gut zu erreichender Versorgungsstandort einzustufen. Gleichwohl ist er in Randlage der Siedlungsbereiche von Ihringshausen positioniert, wobei insbesondere die gute Anbindung an die Bundesstraße 3 hervorzuheben ist. Damit dient der Standort gleichzeitig auch der Vermeidung von Verkehren in den Wohnsiedlungsbereichen.

Grundsätzlich sind **Verkaufsflächenerweiterungen von bestehenden Betrieben in autokundenorientierter Lage (aL)** nur sehr limitiert möglich (u. a. Anpassung an aktuelle Markterfordernisse, Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit, Erbringung Verträglichkeitsnachweis für den Einzelfall). Die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Aldi Marktes am Standort Ziegelei dient nach gutachterlicher Einschätzung durchaus einer Anpassung an aktuelle Markterfordernisse. So weisen moderne Discountmärkte oftmals Größenordnungen zwischen 1.100 und 1.500 m² VK auf bzw. wird regelmäßig beabsichtigt, diese – falls standortseitig möglich – auf diese Größe zu erweitern. Mit der geplanten Aldi Erweiterung auf ca. 1.300 m² VK entsteht ein leistungsfähiger Versorgungsstandort, der zum einen eine Grundversorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet von Fuldatal übernimmt und zum anderen auch der fußläufigen Nahversorgung der unmittelbar umliegenden Siedlungsbereiche von Ihringshausen dient (vgl. Kapitel II und IV).

Die mit dem Vorhaben verbundenen wettbewerbliche Umverteilungseffekte werden sich v. a. gegenüber den im Bereich der Ihringshäuser Straße ansässigen Lebensmittelmärkten (u. a. Rewe, Lidl) niederschlagen, wobei aufgezeigt wurde, dass hieraus keine Betriebsgefährdungen zu erwarten sind. **Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Fuldatal oder Kassel bzw. auf die wohnortnahe Versorgung in Fuldatal und im Umland sind ferner nicht zu erwarten.**

³¹ Das Kriterium für eine integrierte Lage gemäß KEP-Zentren wäre insbesondere ein Wohngebietsanschluss nach mindestens drei Richtungen.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planung und Projektstandort	- Erweiterung eines bestehenden Aldi Lebensmitteldiscounters am Standort Ziegelei 3, Fuldatal von 790 m² auf 1.300 m² Verkaufsfläche. - Gemäß KEP-Zentren wurde der Standort als autokundenorientierte Lage (aL) klassifiziert - Einzelhandelsseitiger Solitärstandort in Siedlungsrandlage im Ortsteil Ihringshausen in Nähe zu Kassel-Fasanenhof. An zwei Seiten Wohnbebauung angrenzend, an den beiden anderen Seiten landwirtschaftlich genutzte Flächen bzw. Freifläche (mit saisonaler Nutzung durch Hüpfburgenpark). Im näheren Standortumfeld befinden sich östlich der B 3 Wohngebiete, aus denen der Projektstandort grundsätzlich auch fußläufig erreichbar ist: Die Ampelkreuzung sowie die nördliche Fußgängerbrücke bieten geeignete Querungsmöglichkeiten über die B 3.
Rechtsrahmen und Untersuchung	- In der angestrebten Dimensionierung liegt ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben vor; entsprechend soll ein Bauleitplanverfahren zur Ausweisung eines Sondergebiets erfolgen. - Es ist eine Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen.
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Das Einzugsgebiet umfasst das Gemeindegebiet Fuldatal sowie Teile des Stadtteils Kassel-Fasanenhof der Nachbarstadt Kassel, differenziert in Zone I (Ortsteil Fuldatal-Ihringshausen), Zone II a (übrige Ortsteile von Fuldatal) sowie Zone II b (Teile von Kassel-Fasanenhof). - Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet insgesamt: rd. 16.300 Einwohner. - Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 44,1 Mio. €.
Wettbewerbssituation	- Hauptwettbewerber in Zone I sind ein großflächiger Rewe Supermarkt ebenfalls an der Ihringshäuser Straße nah zum Planstandort liegend, ein großflächiger Rewe Supermarkt (inkl. Getränkemarkt), ein kleinflächiger Netto Lebensmitteldiscounter und ein kleinflächiger Edeka Neukauf in Wohngebietslage. - In Zone II a befindet sich ein großflächiger Rewe im Norden der Gemeinde Fuldatal (5 km nördlich vom Planstandort) im Ortsteil Rothwesten mit guter Erreichbarkeit für Pkw aus den umliegenden Ortsteilen. - In Zone II b ist der kleinflächige Lidl Lebensmittelmarkt in Kassel-Fasanenhof zu nennen, der für Pkw und ÖPNV gut angebunden an der Ihringshäuser Straße liegt. - Außerhalb des Einzugsgebietes sind die beiden kleinflächigen Märkte von Lidl und Edeka am C-Zentrum Kassel-Wesertor (2 km südlich) zu nennen. Hier erfolgt kurzfristig eine Erweiterung von Lidl und Neuansiedlung eines Rewe-Marktes im Rahmen einer städtebaulichen Gesamtentwicklung. - Die nächstgelegenen Aldi-Filialen befinden sich in der Nachbarstadt Kassel, in den Stadtteilen Kassel-Wesertor (2 km südlich) und im Stadtteil Nord-Holland (2 km südwestlich) sowie in Vellmar-Niedervellmar (3,8 km westlich).
Umsatzprognose	- Gesamtumsatzerwartung erweiterter Markt: ca. 7,8 – 7,9 Mio. € (davon ca. 6,3 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel, ca. 1,5 – 1,6 Mio. € Nonfood). - Umverteilungswirksamer Zusatzumsatz: ca. 2,0 Mio. € (davon ca. 1,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel, 0,3 – 0,4 Mio. € Nonfood).
Umverteilungswirkungen	Gegenüber den Anbietern in Zone I werden 0,6 – 0,7 Mio. € (bzw. 3 – 4 %), gegenüber den Anbietern in Zone II a ca. 0,2 Mio. € (bzw. 3 – 4 %), gegenüber den Anbietern in Zone II b 0,3 – 0,4 (bzw. ca. 6 %) und gegenüber den Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes werden ca. 0,4 Mio. € umverteilungswirksam.
Auswirkungsanalyse	
Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	Mit der Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters wird eine Aufwertung eines strukturprägenden Bestandsanbieters und somit eine langfristige Bestandssicherung in Fuldatal bewirkt.

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
	▪ Umverteilungen innerhalb des Gemeindegebietes Fuldatal (Zone I und II a) fallen gering aus (max. ca. 3 – 4 %), verteilen sich auf verschiedene Wettbewerber und sind nicht betriebsgefährdend. ▪ Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs C-Zentrum Ihringshausen sind die potenziellen Auswirkungen nicht nachweisbar, da hier nur kleinteilige Lebensmittelfachgeschäfte und keine Hauptwettbewerber ansässig sind ▪ In Kassel-Fasanenhof (Zone II b) sind zwar spürbare Umsatzumverteilungswirkungen (rd. 6 – 7 %) zu erwarten, welche der betroffene Lidl Markt jedoch ausgleichen kann; eine langfristige Betriebsschwächung dieses Anbieters ist nicht zu erwarten. ▪ Außerhalb des Einzugsgebietes sind geringe Umsatzumverteilungswirkungen von unter 0,4 Mio. € zu erwarten, die sich v.a. gegenüber dem Systemwettbewerber Aldi-Nord in Kassel Nord-Holland, Vellmar sowie Kassel-Wesertor auswirken und keine Betriebsschädigungen erwarten lassen. Im C-Zentrum Kassel-Wesertor sind zu geringe Umsatzumverteilungswirkungen zu erwarten, die sich zudem auf die Anbieter Lidl und Edeka verteilen und von der Höhe her (1 – 2 %) unkritisch sind. ▪ Insgesamt sind keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung bzw. auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten.
Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	
Landes- und regionalplanerische Ziele und Grundsätze	▪ Zentralitätsgebot: Da das Aldi Vorhaben überwiegend der kommunalen Eigenversorgung von Fuldatal dient, ebenfalls Nahversorgungsfunktionen übernimmt und zudem die übrigen landesplanerischen Vorgaben eingehalten werden, wird das Zentralitätsgebot erfüllt. ▪ Kongruenzgebot: Der überwiegende Teil des Vorhabenumsatzes (rd. 76) stammt von den Einwohnern aus Fuldatal. Die übrigen 24 % stammen von außerhalb des Gemeindegebietes (Umsätze aus Kassel-Fasanenhof, Streuumsätze). Demnach dient der Aldi Markt auch nach dessen Erweiterung vorrangig der Versorgung der Gemeinde Fuldatal. Das Kongruenzgebot wird erfüllt. ▪ Integrationsgebot: Der Vorhabenstandort liegt in einem im Regionalplan ausgewiesenen „Vorranggebiet Siedlung Bestand“. Ferner ist die ÖPNV-Anbindung gesichert. Das siedlungsstrukturelle und das städtebauliche Integrationsgebot werden eingehalten. ▪ Beeinträchtigerungsverbot: Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Fuldatal bzw. in Kassel oder eine Schädigung der wohnortnahen Versorgung durch das Vorhaben von Aldi auszuschließen. Das Beeinträchtigerungsverbot wird erfüllt.
Vereinbarkeit mit den Zielen des KEP-Zentren 2015	▪ Im Kommunalen Entwicklungsplan (KEP-Zentren) von 2015 wurde der Aldi-Standort an der Straße Ziegelei als Standort in autokundenorientierter Lage (aL) klassifiziert, weshalb die Entwicklungsperspektiven am Standort limitiert sind. ▪ Anhaltspunkte für eine integrierte Lage liegen durch das zwischenzeitlich realisierte Wohngebiet westlich des Aldi Standortes vor. Zudem etablierter Standort mit Nahversorgungsbedeutung für umliegende Wohnquartiere, ein mit allen Verkehrsträgern gut erreichbarer Versorgungsstandort sowie fußläufige Anbindungen über die B 3. ▪ Die Aldi Erweiterung ist als Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Standortes zu bezeichnen. Die Dimensionierung des Vorhabens ist unter diesen Gesichtspunkten als angemessen zu beurteilen. Grundsätzlich kann eine städtebauliche Verträglichkeit der Aldi Erweiterung attestiert werden.

GMA-Bewertung 2023

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel	11
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Aldi-Markt, Blick von der Ziegelei	18
Foto 2: eingeschränkte Sichtbarkeit des Projektstandortes, Blick von der B 3	18
Foto 3: Fußgängerquerung über Ihringshäuser Straße (B3) in Richtung Aldi Markt	18
Foto 4: Neubaugebiet westlich der Mönchebergstraße	18
Foto 5: Rewe an der Ihringshäuser Straße	19
Foto 6: Rewe (inkl. Getränkemarkt) an der Niedervellmarschen Straße	19
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Fuldatal und zentralörtliche Struktur in der Region	14
Karte 2: Mikrostandort Aldi-Markt, Ziegelei	17
Karte 3: Wesentliche Wettbewerber in Fuldatal	23
Karte 4: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber	24
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes	21
Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens	27
Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	30