Auswirkungsanalyse

Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Zeppelinstraße in 97074 Würzburg-Frauenland

Auftraggeber:

DGS Projektentwicklung GbR
Am Schloss 3
97084 Würzburg

Projektleitung:
Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:
Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH
Büro Erfurt
Futterstraße 14
99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660
Fax (0361) 77 80 612
E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Erfurt, 19. Oktober 2020

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten 3

2. Standortrahmendaten Würzburg 5

3. Einzelhandelsstandort Frauenland 8

4. Mikrostandort 11

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse 14

5.1. Einzugsgebiet 14

5.2. Marktpotenzial 17

5.3. Angebot 18

6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens 22

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen 22

6.2. Umsatzprognose 24

6.3. Wirkungsprognose des Projektvorhabens 27

6.3.1. Methodische Vorgehensweise 27

6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet 29

6.3.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets 37

7. Zusammenfassung 41

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Drogeriemarktkette dm plant in der Stadt Würzburg und hier im Ortsteil Frauenland die Ansiedlung eines Drogeriemarktes. Der **Planstandort** befindet sich im östlichen Bereich dieses Ortsteils an der Zeppelinstraße und liegt unweit des Campus Hubland Süd. Der Vorhabenstandort ist durch die Nachbarlage zu dem hier befindlichen tegut-Markt geprägt und wird derzeit als Parkplatz genutzt.

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück

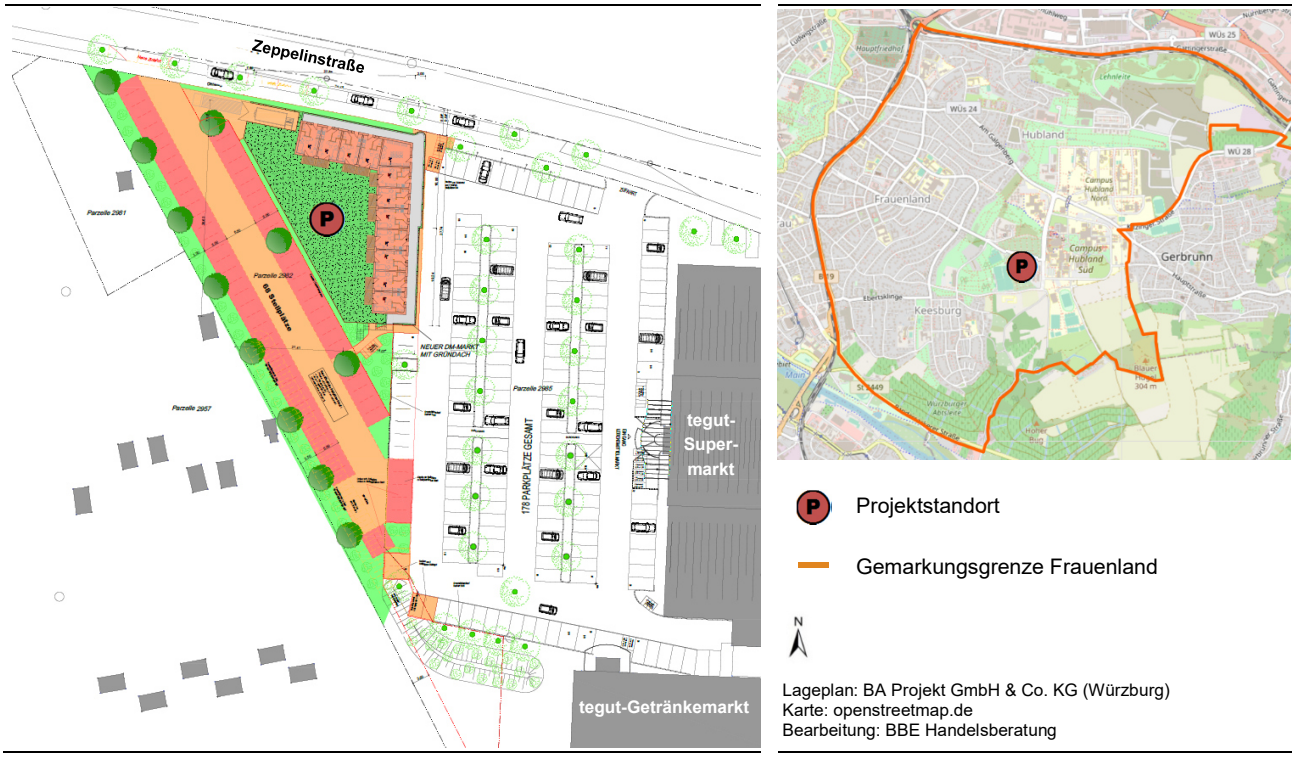


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der dm-Markt soll westlich des tegut-Supermarktes errichtet werden, wobei beide Betriebe die bestehende Parkplatzanlage gemeinsam nutzen werden. Es ist ein zweigeschossiges Gebäude geplant, die Erdgeschossfläche soll komplett durch den dm-Drogeriemarkt belegt werden. Im Obergeschoss sollen elf Studenten-Apartments entstehen, ferner wird ein Teil der Dachfläche begrünt.

Folgender objektbezogener **Lageplan** stellt den Standort des Drogeriemarktes im räumlichen Kontext dar.

Abbildung 2: Lageplan des projektierten dm-Marktes an der Zeppelinstraße in Würzburg-Frauenland



Lageplan: BA Projekt GmbH & Co. KG (Würzburg)
Karte: openstreetmap.de
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Das **flächenseitige Layout** des angefragten Drogeriemarktes umfasst ca. 752 m², so dass die avisierte Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit[1] liegt. In dieser Fläche sind bereits alle der Verkaufsfläche hinzuzurechnenden Bereiche (Ein-/ Ausgangszone, Kassenzone, Bereich für Fotoentwicklung etc.) enthalten.

Tabelle 1: Flächenprogramm des geplanten Drogeriemarktes in Würzburg-Frauenland

	PLAN-Fläche m²
Drogeriemarkt (dm)	752

Quelle: BA Projekt GmbH & Co. KG (Würzburg)

Die Vorhabenfläche befindet sich im Bereich eines **rechtskräftigen Bebauungsplans**[2] und wird als Straßenverkehrsfläche ausgewiesen. Nunmehr soll für diesen Bereich als Art der baulichen Nutzung ein Drogeriemarkt festgesetzt werden.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** aufzuzeigen, inwieweit von dem Projektvorhaben Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungskommune oder in anderen Gemeinden anzunehmen sind.[3] Hierbei sind insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche in Würzburg relevant, aber auch der östlich angrenzenden Gemeinde Gerbrunn.[4]

Nachstehend werden die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im September/Oktober 2020 durchgeführt wurde, dargestellt und beschrieben.

1 Einzelhandelsbetriebe sind großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.
vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

2 vgl. Vorhabenbezogener Bebauungsplan für ein Sondergebiet „Lebensmittelmarkt Vollsortimenter“
3. Änderung des Bebauungsplan „Am Wasserturm“ - Frauenland 25.3 -

3 Im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind Auswirkungen in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche 1.200 m² überschreitet. Gemäß Satz 4 können Auswirkungen allerdings auch bei weniger als 1.200 m² Geschoßfläche vorliegen.

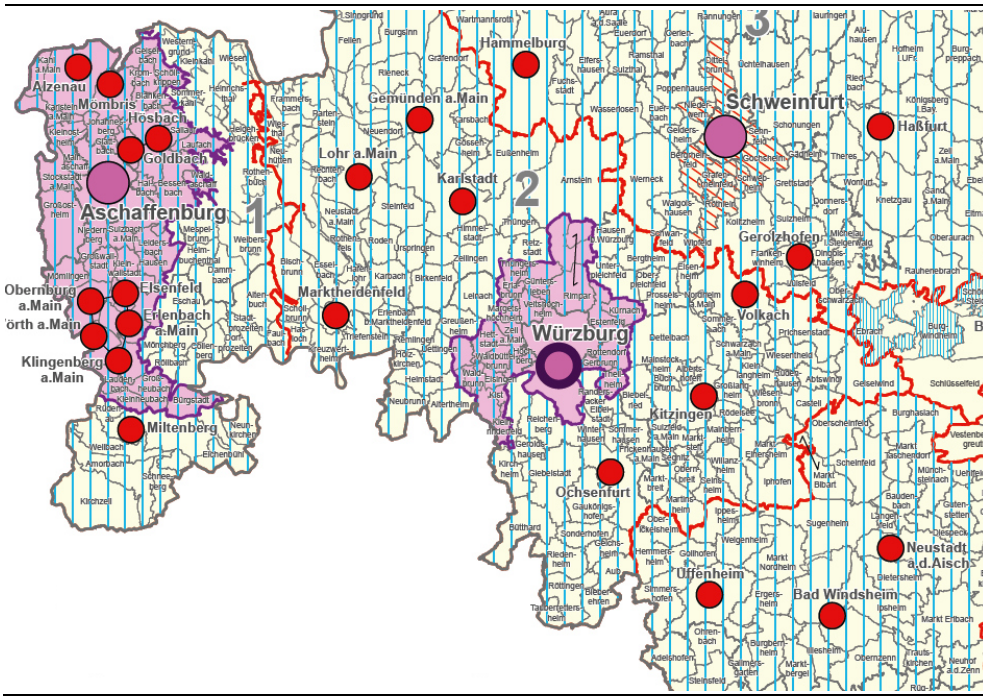
4 Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem „Zentrenkonzept 2011 - Rahmenkonzept der Stadt Würzburg für die weitere Entwicklung des Einzelhandels“ bzw. dem aktuell in Aufstellung befindlichen Zentrenkonzept (Junker & Kruse) übernommen. In Gerbrunn werden die zentralen Versorgungsbereiche auf Basis einer Vor-Ort-Begehung identifiziert.

2. Standortrahmendaten Würzburg

Die kreisfreie Stadt Würzburg ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nordwestlichen Bereich des Freistaates Bayern verortet und ist von dem gleichnamigen Landkreis umgeben. Würzburg ist mit Abstand die größte Stadt im Regierungsbezirk Unterfranken und fungiert als Verwaltungssitz für diesen Bezirk und für den Landkreis.

Würzburg ist in der **Landesplanung** neben Ingolstadt und Regensburg als Regionalzentrum[5] ausgewiesen. Die Regionalzentren sollen als überregional bedeutsame Bildungs-, Handels-, Kultur-, Messe-, Sport-, Verwaltungs-, Wirtschafts- und Wissenschaftsschwerpunkte weiterentwickelt werden und übernehmen Versorgungsaufgaben auch für den gehobenen und spezialisierten Bedarf, die über die zentralörtliche Grundversorgung und teilweise über die Regionsgrenzen hinausgehen.[6]

Karte 1: Raumstruktur Unterfranken (Ausschnitt)



Regionalzentrum
Oberzentrum
Mittelzentrum
Region

Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Anhang 2, Strukturkarte

Auf Grund der zentralörtlichen Einstufung übernimmt Würzburg auch eine überörtliche Versorgungsfunktion; dem ausgewiesenen einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich von Würzburg wurden 17 Städte und Gemeinden zugewiesen.

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Würzburg erfolgt über verschiedene Anschlussstellen an die Autobahnen A3 und A7, deren jeweilige Trassierung östlich bzw. südlich der Stadt verläuft. Ferner ist die Stadt durch verschiedene Bundesstraßen und auch Staats- und Kreisstraßen an die umliegenden Orte in der Region angebunden, die zentral im Stadtgebiet zusammenlaufen. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist für Würzburg eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit zu konstatieren.

Der innerörtliche **ÖPNV** ist durch das gut ausgebaute Straßenbahnnetz gekennzeichnet, welches das Grundgerüst des städtischen Nahverkehrs darstellt. Zahlreiche Busverbindungen ergänzen dieses Angebot und stellen die kleinräumige Erreichbarkeit in der Kernstadt und der dezentralen Ortsteile sicher. Die zentrale Bus- und Straßenbahnhaltestelle für den Stadt- und auch den Regionalbusverkehr befindet sich am Würzburger Hauptbahnhof, der als wichtigster Umsteigepunkt des ÖPNV fungiert.

5 Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Anhang 1 - Zentrale Orte.
6 Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Pkt. 2.1.9.

Würzburg ist mit ca. 128.000 Einwohnern die siebtgrößte Stadt Bayerns. Die **Bevölkerung** von Würzburg hat sich in den letzten fünf Jahren um +3,0 % erhöht; der Zuwachs lag über dem Mittel des umliegenden Landkreises (+1,9 %).

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Würzburg im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	2014	2019		2029	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Würzburg	124.219	127.934	+3,0	128.800	+0,7
Landkreis Würzburg	159.253	162.302	+1,9	163.700	+0,9
Freistaat Bayern	12.691.568	13.124.737	+3,4	13.452.400	+2,5

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Bevölkerung 2014/2019; Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2038

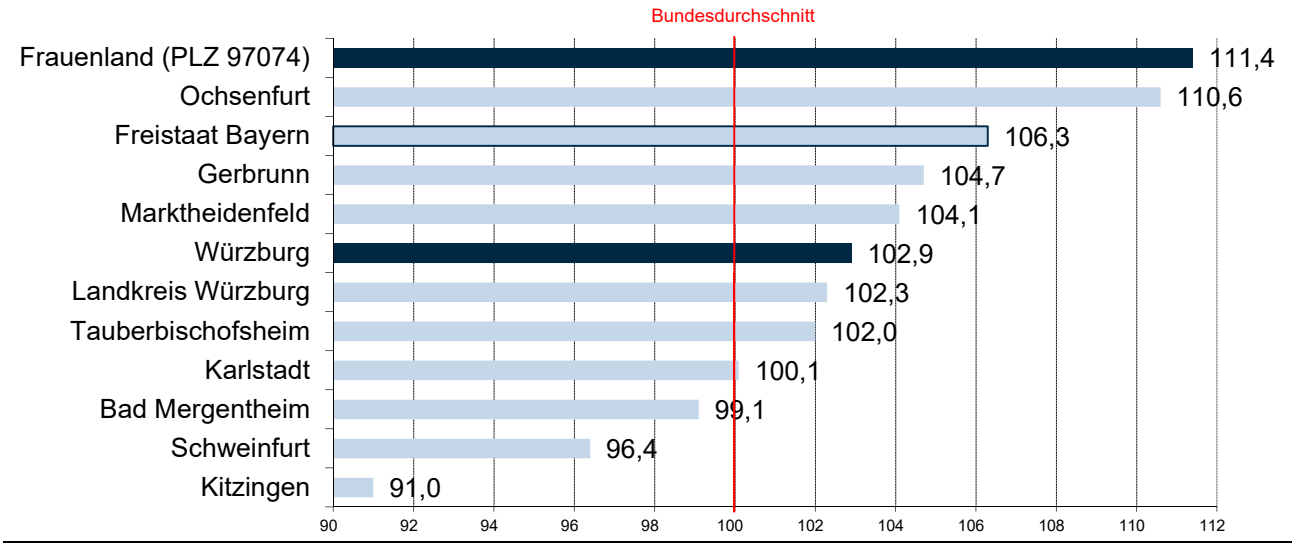
Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung ist in der nächsten Dekade eine weiter **steigende Bevölkerungszahl** zu erwarten, die auf Basis von Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts im Jahr 2029 bei ca. 128.800 Personen (+0,7 %) liegen wird. Der Zuwachs ist mit der Entwicklung im Landkreis Würzburg (+0,9 %) vergleichbar, wird jedoch unter dem Landesdurchschnitt (+2,5 %) liegen.

Auf Grund der verschiedenen Wohnbauvorhaben – insbesondere in dem projektrelevanten Stadtbezirk Frauenland – dürfte der Bevölkerungsanstieg hinsichtlich des dann zu erwartenden erhöhten Zuzugs aus dem Umland jedoch höher ausfallen.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel am Wohnort verfügbar ist.

Im nationalen Vergleich weist Würzburg eine erhöhte Kaufkraft aus, die mit 102,9 % über dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Würzburg ein im Bundesvergleich höheres Ausgabevolumen zur Verfügung, wenngleich der Kaufkraftindex unterhalb des bayerischen Landesdurchschnitts (106,3 %) rangiert.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

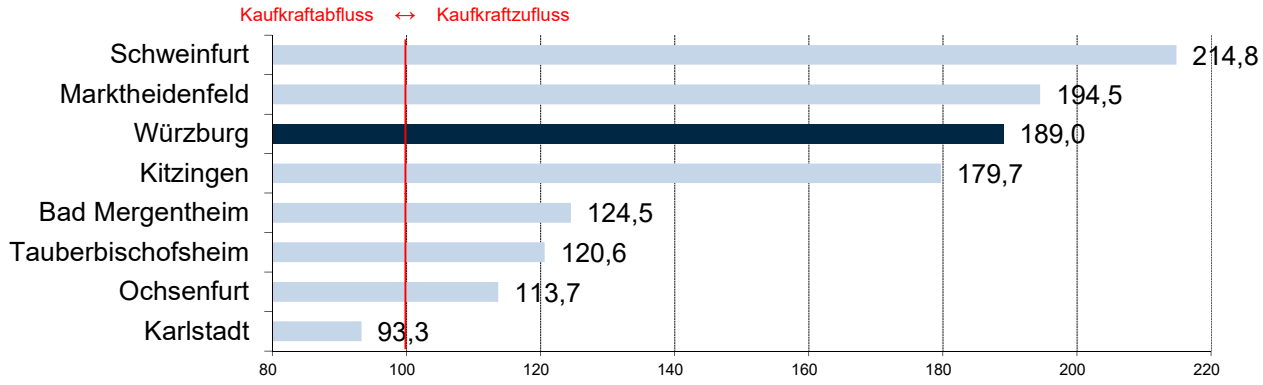
Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Stadtbezirks Frauenland (PLZ 97074) liegt mit 111,4 % über dem gesamtstädtischen Niveau. Demnach haben die Einwohner dieses Bezirkes einen vergleichsweise höheren Ausgabebetrag für den Handel zur Verfügung.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von +39.171 Personen[7] besitzt Würzburg deutlich mehr Ein- als Auspendler, was die Position der Stadt als wichtigen Wirtschafts- und Bildungsstandort auch für das Umland verdeutlicht. Auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität sind folglich zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten.

Würzburg nimmt im regionalen Kontext eine wichtige Stellung in Bezug auf den gebundenen **Einzelhandelsumsatz** ein, da die Stadt mit einem Jahresumsatz von rd. 1.536 Mio. EUR[8] den fünfthöchsten Handelsumsatz in Bayern generiert. Die herausragende Stellung von Würzburg wird im Vergleich zum Einzelhandelsumsatz im umliegenden Landkreis deutlich, der mit rd. 589 Mio. EUR deutlich unter dem Würzburger Wert liegt.

Die **Einzelhandelszentralität** weist die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aus. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.[9]

Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2019[10]

Die Zentralitätskennziffer von Würzburg beträgt 189 % und weist somit auf einen hohen Umsatzzufluss hin. Dies ist aus Sicht des örtlichen Handels positiv zu bewerten, da per Saldo Kaufkraft aus dem Umland nach Würzburg fließt. Folglich versorgt der lokale Einzelhandel einen Teil des Verflechtungsbereiches von Würzburg funktionsgerecht mit.

7 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2019.
8 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsatz 2019.
9 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex. Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.
10 Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

3. Einzelhandelsstandort Frauenland

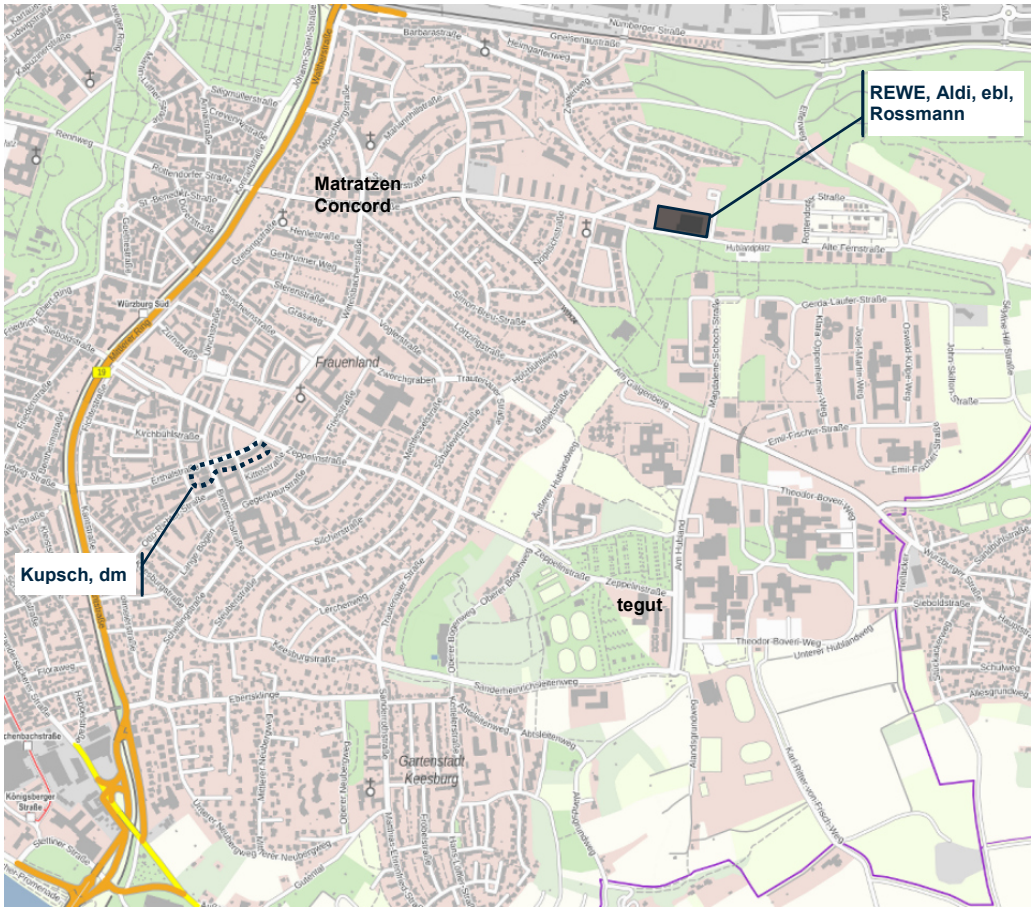
Die Stadt Würzburg setzt sich administrativ aus 13 **Stadtbezirken** zusammen. Der projektrelevante Stadtbezirk Frauenland – ein beliebtes Wohnviertel für alle Bevölkerungsgruppen – ist mit ca. 19.300 Personen das bevölkerungsreichste Stadtgebiet, gefolgt von der Altstadt (ca. 18.800 Ew.) und Sanderau (ca. 13.600 Ew.).[11]

Das aktuelle flächenseitige **Einzelhandelsangebot**[12] beläuft sich im Stadtbezirk Frauenland auf rd. 9.500 m² Verkaufsfläche, was einer Verkaufsflächendichte von ca. 0,5 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – deutlich unterhalb des gesamtstädtischen Ausstattungswerts[13] von rd. 3,1 m² je Einwohner.

Demnach ist in diesem Stadtgebiet kein zur Einwohnerzahl adäquates Handelsangebot vorzufinden; dies ist auch mit Blick auf die überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in diesem Bezirk zu sehen (vgl. Abb. 3). Insbesondere ist die verhältnismäßig geringere Ausstattung in der Lebensmittelbranche auffällig, da für die ca. 19.300 Einwohner lediglich zwei Supermärkte (REWE, tegut), ein Discounter (Aldi) sowie zwei kleinere Anbieter (ebl-Biomarkt, SB-Markt Kupsch) zur Nachfrageabdeckung zur Verfügung stehen.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Handelsbestands im Stadtbezirk Frauenland.

Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen im Stadtbezirk Frauenland



11 Quelle: Stadt Würzburg, Einwohner 31.12.2019 (nur HWS).

12 Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulantem Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur, etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

13 Quelle: Junker & Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Würzburg, Ergebnisse der Bestandsanalyse.

Hinsichtlich der **räumlichen Verteilung des Einzelhandels** konzentriert sich das Angebot maßgeblich auf das im Juni 2018 eröffnete Hubland Center, das mit ca. 4.600 m² Verkaufsfläche den Angebotsschwerpunkt im Bezirk Frauenland darstellt. Das Angebot in dem modernen Nahversorgungszentrum wird durch die großformatigen Anbieter REWE, Aldi, ebl-Biomarkt und Rossmann geprägt.

Im zentralen Siedlungsbereich von Frauenland ist in der Erthalstraße eine Einzelhandelsverdichtung zu beobachten, die sich jedoch lediglich auf die südliche Straßenseite eines Teilbereiches dieses Straßenzugs bezieht. Das Angebot wird durch einen kleineren Lebensmittelmarkt (Kupsch) und einen Drogeriemarkt (dm) geprägt; vereinzelte weitere Handelsbetriebe ergänzen dieses Angebot. Eine maßgebliche Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus kann diese Handelsagglomeration nicht erfüllen, was auf die eingeschränkte Betriebsanzahl und den verhältnismäßig niedrigen Handelsbesatz von lediglich knapp über 1.000 m² Verkaufsfläche zurückzuführen ist.

Neben den beiden skizzierten Handelslagen sind mit tegut und Matratzen Concord lediglich noch zwei größere Handelsbetriebe in Frauenland verortet. Weiterhin sind kleinformatige mittelständische Handelsbetriebe in Streulagen vorzufinden, die meist eine Versorgung für ihr jeweiliges Wohnumfeld übernehmen.

Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** im Stadtbezirk Frauenland wird durch die Lebensmittel- und die Drogeriewarenbranche getragen, deren Betriebe den Großteil der Verkaufsfläche einnehmen. Die restlichen Branchen erreichen nur geringe Flächenanteile, da das Angebot – mit Ausnahme eines Matratzenmarktes – lediglich durch kleinformatige Fachgeschäfte geprägt ist.

Die Stadt Würzburg besitzt ein **Einzelhandelskonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert sind.[14] In dieser städtebaulichen Entwicklungskonzeption – aus dem Jahr 2011 stammend – sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ausgewiesen. Aktuell wird ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept neu erstellt, dieses liegt jedoch noch nicht vor. Daher werden die sog. zentralen Versorgungsbereiche, die eine besondere Schutzbedürftigkeit besitzen, auf Basis einer Vor-Ort-Begehung identifiziert.

Prinzipiell handelt es sich bei sog. **zentralen Versorgungsbereichen** um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.[15] Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.[16]

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Stadtgebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Grundsätzlich muss sich die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs an den tatsächlich vorhandenen Gegebenheiten orientieren bzw. in der Örtlichkeit eine Bestätigung finden.[17]

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Nahversorgungszentrum) geben.

Auf Grundlage der vorstehenden Ausführungen bzw. der Anforderungen an einen sog. zentralen Versorgungsbereich ist in dem projektrelevanten Stadtbezirk Frauenland mit dem Hubland Center ein derartiger

14 Stadt Würzburg, Zentrenkonzept 2011 - Rahmenkonzept der Stadt Würzburg für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.
15 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.
16 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.
17 vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

Versorgungsbereich vorhanden. Der Bereich umfasst den räumlichen Umgriff des benannten Einkaufszentrums und ist hinsichtlich seiner Kategorisierung als Nahversorgungszentrum einzustufen. Hinsichtlich der konzeptionellen Ausrichtung, der ausreichenden Gesamtverkaufsfläche und auch der bestehenden Komplementärfunktionen kann dieser Bereich funktionsgerecht die Grundversorgung für die umliegend wohnende Bevölkerung bzw. auch eine stadtteilbezogene Versorgung übernehmen.

Auf Grund der faktischen Gegebenheiten vor Ort ist der Bereich Erthalstraße – im Sinne der aktuellen Rechtsprechung – nicht als ein Nahversorgungszentrum zu sehen, wenngleich es sich im städtebaulichen Sinne um das Stadtteilzentrum dieses Bezirkes handelt. Der Bereich – zwischen Brettreichstraße und Zeppelinstraße – befindet sich zwar in einer integrierten und zentralen Lage, kann jedoch auf Grund des verhältnismäßig geringen Handelsbesatzes von knapp über 1.000 m² keine wesentliche Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich erfüllen. Die wenigen Handelsbetriebe sind maßgeblich auf der südlichen Seite der vielbefahrenen Erthalstraße verortet, so dass – unter städtebaulichen Aspekten – keine komprimierte und verdichtete Handelslage vorzufinden ist.

Dieser Bereich wäre auf Grund der eingeschränkten handelsseitigen Ausprägung, dem Fehlen eines oder mehrerer Magnetbetriebe (insbesondere eines größeren Lebensmittelmarktes), der geringen Zahl an Komplementärangeboten und der nicht-ausgeprägten Mittelpunktfunktion im Sinne der aktuellen Rechtsprechung[18] nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen, wenngleich dieser Bereich mit dem SB-Markt (Kupsch) und dem Drogeriemarkt (dm) unzweifelhaft eine wichtige Nahversorgungsfunktion für sein direktes Wohnumfeld übernimmt.[19]

18 Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.
vgl. auch Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.
Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. auch Urteil OVG NRW [4 A 964/05) vom 11.12.2006.
Ein innerstädtischer Bereich mit einem Lebensmitteldiscounter mit 440 m² Verkaufsfläche sowie weiteren Einzelhandelsbetrieben und einigen Dienstleistungsangeboten kann regelmäßig keine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen und ist deshalb kein zentraler Versorgungsbereich.
vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

19 Sollte dennoch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden, so wäre dies in dem aktuell in Erstellung befindlichen Einzelhandels-/ Zentrenkonzept zu verankern. Insbesondere wären realistische und umsetzbare Optionen für eine Weiterentwicklung dieses Bereiches hin zu einem zentralen Versorgungsbereich aufzuzeigen.

4. Mikrostandort

Der **Planstandort** des angefragten Drogeriemarktes befindet sich im Stadtbezirk Frauenland und hier im östlichen Bereich der Zeppelinstraße. Das Projektareal ist derzeit durch einen unbefestigten Parkplatz belegt. Im Rahmen der Neubebauung geht somit eine städtebauliche Neuordnung und Aufwertung dieses Standortbereiches einher.

Die **Umfeldnutzung** wird durch den tegut Markt geprägt, dessen Parkplatzanlage sich direkt an den geplanten Drogeriemarkt anschließt. Der weiter östlich liegende Bereich – in Richtung Gerbrunn – ist durch die Lehreinrichtungen der Universität Würzburg belegt.

Südlich des Projektstandortes befindet sich eine Dauerkleingartenanlage („Wasserturm“); südwestlich und auch westlich liegen die Sportanlagen des Sportparks Sieboldshöhe sowie zwei gastronomische Einrichtungen. Nördlich des Vorhabenstandorts schließt sich eine weitere Dauerkleingartenanlage („Hubland“) an.

Karte 3: Lage des geplanten Drogeriemarktes an der Zeppelinstraße (Skizzierung)



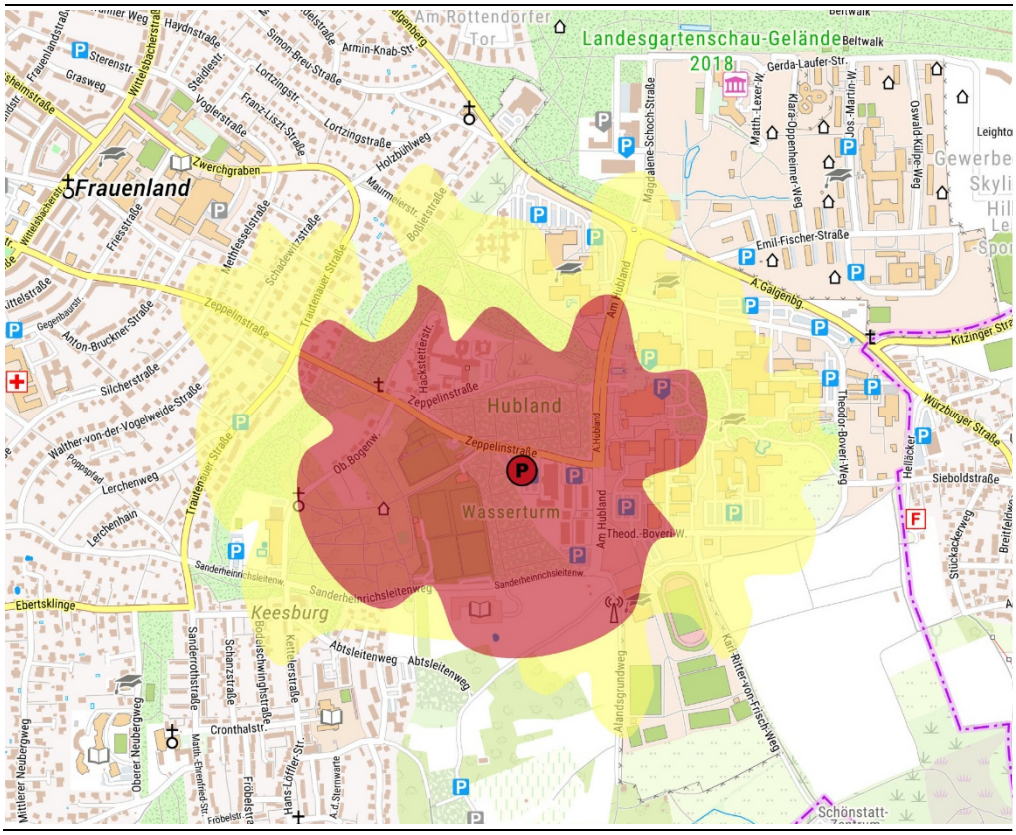
Der Planstandort ist durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet. Die Anfahrbarkeit des avisierten Marktstandortes ist über die Zeppelinstraße aus allen Siedlungsbereichen des Bezirkes Frauenland gut möglich. Ebenso ist auch eine zügige verkehrliche Anbindung an die östlich liegende Gemeinde Gerbrunn gegeben.

Der Drogeriemarkt wird die betriebseigene Parkplatzanlage des tegut-Marktes mit nutzen. Auf dem bestehenden und kostenfreien tegut-Parkplatzareal sind 178 **Parkplätze** vorhanden. Die Anzahl der Parkplätze weist in Relation zu der prospektiven Gesamtverkaufsfläche an dem Standort mit rd. 17 m² Verkaufsfläche pro Stellplatz eine ausreichende Größenordnung[20] auf, so dass genügend Parkmöglichkeiten für den motorisierten Individualverkehr vorhanden sind.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Vorhabenstandortes erfolgt über eine naheliegende Bushaltestelle in der Zeppelinstraße, die unmittelbar vor dem tegut-Markt verortet ist. Die Haltestelle („Äußeres Hubland“) wird während der Hauptverkehrszeiten in einer regelmäßigen Taktung von verschiedenen Buslinien bedient, so dass eine gute Anbindung an andere Wohngebiete und auch an die östlich liegende Gemeinde Gerbrunn besteht. Der Standort verfügt somit über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Der Planstandort ist an einem städtebaulich integrierten Standort gelegen, das direkte Umfeld ist jedoch durch eine relativ geringe Wohnsiedlungsverdichtung geprägt. So ist das Umfeld des Vorhabenstandortes durch Dauerkleingärten, Sportanlagen und die Liegenschaften der Universität geprägt, wobei die verdichteten Wohnsiedlungsbereiche erst westlich der Trautenauer Straße beginnen. Daher ist im **fußläufigen Nahbereich** nur eine relativ geringe Wohnbebauung vorzufinden.

Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Planstandortes



Im engeren fußläufigen Nahbereich[21] (Laufwege bis 500 m) des Planstandortes leben ca. 400 Einwohner; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen ca. 900 Personen. Somit kann der Standort mit dem bestehenden Lebensmittelmarkt und dem geplanten Drogeriemarkt für einen Teil der Bewohner des Stadtbezirks eine fußläufige und qualifizierte Grundversorgung darstellen. Ferner übernimmt der Standort auch

20 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei Nahversorgungszentren bei ca. 15 bis 20 m² VK je Abstellplatz. Diese Werte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen, zumal auf Grund der Mehrfacheinkäufe i.d.R. eine geringere Parkplatzanzahl vorgehalten werden muss.

21 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

eine wichtige Versorgungsfunktion für die Studenten und die Angestellten der Universität, da das Universitätsgelände direkt östlich des tegut-Marktes liegt. Des Weiteren ergeben sich auch Kaufkraftzuflüsse durch die Besucher der umliegenden Kleingärten bzw. der Sportanlagen.

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** wird der geplante Drogeriemarkt – arbeitsteilig mit den beiden anderen Drogeriemärkten im Stadtbezirk – die lokale Grundversorgung[22] in diesem Sortimentsbereich mit sicherstellen. Dieser Fakt leitet sich aus der Einstufung des Sortimentes ab, da der Drogeriemarkt eindeutig Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit führt. Das Kernsortiment des Drogeriemarktes setzt sich größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Drogeriewaren, z.T. auch Lebensmittel und Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammen und belegt den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment grundsätzlich einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“), so dass das Angebot des dm-Marktes der Grundversorgung der Bevölkerung dient.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Der Kerneinzugsbereich wird sich auf den Stadtbezirk Frauenland erstrecken, da der Marktstandort aus diesem Gebiet zügig erreichbar ist. Somit kann der Markt einen nicht unerheblichen Teil der Würzburger Bevölkerung versorgen, wobei auch die Lage im Standortverbund mit dem tegut-Markt zu beachten ist. In Frauenland sind lediglich drei größere Lebensmittelmärkte ansässig, so dass insbesondere auch tegut eine wichtige bezirksbezogene Versorgungsfunktion übernimmt. Die Angebotsbündelung mit einem Drogeriemarkt stellt sich aus Verbrauchersicht optimal dar, da so eine kompetente Abdeckung der Nachfrage an einem Standort – wie auch im Hubland Center – möglich ist.

22 Unter Grundversorgung wird verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

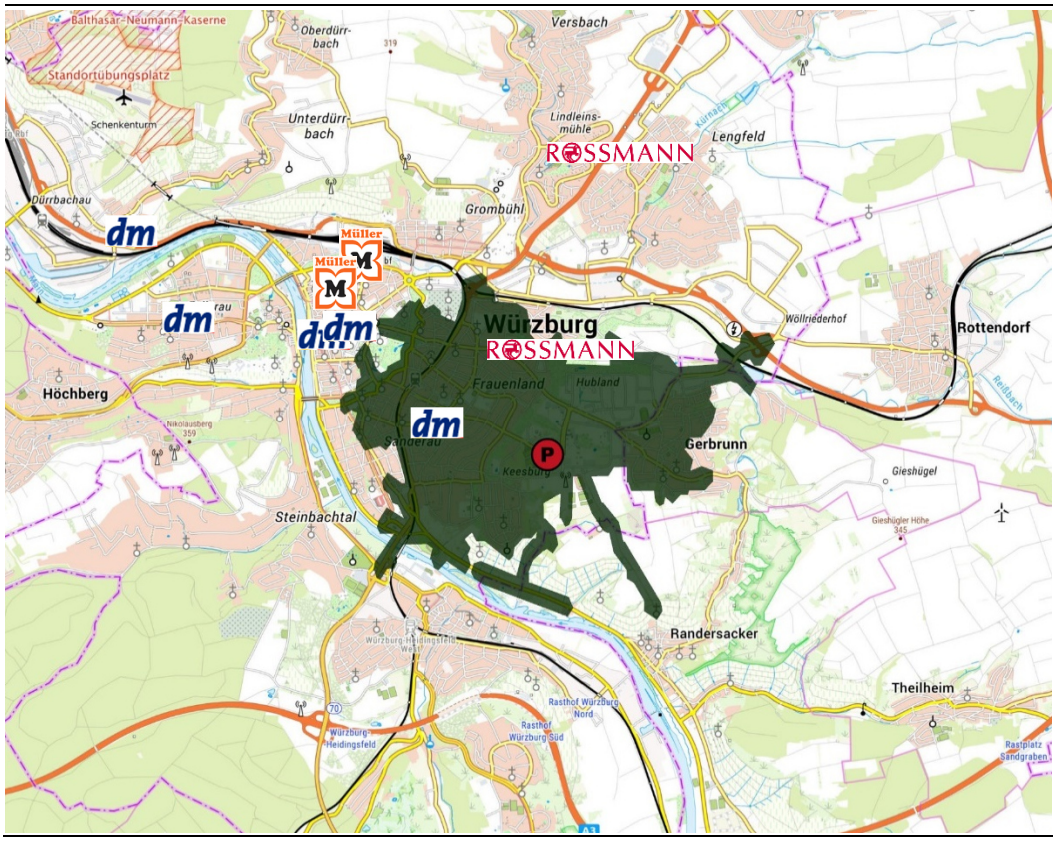
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des Drogeriemarktes sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Drogeriewaren und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,[23]
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des dm-Marktes, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzeptes bestimmt werden,
- das bestehende Einzugsgebiet des tegut-Marktes und
- das konkurrierende Angebot im weiteren Umfeld des Projektstandortes.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Drogeriewarenhandel in Würzburg. Die folgend dargestellten Drogeriemärkte stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des geplanten dm-Marktes dar.

Karte 5: Wettbewerb im Umfeld des Planstandortes (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone



Projektstandort

5-Minuten Fahrzeitisochrone

N

Karte:
GeoBasis-DE / BKG 2020
Daten:
http://sg.geodatenzentrum.de

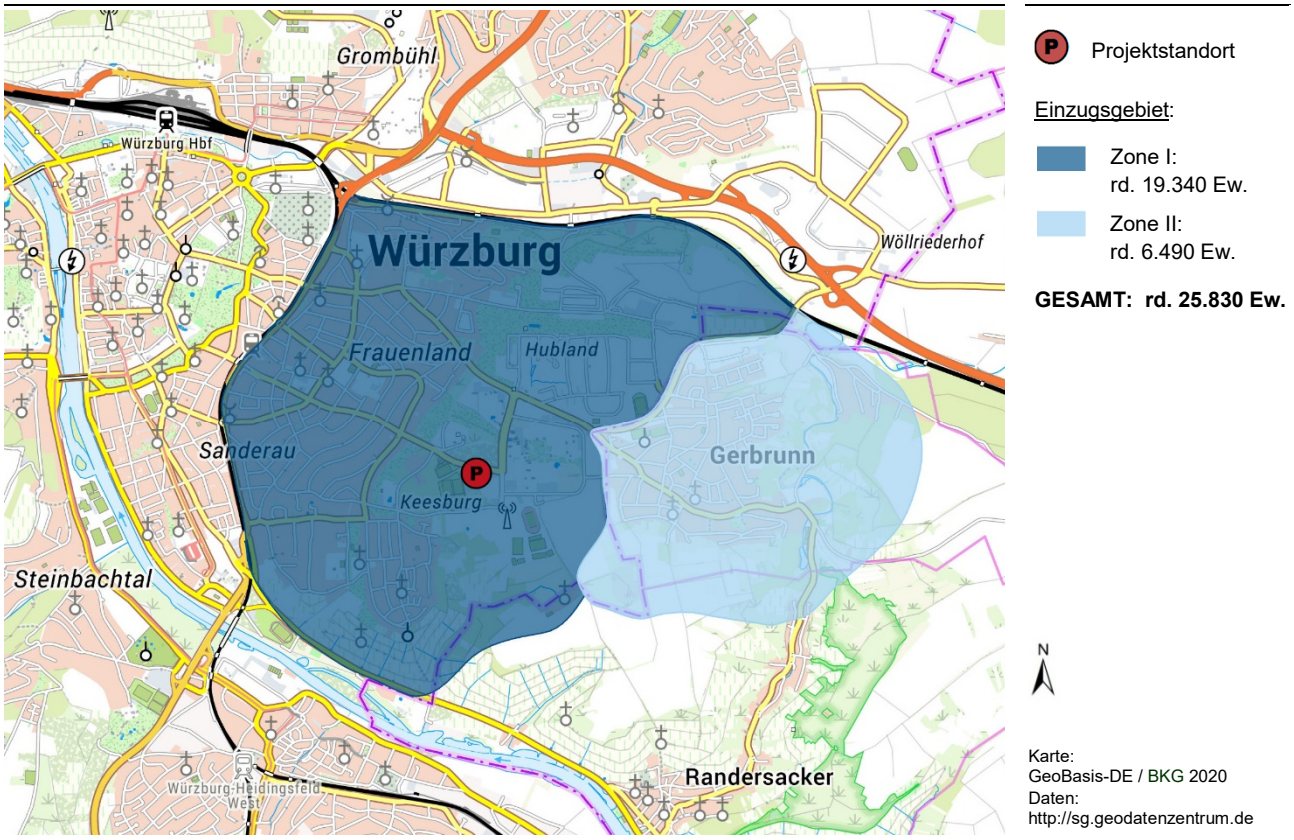
23 Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von kurzfristigen Bedarfsgütern (u.a. Lebensmittel, Drogeriewaren, Pharmazeutika) größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von ca. 5 Minuten.

Als **Konkurrenzbetriebe** – die das Einzugsgebiet zu prüfenden Drogeriemarktes limitieren – sind umliegende Drogeriemärkte einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausrichtung wie der geplante Drogeriemarkt aufweisen. Dies sind insbesondere vergleichbar große Märkte der Betreiber Rossmann, dm und Müller, die in der Würzburger Altstadt anzutreffen sind.

Des Weiteren wird der Einzugsbereich des dm-Marktes durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und der aufgezeigten Angebotssituation wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des projektrelevanten Drogeriemarktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten Drogeriemarktes



Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) des Drogeriemarktes wird sich auf den Ansiedlungsbezirk Frauenland beziehen. Aus diesem Gebiet kann der geplante Drogeriemarktstandort zeitnah erreicht werden. Eine Ausweitung dieses Bereiches in nördlicher, westlicher oder südlicher Richtung ist nicht zu erwarten, da infrastrukturelle bzw. natürliche Barrieren (Bahngleiskörper, Bundesstraße B19, Flusslauf des Mains) den relativ homogenen Bezirk Frauenland eingrenzen. In Frauenland leben derzeit ca. 19.300 Personen (vgl. Seite 8).

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die östlich liegende Gemeinde Gerbrunn, eine große und attraktive Wohngemeinde direkt am Stadtrand zu Würzburg. Der Planstandort ist aus Gerbrunn in einer kurzen Zeitdistanz (vgl. Karte 5) erreichbar; ferner ist in Gerbrunn kein Drogeriemarkt ansässig, so dass diese Gemeinde mit zum Marktbereich des geplanten Drogeriemarktes zu rechnen ist. In Gerbrunn wohnen

rd. 6.500 Personen, so dass der Drogeriemarkt auf ein Konsumentenpotenzial von ca. 25.800 Personen zurückgreifen kann.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb des Einzugsgebiets liegen deshalb in der Natur der Sache.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet des geplanten Drogeriemarktes endet nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist bezüglich der räumlichen Nähe zu dem Universitätsgelände mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Hierbei ist auf die bereits generierten Streuumsätze des nebenliegenden tegut-Marktes[24] zu verweisen, so dass auch für den geplanten Drogeriemarkt ein hoher Anteil von diffusen Kundenzuflüssen aus umliegenden Stadtgebieten zu erwarten ist.

24 Der BBE wurde seitens des tegut-Marktes eine Kundenherkunftsanalyse zur Verfügung gestellt.

5.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für das vorhabenrelevante Sortiment Drogerie-/ Parfümeriewaren angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Drogeriewarenbranche – abgebildet.[25]

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des Drogeriemarktes (vgl. Karte 6) multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Drogerie-/ Parfümeriewaren in dem Marktgebiet errechnet.[26]

Tabelle 3: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Drogeriewaren im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs-ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	19.340	352	114,3	7,78
Zone II	6.490	352	102,8	2,35
Summe	**25.830**			**10,13**

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2019
MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2019 für die Branche Drogeriewaren für den PLZ-Bezirk 97074 (Frauenland) und Gerbrunn

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus der beiden Orte im Einzugsgebiet errechnet sich in dem prospektiven Marktbereich des Drogeriemarktes ein jährliches Nachfragepotenzial nach Drogerie-/ Parfümeriewaren von rd. 10,1 Mio. EUR.

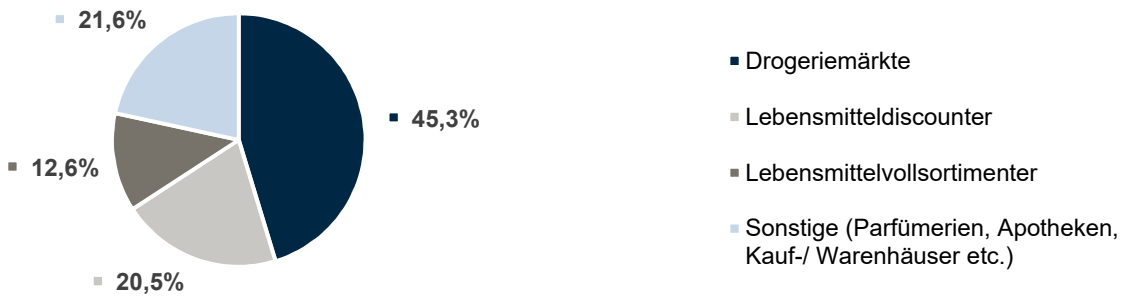
25 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt beispielsweise die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Drogeriewaren im PLZ-Bezirk 97074 (Frauenland) mit 114,3 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 111,4 % (vgl. Abb. 3).

26 Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet:
Einwohnerzahl je Gebiet x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer je Gebiet.

5.3. Angebot

Für die folgende Analyse wurden im September 2020 alle projektrelevanten Betriebe im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierten Einzugsgebiet aufgenommen. Als **Konkurrenzanbieter** des geplanten Drogeriemarktes sind Betriebe zu sehen, die Drogeriewaren im Haupt- und auch im Randsortiment anbieten. In der nachstehenden Abbildung wird die Umsatzverteilung im Handel mit Drogeriewaren deutlich.

Abbildung 5: Umsatzverteilung im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen in Deutschland

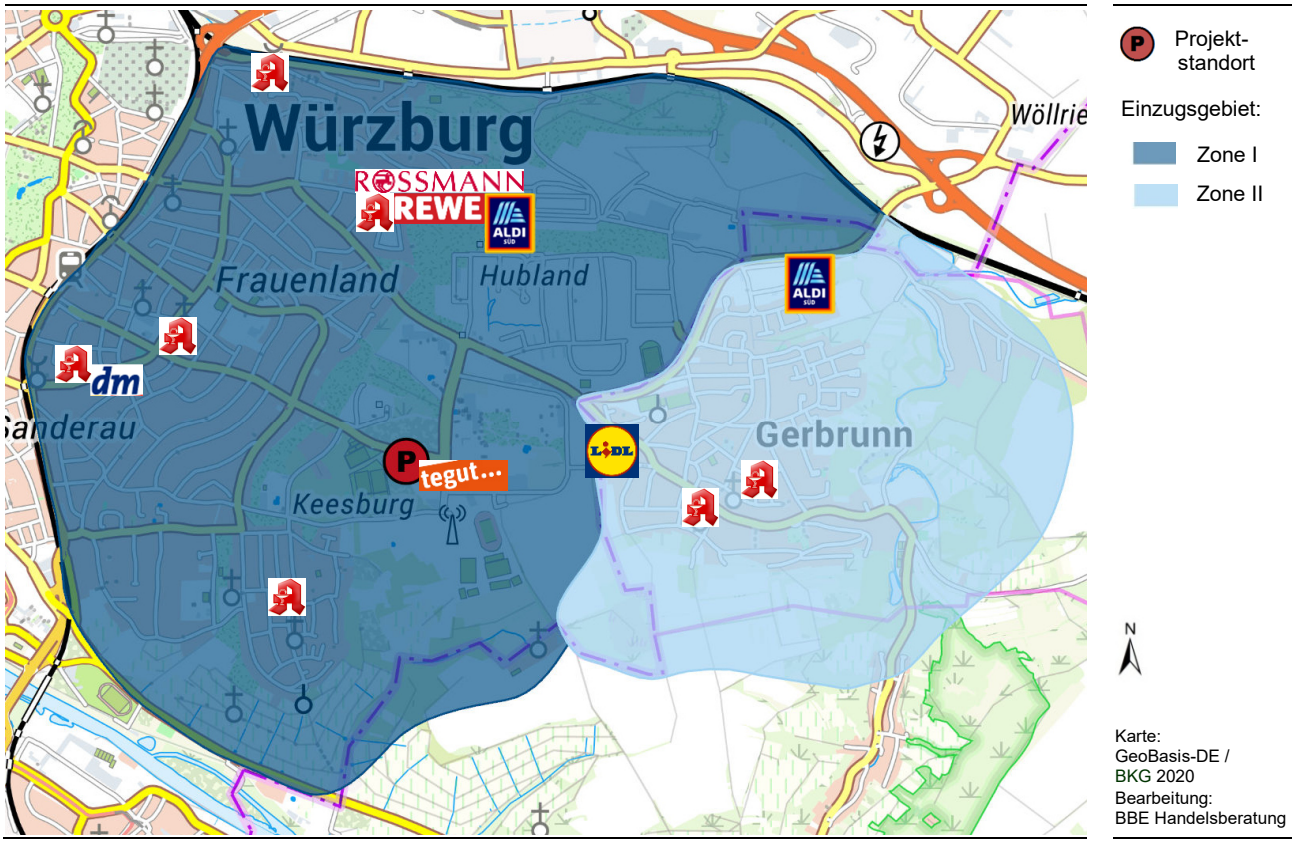


Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020

Als Hauptkonkurrenzbetriebe sind angebotsgleiche Drogeriemärkte zu sehen, da diese Vertriebsform ca. 45 % des Umsatzes an Drogeriewaren und somit den Hauptanteil des Nachfragevolumens bindet. Ferner sind auch die Randsortimentsabteilungen in größeren Lebensmittelmärkten und sonstige Anbieter relevant.

Nachstehend werden die projektrelevanten **Angebotsbetriebe** im Einzugsgebiet kartographisch dargestellt.

Karte 7: Projektrelevante Anbieter mit Drogeriewaren im Einzugsgebiet



Die **Betriebstypenstruktur** wird im Stadtbezirk Frauenland (**Zone I**) durch die beiden Drogeriemärkte von Rossmann und von dm geprägt. Rossmann führt auf ca. 720 m² neben einem Drogeriewarensortiment auch zahlreiche weitere Sortimente (z.B. Lebensmittel, Papier-/ Schreibwaren, Spielwaren, Haushaltwaren, Tierfutter). Die Standortqualität stellt sich für den Betreiber optimal dar, da sich der Markt im Standortverbund mit einem Supermarkt, einem Discounter, einem Biomarkt und einer Apotheke befindet. Somit wird ein vollumfassendes Angebot im Segment der Grundversorgung präsentiert, wobei alle Anbieter auf gewisse Synergieeffekte zurückgreifen können.

Die Drogeriemarktkette dm betreibt in der Erthalstraße eine kleinere Filiale (ca. 330 m² VK), deren Angebot fast ausschließlich auf Drogeriewaren fokussiert ist. Der Markt befindet sich im Standortverbund mit einem regionalen Lebensmittelmarkt (Kupsch), so dass beide Anbieter auch von Kopplungen untereinander profitieren können. Auf Grund der wohnsiedlungsintegrierten Lage von dm und insbesondere der Größe ist dieser Markt vorwiegend auf fußläufige Kundschaft ausgerichtet.

Grundsätzlich führt der Lebensmittelhandel ebenfalls Drogeriewaren, die Angebotsfläche variiert dabei je nach Betriebstyp bzw. Gesamtfläche des Marktes.[27] Die Lebensmittelmärkte im Stadtbezirk Frauenland verfügen über eine summierte Drogeriewarenfläche von ca. 350 m²; die flächenseitig größten Angebotsflächen halten tegut und REWE vor.

Des Weiteren existieren Sortimentsüberschneidungen eines Drogeriemarktes mit Apotheken, da einerseits Drogeriemärkte frei verkäufliche Arzneimittel vertreiben, andererseits Apotheken beispielsweise auch Haut-/ Haar- und Körperpflegeprodukte mit anbieten. Somit werden sich nach der Ansiedlung des Drogeriemarktes für diese Anbieter – wenn auch nur geringe – Umsatzeinbußen ergeben. In Frauenland sind derzeit fünf Apotheken vorzufinden.

Abbildung 6: Strukturprägende Drogeriewarenanbieter im Stadtbezirk Frauenland



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Einzugsgebiet der **Zone II**, das die Gemeinde Gerbrunn umfasst, ist kein Drogeriemarkt ansässig. Dies ist insbesondere auf die niedrige Einwohnerzahl von Gerbrunn zurückzuführen, da das Nachfragepotenzial für den rentablen Betrieb eines entsprechend großen Marktes nicht ausreicht.

In Gerbrunn führen die beiden hier verorteten Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl auf ca. 100 m² ein entsprechendes Drogeriewarensortiment. Ferner sind in Gerbrunn zwei Apotheken adressiert, die ebenfalls als Konkurrenzanbieter fungieren.

In der umseitigen Tabelle werden die Flächen und die Umsätze der projektrelevanten Handelsbetriebe – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz[28] – nach **Versorgungslagen** zu-

27 Die Verkaufsfläche, die in Lebensmittelmärkten mit Drogeriewaren belegt wird, liegt i.d.R. zwischen 5 bis 8 % der jeweiligen Gesamtfläche.

28 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Drogeriewarenanbieters erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

sammenfassend dargestellt. Hierbei werden die Gesamtumsätze der jeweils betroffenen Betriebe aufgeführt, da für die absatzwirtschaftliche Betrachtung die summierten Umsätze des jeweiligen Gesamtbetriebes und nicht die Umsatzverluste innerhalb einer Warengruppe relevant sind.[29]

Tabelle 4: Angebotsrelevante Betriebe mit Drogeriewaren (im Kern-/ Randsortiment) nach Lagen

	Verkaufsfläche	Betriebe	Umsatz
	m²	abs.	Mio. EUR
zentraler Versorgungsbereich Hubland Center	4.380	5	24,27
sonstige Lagen Frauenland	3.270	8	18,95
sonstige Lagen Gerbrunn	2.010	4	17,54
Gesamt	**9.660**	**17**	**60,76**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die Angebotsdarstellung wurde lagespezifisch vorgenommen. So wurde innerhalb des Stadtbezirkes Frauenland (Zone I) nach dem Angebot in dem schützenswerten zentralen Versorgungsbereich und sonstigen Lagen – d.h. Betriebe außerhalb dieses Bereiches – unterschieden (vgl. Seite 9/10).

In Gerbrunn konnte kein zentraler Versorgungsbereich (weder ein Innenstadtzentrum noch ein Nahversorgungszentrum, vgl. Definition auf Seite 9) identifiziert werden, da das innerörtliche Angebot – straßenbegleitend zur Hauptstraße – auf Grund des geringen flächenseitigen Umfangs keinen zentralen Versorgungsbereich darstellt. Dies trifft auch auf die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl zu, die sich jeweils in einer Solitärlage befinden und so keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können.

Abschließend wird die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität/Bindungsquote) in dem Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen mit Drogeriewaren[30] und dem vorhandenen Nachfragevolumen ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100) oder Kaufkraftabflüsse (< 100) im Bereich Drogeriewaren aus dem untersuchten Gebiet existieren.

Auf Basis des ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens (vgl. Tab. 3) und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Drogeriewaren errechnet sich für das Drogeriewarensortiment in dem betrachteten Einzugsgebiet eine Zentralität von rd. 76 %. Demnach können die örtlichen Anbieter von Drogeriewaren – per Saldo – die lokale Kaufkraft in dem Einzugsgebiet nicht vollständig binden, so dass ein Kaufkraftabfluss von ca. 2,5 Mio. EUR an umliegende Angebotsstandorte besteht.

Tabelle 5: Zentralität des Sortiments Drogeriewaren in dem untersuchten Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	Drogerieumsätze	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Zone I (Frauenland)	7,78	6,60	85
Zone II (Gerbrunn)	2,35	1,05	45
Gesamt	**10,13**	**7,65**	**76**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

29 Bei der Ansiedlung eines Drogeriemarktes werden bei betroffenen Betrieben auch andere Sortimente tangiert. In Lebensmittelmärkten ist z.B. neben der Drogeriewarenabteilung auch das Sortiment Lebensmittel betroffen, da ein Drogeriemarkt ebenfalls Nahrungs- und Genussmittel führt (vgl. Anl. 1). Dies trifft auch auf die Sortimente Tiernahrung, Papier-/ Schreibwaren oder Haushaltwaren zu, da diese sowohl in Drogeriemärkten als auch in Lebensmittelmärkten im Randsortiment angeboten werden.

30 Hier wird nur der Umsatz mit Drogeriewaren betrachtet, d.h. bei allen Anbietern werden die restlichen (drogeriewarenfremden) Erlöse herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe in dem Einzugsgebiet (vgl. Tab. 4) mit deren ausschließlichen Drogeriewarenumsätzen (vgl. Tab. 5) nicht überein.

Die verhältnismäßig hohe Kaufkraftbindung im Stadtbezirk Frauenland (Zone I) erscheint plausibel, da insbesondere mit dem Rossmann-Markt ein überdurchschnittlich attraktiver Anbieter angesiedelt ist. Da dieser Markt jedoch – auch im Zusammenspiel mit dem wesentlich kleineren dm-Markt und den Randsortimentsabteilungen der wenigen Lebensmittelmärkte – die gesamte Nachfrage nicht abdecken kann, ergibt sich per Saldo[31] ein Kaufkraftabfluss. Die Kaufkraft wird dabei insbesondere von den naheliegenden Innenstadtanbietern gebunden, da hier ein vollumfängliches Angebot vorzufinden ist.

In Gerbrunn (Zone II) erfolgt eine partielle Nachfrageabdeckung insbesondere durch die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl. Diese können nur einen Teil des Nachfragepotenzials abdecken, so dass über die Hälfte der Nachfrage aus Gerbrunn abfließt. Als Einkaufsalternative kommen insbesondere der naheliegende Rossmann-Markt und vor allem die zahlreichen Innenstadtanbieter in Würzburg in Frage.

31 Der Kaufkraftabfluss fällt höher aus, da in diesem saldierten Wert bereits Kaufkraftzuflüsse – insbesondere aus Gerbrunn – enthalten sind. Maßgeblich ist daher der Gesamtwert der Kaufkraftbindung von ca. 76 %, der auf einen Kaufkraftabfluss aus dem betrachteten Einzugsgebiet hindeutet.

6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die projektrelevante Liegenschaft soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden, der die Zulässigkeit des Drogeriemarktes regelt. Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Insbesondere ist in der vorliegenden Untersuchung zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.[32] In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.[33]

Tabelle 6: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)[34]

Diese Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen lokalen Gege-**

32 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Stadt zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden."
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

33 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten" negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

34 In einer DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 wurde festgestellt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat.
vgl. DSSW-Studie, Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kurzfassung), 2017.

benheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.[35]

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.[36]

Mögliche Umsatzumlenkungen, die **keine schädlichen städtebaulichen Folgen** haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substanziell wahrnehmen können.[37]

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

Im vorliegenden Fall besitzt die Stadt Würzburg ein **Einzelhandelskonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert sind.[38] In dieser städtebaulichen Entwicklungskonzeption – aus dem Jahr 2011 stammend – sind jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ausgewiesen.

Aktuell wird ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erstellt, dieses liegt jedoch noch nicht vor. Daher wurden die sog. zentralen Versorgungsbereiche, die eine besondere Schutzbedürftigkeit besitzen, auf Basis einer Vor-Ort-Begehung identifiziert. Im Bezirk Frauenland ist mit dem Hubland Center ein sog. zentraler Versorgungsbereich der Hierarchiestufe Nahversorgungszentrum vorzufinden (vgl. Seite 9/10).

Nach einer Ortsbegehung der **Gemeinde Gerbrunn** konnte hier kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. Das innerörtliche Angebot an der Hauptstraße fällt auf Grund des geringen flächenseitigen Umfangs zu niedrig aus, so dass dieser Bereich nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren ist. Auf Grund der verhältnismäßig geringen Einwohnerzahl und der räumliche Nähe zu Würzburg ist die Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches – auch zukünftig – nicht realistisch.

---

35 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

36 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

37 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

38 Stadt Würzburg, Zentrenkonzept 2011 - Rahmenkonzept der Stadt Würzburg für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung ist der Umsatz des jeweiligen Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird.

Nachfolgend wird für den angefragten Drogeriemarkt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**[39]) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Drogeriemarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität in Würzburg

ergibt sich für den zu prüfenden Drogeriemarkt ein zu erwartender Jahresumsatz zwischen 3,8 Mio. EUR und 4,1 Mio. EUR. Folgende Tabelle bildet die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 3) des Drogeriemarktes in seinem Marktgebiet ab, wobei für die weitere Berechnung im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Drogeriemarktes gerechnet wird.

Tabelle 7: Marktanteilsprognose des geplanten Drogeriemarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial	Ø Marktanteil[40]	Umsatz	
			min. / max.	min.	max.
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Drogeriewaren	Zone I	7,78	~22 / 24	1,71	**1,87**
	Zone II	2,35	~16 / 18	0,38	**0,42**
	Zwischensumme	*10,13*	*~21 / 23*	*2,09*	***2,29***
Food				0,42	**0,46**
Randsortimente				0,28	**0,31**
	Zwischensumme			*2,79*	***3,06***
Streuumsätze				0,97	**1,06**
Gesamt				3,76	**4,12**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Drogeriemarktes (Zone I), das sich auf den Stadtbezirk Frauenland bezieht, ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 24 % des Nachfragevolumens für Drogeriewaren auszugehen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht zu erwarten, da der Einkauf von Drogeriewaren nicht durch alle Verbraucher in einem Drogeriemarkt erfolgt (vgl. Abb. 5) und zudem im Umfeld des Planstandortes zwei weitere Drogeriewarenanbieter – ein sehr leistungsfähiger Rossmann-Markt und insbesondere ein angebotsgleicher dm-Markt – ansässig sind.

Im Einzugsgebiet der Zone II, d.h. in Gerbrunn, ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da sich durch die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des dm-Standorts die Bindungsintensität des Drogeriemarktes verringert. Die Konsumenten in diesem Bereich tendieren auch zu anderen

39 Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

40 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Versorgungsstandorten; hierbei ist insbesondere auf Drogeriemärkte in der Würzburger Innenstadt und in autokundenorientierten Lagen zu verweisen. In dem erweiterten Einzugsbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 18 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Drogeriewaren von rd. 0,4 Mio. EUR entspricht.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Drogeriewaren in Höhe von rd. 2,3 Mio. EUR werden von dem Drogeriemarkt weitere Erlöse mit Randsortimenten generiert. Es ist mit jährlichen Erträgen von knapp 0,8 Mio. EUR zu rechnen. Diese Umsätze beziehen sich maßgeblich auf das Sortiment Lebensmittel, da ein dm-Markt insbesondere Ernährungsprodukte für gesundheitsbewusste Konsumenten und Kinder anbietet. Ferner führt dm auch ein Mini-Sortiment an Kinderbekleidung, Tiernahrung, Haushaltwaren, Papierwaren und Fotoartikeln, allerdings auf einer sehr begrenzten Fläche (vgl. Anlage 1).

Grundsätzlich handelt es sich um Produkte, die jeweils flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet ist.[41] Hierbei verzichten Drogeriemarktbetreiber auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel, wie dies beispielsweise bei einigen Lebensmittelmärkte (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von rd. 1,1 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze[42] resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem auf Studenten, Mitarbeiter der Universität oder auf Besucher der umliegenden Kleingartenanlagen zurückzuführen.

Der relativ hohe Anteil an Streukunden resultiert hierbei nicht aus der Ausstrahlung des Drogeriemarktes über das gesamte Stadtgebiet von Würzburg. Dies ist nicht möglich, da hier zahlreiche weitere Drogeriemärkte – insbesondere diverse angebotsgleiche dm-Filialen – angesiedelt sind (vgl. Karte 5) und für den Einkauf von Drogeriewaren verbraucherseitig nur eine geringe Zeit-Wege-Distanz in Kauf genommen wird.

Die Kundenherkunftsanalyse des nebenliegenden tegut-Marktes hat gezeigt, dass insbesondere Studenten und Universitätsmitarbeiter diesen Supermarkt stark frequentieren.[43] Hierbei ist kein Herkunftsschwerpunkt zu erkennen, da sich die Kundenherkunft über das gesamte Würzburger Stadtgebiet und auch umliegende Gemeinden verteilt (vgl. Anlage 2).

Auf Basis der Umsatzprognose und der Planfläche wird die **Raumleistung** berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden.

Tabelle 8: Prospektive Raumleistung des Drogeriemarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m²	EUR/m²
Drogeriewaren	Drogeriemarkt	4,12	752	5.480

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Drogeriemarktes von knapp 5.500 EUR/m² liegt im mittleren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Drogeriemärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 5.000 bis 6.000 EUR/m² erzielen.[44] Ein höherer Umsatz ist für diesen Markt hinsichtlich

- der Ansiedlungsdichte im Stadtbezirk Frauenland, d.h. des Vorhandenseins von zwei weiteren Drogeriemärkten, insbesondere eines angebotsaffinen dm-Marktes,

41 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten, dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein. vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [Urteil 7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

42 Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden.

43 Laut Auskunft des tegut-Marktes sinkt die Frequenz im Markt in den Semesterferien deutlich ab, was den hohen Kundenanteil an Studenten und Mitarbeitern der Universität in diesem Markt plausibilisiert.

44 Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Drogeriemärkten auf 5.500 EUR/m², wobei eine Spannbreite zwischen 5.000 bis 6.000 EUR/m² zu beobachten ist.
Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 21 – vgl. Anlage 3.

- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets, das durch diverse angebotsgleiche Drogeriemarktfilialen in umliegenden Stadtgebieten limitiert wird und
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils[45] des Drogeriemarktes

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Marktteilnehmer den sog. Worst-Case darstellen.

Bezüglich der Raumleistung ist unter betreiberspezifischer Sicht zu konstatieren, dass der Großfilialist dm als leistungsfähiger Anbieter bundesweit eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 6.740 EUR/m² erzielt.[46] Auf Grund der vorstehend dargestellten Punkte ist jedoch abzuleiten, dass eine Steigerung der Raumleistung der projektrelevanten Filiale über den Prognosewert von rd. 5.500 EUR/m² nicht realistisch ist. Unter Berücksichtigung der lokalen Standortvoraussetzungen stellt die berechnete Raumleistung demnach den Höchstwert für diese geplante Filiale dar.

Des Weiteren bezieht sich der dm-Vergleichswert der Raumleistung auf eine Verkaufsfläche[47] von lediglich ca. 623 m². Da im Einzelhandel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt, kann diese durchschnittliche Raumleistung nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden. Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Fläche des geplanten dm-Marktes liegt mit rd. 21 % über der üblichen bundesweiten dm-Fläche – keine gleichbleibende Raumleistung angenommen werden.

Dies ist auch durch neue Konzepte der Drogeriemärkte bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter), so dass der Markt keine bundesübliche dm-Flächenproduktivität erreichen kann.

Hinsichtlich der **Gesamtumsatzleistung** wird der geplante dm-Markt einen Umsatz von ca. 4,1 Mio. EUR erwirtschaften. Dieser Jahreserlös ist mit dem deutschlandweiten Durchschnittswert von dm vergleichbar, da dieser Anbieter über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von knapp 4,1 Mio. EUR je Markt[48] erwirtschaftet. Somit handelt es sich bei der vorstehenden Umsatzprognose – auch unter Berücksichtigung der lokalen Standortfaktoren – um einen realistischen und ortsangepassten Umsatzwert.

45 Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Drogeriewarenkonzept ist nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Abb. 5) versorgen. So werden Drogeriewaren auch maßgeblich in Lebensmittelmärkten beim Einkauf von Nahrungs- und Genussmitteln mit erworben, ferner werden insbesondere qualitativ höherwertigen Drogerie- und Kosmetikwaren bei höherpreisigen Anbietern (z.B. Parfümerien) oder auch Apotheken gekauft. Innerhalb der Drogeriemärkte teilen sich die Marktanteile insbesondere auf dm, Rossmann und Müller auf. Da die Marktdurchdringung des projektrelevanten Drogeriemarktes bzw. auch anderer Drogeriewarenanbieter nicht beliebig steigerungsfähig ist, ist eine Erhöhung des Marktanteils nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt auch die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für diesen Drogeriemarkt dar.

46 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Flächenproduktivität der größten Drogeriemärkte in Deutschland im Jahr 2018.

47 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Durchschnittliche Verkaufsfläche der Filialen der dm-Drogerie in Deutschland 2018/2019.

48 Die Drogeriemarktkette dm erwirtschaftet in Deutschland mit ihren 1.997 Filialen einen Umsatz von 8.110 Mio. EUR, somit errechnet sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von rd. 4,06 Mio. EUR je dm-Markt.
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Drogerien in Deutschland.

6.3. Wirkungsprognose des Projektvorhabens

6.3.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist insbesondere die Überprüfung möglicher **Umsatzumverlagerungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, die durch das Ansiedlungsvorhaben im Einzugsgebiet bzw. auch darüber hinaus hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 7) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 10) nicht identisch.

Mit der Ansiedlung des Drogeriemarktes wird sich das räumliche Angebotsgefüge in Würzburg verändern. Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind dabei die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzumlenkungseffekte** für die in dem Einzugsgebiet ansässigen Betriebe relevant. Im Realisierungsfall geht der an dem Drogeriemarkt-Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Umsatzverluste der Bestandsanbieter in dem Einzugsgebiet sind auf knapp 1,8 Mio. EUR zu schätzen.

Ein Teil des Umsatzes des Drogeriemarktes stammt aus der Kaufkraftrückholung, so dass auch Auswirkungen auf umliegende Gebiete zu untersuchen sind. Aktuell liegt die Kaufkraftbindung in dem Einzugsgebiet bei ca. 76 %, so dass ca. 2,5 Mio. EUR an Kaufkraft für Drogeriewaren an anderen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes gebunden wird (vgl. Berechnung auf Seite 20). Mit dem Hinzutreten eines attraktiven Vollsortimentsmarktes ist von einer deutlich verstärkten Kaufkraftbindung auszugehen, die auf knapp 1,3 Mio. EUR zu prognostizieren ist. Diese Umsätze gehen maßgeblich zu Lasten von umliegenden Drogeriemärkten[49] außerhalb des Einzugsgebietes.

Ferner ergeben sich für Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes weitere Umsatzumlenkungen, die aus den zu erwartenden Streuumsätzen resultieren. Diese Erlöse (ca. 1,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) – zum großen Teil durch Studenten und Mitarbeiter der Universität ausgelöst – gehen zu Lasten von anderen Drogeriemärkten in Würzburg. Ein Anhaltspunkt zur Kundenherkunft und damit zu den betroffenen Märkten gibt die Kunden-

49 Der Wettbewerb findet im gesamtstädtischen Kontext vor allem unter angebotsgleichen Drogeriemärkten statt.

herkunftsanalyse des tegut-Marktes. Zusammenfassend ist mit Umsatzabflüssen von Drogeriemärkten außerhalb des Einzugsgebietes von insgesamt knapp 2,4 Mio. EUR zu rechnen.

Tabelle 9: Umsatzherkunft des geplanten Drogeriemarktes

	Umsatz Mio. EUR
Umsatzherkunft zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	1,76
Umsatzherkunft zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets	2,36
Umsatzherkunft Drogeriemarkt	**4,12**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Das nachfolgend eingesetzte Gravitationsmodell[50] liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Ansiedlungsvorhabens.

50 Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden bspw. die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzumverlagerungen bei einer Umsetzung des geplanten dm-Ansiedlungsvorhabens vornehmen zu können.

6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen, die durch die Ansiedlung des Drogeriemarktes ausgelöst werden, errechnet sich eine **Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich rd. 3 %** des in dem Einzugsgebiet getätigten Umsatzes der betroffenen Betriebe. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittsbetrag aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zum Planstandort und
- der Sortimentsausrichtung bzw. der Betriebstypenzugehörigkeit der Anbieter

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Handelsbetriebe im Einzugsgebiet.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Drogeriemarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die Drogeriewaren mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Drogeriemärkte betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber einzustufen sind. Andere Betriebe – beispielsweise Lebensmittelmärkte oder Apotheken – die nur im Randsortiment diese Waren anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Ferner werden sich für näher am Projektstandort liegende Drogeriewarenanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben – insbesondere bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten – mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird.[51]

Die folgende Tabelle beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 4), differenziert nach den jeweiligen Branchen.

Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Drogeriemarktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
zentraler Versorgungsbereich Hubland Center	**24,27**	**0,73**	**3,0**
davon Anbieter der Drogeriewarenbranche	4,34	0,42	**9,7**
davon Anbieter der Lebensmittelbranche	17,49	0,26	**1,5**
davon Apotheken	2,44	0,05	**n.n.**
sonstige Lagen Frauenland	**18,95**	**0,75**	**4,0**
davon Anbieter der Drogeriewarenbranche	1,95	0,28	**14,4**
davon Anbieter der Lebensmittelbranche	10,92	0,32	**2,9**
davon Apotheken	6,08	0,15	**2,5**
sonstige Lagen Gerbrunn	**17,54**	**0,28**	**1,6**
davon Anbieter der Lebensmittelbranche	13,96	0,20	**1,4**
davon Apotheken	3,58	0,08	**n.n.**
Gesamt	**60,76**	**1,76**	**2,9**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

51 Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der verhältnismäßig hohen Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass zur Deckung der Nachfrage von Kunden i.d.R. nur geringe Zeitdistanzen akzeptiert werden.

Im **zentralen Versorgungsbereich Hubland Center** liegt der Wert der Umsatzumverlagerung von durchschnittlich ca. 3 % mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit (rd. 10 %, vgl. Tab. 6), so dass lediglich von einer Intensivierung des Wettbewerbs in diesem Nahversorgungszentrum auszugehen ist. Etwaige Abschmelzungstendenzen sind aus diesen Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, ebenso wie kein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen oder der Abbau von Versorgungsangeboten) zu erwarten ist. Grundsätzlich ist jedoch eine detaillierte Betrachtung notwendig, da für den hier bestehenden Drogeriemarkt ein erhöhter Umsatzverlust von knapp 10 % ausgewiesen wird.

Die berechneten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind prinzipiell als ein Anhaltspunkt, jedoch nicht als alleiniges Kriterium der Verträglichkeit zu werten. Deshalb wird eine städtebauliche Charakterisierung dieses zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen, da neben der Höhe der zu erwartenden Umsatzverluste ebenfalls die Stabilität dieses Bereiches, dessen Attraktivität und Positionierung bzw. auch mögliche Vorschädigungen (vgl. Punkt 6.1) im Rahmen einer qualifizierten Bewertung eine Rolle spielen.

Städtebaulicher Kurzcheck zentraler Versorgungsbereich Hubland Center

Zentrentyp	Nahversorgungszentrum
Einzelhandelsangebot	▪ 8 Ladengeschäfte ▪ ca. 4.600 m² VK
Leitbranchen	Lebensmittel, Drogeriewaren
Magnetbetriebe	REWE, Aldi, ebl-Biomarkt, Rossmann
Komplementär-angebote	Konsumnahe-/ Finanzdienstleistungen, Kleingastronomie, Ärzte, Fitnessstudio



Kartengrundlage: openstreetmap.de

Das Nahversorgungszentrum ist im nördlichen Teil des Stadtbezirkes Frauenland verortet und liegt straßenbegleitend zur Rottendorfer Straße. Im Umfeld des Centers befinden sich verschiedene Wohnquartiere; südöstlich des Standortes breitet sich der Campus Hubland Nord aus. Das Umfeld ist durch moderne und zeitgemäße Baustrukturen geprägt. Das Hubland Center besitzt eine direkte Sichtachse zur Rottendorfer Straße und somit hohe Werbewirksamkeit auf den hier passierenden Verkehr.

Das Hubland Center ist aus den umliegenden Siedlungsquartieren verkehrlich gut erreichbar und kann auch direkt aus der östlich liegenden Gemeinde Gerbrunn angefahren werden. Für potenzielle Autokunden stehen eine Parkgarage und ein Parkplatz zur kostenfreien Nutzung zur Verfügung. Die ÖPNV-Anbindung erfolgt über eine Bushaltestelle, direkt vor dem Center liegend.

Das Hubland Center – im Jahr 2018 eröffnet – ist durch eine moderne Architektursprache geprägt und fügt sich in die Bebauungsstrukturen des Umfelds sehr gut ein. Das Center setzt sich aus zwei attraktiven Gebäudekörper zusammen, die durch eine kurze (überdachte) Mall verbunden sind. Im westlichen Teil sind u.a. Aldi, ebl-Biomarkt, Rossmann und Ernstings Family verortet, im östlichen Teil wurden REWE und ein Fitnessstudio (Obergeschoss) angesiedelt. Hieran schließt sich ein kleineres drittes Gebäude an, das u.a. durch eine Gastronomie und Ärzte belegt ist.

Der Einzelhandel ist funktionsgerecht in den Erdgeschosszonen etabliert und belegt jeweils optimal zugeschnittene und konzeptkonforme Mietflächen. Der Angebotsschwerpunkt liegt auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten und ist durch einen Supermarkt, einen Discounter, einen Biomarkt, zwei Bäcker, einen Drogeriemarkt und eine Apotheke optimal positioniert. Es ist eine vollumfängliche Grundversorgung auf einem hohen Qualitätsniveau möglich; ein Textilanbieter rundet das Nahversorgungsangebot ab.

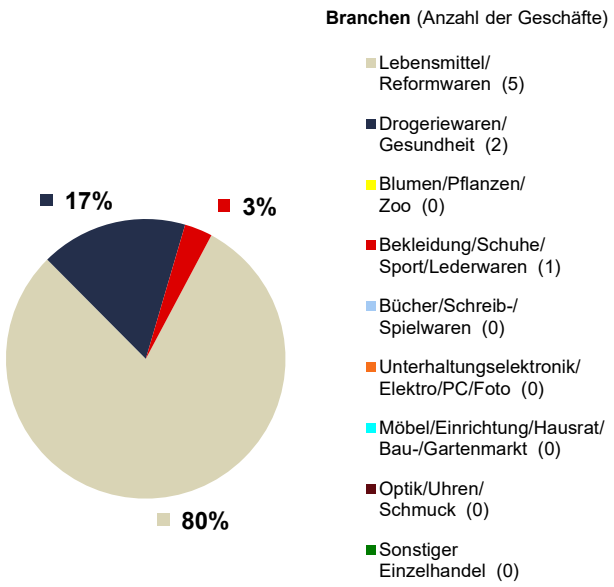
Das Hubland Center besitzt mit ca. 4.600 m² Verkaufsfläche für ein Nahversorgungszentrum eine ausreichend dimensionierte Fläche („kritische Masse“) und ist somit auch im Wettbewerb sehr gut positioniert. In dem Nahversorgungszentrum besteht kein Leerstand, alle Gewerbeflächen sind vermietet.

Das Einzelhandelsangebot wird durch komplementäre Angebote arrondiert, so dass eine gute Funktionsdurchmischung besteht. Insbesondere das Fitnessstudio stellt mit weit über 1.000 m² einen Magneten in diesem Segment dar.





Verkaufsflächenstruktur Hubland-Center



Im Fazit ist das Hubland Center in Bezug auf seine klare Positionierung auf die Nahversorgung, sein kompetentes Angebot und der ansprechenden baulichen Gegebenheiten als eine überdurchschnittlich attraktive Einkaufsdestination einzustufen. Die großformatigen Anbieter bedingen eine hohe Strahlkraft, so dass es sich um einen stabilen Einkaufsbereich handelt. Die zentrenbildende Funktion der Handelsbetriebe wird durch mehrere komplementäre Angebote unterstrichen.

Für den Rossmann-Drogeriemarkt sind unter betreiberspezifischen Aspekten sehr gute Standortbedingungen im Hubland Center gegeben. Der Filialist belegt eine rechteckige und gut zugeschnittene Verkaufsfläche, besitzt eine repräsentative Schaufensterfront von ca. 15 Metern, kann eine Außenverkaufsfläche nutzen und verfügt über eine konzeptkonforme Verkaufsfläche von ca. 720 m².

Rossmann präferiert neben Innenstadtlagen auch gut frequentierte Einkaufscenter. Grundsätzlich benötigt der Betreiber einen Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer, ebenso wie die mikroörtlichen Standortvoraussetzungen (Erreichbarkeit, Parken, Fernwirkung etc.) gegeben sein müssen. Gerade in Bezug auf den „Frequenzanker“ kann Rossmann hier am Standort klar von REWE, von Aldi sowie dem Biomarkt profitieren, da für jeden Konsumtyp ein entsprechender Lebensmittelanbieter ansässig ist. Das Angebot wird durch zwei Bäcker und eine Apotheke zielgerichtet abgerundet.

Auf Grund der skizzierten Standortcharakteristika betreibt Rossmann einen optimal positionierten Standort, wobei sich die modernen baulichen Strukturen für alle Betreiber positiv darstellen.[52] Ferner ist durch die weitere Entwicklung des Umfelds – insbesondere durch eine Wohnbebauung – mit einer steigenden Kundenzahl zu rechnen, so dass auch Rossmann von der prospektiv erhöhten Nachfrage profitieren wird. Rossmann wird somit hinsichtlich der optimalen Ausrichtung des Hubland Centers diesen Standort nicht verlassen.[53]

52 Das Hubland Center ist mit Blick auf die vorhandenen Nahversorgungsstandorte in Würzburg derzeit als modernstes und attraktivstes Nahversorgungscenter – insbesondere bezüglich des Besatzes und der baulichen Strukturen – einzustufen.

53 Rossmann verfügt in Würzburg nur über zwei Standorte, so dass auch auf Grund der notwenigen Marktpräsenz eine Schließung dieser Filiale nicht realistisch ist. Im Gegensatz zu Rossmann betreibt dm 5 Filialen.

Auf Grund der sehr guten Standortqualität sind die ausgewiesenen Umsatzumlenkungen von knapp 10 % für den Rossmann-Markt zweifelsohne verkraftbar, zumal der Markt auf einem hohen Umsatzniveau operiert. Ferner handelt es sich bei Rossmann um einen leistungsstarken und bundesweit agierenden Filialisten, der die größte Anzahl an Drogeriemärkten in Deutschland[54] betreibt. Somit ist grundsätzlich von einer hohen Marktdurchdringung und auch Leistungsfähigkeit dieses Großfilialisten auszugehen, wobei eine Absiedlung dieser Filiale infolge der Eröffnung des zu prüfenden dm-Marktes auszuschließen ist.

Die absatzwirtschaftlich betroffenen Handelsbetriebe der Lebensmittelbranche im Hubland Center werden einen summierten Umsatzrückgang von 1 bis 2 % hinnehmen müssen (vgl. Tab. 10). Auf Basis der geringen Höhe dieses Umsatzrückgangs besteht kein „Anfangsverdacht" für eine mögliche Schädigung dieses Bereiches, da dieser für die drei Lebensmittelmärkte deutlich unterhalb des 10 %-igen Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 6) liegt.

Die Umsatzumverlagerungen werden einerseits in den Drogeriewarenabteilungen der drei Märkte (REWE, Aldi, ebl[55]) wirksam werden, andererseits werden durch das Lebensmittelsortiment in dem Drogeriemarkt auch geringe Umsatzverluste in diesem Sortimentsbereich der Lebensmittelmärkte ausgelöst. Grundsätzlich ist hinsichtlich der geringen Höhe der zu erwartenden Umsatzverluste eine Absiedlung der drei genannten Märkte auszuschließen.

Dies wird auch mit Blick auf die Höhe der Umsatzumverlagerungen deutlich. Die prognostizierten Umsatzrückgänge von ca. 0,26 Mio. EUR (vgl. Tab. 10) verteilen sich auf die drei benannten Anbieter, somit liegen die durchschnittlichen einzelbetrieblichen Umsatzverluste unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze[56] von 0,10 Mio. EUR. Unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse sind daher keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar.

Demnach sind für die Lebensmittelanbieter im Hubland Center nach der Drogeriemarktansiedlung grundsätzlich keine spürbaren Ertragsausfälle zu erwarten. Stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen saisonalen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der betroffenen Lebensmittelanbieter führen. Ein Rückzug einer der drei benannten Märkte ist unrealistisch, dies ist auch unter dem Aspekt der optimalen Standortqualität der Betriebe im Hubland Center zu sehen.

Für die Apotheke im Hubland Center werden mit der Ansiedlung des Drogeriemarktes lediglich geringe Umsatzverluste von ca. 0,05 Mio. EUR ausgewiesen (vgl. Tab. 10). Die marginalen Umsatzrückgänge – diese liegen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze (0,10 Mio. EUR) – beziehen sich nur auf Teilbereiche der Apotheke (u.a. verkäufliche Arzneimittel, Haut-/ Haar- und Körperpflegeprodukte) und werden definitiv nicht zu einer Existenzgefährdung dieses Betriebes führen.

Durch die geplante Ansiedlung des Drogeriemarktes wird der weiteren Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Hubland Center nicht entgegengewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens in diesem Bereich gefährdet wäre.

In dem Nahversorgungszentrum – das den räumlichen Umgriff des Hubland Centers umfasst – sind die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen zweiten großformatigen Drogeriemarkt nicht gegeben. Die Immobilie setzte sich aus einer kompakten sowie geschlossenen Bebauungsstruktur zusammen. Mögliche Potenzialflächen, die für eine Bebauung mit einem weiteren Drogeriemarkt infrage kommen würden, sind augenscheinlich nicht vorhanden. Ferner besteht kein Leerstand, der für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes verwendet werden könnte.

---

54 Rossmann betreibt mit 2.150 Filialen vor dm (1.997 Filialen), Müller (553 Filialen) und Budnikowsky (195 Filialen) die höchste Anzahl an Drogeriemärkten in Deutschland.
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Drogerien in Deutschland.

55 Der ebl-Biomarkt führt im Segment Drogeriewaren ausschließlich Bio- bzw. Naturprodukte.

56 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

Grundsätzlich ist bereits mit Rossmann ein kundenattraktiver und leistungsfähiger Drogeriemarkt vorhanden, der funktionsgerecht die Versorgung mit Drogeriewaren in dem Nahversorgungszentrum sicherstellt. Somit ist die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes in dem zentralen Versorgungsbereich – der räumlich direkt mit dem Rossmann-Markt in Konkurrenz stehen würde – versorgungsstrukturell nicht sinnvoll, da es in dem Center dann zu einem deutlichen Überbesatz in diesem Segment kommen würde. Demnach wird mit der avisierten Ansiedlung des dm-Drogeriemarktes eine mögliche Weiterentwicklung des Hubland Centers nicht beeinträchtigt.

Die vorstehende Diskussion der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist grundsätzlich unter dem Aspekt der hohen Attraktivität und auch Stabilität dieses zentralen Versorgungsbereiches zu sehen. In dem vorstehenden städtebaulichen Kurzcheck wird deutlich, dass das Hubland Center eine eindeutige Positionierung auf die Nahversorgung besitzt, mit leistungsstarken Magnetbetrieben besetzt ist und sich in Bezug auf die baulichen Gegebenheiten sehr attraktiv darstellt. In dem Center sind keinerlei Vorschädigungen oder Defizite – auch in Bezug auf die Erreichbarkeit, die Anfahrbarkeit oder die Parkplatzsituation – vorhanden, so dass die Umsatzumverlagerungen auch unter diesem Aspekt als verkraftbar zu bewerten sind.

Des Weiteren wird sich die Einwohnerzahl im Bezirk Frauenland von derzeit ca. 19.300 Personen und speziell im Stadtteil Hubland weiter erhöhen, was durch die geplanten Wohnbauvorhaben bedingt ist.[57] Auf Grund der verschiedenen Quartiersbebauungen – meist Geschosswohnungsbau[58] – wird die Bevölkerungszahl in Frauenland auf ca. 23.000 Personen deutlich ansteigen. Da sich somit auch die einzelhandelsrelevante Nachfrage vergrößert, erhöht sich naturgemäß die Kompensationsfähigkeit der hier befindlichen Betriebe hinsichtlich des zu erwartenden Umsatzabflusses. Durch die neu hinzuziehenden Kunden und deren Nachfrage werden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen – bedingt durch die Drogeriemarktansiedlung in der Zeppelinstraße – verringern.

Bei einem Bevölkerungswachstum von ca. 3.700 Personen würde sich eine zusätzliche Nachfrage nach Drogeriewaren von ca. 1,5 Mio. EUR[59] ergeben, so dass die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der dm-Marktansiedlung auf diesen Standortbereich (ca. 0,73 Mio. EUR, vgl. Tab. 10) vollständig durch das prospektive Marktwachstum kompensiert, sogar überkompensiert werden.

Fazit: Mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Standort Zeppelinstraße sind keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hubland Center zu erwarten; ferner ist auch eine Einschränkung der Weiterentwicklung dieses Bereiches im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszuschließen.

Für die Anbieter von Drogeriewaren in den **sonstigen Lagen in Frauenland** (d.h. alle Bereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hubland Center) sind durchschnittliche Umsatzverluste von knapp 4 % zu erwarten. Auf Grund der Angebotsgleichheit des geplanten dm-Marktes zu der bestehenden dm-Filiale in der Erthalstraße sind für diesen Bestandsmarkt Umsatzrückgänge von ca. 14 % zu prognostizieren. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt oberhalb des Schwellenwertes der Unverträglichkeit (ca. 10 %), so dass primär mit negativen Auswirkungen zu rechnen wäre.

Die dm-Filiale in der Erthalstraße – hier bereits langjährig etabliert – ist in Bezug auf den neu geplanten dm-Standort auf ein anderes Publikum ausgerichtet. Der Markt ist vorwiegend auf die Quartiersversorgung der direkt im Umfeld wohnenden Bevölkerung fokussiert, was aus der wohnsiedlungsintegrierten Lage des Betriebes im zentralen Siedlungsbereich von Frauenland deutlich wird. Die Ausrichtung auf die fußläufige Versorgung zeigt sich auch in dem Fehlen einer Parkplatzanlage, da Lebensmittel- und Drogeriemärkte i.d.R. (mit Ausnahme von Innenstadtstandorten) ausreichende betriebseigene Parkplätze für Kunden zur Verfügung stellen.

57 vgl. Stadt Würzburg, Wohnflächenentwicklung Würzburg; Stadt Würzburg, Konversion Hubland.
58 Auf dem Konversionsgelände der ehemaligen Leighton-Barracks ist – unterlegt durch mittlerweile gesatzte B-Pläne – der Neubau und auch die Verdichtung mit Geschosswohnungsbau geplant, was in zu einer deutlich positiven Einwohnerentwicklung führen wird.
59 vgl. Berechnungsmethodik in Tab.3 unter Punkt 5.2.

Der dm-Markt kann bereits in seinem fußläufigen Nahbereich (800 Meter-Laufweg) auf ein Einwohnerpotenzial von ca. 11.900 Personen zurückgreifen, was auf die hoch verdichteten Bebauungsstrukturen (Geschosswohnungsbau) im Umfeld zurückzuführen ist. Hiervon wohnen ca. 8.180 Personen im Stadtbezirk Frauenland; ca. 3.810 Personen in Sanderau.[60] Die knapp 8.200 Einwohner von Frauenland verfügen hierbei über ein Ausgabevolumen für Drogeriewaren[61] von ca. 3,3 Mio. EUR. Demnach kann der Umsatz des bestehenden dm-Marktes[62] bereits vollständig aus diesem Einwohnerpotenzial generiert werden. Für die Filiale bestehen somit sehr gute Umsatzchancen an diesem Standort, so dass ein Rückzug dieses Marktes nicht zu erwarten ist.

Der dm-Markt befindet sich im Standortverbund mit einem qualitativ höherwertigen Lebensmittelmarkt von Kupsch. So können beide Betriebe ein attraktives Grundversorgungsangebot offerieren, das maßgeblich auf die umliegend wohnende Bevölkerung ausgerichtet ist. Beide Anbieter können von gewissen Synergieeffekten profitieren, wobei insbesondere beim Kauf von Lebensmitteln auch Drogeriewaren nachgefragt werden.

Im Gegensatz zu der fußläufigen Ausrichtung des dm-Marktes in der Erthalstraße ist der avisierte „Zweit-Standort“ von dm an der Zeppelinstraße durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt und kann auf den gesamten Stadtbezirk Frauenland und auch auf Gerbrunn ausstrahlen. Da bezüglich der ausreichenden Einwohnerzahl im Einzugsgebiet von ca. 25.800 Personen und dem daraus resultierenden Nachfragepotenzial (vgl. Tab. 3) sowie auch unter Berücksichtigung des Kaufkraftzuflusses von Studenten bzw. Mitarbeitern der Universität die Ansiedlung von mehreren Drogeriemärkten möglich ist, kann sowohl der Bestandsmarkt in der Erthalstraße als auch der neue dm-Markt in der Zeppelinstraße rentabel betrieben werden.

Dies zeigt sich auch in der Berechnung der prospektiven Raumleistung des dm-Marktes in der Erthalstraße, die nach dem Abzug der zu erwartenden Umsatzverluste bei ca. 5.100 EUR/m² liegen wird.[63] Dieser Wert liegt im Rahmen einer branchenüblichen Flächenleistung von Drogeriemärkten (vgl. Anlage 3), so dass von einem weiteren profitablen Betrieb dieser Filiale auszugehen ist.

Der rentable Weiterbetrieb dieses Marktes ist ebenfalls Sicht des Betreibers möglich, da dm gemäß Auskunft des Auftraggebers eine auf 7 Jahre[64] befristete Betreiberverpflichtung des Marktes in der Erthalstraße abgegeben hat; dies soll im Rahmen eines städtebaulichen Vertrages auch mit der Stadt Würzburg fixiert werden. Ferner hat dm – bereits in Kenntnis des geplanten Neustandortes – in die Filiale in der Erthalstraße erheblich investiert, um diesen Markt auch zukünftig für das fußläufige Publikum attraktiv zu präsentieren.

Zusammenfassend sieht der Betreiber dm die wechselseitigen Umsatzumverlagerungen zwischen beiden Standorten ebenfalls als verkraftbar an und wird perspektivisch beide Märkte weiter betreiben. Somit ist ein Abbau von wohnortnaher Versorgung in diesem zentral gelegenen Siedlungsbereich nicht zu erwarten, zumal der neu geplante dm-Markt selbst eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den östlichen Siedlungsbereich des Bezirkes Frauenland übernehmen wird.

Perspektivisch ist von einer gut ausgeprägten bezirklichen Standortstruktur auszugehen, da die drei Drogeriemärkte den Bezirk Frauenland räumlich relativ gleichmäßig abdecken (vgl. Karte 7) und für ihren jeweiligen Nahbereich somit eine optimale Grundversorgung abbilden können.

Für die Lebensmittelmärkte in den sonstigen Lagen im Stadtbezirk Frauenland sind Umsatzrückgänge von knapp 3 % zu erwarten. Hiervon ist maßgeblich der naheliegende tegut-Markt betroffenen, der mit ca. 150 m² eine relativ große Drogeriewarenabteilung führt. Ferner setzt sich das Lebensmittelanbot bei tegut zum großen Teil aus ökologischen und nachhaltigen Produkten zusammen. Hier ergibt sich ebenfalls eine

60 Die Sanderau – einer der am dichtesten besiedelten Würzburger Stadtbezirke – ist direkt über die verlängerte Erthalstraße zu erreichen. Am Übergang zur Franz-Ludwig-Straße besteht eine Unterführung der Bundesstraße B19, so dass eine barrierefreie Erreichbarkeit des dm-Marktes auch aus diesem Stadtbezirk möglich ist.

61 vgl. Berechnungsmethodik in Tab.3 unter Punkt 5.2.

62 Der Umsatz des dm-Marktes liegt bei ca. 1,95 Mio. EUR.

63 Der Umsatz des dm-Bestandsmarktes liegt bei ca. 1,95 Mio. EUR, so dass sich nach dem Abzug der Umsatzumverlagerungen (ca. 0,28 Mio. EUR, vgl. Tab. 10) ein Umsatz von ca. 1,67 Mio. EUR errechnet. Unter Berücksichtigung der Verkaufsfläche von ca. 330 m² ergibt sich eine Raumleistung von ca. 5.100 EUR/m².

64 Die Befristung hängt mit der Laufzeit des Mietvertrags zusammen, der angabengemäß nicht einseitig durch dm verlängert werden kann.

gewisse Sortimentsüberschneidung zu dem geplanten Drogeriemarkt (vgl. Anlage 1), da auch diese Waren im Randsortiment verkauft werden.[65]

Grundsätzlich ist der verstärkte Wettbewerb zwischen beiden Anbietern als verträglich einzustufen, so dass ein vorhabenausgelöster Rückzug von tegut auszuschließen ist. Beide Betriebe verfügen über eine adäquate Standortqualität, so dass sich der Wettbewerb auf „Augenhöhe“ vollzieht. Ferner ergibt sich für tegut auch ein gewisser Standortvorteil, da beide Anbieter im Standortverbund agieren und sich somit aus Kundensicht ein attraktiver Grundversorgungsstandort herausbildet.

Für den bestehenden SB-Lebensmittelmarkt Kupsch in der Erthalstraße werden sich keine einzelbetrieblich nachweisbaren Umsatzverluste ergeben, da dieser Markt vor allem auf Frischeprodukte ausgerichtet ist. Kupsch bezieht sein Lebensmittelgrundsortiment zwar über die Edeka, die andersartige Positionierung zeigt sich jedoch in der hohen Zahl an regionalen fränkischen Produkten, den attraktiven Frischetheken (Käse, Wurst/Fleisch, Fisch) und des hohen Anteils an Frischeprodukten (v.a. Obst/Gemüse). Auf Grund der unterschiedlichen Positionierung wird dieser Betrieb durch den neu hinzutretenden Drogeriemarkt monetär fast nicht tangiert.

Die ausgewiesenen Umsatzverluste des Lebensmittelhandels sind auch unter dem Aspekt der geringen bezirklichen Flächendichte im Segment Nahrungs- und Genussmittel zu sehen. Die Verkaufsflächendichte liegt im Stadtbezirk Frauenland mit rd. 0,35 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem gesamtstädtischen Durchschnittswert (rd. 0,49 m² je Einwohner[66]), so dass auf Grund der vergleichsweise geringen Angebotsdichte für alle Lebensmittelanbieter sehr gute Umsatzchancen bestehen.

In den sonstigen Lagen des Stadtbezirkes Frauenland sind vier Apotheken ansässig. Für diese Betriebe werden summierte Umsatzrückgänge von rd. 0,15 Mio. EUR (vgl. Tab. 10) ausgewiesen, so dass die einzelbetrieblichen Umsatzverluste mit einem deutlichen Sicherheitsabstand unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze (rd. 0,10 Mio. EUR) liegen. Die Schließung einer Apotheke infolge der Drogeriemarktansiedlung ist daher auszuschließen, zumal nur ein sehr kleiner Sortimentsbereich der Apotheken absatzwirtschaftlich tangiert wird.

Fazit: Nach dem Hinzutreten des Drogeriemarktes sind keine schädlichen Auswirkungen auf Betriebe in sonstigen Lagen im Bezirk Frauenland zu erwarten, so dass sich im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung ergeben. Dies trifft – trotz der erhöhten Umsatzverluste – auch auf den dm-Markt in der Erthalstraße zu, zumal der Betreiber für diese Filiale eine Bestandsgarantie abgibt.

In der Gemeinde **Gerbrunn** ist kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet, so dass naturgemäß Auswirkungen auf Grund des Fehlens eines solchen Bereiches nicht möglich sind. Ferner ist in Gerbrunn kein Drogeriemarkt vorzufinden.

Die Umsatzverluste werden sich gegenüber den beiden Lebensmittelmärkten Aldi und Lidl vollziehen, die jeweils in dezentralen Lagen in Gerbrunn verortet sind. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind für beide Märkte auf rd. 0,20 Mio. EUR zu quantifizieren; dies entspricht einem Umsatzverlust von ca. 1 % (vgl. Tab. 10). Ein Rückzug von einem der beiden Märkte ist auszuschließen, zumal die absoluten Beträge des Umsatzrückgangs mit jeweils rd. 0,10 Mio. EUR je Markt am Rande der Nachweisbarkeit liegen.

Ferner hat sich die Wettbewerbslage vor Ort in Gerbrunn seit der Schließung (bzw. dem Umzug) des REWE-Marktes entspannt, so dass diese beiden Anbieter die einzigen Lebensmittelmärkte in Gerbrunn sind. Auf Grund des hohen Nachfragepotenzials und der guten Standortvoraussetzungen, aber insbesondere bezüg-

65 Mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes werden bei betroffenen Lebensmittelmärkten auch andere Sortimente – außerhalb der Warengruppe Drogeriewaren – tangiert. Grundsätzlich ist das Lebensmittelsortiment betroffen, da Drogeriemärkte ebenfalls Nahrungs- und Genussmittel führen (vgl. Anl. 1). Ferner ergeben sich Überschneidungen zu den Sortimenten Tiernahrung, Papier-/ Schreibwaren oder Haushaltwaren, da diese sowohl in Drogeriemärkten als auch in Lebensmittelmärkten im Randsortiment angeboten werden. Allerdings bestehen in diesen Bereich nur äußerst marginale Interdependenzen, da diese Waren sowohl in einem Drogeriemarkt als auch in einem Lebensmittelmarkt nur auf vergleichsweise kleinen Flächen geführt werden.

66 Quelle: Junker & Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Würzburg, Ergebnisse der Bestandsanalyse.

lich der nur geringen Umsatzumverlagerungen ist ein Rückzug der beiden Discounter infolge der Drogeriemarktansiedlung in der Zeppelinstraße unrealistisch.

Für die beiden Apotheken in Gerbrunn werden Umsatzumlenkungen ausgewiesen, die bereits in Summe mit rd. 0,08 Mio. EUR und somit auch einzelbetrieblich unterhalb der Nachweisbarkeit liegen. Somit werden die marginalen Umsatzverluste für die beiden Betriebe nicht spürbar und liegen im Rahmen einer jahreszeitlichen Umsatzschwankung. Eine negative Beeinträchtigung beider Apotheken oder gar die Absiedlung eines Anbieters ist auszuschließen.

Fazit: Mit der Eröffnung des Drogeriemarktes in der Zeppelinstraße werden sich keinerlei messbare Auswirkungen auf Betriebe in der östlich liegenden Gemeinde Gerbrunn vollziehen; schädliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung ergeben sich somit nicht.

Zusammenfassung: Nach dem Hinzutreten eines weiteren Drogeriemarktes im Stadtbezirk Frauenland sind keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hubland Center oder auf die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten. Auf Grund des hohen Kunden- und Nachfragepotenzials in diesem Stadtbezirk[67] und in der angrenzenden Gemeinde Gerbrunn (ca. 10,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 3) ist der langfristig rentable Betrieb von drei Drogeriemärkten möglich.

Die Nachfrageplattform wird sich in Würzburg infolge der steigenden Bevölkerungszahl erhöhen (vgl. Tab. 2). Durch die verbreiterte Nachfragebasis steigern sich somit auch die Kompensationsmöglichkeiten des Handels bzw. die prognostizierten Umsatzverluste werden sich abmindern. Dieser Fakt trifft insbesondere für den Bezirk Frauenland und hier auf den Stadtteil Hubland zu, da auf Grund der avisierten Wohnbauvorhaben mit einem weiteren Bevölkerungswachstum in diesem Gebiet zu rechnen ist. Der zu erwartende Einwohnerzuwachs von ca. 3.700 Personen bedingt eine Nachfrage nach Drogeriewaren von rd. 1,5 Mio. EUR, so dass sich die Umsatzverluste der Betriebe im Bezirk Frauenland – sowohl im zentralen Versorgungsbereich als auch in den sonstigen Lagen (vgl. Tab. 10) – mittelfristig im gewissen Sinne egalisieren werden.

67 Dies wird auch in der hohen sortimentsspezifischen Kaufkraft für Drogeriewaren von 114,3 % deutlich (vgl. Tab. 3).

6.3.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Eine relevante Wirkung des angefragten Ansiedlungsvorhabens auf Bereiche außerhalb des dargestellten Einzugsgebietes wäre zu erwarten, wenn mit der Realisierung des Planvorhabens die bestehenden Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Bevölkerung oder die Funktion von umliegenden zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet des dm-Marktes auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Drogeriewaren, so dass verschiedene **Kundenverflechtungen** zu Drogeriewarenanbietern in umliegenden Stadtgebieten bestehen. Dies betrifft einerseits Verbraucher aus dem Stadtbezirk Frauenland, da insbesondere die beiden bestehenden Drogeriemärkte – ergänzend hierzu auch die Randsortimentsabteilungen der Lebensmittelmärkte bzw. der Apotheken – keine vollumfängliche Bedarfsabdeckung ermöglichen.[68] Dies wird aus der Zentralität des Sortiments deutlich, die per Saldo mit rd. 85 % auf einen Kaufkraftabfluss hinweist (vgl. Tab. 5).[69]

Die Kaufkraftbindung fällt in der Gemeinde Gerbrunn mit ca. 45 % deutlich geringer aus, da hier lediglich die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl und vereinzelt auch die beiden Apotheken eine anteilige Nachfrageabdeckung übernehmen können. In Summe erreichen die Anbieter von Drogeriewaren in dem betrachteten Marktgebiet eine Kaufraftbindung von ca. 76 %, so dass ca. 2,5 Mio. EUR an Kaufkraft für Drogeriewaren an andere Angebotsstandorte abfließen.

Als alternative Einkaufsorte kommen insbesondere die verschiedenen Drogeriewarenanbieter in der Würzburger Innenstadt in Frage, ferner sind auch leistungsfähige Drogeriewarenabteilung in umliegenden großformatigen Lebensmittelmärkten (z.B. E-Center in der Nürnberger Straße) oder dezentral liegende Drogeriemärkte (meist im Standortverbund mit einem leistungsfähigen Lebensmittelmarkt, z.B. Rossmann in der Industriestraße, dm in der Frankfurter Straße) eine Einkaufsalternative.

Die abfließende Kaufkraft aus dem dargestellten Einzugsgebiet ist aktuell auf ca. 2,5 Mio. EUR (vgl. Tab. 5) zu quantifizieren, wobei durch den geplanten Drogeriemarkt nur eine anteilige **Kaufkraftrückholung** von ca. 1,3 Mio. EUR zu erwarten ist (vgl. Seite 27/28). Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion des dm-Markts oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl in dem Einzugsgebiet standortunangepasste Verkaufsfläche hinweisen. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass durch den neu geplanten dm-Markt nur ein Teil der abfließenden Kaufkraft zurückgeholt werden kann.

Eine vollständige Bindung der Kaufkraft ist unwahrscheinlich, da ein Teil der Nachfrage auch weiterhin an andere Angebotsstandorte abfließt. Hierbei handelt es sich speziell um das Segment Parfümeriewaren, da diese Waren in einer Drogerie nur auf einer kleinen Fläche und – im Vergleich zu einer Parfümerie – mit einer geringeren Angebotskompetenz geführt werden.[70]

Der geplante Drogeriemarkt wird einen hohen Anteil an **Streuumsätzen** generieren, was nicht aus der Ausstrahlung dieses Marktes über das gesamte Stadtgebiet resultiert[71], sondern durch die naheliegende Universität bedingt ist. Die Wohnhaft der Studierenden und Mitarbeiter ist über die gesamte Stadt Würzburg und auch auf umliegende Gemeinden verteilt, dies zeigt die Kundenherkunftsanalyse des nebenliegenden tegut-Marktes (vgl. Anlage 2). Die zu erwartenden Streuumsätze gehen somit Drogeriewarenanbietern außerhalb des Einzugsgebietes verloren.

Zusammenfassend ist das Marktgebiet des Drogeriemarktes auf den Stadtbezirk Frauenland und die angrenzende Gemeinde Gerbrunn fokussiert, wenngleich ein Teil des Umsatzes dieses Marktes aus der Kun-

68 Im Stadtbezirk Frauenland sind zwar zwei Drogeriemärkte angesiedelt, der dm-Markt in der Erthalstraße verfügt jedoch nur über eine Verkaufsfläche von rd. 330 m² und somit über eine eingeschränkte Leistungsfähigkeit. Dieser Markt deckt lediglich anteilig die Nachfrage in seinem direkten fußläufigen Einzugsgebiet ab, eine gesamtbezirkliche Ausstrahlung ist nicht möglich.

69 Tatsächlich fällt der Kaufkraftabfluss höher aus, da in diesem saldierten Wert für den Bezirk Frauenland bereits auch die Kaufkraftzuflüsse aus Gerbrunn enthalten sind. Maßgeblich ist daher der Gesamtwert der Kaufkraftbindung von ca. 76 % (vgl. Tab. 5).

70 Die prospektiv abfließende Kaufkraft aus dem betrachteten Marktgebiet liegt bei knapp über 10 % der Nachfrage.

71 vgl. auch Auflistung auf folgender Seite 37.

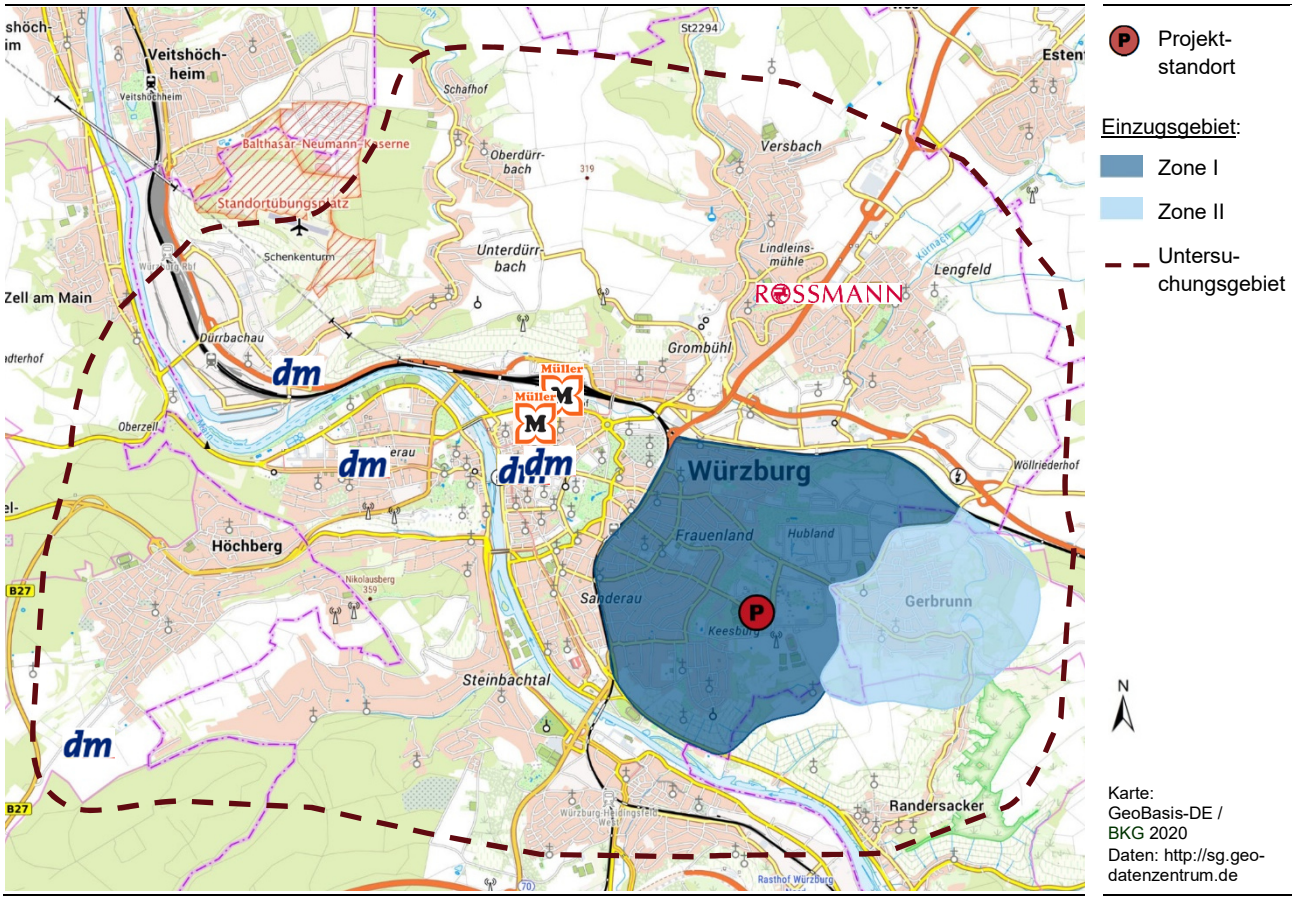
denrückholung oder von Streuumsätzen stammen wird. Grundsätzlich kann der Drogeriemarkt jedoch keine gesamtstädtische Ausstrahlung erreichen; dies ergibt sich insbesondere

- aus der Begrenzung des Einzugsgebiets durch umliegende konkurrierende Drogeriemärkte, vor allem durch betriebsgleiche dm-Filialen (vgl. Karte 5),
- der fehlenden Alleinstellungsmerkmale hinsichtlich des Gesamtkonzepts eines dm-Marktes,
- der ansteigenden Zeit-Wege-Distanzen zum Erreichen des dm-Standorts,
- der Ausrichtung auf ein überwiegend lokales Marktgebiet und
- der flächenseitigen Fokussierung des dm-Marktes auf nahversorgungsrelevante Sortimente und der damit verbundenen geringen Kundenakzeptanz von erhöhten Fahrzeiten zur Nachfrageabdeckung.

Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig durch den geplanten Drogeriemarkt verstärkt gebunden bzw. „zurückgeholt“ werden, gehen naturgemäß umliegenden Standorten außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Hierbei sind maßgeblich die Drogeriewarenanbieter im restlichen Stadtgebiet bzw. auch in umliegenden Gemeinden betroffen, die eine qualifizierte und vergleichbare **Einkaufsalternative** bieten. Bei der Abgrenzung des räumlichen Umfangs des Untersuchungsgebiets wird auf die Kundenherkunft des tegut-Marktes zurückgegriffen (vgl. Anlage 2).

Bei der folgenden Betrachtung der Auswirkungen wird lediglich auf die bestehenden Drogeriewarenanbieter abgestellt. Andere Einkaufsquellen für Drogeriewaren (z.B. Lebensmittelmärkte, Apotheken) werden nicht betrachtet, somit werden die Umsatzabflüsse von den Drogeriewarenanbietern nicht „verwässert“ und stellen gleichzeitig den Maximalwert (Worst-Case) für diese Betreiber dar. Bereits bei der Berechnung der Auswirkungen im Einzugsgebiet hatte sich gezeigt, dass sich für die branchenfremden Anbieter nur sehr geringe monetäre Auswirkungen ergeben (vgl. Tab.10).

Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum inklusive strukturprägenden Drogeriewarenanbieter



In dem Untersuchungsraum wurden insgesamt 17 Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche[72] von ca. 7.400 m² erhoben, die jeweils Drogeriewaren als Hauptsortiment führen. Hierbei handelt es sich um die vorstehend abgebildeten Drogeriemärkte, die jeweils als Hauptumsatzträger in diesem Segment fungieren. Ferner sind verschiedene Spezialanbieter vorhanden (z.B. Parfümerien, Kosmetikanbieter), die ausgewählte Teilsegmente offerieren.

Der Großteil der Betriebe ist in der Würzburger Innenstadt adressiert, die den gesamtstädtischen Angebotsschwerpunkt darstellt. Es besteht ein vielschichtiges Angebot, das durch zwei dm- und zwei Müller-Filialen geprägt ist; ferner sind verschiedene Parfümerie- und Kosmetikanbieter vorzufinden. Außerhalb des Innenstadtbereiches sind mit drei dm-Märkten und einem Rossmann-Markt weitere kundenattraktive Fachmärkte ansässig.

Auf Basis des Umsatzes innerhalb der beiden Standortkategorien errechnet sich bei einem maximal zu erwartenden Umsatzabzug von knapp 2,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 9) eine **Umsatzumlenkungsquote** von durchschnittlich 5 bis 6 %. Diese fällt auf Grund der räumlichen Nähe der Innenstadt zu dem Projektstandort im Vergleich zu den sonstigen Lagen höher aus.

Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Drogeriemarktes außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	27,59	1,73	**6,3**
Sonstige Gebiete	16,04	0,63	**3,9**
Gesamt	**43,63**	**2,36**	**5,5**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der Wert der annualisierten Umsatzumverlagerung liegt in Summe und auch einzelbetrieblich mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 6), so dass lediglich von einer Intensivierung des Wettbewerbs bei den Drogeriewarenanbietern außerhalb des Einzugsgebiets auszugehen ist. Der Rückzug eines Anbieters ist mit hoher Sicherheit auszuschließen.

Dies ist insbesondere für den **innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich** relevant, der eine Schutzfunktion im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO genießt. Auf Grund der Höhe der zu erwartenden Umsatzumlenkungen ist jedoch kein „Anfangsverdacht“ auf eine Schädigung abzuleiten. Dies ergibt sich auch aus der hohen Attraktivität der Würzburger Altstadt, die einen überdurchschnittlich leistungsfähigen Einzelhandelsstandort darstellt.

Die Würzburger Einkaufsinnenstadt verfügt über fast 100.000 m² Verkaufsfläche, die sich auf über 500 Handelsbetriebe verteilt.[73] Dieser Bereich stellt den flächenseitigen und auch anzahlmäßig größten zusammenhängenden Handelsstandort innerhalb von Würzburg dar. In der hoch-frequentierten Innenstadt ist kein struktureller Leerstand zu beobachten, ebenso wie keine „Trading-Down-Tendenzen“ ersichtlich sind. Insbesondere kann die Einkaufsinnenstadt auch von dem hohen Tourismusaufkommen (sowohl Übernachtungs- als auch Tagesgäste) profitieren, so dass die hier befindlichen Handelsbetriebe auf eine breite Nachfragebasis zurückgreifen können.[74] In der Einkaufsinnenstadt sind keine städtebaulichen Schädigungen sichtbar.

Fazit: Auf Grund der hohen Leistungsfähigkeit des Würzburger Innenstadthandels und der Gesamtattraktivität der Altstadt sind die zu erwartenden Umsatzumlenkungen unzweifelhaft als verkraftbar einzustufen. Die Absiedlung eines Drogeriemarktes oder auch eines Spezialanbieters (z.B. einer Parfümerie) infolge der Drogeriemarktansiedlung an der Zeppelinstraße ist daher auszuschließen.

72 Bei sog. Mehrbranchenanbietern (z.B. Müller Drogerie) wurden lediglich die Bereiche aufgenommen, die mit den projektrelevanten Sortimenten des geplanten Drogeriemarktes in Wettbewerb treten.

73 Quelle: Junker & Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Würzburg, Ergebnisse der Bestandsanalyse.

74 Dies zeigt sich auch in der Tatsache, dass dm zwei Innenstadtfilialen – sogar in räumlicher Nähe zueinander – betreibt.

Außerhalb der Einkaufsinnenstadt wurden in **sonstigen Gebieten** vier Drogeriemärkte identifiziert, die auf Grund der zu erwartenden Streuumsätze durch das dm-Ansiedlungsvorhaben monetär betroffen werden könnten. Hierbei handelt es sich um drei dm-Märkte und einen Rossmann-Markt.[75] Ein Rückzug dieser Betriebe ist auszuschließen, was sich insbesondere aus der Höhe der zu erwartenden Umsatzrückgänge (knapp 4 %, vgl. Tab.11) ableitet.

Die absolute Höhe der Umsatzverluste wird durchschnittlich rd. 0,16 Mio. EUR je Markt betragen und liegt somit im Rahmen einer unterjährigen Umsatzschwankung im Drogeriewarenhandel. Ein vorhabenausgelöster Rückzug ist daher auszuschließen, zumal es sich bei drei betroffenen Märkten um betriebsgleiche dm-Filialen handelt. Somit schätzt auch der Betreiber die gegenseitigen Umsatzumverlagerungen als verträglich ein. Des Weiteren liegen die vier benannten Filialen nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, so dass die Umsatzumlenkungen prinzipiell als hinnehmbar einzustufen sind.

Fazit: Für Drogeriemärkte außerhalb des innerstädtischen Versorgungsbereiches werden sich nur geringe Umsatzverluste ergeben, die nicht zu einer Absiedlung dieser Märkte führen können.

Zusammenfassung: Nach der Ansiedlung des Drogeriemarktes an der Zeppelinstraße sind keine schädlichen Auswirkungen auf andere Drogeriewarenanbieter außerhalb des Ansiedlungsbezirkes Frauenland zu erwarten; insbesondere ist eine Schädigung der Würzburger Einkaufsinnenstadt auszuschließen. Die Umsätze des Drogeriemarktes – die aus der Kaufkraftrückholung und von Streukunden stammen – können auf Grund der breiten räumlichen Streuung und der verhältnismäßig geringen einzelbetrieblichen Höhe nicht zu einer Schädigung und einer damit einhergehenden Absiedlung von bestehenden Drogeriemärkten oder sonstigen Drogerie-/ Parfümeriewarenanbietern führen.

75 Dies sind die dm-Filialen in der Unterdürrbacher Straße, der Frankfurter Straße und in Markt Höchberg sowie die Rossmann-Filiale in der Industriestraße.

7. Zusammenfassung

Nachstehend werden die wichtigsten Aspekte der Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Würzburg resultieren, zusammengefasst.

- Die Handelskette dm plant im Würzburger Stadtbezirk Frauenland und hier in der Zeppelinstraße die **Ansiedlung eines Drogeriemarktes**. Die Verkaufsfläche des Marktes soll rd. 752 m² betragen und liegt demnach unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.
- Das Projektgrundstück befindet sich im Standortverbund mit einem tegut-Markt, der in der Nähe des Universitätsgeländes (Campus Hubland Süd) verortet ist. Das Vorhabenareal wird derzeit als Parkfläche genutzt. Durch die Neubebauung erfolgen eine städtebauliche Neuordnung und eine **optische Aufwertung** dieses Standortbereiches. Die geplante Immobilie soll im Erdgeschoss den Drogeriemarkt beherbergen, im Obergeschoss sind Studenten-Apartments geplant.
- Der **Stadtbezirk Frauenland** – ein beliebtes Wohnviertel für alle Bevölkerungsgruppen – ist einwohnerseitig in den letzten Jahren gewachsen und stellt mit ca. 19.300 Personen das bevölkerungsreichste Stadtgebiet dar. Das Bevölkerungswachstum ist insbesondere auf die Entwicklungen im Stadtteil Hubland zurückzuführen, wo auch zukünftig weitere Wohnbauprojekte zu einer deutlich steigenden Bevölkerungszahl führen werden.
- Das flächenseitige **Einzelhandelsangebot** beläuft sich im Stadtbezirk Frauenland auf ca. 9.500 m², was einer Verkaufsflächendichte von rd. 0,5 m² je Einwohner entspricht. Dieser Ausstattungsgrad liegt deutlich unter dem gesamtstädtischen Wert (ca. 3,1 m²/Einwohner), so dass in dem Bezirk kein zur Einwohnerzahl adäquates Handelsangebot vorzufinden ist. Das lokale Angebot wird maßgeblich durch die Lebensmittel- und die Drogeriewarenbranche abgebildet.
- In Frauenland ist mit dem Hubland Center ein prägender Handelsstandort vorhanden, der mit ca. 4.600 m² den flächenseitig größten Angebotsstandort darstellt. Als Magnetbetriebe fungieren drei Lebensmittelmärkte (REWE, Aldi, ebl-Biomarkt) und ein Drogeriemarkt (Rossmann). Bezüglich seiner Ausprägung und der Lagequalität ist dieser Bereich als ein **zentraler Versorgungsbereich** (Hierarchiestufe Nahversorgungszentrum) einzustufen.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** des geplanten Drogeriemarktes erstreckt sich über den Stadtbezirk Frauenland, der einen homogenen Siedlungsbereich – abgegrenzt durch infrastrukturelle bzw. natürliche Barrieren – darstellt. Das erweiterte Einzugsgebiet des Drogeriemarktes, der im Standortverbund mit dem nebenliegenden tegut-Markt agieren wird, umfasst die siedlungsgeographisch mit Würzburg verbundene Gemeinde Gerbrunn. Der Drogeriemarkt kann auf ein Einwohnerpotenzial von maximal 25.800 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Drogeriewaren von ca. 10,1 Mio. EUR verfügen.
- Das **Drogeriewarenangebot** in dem Einzugsgebiet wird durch einen Rossmann- und einem dm-Markt geprägt; weitere branchenfremde Anbieter wie Lebensmittelmärkte und Apotheken führen im Randsortiment ebenfalls diese Waren. Die Berechnung der Zentralität weist auf einen Kaufkraftabfluss hin, da die benannten Anbieter lediglich rd. 76 % der Kaufkraft für Drogeriewaren in dem Einzugsgebiet binden können.
- Der Drogeriemarkt wird in seiner Konfiguration von 752 m² Verkaufsfläche im Segment Drogeriewaren in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von maximal rd. 23 % erzielen können. Somit deckt der Markt nur anteilig die Nachfrage ab, so dass auch nach der Ansiedlung offene Nachfragepotenziale für andere Drogeriewarenanbieter in dem betrachteten Marktgebiet verbleiben. Der Umsatz des Drogeriemarktes wird unter Einbezug von Streuumsätzen bei ca. 4,1 Mio. EUR liegen, so dass mit einer Flächenleistung von ca. 5.500 EUR/m² ein branchenüblicher Raumleistungswert erreicht wird.
- Nach dem Hinzutreten des angefragten Drogeriemarkts wird sich eine sehr gute **Angebotsstruktur** für den Bezirk Frauenland ausbilden, da die drei Drogeriemärkte jeweils räumlich voneinander ge-

trennt liegen und den Siedlungsbezirk relativ gleichmäßig abdecken. So versorgt der Rossmann-Markt mit seinem Nahbereich überwiegend den nördlichen Teil von Frauenland, der bestehende dm-Markt in der Erthalstraße den westlichen und zentralen Bereich und der neu geplanten dm-Markt den östlichen und auch südlichen Bereich des Stadtbezirkes.

- Der Umsatz des Drogeriemarktes wird naturgemäß aus **Verlagerungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Drogeriewarenanbietern aus dem räumlichen Umfeld des Marktstandortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Drogeriewarenanbieter in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 3 %. Lediglich für die beiden in Frauenland befindlichen Märkte von Rossmann und dm sind erhöhte Umsatzumlenkungsquoten zu erwarten, die jedoch nicht zu einer Absiedlung der benannten Märkte führen werden.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind.
  - Eine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches Hubland Center ist auszuschließen, was sich neben dem „verträglichen“ Umsatzabzug für den hier befindlichen Rossmann-Markt, die drei Lebensmittelmärkte und die Apotheke, insbesondere aus der hohen Stabilität und Leistungsfähigkeit dieses Nahversorgungszentrums ableitet.
  - Mit der Drogeriemarktansiedlung geht kein vorhabeninduzierter Abbau von verbrauchernaher Versorgung einher, da eine Absiedlung des zweiten Drogeriemarktes in Frauenland – dm wird für den Markt in der Erthalstraße eine Bestandsgarantie abgeben – auszuschließen ist. Ferner werden auch keine sonstigen Anbieter (Lebensmittelmärkte, Apotheken) schädlich tangiert.
  - In dem überörtlichen Einzugsgebiet – in Gerbrunn – ist kein Drogeriemarkt ansässig; die Umsatzverluste für die Anbieter von Drogeriewaren (Lebensmittelmärkte, Apotheken) liegen sehr niedrig und werden nicht zu einer Absiedlung dieser Betriebe führen.
- Die Auswirkungen der Drogeriemarktansiedlung auf umliegende Anbieter werden sich relativieren, da durch zahlreiche Quartiersentwicklungen im Bezirk Frauenland mit einem **deutlichen Bevölkerungsanstieg** zu rechnen ist. Durch die steigende einzelhandelsrelevante Nachfrage erhöhen sich die Betriebsumsätze und somit die Kompensationsmöglichkeiten der betroffenen Handelsbetriebe.
- Ein Teil der Erlöse des geplanten Drogeriemarktes wird sich – wie bei dem nebenliegenden tegut-Markt – aus **Streuumsätzen** ergeben, diese resultieren aus der räumlichen Nähe des Planstandortes zu dem östlich liegenden Universitätsgelände. Die zu erwartenden Streuumsätze (durch Studierende und Mitarbeiter der Universität ausgelöst) und auch die verstärkte Kaufkraftbindung vor Ort werden für Drogeriewarenanbieter außerhalb des Einzugsgebietes nicht zu schädlichen Auswirkungen führen, was aus der breiten räumlichen Streuung der Umsatzverluste über zahlreiche Anbieter und auch der geringen einzelbetrieblichen Höhe resultiert. Insbesondere ist eine Schädigung der Würzburger Einkaufsinnenstadt bzw. der hier befindlichen Drogeriewarenanbieter auszuschließen.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Genehmigungsprozess des Vorhabens.

BBE Handelsberatung GmbH

gez.

i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Erfurt, 19. Oktober 2020

Anlage 1: Sortimentszusammensetzung des geplanten dm-Drogeriemarktes

	Verkaufsfläche	
	m²	%
Drogeriewaren	566	75
Nahrungs- und Genussmittel	113	15
Kinderbekleidung	30	4
Tiernahrung	22	3
Sonstiges (u.a. Haushaltwaren, Foto, Papierwaren)	21	3
Gesamt	**752**	**100**

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen auf Basis des dm-Flächenkonzeptes
Anmerkung: In der Verkaufsfläche sind auch anteilig die Laufflächen/Gänge und die Kassenzone enthalten.

Anlage 2: Kundenherkunft des tegut-Marktes in der Zeppelinstraße in Würzburg-Frauenland

	Kundenherkunft %
PLZ 97074 (u.a. Frauenland)	51
PLZ 97218 (u.a. Gerbrunn)	13
PLZ 97072 (u.a. Sanderau)	6
PLZ 97082 (u.a. Zellerau, Steinbachthal)	6
PLZ 97084 (u.a. Heidingsfeld, Heuchelhof, Rottenbauer)	5
PLZ 97076 (u.a. Lengfeld)	3
PLZ 97228 (u.a. Rottendorf)	3
PLZ 97204 (u.a. Markt Höchberg)	2
PLZ 97070 (u.a. Altstadt)	2
PLZ 97236 (u.a. Randesacker)	2
PLZ 97080 (u.a. Dürrbachthal, Grombühl)	2
PLZ 97078 (u.a. Versbach, Lindleinsmühle)	2
PLZ 97337 (u.a. Dettelbach)	1
Sonstige	2
Gesamt	**100**

Quelle: BBE Handelsberatung auf Basis von Angaben tegut

Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Drogeriewarenhandel nach Betriebsformen

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m² p.a.	€/m² p.a.	€/m² p.a.
Drogeriemärkte	5.000	5.500	6.000
Parfümerien	5.300	6.300	7.300

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenprogramm des geplanten Drogeriemarktes in Würzburg-Frauenland 4
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Würzburg im Vergleich....6
Tabelle 3: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Drogeriewaren im Einzugsgebiet 17
Tabelle 4: Angebotsrelevante Betriebe mit Drogeriewaren (im Kern-/ Randsortiment) nach Lagen 20
Tabelle 5: Zentralität des Sortiments Drogeriewaren in dem untersuchten Einzugsgebiet 20
Tabelle 6: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben 22
Tabelle 7: Marktanteilsprognose des geplanten Drogeriemarktes....24
Tabelle 8: Prospektive Raumleistung des Drogeriemarktes 25
Tabelle 9: Umsatzherkunft des geplanten Drogeriemarktes 28
Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Drogeriemarktes im Einzugsgebiet 29
Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Drogeriemarktes außerhalb des Einzugsgebiets 39

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Unterfranken (Ausschnitt) 5
Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen im Stadtbezirk Frauenland 8
Karte 3: Lage des geplanten Drogeriemarktes an der Zeppelinstraße (Skizzierung) 11
Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Planstandortes 12
Karte 5: Wettbewerb im Umfeld des Planstandortes (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone 14
Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten Drogeriemarktes....15
Karte 7: Projektrelevante Anbieter mit Drogeriewaren im Einzugsgebiet 18
Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum inklusive strukturprägenden Drogeriewarenanbieter....38

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück....3
Abbildung 2: Lageplan des projektierten dm-Marktes an der Zeppelinstraße in Würzburg-Frauenland 3
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern....6
Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern 7
Abbildung 5: Umsatzverteilung im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen in Deutschland 18
Abbildung 6: Strukturprägende Drogeriewarenanbieter im Stadtbezirk Frauenland 19

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Sortimentszusammensetzung des geplanten dm-Drogeriemarktes 43
Anlage 2: Kundenherkunft des tegut-Marktes in der Zeppelinstraße in Würzburg-Frauenland....44
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Drogeriewarenhandel nach Betriebsformen 45

Hiermit bestätige ich die Nutzungsrechte des gegenständlichen Gutachtens für die vorliegende Bauleitplanung der Stadt Würzburg uneingeschränkt für die öffentliche Verwendung, auch für eine Internetnutzung.

gez. Dipl.-oec. Mathias Vlcek, 02.04.2025