



Untersuchung zu möglichen Auswirkungen durch die Verlagerung / Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in

LAHR

Auftraggeber: ITB Investment GmbH & Co.KG

Projektleitung: Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag
Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

Ludwigsburg, Juni / August 2014



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Hohenzollernstr. 12 - 14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
Telefon: 07141 / 9360-0 Telefax: 07141 / 9360-10
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Ende Mai 2014 erteilte die ITB Investment GmbH & Co.KG der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Untersuchung zu möglichen Auswirkungen durch eine vorgesehene Verlagerung bei gleichzeitiger Erweiterung des bestehenden Aldi-Lebensmitteldiscounters in Lahr. Hierzu ist eine Verlagerung des Marktes vom aktuellen Standort Tramplerstraße 89 in den Fachmarktstandort „Im Götzmann, Mietersheimer Straße“ vorgesehen. Untersucht werden sollen die möglichen raumordnerischen, nahversorgungsrelevanten und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens.

Für die Bearbeitung vorliegender Analyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, der Stadt Lahr und des Auftraggebers zur Verfügung. In Ergänzung der sekundärstatistischen Daten wurde im Einzugsgebiet der relevante Wettbewerb vor Ort erfasst und eine Standortbesichtigung des Untersuchungsareals sowie eine städtebauliche Bewertung der Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum durchgeführt. Zusätzlich kann auf das Ergebnis des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lahr (2008) zurückgegriffen werden.

Dieser Bericht dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung des Auftraggebers sowie der am Genehmigungsverfahren Beteiligten. Eine Vervielfältigung oder Weitergabe dieses Berichtes bedarf der schriftlichen Zustimmung der Auftraggeberin und der GMA.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im Juni / August 2014
GO wym

INHALTSVERZEICHNIS	SEITE
1. Aufgabenstellung	1
2. Der Untersuchungsstandort	2
2.1 Der Makrostandort Lahr	2
2.2 Der Mikrostandort – aktuell	3
2.3 Der Mikrostandort – geplant	4
3. Einzugsgebiet und Kaufkraft	6
4. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel	7
5. Beurteilung der möglichen Auswirkungen	8
6. Fazit	10
7. Exkurs: Voraussichtliches Verkehrsaufkommen	10

1. Aufgabenstellung

Die Fa. Aldi beabsichtigt, ihren aktuellen Standort an der Tramplerstraße 89 mit einer Verkaufsflächengröße von 928 m² an den Fachmarktstandort Im Götzmann zu verlagern und auf eine Verkaufsflächengröße von 1.100,63 m² um knapp 173 m² VK zu erweitern. Das Planobjekt fügt sich in eine Gesamtentwicklung auf dem im Bebauungsplan als Baufläche 1.2 definierten Bereich ein. Neben der Entwicklung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters sind folgende Märkte geplant:¹

- Schuhfachmarkt Schuhhof (Bestand): 590 m² VK
- Drogeriemarkt dm (voraussichtlich Verlagerung): 650 – 765 m² VK
- Lebensmittelvollsortimenter Rewe (Neuansiedlung): 1.800 m² VK
- Vorkassenzone (4 Shops): maximal 404 m² VK.

In der Summe ist somit eine Entwicklung von insgesamt knapp 4.660 m² VK zentrenrelevanter Sortimente vorgesehen. Gegenstand der vorliegenden Ausführung ist jedoch nur das Verlagerungsobjekt „Aldi“. Die übrigen Vorhaben sind bereits umfassend im Rahmen des Bauleitplanverfahrens geprüft worden. Verbundeffekte mit den bestehenden bzw. geplanten Nutzungen werden dabei selbstverständlich berücksichtigt.

Das Areal ist durch den Bebauungsplan „Blockschluck / Götzmann“² als Sondergebiet Einzelhandel festgesetzt. Die zentrenrelevanten Sortimente auf der Baufläche 1.2 sind auf 3.200 m² VK beschränkt.³ Insofern wird die Gesamtplanung nach aktuellem Stand eine Anpassung des Bebauungsplans erforderlich machen.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung sollen die möglichen raumordnerischen, nahversorgungsrelevanten und städtebaulichen Auswirkungen der beabsichtigten Verlagerung / Erweiterung der Fa. Aldi dargestellt werden. Es wird davon ausgegangen, dass am Altstandort „Tramplerstraße 89“ keine Nutzung durch einen Lebensmittelmarkt bzw. zentrenrelevante Sortimente erfolgt, so dass eine Verlagerung vorliegt.

¹ Nach Angaben des Projektentwicklers; Stand 18.06.2014.

² Bebauungsplan „Blockschluck / Götzmann, 2. Änderung“; rechtsverbindlich seit 09.10.2011.

³ Vgl. hierzu Begründung zum Bebauungsplan „Blockschluck / Götzmann, 2. Änderung“, S. 4.

Im Einzelnen sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- Beurteilung des aktuellen und geplanten Standortes und Standortumfeldes in Lahr
- Abgrenzung des Einzugsgebietes
- Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- Darstellung möglicher städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen

Ergänzend wird auf das zusätzliche Verkehrsaufkommen am Planstandort eingegangen.

2. Der Untersuchungsstandort

2.1 Der Makrostandort Lahr

Im Hinblick auf die Bewertung des Planobjektes sind folgende Rahmenbedingungen festzuhalten:

- Regionalplanerische Zuordnung gemäß LEP Baden-Württemberg als **Mittelzentrum** und damit grundsätzlich für großflächigen Einzelhandel vorgesehen.
- Sehr gute **überregionale Verkehrsanbindung** mit der Lage an der A 5 (Karlsruhe – Basel), der B 36 (Straßburg – Kehl – Lahr), der B 3 (Offenburg – Lahr – Freiburg) sowie der B 415 (Lahr – Biberach – Kinzigtal).
- Positive **Bevölkerungsentwicklung** von + 4,3 % in den vergangenen zwei Jahren und damit über der Entwicklung des Ortenaukreises (+ 0,3 % im Vergleichszeitraum)¹. Auch für die kommenden Jahre ist für Lahr von einer weiteren positiven Bevölkerungsentwicklung auszugehen.
- Die **Siedlungsstruktur** umfasst neben der Kernstadt, die z. T. räumlich stark abgesetzten Stadtteile Hugsweier, Kuhbach, Reichenbach, Sulz, Mietersheim, Kippenheimweiler und Langenwinkel.

¹ Vergleiche Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg vom 30.09. ds. Jhs.; eigene Berechnung.

Neben der Innenstadt ist mit dem Fachmarktzentrum Mietersheim ein wichtiger Einzelhandelsstandort für das Mittelzentrum Lahr vorhanden. Der Fachmarktstandort ist aktuell der wichtigste dezentrale Einkaufsschwerpunkt der Stadt und trägt bei zahlreichen Sortimenten (insbesondere Elektrowaren, Baumarkt) zur Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion bei. Gleichzeitig übernimmt er gewisse Nahversorgungsfunktionen für den angrenzenden Stadtteil Mietersheim.

2.2 Der Mikrostandort – aktuell

Die Fa. Aldi befindet sich aktuell mit ihrem Standort an der Tramplerstraße 89 in einer städtebaulich nicht integrierten Lage. Mit einer aktuellen Verkaufsfläche von knapp 930 m² VK verfügt der Markt grundsätzlich über eine weitgehend zeitgemäße Verkaufsflächengröße. Der Standort Tramplerstraße weist als einer der ältesten Märkte traditionell eine relativ hohe Kundenbindung auf, insbesondere für den Bereich Kernstadt-West sowie den bevölkerungsreichen Stadtteil Mietersheim. Nahversorgungsfunktion i. e. S. übernimmt der Standort für einen eng abgegrenzten Wohnbereich (inkl. Wohnbereich entlang der Martin-Luther-Straße, der über die bestehende Fuß- und Radwegebrücke gut erreichbar ist). Allerdings ist der Versorgungsstandort „Aldi“ nicht als klassischer Nahversorgungsstandort zu bezeichnen. Seine Ausrichtung ist zum Großteil auf Kunden außerhalb des unmittelbaren Standortumfeldes ausgerichtet. Mit dem zweiten Aldi-Standort in der Geroldsecker Vorstadt wird der östliche Kernstadtbereich abgedeckt.

Das unmittelbare Standortumfeld ist durch einen ergänzenden Getränkeanbieter sowie durch einen Anbieter aus dem Segment Autoteile-Zubehör geprägt. Der Standort stellt kein Nahversorgungszentrum i. S. eines zentralen Versorgungsbereiches gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dar.

Der Standort weist folgende Standortfaktoren auf:

- + Sehr gute Verkehrsanbindung für Pkw (= Autostandort)
- + problemlose Topografie des Areal
- + gut eingeführter Versorgungsstandort
- + Nahversorgungsfunktion (wenngleich auch untergeordnet)
- eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit für Einwohner im Umfeld.

2.3 Der Mikrostandort – geplant

Der Planstandort befindet sich innerhalb des Fachmarktzentrums Mietersheim, das aktuell den wesentlichen dezentralen Einkaufsschwerpunkt der Stadt darstellt. Bei bestimmten Sortimenten (z. B. Elektrowaren, Baumarkt) trägt das Fachmarktzentrum ganz wesentlich zur Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion bei. Das Angebot umfasst neben den Sortimenten im Untersuchungsgebiet selbst weitere Anbieter im Umfeld (z. B. Dehner, dm, Penny). Das Areal ist durch günstige handelsbezogene Kriterien gekennzeichnet (v. a. Pkw-Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, Agglomerationseffekte). Allerdings weist er im Hinblick auf Aktualität und modernes Erscheinungsbild erhebliche Defizite auf, weshalb der Komplex modernisiert werden soll.

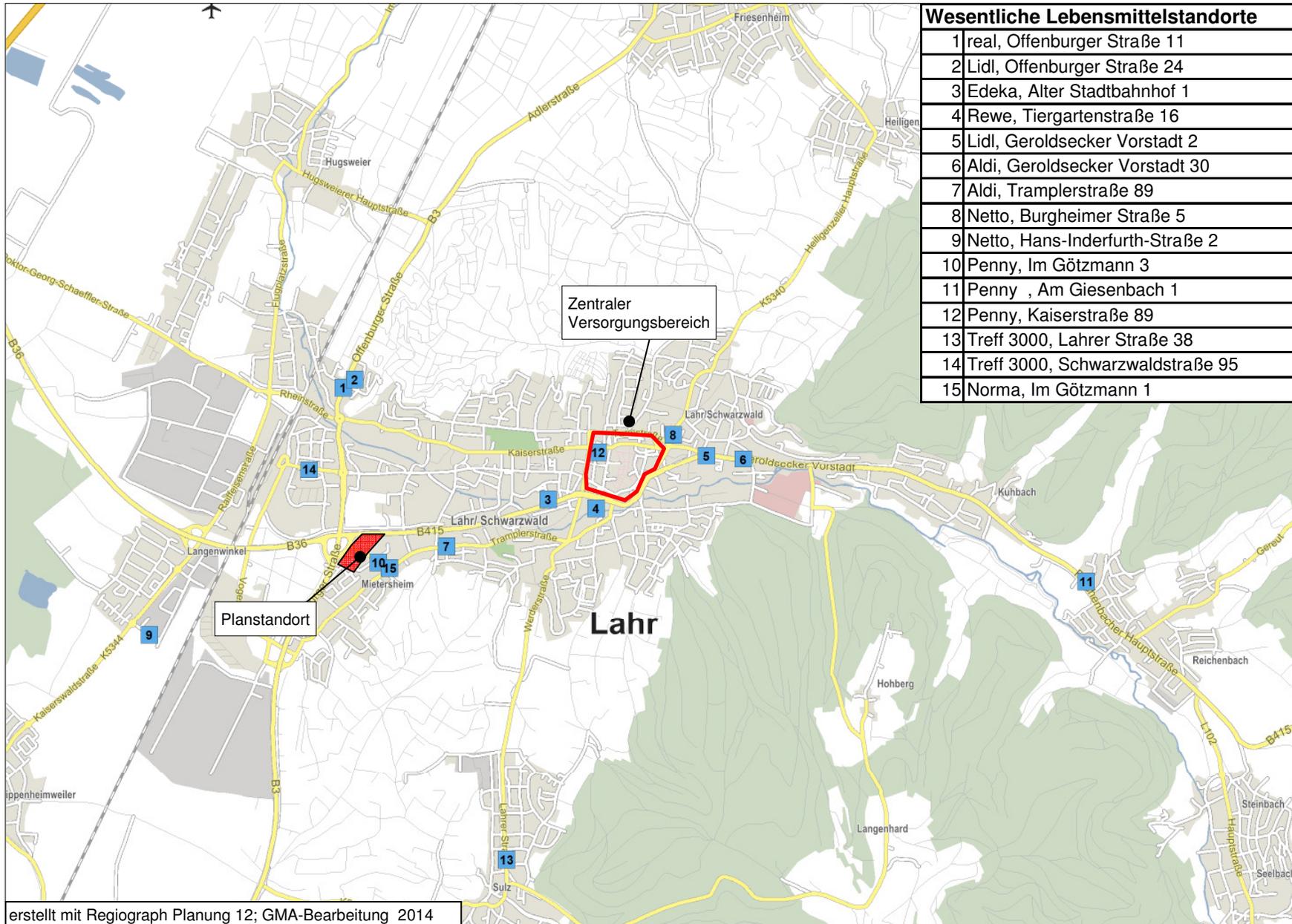
Durch seine Lage im westlichen Kernstadtbereich, am Kreuzungsbereich B 3 / B 36 gelegen, verfügt das Fachmarktzentrum neben einer regionalen Ausstrahlung auch über eine lokale Ausrichtung (= Nahversorgungsfunktion für Kernstadt und v. a. Stadtteil Mietersheim).

Zusammenfassend zeichnet sich der Standort durch folgende Faktoren aus:

- + Nahversorgungsfunktion v. a. für den Stadtteil Mietersheim
- + sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit
- + sehr gute Einsehbarkeit von den wesentlichen Verkehrsachsen der Stadt
- + hoher Bekanntheitsgrad in der Region als Handelsstandort
- + Agglomerationseffekte
- aktuell noch deutlich unattraktives Erscheinungsbild
- z. T. hohe Verkehrsbelastung mit entsprechend negativen Rückwirkungen auf das bestehende Verkehrssystem.

Im Vergleich der beiden Standorte (aktueller Standort und Planstandort) zeichnet sich der Standort Mietersheimer Hauptstraße (= Fachmarktzentrum) durch eine tendenziell höhere Nahversorgungsfunktion für den unmittelbar anschließenden Stadtteil Mietersheim aus. Insofern ist die Verlagerung der Fa. Aldi unter Nahversorgungsgesichtspunkten grundsätzlich als positiv zu würdigen. Dies gilt jedoch nur unter der Maßgabe, dass eine entsprechende Nachnutzung des aktuellen Standortes Tramplerstraße mit zentrenrelevanten Sortimenten nicht mehr möglich ist (= Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente inkl. Nahrungs- und Genussmittel). Die sich im unmittelbaren Umfeld des aktuellen Standortes (inkl. Bereich nördlich B 415) befindliche Wohnbevölkerung wird jedoch eine Schwächung der fußläufig erreichbaren Nahversorgung hinnehmen müssen.

Karte 1: Planstandort und Wettbewerb



erstellt mit Regiograph Planung 12; GMA-Bearbeitung 2014

3. Einzugsgebiet und Kaufkraft

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- Lage und Mikroeigenschaften des Planstandorts
- voraussichtliche Attraktivität des Planobjektes
- relevante Wettbewerbssituation (vgl. Kapitel 4)
- Zeit- und Distanzwerte (= empirische Erfahrungswerte).

Für das untersuchungsrelevante Planobjekt ist im Wesentlichen der Einzugsbereich des gesamten Fachmarktzentrums Mietersheim relevant. Das Fachmarktzentrum bestimmt neben der Innenstadt von Lahr im Wesentlichen das Marktgebiet der Stadt Lahr. Insofern kann auf das Einzugsgebiet gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Lahr zurückgegriffen werden.¹ Auf Grund der Sortimentsstruktur des Planobjektes wird das Kerneinzugsgebiet jedoch im Wesentlichen auf den Bereich der Stadt Lahr selbst begrenzt bleiben (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Einwohner und planobjektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

	Einwohner	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €
Zone I: Teile Kernstadt zzgl. Stadtteil Mietersheim	14.430	25,6
Zone II: restl. Stadt Lahr	29.290	51,9
Gesamt	43.720	77,5
Quelle: GMA-Berechnungen 2014 auf Basis von Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zum 30.09.2013, der MB Research Nürnberg und der GMA (Pro-Kopf-Ausgaben)		

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel somit auf ca. 77,5 Mio. €. Auf Grund der Funktion des Gesamtstandortes als wichtiger Fachmarktstandort für den Lahrer Mittelbereich ist weiterhin von einem Streukundenanteil, insbesondere aus den Städten und Gemeinden des Mittelbereiches auszugehen.

¹ Vgl. GMA-Markt- und Standortuntersuchung für den Einzelhandel des Mittelzentrums Lahr, September 2008.

4. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel

Das Angebot im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** in Lahr ist mit ca. 570 m² VK je 1.000 EW als durchschnittlich im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größenordnung zu bezeichnen.¹ Dabei sind folgende wesentliche Anbieter festzuhalten:

- Real; Offenburger Straße; Stadtteil Dinglingen; knapp 5.000 m² VK; nicht integriert
- E-Center; Am Alten Stadtbahnhof; ca. 3.600 m² VK; Innenstadtrandlage (Innenstadtergänzungsfläche)
- Rewe; Tiergartenstraße; ca. 1.500 m² VK; Innenstadtrandlage
- Lidl; Offenburger Straße; knapp 900 m² VK; nicht integriert
- Aldi; Tramplerstraße; ca. 930 m² VK; nicht integriert (Verlagerungsobjekt)
- Lidl; Geroldsecker Vorstadt; ca. 800 m² VK; nicht integriert
- Aldi; Geroldsecker Vorstadt; ca. 730 m² VK; nicht integriert
- Netto; Burgheimer Straße; ca. 750 m² VK; Innenstadtrandlage
- Penny; Kaiserstraße / Friedhofstraße; ca. 650 m² VK, Innenstadtrandlage
- Penny; Im Götzmann; ca. 800 m² VK; nicht integriert (Untersuchungsbereich; Umfeld)
- Penny; Am Giesenbach; Stadtteil Reichenbach; ca. 700 m² VK
- Netto; Hans-Inderfurth-Straße; Stadtteil Langenwinkel; ca. 800 m² VK

Des Weiteren ist auf kleinflächige Discounterstandorte (Norma, Im Götzmann – Untersuchungsumfeld sowie zwei Standorte der Fa. Treff 3000) zu verweisen. Ergänzend ist das gut ausgestattete ergänzende Lebensmittelangebot (Lebensmittelhandwerk, Getränkemärkte, Spezialanbieter) zu berücksichtigen, so dass von einem Bestand in der Größenordnung von knapp 25.000 m² VK auszugehen ist.

Ergänzend ist auf eine vergleichsweise gute Ausstattung in den Städten und Gemeinden außerhalb der Stadt Lahr hinzuweisen.

¹ Unter Berücksichtigung der Rewe-Planung (1.800 m² VK) am Standort selbst: 610 m² VK / 1.000 EW; Vergleich: Offenburg (58.990 EW): 540 m² VK / 1.000 EW; Kehl (34.750 EW): 640 m² VK / 1.000 EW; Bruchsal (43.230 EW): 620 m² VK / 1.000 EW; GMA-Vergleichskennziffer Baden-Württemberg (Städte zwischen 20.000 – 50.000 Einwohner: 590 m² VK / 1.000 EW).

5. Beurteilung der möglichen Auswirkungen

Grundlage der Beurteilung möglicher raumordnerischer, nahversorgungsrelevanter und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens sind die wirtschaftlichen Wirkungen. Dazu sind zunächst die Marktanteile, die im abgegrenzten Einzugsgebiet voraussichtlich erzielt werden können, zu bestimmen.

Zur Ermittlung des zu erwartenden Umsatzes wird das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt, das von einer Gegenüberstellung des geplanten Angebotes mit der für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfrage (= Kaufkraft) ausgeht. In diesem Zusammenhang wird von einer Neuansiedlung ausgegangen. Für das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel werden folgende Marktanteile und Umsätze zu Grunde gelegt:

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatzerkunft in %
Zone I	25,6	15	3,8	1,0	4,8	51 – 52
Zone II	51,9	5	2,6	0,7	3,3	35 – 36
Zzgl. Streuumsätze			1,0	0,2	1,2	13
Insgesamt			7,4	1,9	9,3	100
* Nonfood I = Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung Nonfood II = Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- bis langfristigen Bedarfs (z. B. Textil, Elektro, Gartenbedarf, Sportgeräte)						
Quelle: GMA-Berechnungen 2014						

Unter Berücksichtigung der Umsätze aus dem Nichteinzelhandelssektor errechnet sich eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 9,3 Mio. €**. Dies entspricht einer Flächenproduktivität von knapp ca. 8.500 € / m². Bei diesem Ansatz werden die Verbundeffekte mit dem Fachmarktzentrum berücksichtigt. Bei Betrachtung der Erweiterung wird der damit erzielbare Mehrumsatz theoretisch bei max. 1,5 Mio. €, davon ca. 1,2 Mio. € Food, liegen (= worst-case).¹ Dieser Mehrumsatz kommt einerseits durch die Vergrößerung der Verkaufsfläche und andererseits durch die Verbesserung der Standortlage zustande.

¹ Davon ca. 0,1 Mio. € in Nonfood I und ca. 0,2 Mio. € in Nonfood 2 (hier insbesondere Aktionswaren).

Durch das Verlagerungs- bzw. Erweiterungsobjekt der Fa. Aldi von aktuell knapp 930 m² VK auf 1.100 m² VK können nahversorgungsrelevante, städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen weitgehend ausgeschlossen werden.

Eine Einschränkung dieser Aussage ist in Bezug auf den aktuellen Standort „Tramplerstraße“ zu treffen, für den der Lebensmitteldiscounter über eine gewisse Nahversorgungsfunktion verfügt. Allerdings begründet der Anbieter am aktuellen Standort auch in Kombination mit dem sich in Nachbarschaft befindlichen Anbieter für Autoteile / Zubehör (A.T.U.) bzw. Getränkemarkt kein Nahversorgungszentrum i. S. eines zentralen Versorgungsbereiches gemäß § 34 Abs. 3 BauGB.

Die Erweiterungsfläche von ca. 170 m² VK stellt in Bezug auf den Gesamtbestand einen Flächenanteil von unter 1 % dar. Umverteilungen werden dabei in erster Linie zu Lasten der bestehenden Discounter im unmittelbaren Standortumfeld (hier insbesondere Norma und Penny) gehen. Wirkungen gegenüber der Innenstadt (= ZVB), gegenüber integrierten Nahversorgungslagen oder aber gegenüber dem Einkaufsbereich „Arena“ sind jedoch nicht nachweisbar (Umverteilungen jeweils deutlich unter 10 %).

Städtebaulich relevante Wirkungen in Bezug auf die Lahrer Innenstadt können durch das Planvorhaben damit ausgeschlossen werden. Dies gilt auch für zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen im Umfeld des Mittelzentrums Lahr.

Auch für die kombinierte Ansiedlung eines vorgesehenen Rewe-Marktes in der Größenordnung von ca. 2.400 m² mit dem Aldi-Lebensmitteldiscounter am Standort Blockschluck / Götzmann können städtebaulich relevante Wirkungen in Bezug auf die Lahrer Innenstadt, aber auch auf bestehende Nahversorgungslagen und zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld des Mittelzentrums Lahr, ausgeschlossen werden. Unter Berücksichtigung der Untersuchungen aus dem Jahr 2009¹ werden die Umsatzumverteilungen für beide Lebensmittelprojekte in Bezug auf die Gesamtstadt Lahr bei unter 9 % liegen. Die ermittelten Umsatzrückgänge werden sich im Wesentlichen auf die Anbieter real, E-Center (= Arena) sowie Rewe konzentrieren. In Anbetracht der stabilen Situation im Einkaufszentrum Arena können strukturelle Schädigungen dieses Versorgungsbereiches weitgehend ausgeschlossen werden.

¹ Vgl. hierzu raumordnerische Untersuchung zum Standort Lahr; Mai 2009 bzw. 2010.

6. Fazit

Die im Rahmen der vorliegenden gutachterlichen Stellungnahme zur beabsichtigten Standortverlagerung bei gleichzeitiger Erweiterung der Firma Aldi lässt keine negativen Effekte im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erwarten. Umverteilungen werden insgesamt mit max. ca. 1,5 Mio. € (davon ca. 1,2 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel) überschaubar sein und im Wesentlichen zu Lasten von Anbietern außerhalb städtebaulich integrierter Lagen bzw. Nahversorgungslagen gehen (hier v. a. Discounterstandorte im Bereich „Götzmann“). In diesem Zusammenhang wurde davon ausgegangen, dass eine Nachfolgenutzung am aktuellen Standort Tramplerstraße mit zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere auch mit dem Nahrungs- und Genussmittelsortiment, ausgeschlossen wird. Der Standort verfügt jedoch mit dem Lebensmittelstandort Aldi über gewisse Nahversorgungsfunktionen für die sich im Umfeld befindlichen Wohngebiete. Er begründet jedoch kein Nahversorgungszentrum i. S. eines zentralen Versorgungsbereiches gemäß § 34 Abs. 3 BauGB

Unter dieser Prämisse können raumordnerische Auswirkungen i. S. des Kongruenzgebotes und des Beeinträchtigungsverbotes ausgeschlossen werden.

7. Exkurs: Voraussichtliches Verkehrsaufkommen

Die Abschätzung der am Planstandort zu erwartenden Verkehrsmenge erfolgt auf Basis der im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse ermittelten Umsatzleistungen, der durchschnittlichen Öffnungstage p. a., des durchschnittlichen Einkaufsbetrages, der Anteile an Pkw-Kunden sowie dem durchschnittlichen Pkw-Besetzungsgrad. Hieraus lassen sich die durch den Lebensmitteldiscounter induzierten Verkehrsmengen ableiten (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Verkehrsaufkommen am Planstandort (Werte gerundet)

	Umsatz in €		durchschnittlicher Einkaufsbetrag je Kunde in € ¹	Kundenanzahl pro Tag	Zahl der Pkw pro Tag ²
	pro Jahr	pro Tag			
Lebensmitteldiscounter Aldi	9.300.000	31.000	22,0	1.410	1.130
¹	Aldi-spezifischer Einkaufsbetrag, vgl. GfK Consumer Scan; Zit in: GfK: Discounter am Scheideweg; 2008				
²	Annahme: Pkw-Kundenanteil ca. 80 %				

Bei der ermittelten Umsatzleistung für das Planobjekt ist mit einem durchschnittlichen täglichen Pkw-Aufkommen von ca. 1.130 zu rechnen. Die Spitzen werden an den Wochentagen Freitag und Samstag zu erwarten sein. Durch die verlängerten Ladenöffnungszeiten sind die Spitzenzeiten jedoch nicht mehr so extrem ausgeprägt. Unberücksichtigt bleiben an dieser Stelle der Pkw-Besetzungsgrad sowie die einzubeziehenden Kopplungskäufe. Beide Faktoren wirken sich reduzierend auf die induzierte Verkehrsmenge aus. Der Wert ist somit als Maximum einzuordnen.

KARTEN- UND TABELLENVERZEICHNIS

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage des Planstandortes, Einzugsgebiet, Wettbewerbslagen	5
---	---

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohner und planobjektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	6
Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	8
Tabelle 3: Verkehrsaufkommen am Planstandort (Werte gerundet)	10