



## Auswirkungsanalyse zu den städtebau- lichen und raumordnerischen Auswir- kungen der geplanten Einzelhandels- nutzungen im Projekt Aischparkcenter in Höchstädt an der Aisch

---

**Auftraggeber:** Aischparkcenter GmbH, Höchstädt an  
der Aisch

**Projektleitung:** Dipl.-Geogr. Oliver Behrens  
M. Sc. Susanne André  
M. Sc. Franziska Hamscher

München, am 26.02.2016

## **Urheberrecht**

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



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Leopoldstraße 252  
80809 München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 089 / 457 21 – 582  
Telefax: 07141 / 9360-10  
E-Mail: stefan.holl@gma.biz  
Internet: www.gma.biz

| <b>Inhaltsverzeichnis</b>  | <b>Seite</b> |
|--|--------------|
| <b>I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen</b>   | <b>5</b>     |
| 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung   | 5            |
| 2. Rechtliche Rahmenbedingungen  | 6            |
| 2.1 BauNVO   | 6            |
| 2.2 Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern  | 7            |
| 2.3 Regionalplan Region Nürnberg   | 7            |
| 2.4 Einzelhandels-Entwicklungskonzept Höchststadt an der Aisch   | 8            |
| 3. Standortbeschreibung und -bewertung   | 11           |
| 3.1 Makrostandort Höchststadt an der Aisch   | 11           |
| 3.2 Mikrostandort Aischparkcenter  | 14           |
| 3.3 Zusammenfassende Standortbewertung   | 16           |
| <b>II. Daten zum Ansiedlungsvorhaben</b>   | <b>19</b>    |
| <b>III. Potenzielles Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft</b>  | <b>24</b>    |
| 1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets   | 24           |
| 2. Kaufkraft im potenziellen Einzugsgebiet   | 29           |
| <b>IV. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum</b>   | <b>31</b>    |
| 1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme   | 31           |
| 2. Wettbewerbssituation in Höchststadt an der Aisch und Gremsdorf (Zone I)   | 32           |
| 3. Wettbewerbssituation im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II)   | 38           |
| 4. Wettbewerbssituation in den Zentralen Orten im Ferneinzugsgebiet (Zone III)   | 40           |
| <b>V. Umsatzerwartung und Überprüfung städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen des geplanten Aischparkcenters</b> | <b>53</b>    |
| 1. Methodik  | 53           |
| 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft  | 55           |
| 3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen   | 60           |
| 3.1 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel   | 61           |
| 3.2 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Drogerie- und Parfümeriewaren  | 64           |

|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 3.3          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Apothekerwaren  | 66        |
| 3.4          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Bekleidung  | 68        |
| 3.5          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Schuhe  | 70        |
| 3.6          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Sport   | 72        |
| 3.7          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Lederwaren  | 75        |
| 3.8          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel          | 77        |
| 3.9          | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Heimtextilien / Bettwaren (ohne Matratzen)                            | 79        |
| 3.10         | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Uhren / Schmuck   | 81        |
| 3.11         | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Elektrowaren  | 82        |
| 3.12         | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Gartenartikel / Pflanzen  | 85        |
| 3.13         | Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf   | 87        |
| <b>VI.</b>   | <b>Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch 2012</b> | <b>90</b> |
| <b>VII.</b>  | <b>Raumordnerische Beurteilung des Vorhabens gemäß LEP Bayern</b>   | <b>93</b> |
| 1.           | Lage im Raum  | 93        |
| 2.           | Lage in der Gemeinde  | 93        |
| 3.           | Zulässige Verkaufsflächen   | 94        |
| <b>VIII.</b> | <b>Empfehlungen zu Verkaufsflächengrößen aus städtebaulicher Sicht</b>  | <b>97</b> |
| <b>IX.</b>   | <b>Zusammenfassung</b>  | <b>99</b> |

## I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

In der Stadt Höchststadt an der Aisch plant die Aischparkcenter GmbH mit Sitz in Höchststadt an der Aisch die Ansiedlung des Fachmarktzentrums „Aischparkcenter“ am Standort Kieferndorfer Weg.

Die ursprüngliche Planung des Aischparkcenters sah nach Angaben der Aischparkcenter GmbH rd. 18.645 m<sup>2</sup> Ladenfläche für das Aischparkcenter vor, wovon ca. 16.255 m<sup>2</sup> auf Verkaufsflächen für Einzelhandelsbetriebe entfallen sollten. Im Rahmen mehrerer Abstimmungsprozesse hat die Aischparkcenter GmbH die geplanten Verkaufsflächen auf ca. 14.540 m<sup>2</sup> bzw. 15.040 m<sup>2</sup><sup>1</sup> reduziert. Als Leitsortimente sind Lebensmittel (u. a. Rewe, Netto), Bekleidung (u. a. H&M, Mister Lady Jeans) sowie Elektrowaren (z. B. Expert oder Euronics) und Gartenartikel (z. B. Dehner Gartencenter) vorgesehen. Ferner sind Dienstleistungsbetriebe, gastronomische Einrichtungen sowie ein Fitnessstudio geplant<sup>2</sup>.

In diesem Zusammenhang wurde die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, München mit der Erstellung eines Einzelhandelsgutachtens beauftragt, welches nach den Kriterien der Landesplanung in Bayern und den Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO eine Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen der Ansiedlung des Aischparkcenters in Höchststadt an der Aisch ermöglichen soll.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darlegung der wesentlichen rechtlichen und planerischen Grundlagen (BauNVO, LEP Bayern, Regionalplan Region Nürnberg, Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch)
- /// Bewertung des Makro- und des Mikrostandortes
- /// Darlegung des Planvorhabens (Sortimentsmix / Angebotsmix) und Überprüfung des Sortimentskonzepts hinsichtlich seiner Kompatibilität mit dem Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch.
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des Aischparkcenters und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale

<sup>1</sup> Nicht für sämtliche Flächen im Aischparkcenter sind bereits Mietverträge geschlossen worden. Daher möchte sich der Auftraggeber im Bekleidungsbereich einen Verkaufsflächenspielraum von rd. 500 m<sup>2</sup> je nach Mieter offenhalten.

<sup>2</sup> **Nutzungen außerhalb des Einzelhandels (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie) sind nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.**

- /// Darlegung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum unter besonderer Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche
- /// Umsatzprognose für das Aischparkcenter anhand des Marktanteilskonzeptes
- /// Bewertung möglicher wirtschaftlicher, städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen des Vorhabens.
- /// Prüfung der landesplanerischen Verträglichkeit des Vorhabens anhand der Kriterien des LEP Bayern 2013; ggf. Hinweise auf eine Modifizierung der Sortimentskonzeption

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Dezember 2015 sowie Januar 2016 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche, vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

## **2. Rechtliche Rahmenbedingungen**

### **2.1 BauNVO**

Da für den Standort die Aufstellung eines Bebauungsplanes (Sondergebiet großflächiger Einzelhandel) geplant wird, ist für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:<sup>3</sup>

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

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

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei

---

<sup>3</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

## **2.2 Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern**

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern, insbesondere Kapitel 5.3, bildet die wesentliche Grundlage für die landesplanerische Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten. Es gibt mit Blick auf das konkrete Vorhaben in Höchststadt folgende Ziele vor:

### **„5.3.1 Lage im Raum (Z)**

Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- für Nahversorgungsbetriebe bis 1 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in allen Gemeinden,
- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.

### **5.3.2 Lage in der Gemeinde (Z)**

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
- die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.

### **5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen (Z)**

Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,
- soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

## **2.3 Regionalplan Region Nürnberg**

Mit Blick auf den Einzelhandel stellt der Regionalplan der Region Nürnberg ist auf Kapitel 2.5.1 zu verweisen:

### „2.5.1 Einzelhandel

- 2.5.1.1 Das gemeinsame Oberzentrum Nürnberg/Fürth/Erlangen sowie das Mittelzentrum Schwabach - insbesondere die Innenstadtgebiete - sollen in ihrer Funktionsfähigkeit als Hauptgeschäftszentren erhalten und ausgebaut werden.
- 2.5.1.2 Vor allem in folgenden Gemeinden soll entsprechend ihrer zentralörtlichen Einstufung stärker auf eine Weiterentwicklung der Einzelhandelseinrichtungen hingewirkt werden:
- im Landkreis Erlangen-Höchststadt, vor allem in Eckental, Heroldsberg, Herzogenaurach
  - im Landkreis Fürth, vor allem in Cadolzburg, Großhabersdorf, Langenzenn, Oberasbach, Roßtal, Stein, Veitsbronn, Wilhermsdorf, Zirndorf
  - im Landkreis Nürnberger Land, vor allem in Altdorf b. Nürnberg, Burgthann, Feucht, Pommelsbrunn, Neuhaus a. d. Pegnitz, Schnaittach, Schwaig b. Nürnberg, Röthenbach a. d. Pegnitz, Velden
  - im Landkreis Roth, vor allem in Abenberg, Allersberg, Georgensgmünd, Greding, Heideck, Hilpoltstein, Roth, Spalt, Thalmässing, Wendelstein sowie in den zum Nahbereich Schwabach gehörenden Gemeinden Kammerstein, Rednitzhembach und Rohr.
- 2.5.1.3 In den übrigen Gemeinden der Industrieregion Mittelfranken soll auf eine nachhaltige Sicherung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Handelsbestandes hingewirkt werden.
- 2.5.1.4 Für Einzelhandelsgroßprojekte sollen Flächen in der Regel nur noch in zentralen Orten höherer Stufe (ab Grundzentrum) ausgewiesen werden, wenn durch den in der Bauleitplanung vorgesehenen Nutzungsumfang die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung in ihrem Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigt wird, der Nutzungsumfang in angemessenem Verhältnis zur Größe des jeweiligen Verflechtungsbereiches steht und die Flächen städtebaulich und verkehrsmäßig integriert werden können.“

## 2.4 Einzelhandels-Entwicklungskonzept Höchststadt an der Aisch

Für Ansiedlungsvorhaben sind die planerischen Aussagen in städtischen Konzepten zur Einzelhandelssteuerung zu berücksichtigen. Die Stadt Höchststadt an der Aisch hat hierzu im Jahr 2012 ein Einzelhandels-Entwicklungskonzept erstellt, das zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Einzelhandel heranzuziehen ist. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass es mangels Beschluss des Konzepts formal an der notwendigen Verbindlichkeit im Rahmen der Bauleitplanung fehlt. Nach Informationen der Stadt Höchststadt an der Aisch dient das Konzept dennoch als Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt.

In dem Konzept werden verbindliche Aussagen zur Sortiments- und Standortgestaltung getroffen:



- // Im Rahmen der sog. **Höchstadter Liste** erfolgt eine Unterscheidung von nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente. Die Abgrenzung weicht dabei in einigen Punkten von der Sortimentsliste des LEP Bayern ab<sup>4</sup>.
- // Mit Blick auf das **Standortkonzept** werden 4 Gebietskategorien unterschieden (vgl. Karte 1):
  - **Zentraler Versorgungsbereich:** Stadtzentrum mit historischem Stadtkern (vorwiegend kleinteiliger Einzelhandel) sowie Fachmarktstandort (u. a. Kaufland, Aldi) an der Rothenburger Straße.
  - **Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd:** gewerblich geprägter Standortbereich am Lappacher Weg, südlich des Stadtzentrums mit einigen Lebensmitteldiscountern und Fachmärkten.
  - **Nahversorgungsbereiche:** Insgesamt drei Nahversorgungsbereiche Südost, Kieferndorfer Weg und Etzelskirchen / Höchststadt-Nord, welchen eine Nahversorgungsfunktion zugeschrieben wird.
  - **Entwicklungsbereich Höchststadt-Ost / A9:** Auf der Fläche von ca. 30 ha ist nur in einzelnen Teilbereichen die Ansiedlung von Einzelhandel möglich. Hierbei ist vorwiegend auf nicht-zentrenrelevante Sortimente abzuheben.

Als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des Bauplanungsrechts sind dabei der zentrale Versorgungsbereich im Stadtzentrum bzw. der Innenstadt und die Nahversorgungsbereiche zu verstehen.<sup>5</sup>

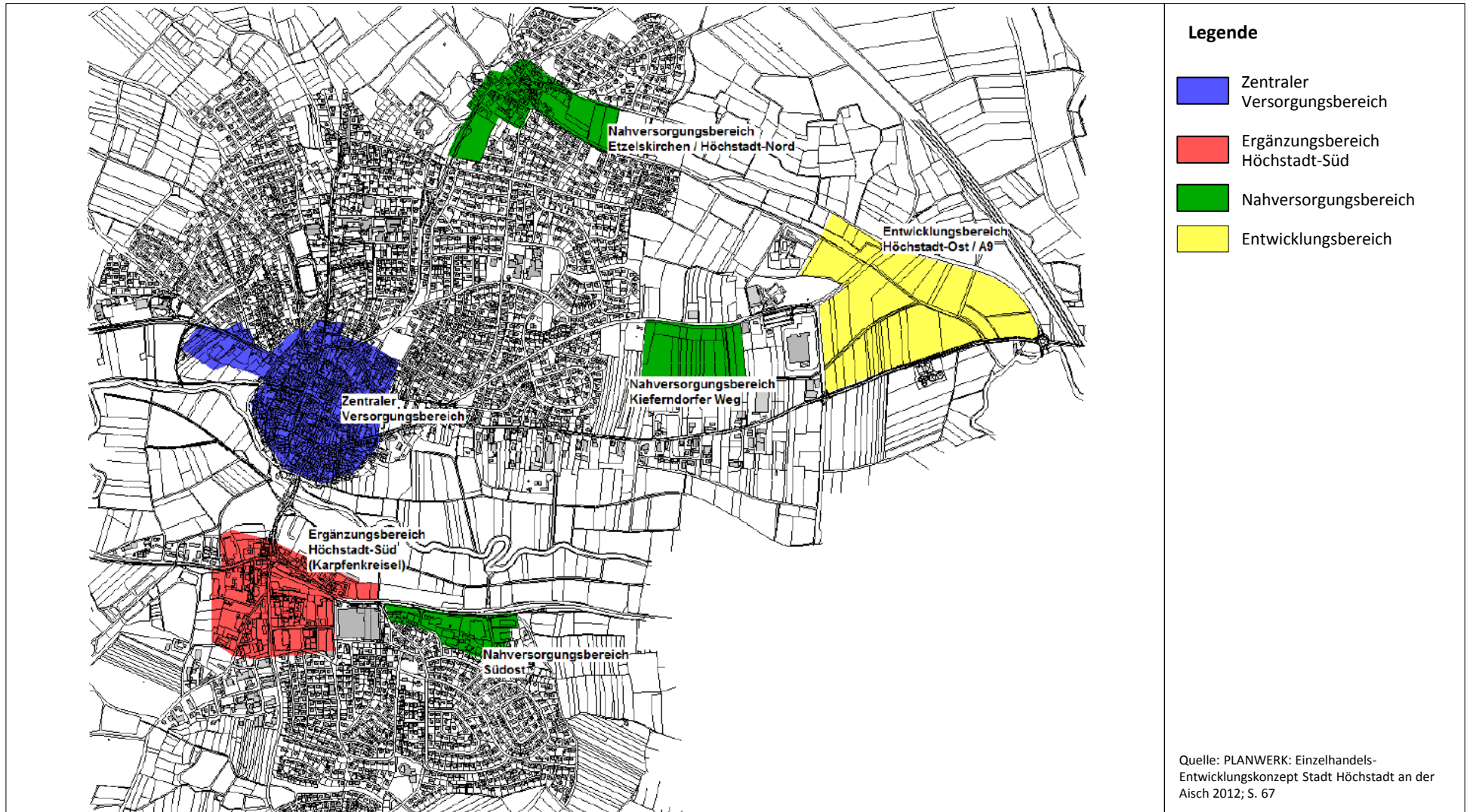
Im Einzelhandels-Entwicklungskonzept werden darüber hinaus für die einzelnen Standortbereiche Handlungsempfehlungen gegeben:

- // Stabilisierung der Höchstadter Innenstadt durch Innenentwicklung im Rathausblock und Schwerpunktsetzung auf Angebote in den Bereichen Naherholung, Gastronomie und Tourismus.
- // Schaffung eines Nahversorgungsstandortes im nördlichen und östlichen Siedlungsbereich
- // Weitere flankierende Maßnahmen, u. a. Rahmenplan Stadtzentrum, Projekt „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ sowie Stärkung des Tourismus / der Naherholung.

<sup>4</sup> Folgende im LEP Bayern 2013 als zentrenrelevante Sortimente und Warengruppen sind gemäß Höchstadter Liste als nicht zentrenrelevant einzustufen: Getränke, Sportgeräte und –artikel, Campingartikel, Haus- und Heimtextilien und Elektrogeräte. Die Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente ist als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente zu verstehen und umfasst: Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Schreibwaren.

<sup>5</sup> Quelle: Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch 2012ss. Abb.1, S.7.

## Karte 1: Versorgungsbereiche der Stadt Höchststadt an der Aisch



### 3. Standortbeschreibung und -bewertung

#### 3.1 Makrostandort Höchststadt an der Aisch

Die **Stadt Höchststadt an der Aisch** liegt im mittelfränkischen Landkreis Erlangen-Höchststadt, im nordwestlichen Verdichtungsraum der Oberzentren Erlangen, Fürth, Nürnberg und Schwabach. Die Stadt ist gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern als Mittelzentrum ausgewiesen. Im LEP 2013 heißt es hierzu: „Die als Mittelzentrum eingestuften Gemeinden, die Fachplanungsträger und die Regionalen Planungsverbände sollen darauf hinwirken, dass die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt wird.“<sup>6</sup>

Zur Festlegung der Zentralen Orte und Nahbereiche definiert das LEP Bayern folgendes: „Die Mittel- und Oberzentren werden gemäß Anhang 1 festgelegt. Die Grundzentren werden in den Regionalplänen festgelegt. Die Nahbereiche aller Zentralen Orte werden in den Regionalplänen als Teil der Begründung abgegrenzt.“<sup>7</sup> Der Regionalplan der Industrieregion Mittelfranken setzt den Nahbereich der Stadt Höchststadt an der Aisch aus den Gemeinden Gremsdorf, Lonnerstadt und Vestenbergsgreuth zusammen.

In rd. 20 km Entfernung (Luftlinien) befinden sich die Mittelzentren Neustadt an der Aisch (südwestlich), Herzogenaurach (südlich) und Forchheim (östlich) sowie die Oberzentren Bamberg (nördlich) und Erlangen (südlich).

Gegenwärtig zählt die Stadt rd. **13.548 Einwohner**<sup>8</sup>. In den vergangenen zehn Jahren war die Bevölkerungsentwicklung Höchststadts durch einen leichten Bevölkerungsrückgang gekennzeichnet. Seit 2005 sind Einwohnerverluste von rd. 2,0 % zu verzeichnen.<sup>9</sup> Für die kommenden zehn Jahre wird von einem geringen Zuwachs von ca. 1,0 % bzw. einer konstant bleibenden Bevölkerungsentwicklung für Höchststadt an der Aisch ausgegangen<sup>10</sup>.

<sup>6</sup> Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) 2013, Kap. 2.1.7

<sup>7</sup> Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) 2013, Kap. 2.1.5

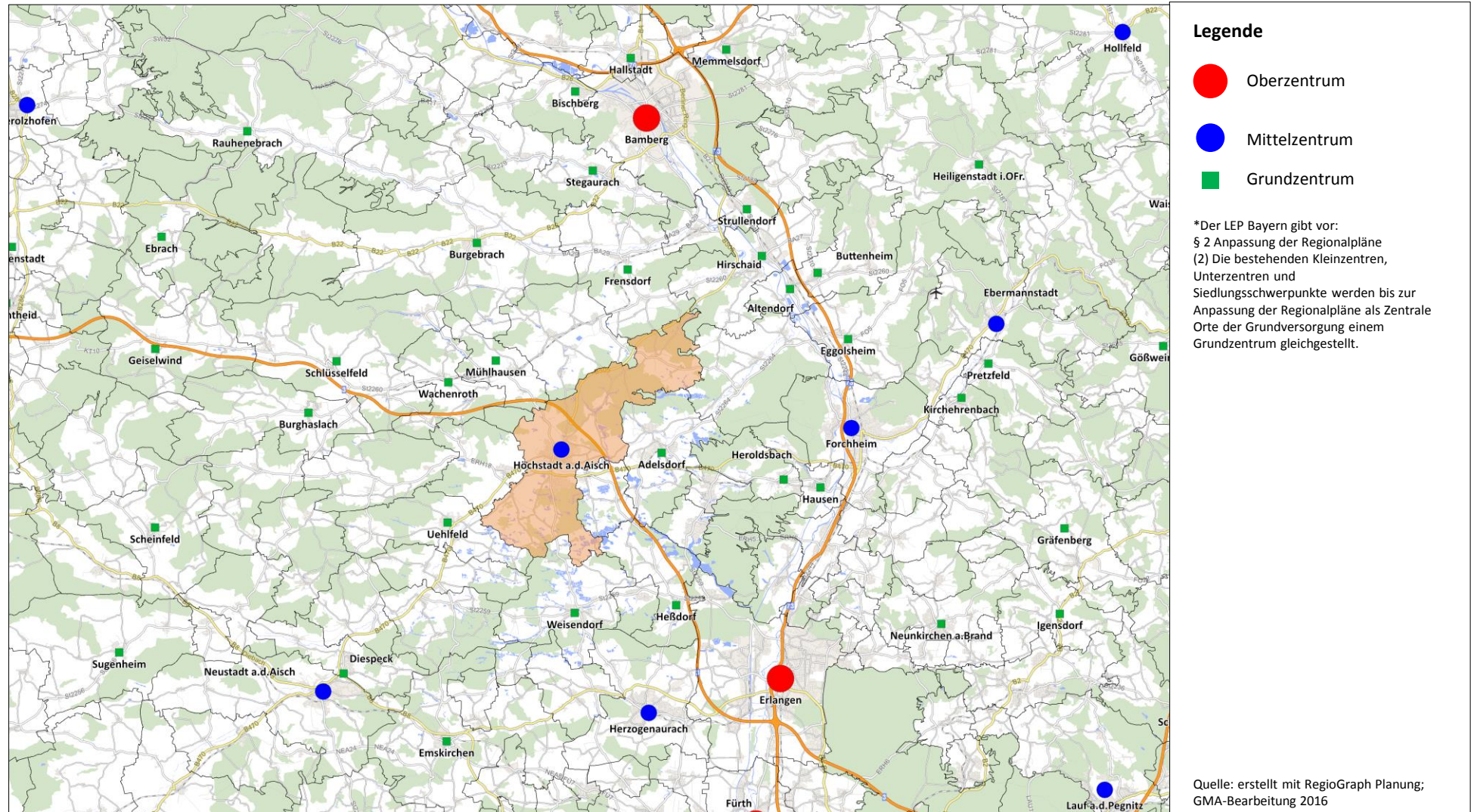
<sup>8</sup> Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Höchststadt an der Aisch, EW/HW, Stand: 31.12.2015.

<sup>9</sup> Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Statistik kommunal 2014, Stadt Höchststadt an der Aisch.

<sup>10</sup> Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Demographie Spiegel für Bayern. Berechnungen für Gemeinden ab 5.000 Einwohner bis 2029, Stadt Höchststadt an der Aisch.



## Karte 2: Lage von Höchststadt an der Aisch und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



**Siedlungsstrukturell** besteht Höchststadt an der Aisch aus einer Kernstadt und mehreren, teils räumlich deutlich abgesetzten Stadtteilen. Die Kernstadt wird von einer Grünzäsur durchschnitten, welche durch den Flusslauf der Aisch geprägt ist und die Kernstadt somit nördlich und südlich der Aisch in zwei Bereiche teilt. Nördlich angrenzend an die Aisch weist sie einen historisch gewachsenen, kompakten Stadtkern auf, welcher weiter nach Norden, Westen und Osten in Wohnbereiche übergeht. Im Osten des kompakten Stadtkerns (nördlich der Aisch) befinden sich größere Gewerbegebiete sowie das Wellenfreibad und das Eisstadion. Der südliche Bereich der Kernstadt setzt sich aus größeren Gewerbebereichen mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben und südöstlich aus Wohnsiedlungsbereichen zusammen. Direkt angegliedert an die Kernstadt liegt im Norden der Stadtteil Etzelskirchen. Weitere Stadtteile wie Greuth, Förtschwind, Zehntbechhofen, Lappach und Schwarzenbach sind meist dörflich strukturiert und siedlungsräumlich nicht mit der Kernstadt zusammengewachsen.

Bezüglich des Individualverkehrs weist Höchststadt innerörtlich und in das Umland eine gute **verkehrliche Erschließung** auf, da die Kernstadt in West-Ost-Richtung entlang der Aisch von der Bundesstraße B 470 (Forchheim - Neustadt an der Aisch) durchzogen wird. Die Autobahn A 3 (Frankfurt a.M. - Passau) quert das Gemeindegebiet nördlich der Kernstadt. Von der Kernstadt aus befinden sich die nächsten Autobahnanschlussstellen in ca. 4 km Entfernung (Luftlinie) bzw. in rd. acht Minuten Fahrtzeit-Entfernung.

Mit Blick auf den **ÖPNV** ist die Stadt Höchststadt an der Aisch mit einem Busnetz des VGN (Verkehrsverbund Großraum Nürnberg) gut ausgestattet, verfügt jedoch über keine Anbindung an das Schienennetz der Deutschen Bahn.

Im Jahr 2014 waren in Höchststadt rd. 4.880 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte** am Arbeitsort registriert. Die Stadt weist einen relativ hohen negativen Pendlersaldo von rd. 870 Personen auf. Im Jahr 2014 standen somit rd. 3.280 Einpendler rd. 4.150 Auspendlern gegenüber<sup>11</sup>. Großer Arbeitgeber der Stadt ist das Maschinenbauunternehmen Schaeffler AG.

Die **Einzelhandelsstruktur** der Stadt Höchststadt setzt sich neben dem **zentralen Versorgungsbereich in der nördlichen Kernstadt** aus dem **Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd** in der südlichen Kernstadt, inkl. eines neuen **Fachmarktstandortes** und dem **Nahversorgungsbereich Südost** zusammen.

Der zentrale Versorgungsbereich (Innenstadt) in der Kernstadt erstreckt sich laut Einzelhandelsentwicklungskonzept über die komplette historisch gewachsene Kernstadt und wird somit vom Schäfergraben, der Lindenstraße, der Bamberger Straße, der Gerbergasse und Kapuzinerstraße begrenzt. Westlich dieses Bereichs zählen noch die Einzelhandelsbetriebe entlang der Rothenburger Straße bis ungefähr zur Kreuzung Wachenrother Weg in einer Randlage mit in den ZVB<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Bundesagentur für Arbeit, Statistik, Stand: 30.06.2014

<sup>12</sup> = zentraler Versorgungsbereich.

Als großflächige Magnetbetriebe sind hier insbesondere im westlichen Bereich Kaufland, Aldi und das Dänische Bettenlager zu nennen. Im historischen Kernstadtbereich befinden sich keine großflächigen Einzelhandelsbetriebe. Hinzuweisen ist jedoch auf einen NKD-Markt, einen Biosupermarkt und einen größeren Sportanbieter.

Der Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd beginnt südlich der Aisch und erstreckt sich entlang der Gewerbebereiche westlich und östlich der Fürther Straße. Hier finden sich Fachmärkte unterschiedlicher Sortimente wie Takko, KIK und ein Baumarkt, aber auch zwei Discounter und ein Getränkemarkt.

Der neue Fachmarktstandort an der Erlanger Straße (B 470) liegt im Osten des Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd. Er grenzt im Westen an die Kulturfabrik Höchststadt an der Aisch und wird im Osten und Norden von Freiflächen umrandet. Dieser Standort mit einem großflächigen Nahversorger, dem Bekleidungsfachmarkt Charles Vögele, einem Rossmann Drogeriemarkt und Ernsting`s Family wurde Ende 2015 neu eröffnet.

Der Nahversorgungsbereich Südost liegt am westlichen Stadtrand der südlichen Kernstadt Höchststadt an der Kreuzung Erlanger / Böhmerwaldstraße und ist geprägt durch einen Discounter, OBI, den Sonderpreis-Baumarkt, sowie das Möbelhaus Kratz.

### 3.2 Mikrostandort Aischparkcenter

Der **Planstandort** des Aischparkcenters befindet sich am Kieferndorfer Weg in dem laut Einzelhandels-Entwicklungskonzept<sup>13</sup> festgelegten **Nahversorgungsbereich Kieferndorfer Weg**.

Das **direkte Umfeld** des Planstandortes ist wie folgt geprägt: Der Standort des geplanten Aischparkcenters grenzt östlich an die Höchstadter Kernstadt an und liegt am Kieferndorfer Weg. Westlich des Vorhabenstandortes finden sich ein Umspannwerk, Freiflächen und Wohnsiedlungsbereiche, nördlich liegt eine Brachfläche, die bis zum Ende des Jahres 2015 als Reitstall Freizeitanlage genutzt wurde. Östlich des Standortes grenzen eine Disko- und eine Spielothek an. Etwas weiter östlich liegen das Eisstadion und das Wellenfreibad, welche dem Standort eine überörtliche Bedeutung zuschreiben. Südlich wird der Standort von den Gewerbebetrieben entlang der Großen Bauerngasse und der Straße Am Aischpark begrenzt.

Im **weiteren Standortumfeld** ist in Richtung Westen auf die Wohnsiedlungsbereiche der Kernstadt sowie auf die Höchstadter Innenstadt mit dem Zentralen Versorgungsbereich, welche sich in rd. 1.500 m Entfernung (Luftlinie) befindet, hinzuweisen. Im weiteren nördlichen Standortumfeld sind landwirtschaftlich genutzte Flächen und Sportanlagen des Tennisvereins TC-Höchststadt

<sup>13</sup> Das Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch wurde im Jahr 2012 verfasst. Es wurde nicht vom Stadtrat verabschiedet, dient jedoch als Grundlage für perspektivische Einzelhandelsentwicklungen.



verortet. Weiter östlich und südlich finden sich überwiegend gewerblich genutzte Flächen wie beispielsweise das C&A- und das Lekkerland-Lager. In rd. zwei Kilometer Luftlinien-Entfernung bzw. ca. sechs Minuten Fahrtzeit-Entfernung liegt südöstlich des Standortes die Autobahnabfahrt Höchststadt-Ost (auf B 470), an welcher sich direkt die Factory-Outlet-Agglomeration Gremsdorf mit Outlet Stores überwiegend aus dem Bereich Bekleidung und Schuhe befinden.

Die verkehrliche **Erreichbarkeit** des Ansiedlungsstandortes für den Individualverkehr kann als gut bewertet werden. Über den Kieferndorfer Weg ist der Standort sowohl aus der Kernstadt der Stadt Höchststadt als auch von der B 470 (südlich des Standortes) und der A 3 (östlich des Standortes) schnell zu erreichen. Für den ruhenden Verkehr wird im Rahmen der Standortplanung ein umfangreiches Stellplatzangebot bereitgestellt.

Eine Anbindung an den **ÖPNV** besteht aktuell über die Bushaltestelle „Freibad“, welche sich in ca. 200 m fußläufiger Entfernung Richtung Osten befindet. Hier verkehren Regionalbuslinien des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg (Linien 246, 247). Die Linie 246 verkehrt einmal pro Tag in Richtung Herzogenaurach über Adelsdorf und Heßdorf. Die Linie 247 verkehrt zwar etwas häufiger, jedoch auch nur ca. fünf Mal pro Tag. Über straßenbegleitende Gehwege ist der Standort zu Fuß und mit dem Fahrrad gut zu erreichen.

**Foto 1: Vorhabenstandort (Blick von Nord nach Süd)**



**Foto 2: Anfahrt aus der Richtung Kieferndorfer Weg**



**Foto 3: Benachbarte Disko-/Spielothek**



**Foto 4: Bushaltestelle Freibad**



### 3.3 Zusammenfassende Standortbewertung

Die spezifischen Eigenschaften des geplanten Standortes für das Aischparkcenter in Höchststadt an der Aisch können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Sie haben wesentlichen Einfluss auf die voraussichtliche Marktbedeutung und Marktdurchdringung und damit auf die Umsatzerwartung des Planvorhabens und werden deshalb nachfolgend vergleichend gegenüber gestellt:

#### Positive Standortfaktoren

- /// Bestehende Baulandpotenziale
- /// Lage neben Sport-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, welche als Frequenzbringer dienen und dem Standort überörtliche Bedeutung verleihen
- /// Lage im Einzugsbereich der im Osten Höchststadts gelegenen Wohngebiete; Schließung von Nahversorgungslücken
- /// gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes via Pkw; großzügig geplante Stellplatzkapazitäten
- /// ÖPNV-Anbindung soll perspektivisch erheblich verbessert werden

#### Negative Standortfaktoren

- /// Lage im Gewerbegebiet ohne direkte Hauptverkehrsachse mit überörtlichem Anschluss
- /// geringer Anteil an Wohnnutzungen im Standortumfeld.

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Standort am Kieferndorfer Weg um einen durch überwiegend gewerbliche Nutzungen geprägten, autoorientierten Standort mit Anschluss an Freizeit- und Sporteinrichtungen mit überörtlicher Bedeutung. Der Standort ist via PKW gut über den Kieferndorfer Weg aus der Höchststadter Kernstadt und von der B 470 und der A 3 ebenfalls über den Kieferndorfer Weg gut erreichbar. Die ÖPNV-Anbindung ist derzeit durch eine Haltestelle gegeben, verfügt jedoch inner- und überörtlich über eine sehr geringe Taktung. Hier wird perspektivisch eine Verbesserung der Anbindung angestrebt.<sup>14</sup>

Mit Blick auf das **Einzelhandels-Entwicklungskonzept** der Stadt Höchststadt an der Aisch werden für den Standort in dem Nahversorgungsbereich Kieferndorfer Weg folgende relevante Aussagen getroffen<sup>15</sup>:

<sup>14</sup> Detailinformationen, z. B. zur Taktung liegen derzeit nicht vor.

<sup>15</sup> Vgl. Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch 2012: 70, 83.



- /// Der Nahversorgungsbereich am Kieferndorfer Weg wurde aus Gründen der Verfügbarkeit von Bauland und der stadträumlichen Lage im Einzugsbereich der großen Wohngebiete im Höchststadter Osten ausgewählt.
- /// Für eine Entwicklung dieses Areals zum Einzelhandelsstandort sollte der Bereich baurechtlich zum Misch- oder ggf. Sondergebiet umgewandelt werden.
- /// Die Ansiedlungsoptionen liegen im Bereich der Nahversorgung mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs.
- /// Entlang des Kieferndorfer Weges erstreckt sich ein großes Gewerbegebiet, das gegenüber der Freizeitanlage (Reitstall) noch größtenteils unbebaut ist. Die Achse Kieferndorfer Weg ist als Erschließungsstraße ausreichend. Die Ansiedlung von Einzelhandel des täglichen Bedarfs wäre hier tragfähig und wünschenswert.

Somit werden grundsätzliche Entwicklungsoptionen für den Standort in stadträumlicher Lage eröffnet, wobei hier der geplante Schwerpunkt im Bereich der Nahversorgung zu beachten ist und somit die städtebauliche Verträglichkeit, insbesondere der zentrenrelevanten Sortimente im Blick zu behalten ist. Durch die Ausweisung als Nahversorgungsbereich im Konzept (ZVB) ist der Standort **per Definition** als integriert zu bewerten, wenngleich faktisch sich die Nahversorgungsfunktion im Sinne einer fußläufigen Erreichbarkeit nur auf den östlichen Bereich der Kernstadt beschränkt. Der Standort befindet sich im Siedlungszusammenhang der Stadt Höchststadt an der Aisch, ist räumlich-funktional vor dem Hintergrund als geplanter Einzelhandelsstandort aber als vorwiegend autokundenorientierte Randlage zu bewerten. Die geplante Größenordnung des Aischparkcenters verdeutlicht aber auch, dass das geplante Fachmarktzentrum nicht nur eine Nahversorgungsfunktion aufweisen wird, sondern vielmehr der Versorgung des gesamten einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereichs dienen soll und damit eindeutig auch einen überörtlichen Versorgungsbezug aufweisen würde.

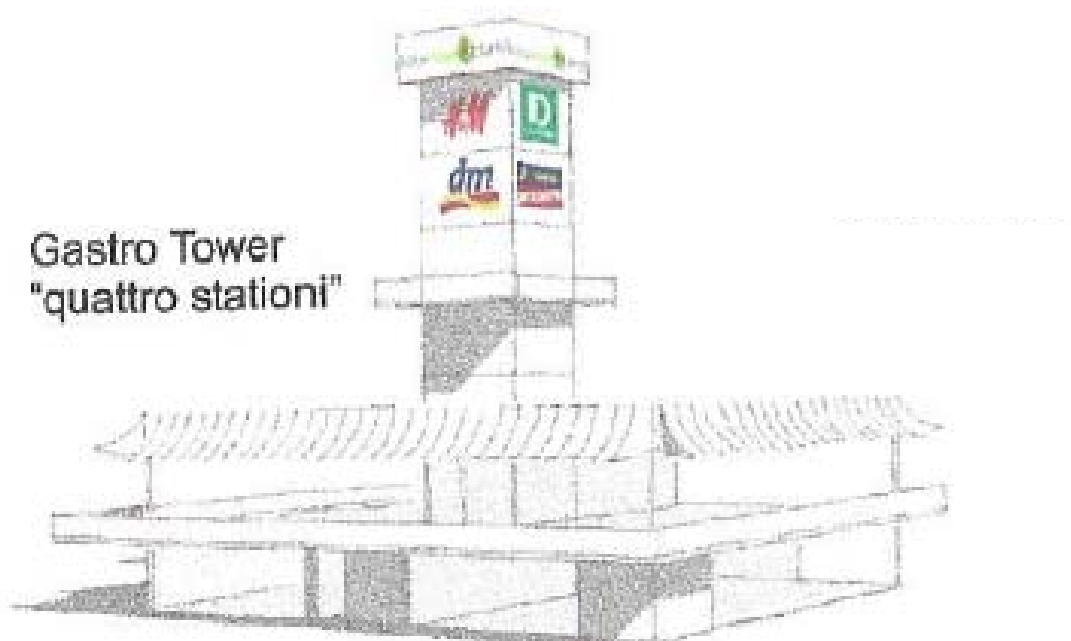
**Karte 3: Mikrostandort Aischparkcenter und Nutzungen im Umfeld**



## II. Daten zum Ansiedlungsvorhaben

In der Stadt Höchststadt an der Aisch ist am Standort Kieferndorfer Weg auf bislang agrarisch genutzten Fläche die Ansiedlung des Fachmarktcenters Aischparkcenter geplant. Die Hauptnutzung des Centers wird Einzelhandel sein. Darüber hinaus soll die Ansiedlung von Dienstleistungsbetrieben, gastronomische Einrichtungen sowie eines Fitnessstudios realisiert werden. Das Fachmarktzentrum soll gemäß aktueller Planungen zwei Etagen und einen sog. Gastro Tower umfassen (vgl. Abbildung 1).

**Abbildung 1: Planung Aischparkcenter**



Quelle: Angaben des Auftraggebers, Stand: Oktober 2015.

Die einzelnen Ladenlokale werden dabei nicht in ein Einzelgebäude mit Mallbereich integriert werden, sondern sind nebeneinander rund um die Parkierungsflächen angeordnet. Während Einzelhandel in den Erdgeschossen angesiedelt werden soll, sind in den Obergeschossen weitere Nutzungen wie z. B. ein Fitnessstudio vorgesehen. So verfügt jeder Einzelhandelsbetrieb über einen separaten Eingang. In der Mitte der Stellplatzanlagen soll der Gastro Tower mit gut sichtbaren Werbeanlagen angesiedelt werden (vgl. Abbildung 1 und 2).

Insgesamt sind für das Aischparkcenter ca. 670 bis 750 Pkw-Stellplätze vorgesehen. Die Zufahrt zum Fachmarktzentrum erfolgt in Richtung Norden über den Kieferndorfer Weg. Zusätzlich ist eine weitere Zufahrt in südlicher Richtung zur Großen Bauerngasse geplant.



Abbildung 2: Lageplan Aischparkcenter



Quelle: Angaben des Auftraggebers, Stand: November 2015.

Nach Angaben des Auftraggebers soll die (Verkaufs-)Fläche im Aischparkcenter insgesamt ca. 18.645 m<sup>2</sup> umfassen, wovon in der ersten Planungsstufe ein Anteil von rd. 16.255 m<sup>2</sup> auf Einzelhandelsnutzungen entfiel. Die restlichen Flächen i. H. v. rd. 2.390 m<sup>2</sup> sollten auf das Fitnessstudio sowie Dienstleister und Gastronomie entfallen. Diese Planungsunterlagen waren Gegenstand des beantragten Raumordnungsverfahrens. Zwischenzeitlich hat die Aischparkcenter GmbH eine Anpassung des Flächenlayouts für das Aischparkcenter insbesondere mit Blick auf die innenstadtrelevanten Sortimente vorgenommen. Neben der Gesamtverkaufsfläche sind hierbei auch Verschiebungen innerhalb der Sortimente vorgesehen. Den aktuellen Planungen<sup>16</sup> entsprechend, soll nunmehr lediglich ein Flächenanteil i. H. v. je nach Besatz ca. 14.540 bzw. 15.040 m<sup>2</sup> auf Einzelhandelsbetriebe entfallen (vgl. Tabelle 1). Bislang steht keine vollständige Mieterliste für das Aischparkcenter fest. So stehen mit Blick auf das Sortiment Bekleidung zwei Planungsvarianten im Raum:

<sup>16</sup> Stand: 16.02.2016

- /// **Variante 1:** 1 Textilkaufhaus (VK ca. 1.700 m<sup>2</sup>) sowie 4 Textilfachmärkte (VK gesamt ca. 2.600 m<sup>2</sup>)
- /// **Variante 2:** 2 Textilkaufhäuser (VK gesamt ca. 2.700 m<sup>2</sup>) sowie 3 Textilfachmärkte (VK gesamt ca. 1.100 m<sup>2</sup>)

So liegt die Gesamtverkaufsfläche für Bekleidung entweder bei rd. 3.800 m<sup>2</sup> oder bei ca. 4.300 m<sup>2</sup>.

Als Magnetbetriebe für das Aischparkcenter mit einer Verkaufsfläche von mehr als 1.000 m<sup>2</sup> sind u. a. ein Supermarkt zzgl. Getränkemarkt, ein Lebensmitteldiscounter (z. B. Netto), ein Gartencenter (z. B. Dehner), größere Textilfilialisten (u. a. H&M, Takko) sowie ein Elektronikfachmarkt (z. B. Expert / Euronics) vorgesehen. Ergänzend zu den großflächigen Anbietern sollen zahlreiche Fachmarktkonzepte unterschiedlicher Sortimente (u. a. Sport, Schuhe, Lederwaren, Haushaltswaren / GPK) angesiedelt werden.

**Tabelle 1: Branchen- und Sortimentskonzept für das Aischparkcenter**

| Sortimente                             | Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> |                               | potenzielle Mieter<br>(Auswahl)             |
|--|----------------------------------|-------------------------------|---|
|  | Ursprüngliche<br>Planung (RVMO)  | Aktuelle Planung              |   |
| Nahrungs- und Genussmittel             | 3.050                            | 3.070                         | Rewe, Netto, Getränkemarkt                  |
| davon Supermarkt                       | 1.500                            | 1.500                         |   |
| davon Lebensmitteldiscounter           | 1.050                            | 1.070                         |   |
| davon Getränkemarkt                    | 500                              | 500                           |   |
| Gesundheit / Körperpflege              | 850                              | 850                           | dm, Medicon Apotheke                        |
| davon Drogeriemarkt                    | 700                              | 700                           |   |
| davon Apotheke                         | 150                              | 150                           |   |
| Bekleidung                             | 4.770                            | 3.800 bzw.<br>4.300           | H&M, Mister Lady Jeans, Takko               |
| Schuhe                                 | 570                              | 670                           | Deichmann, K + K Schuhe                     |
| Sport*                                 | 900                              | 750                           | Hervis                                      |
| Lederwaren                             | 100                              | 100                           | Dorsch Lederwaren                           |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 550                              | 470                           | Teilflächen Dorsch und Depot, Geschenkeshop |
| Heimtextilien/Bettwaren                | 710                              | 180                           | Teilflächen Depot                           |
| Uhren / Schmuck (Modeschmuck)          | 275                              | 70                            | Teilfläche Dorsch                           |
| Elektrowaren                           | 1.100                            | 1.100                         | Euronics, Expert                            |
| Gartenartikel / Pflanzen               | 2.500                            | 2.500                         | Dehner                                      |
| Zoologischer Bedarf                    | 500                              | 500                           | Teilfläche Dehner                           |
| Sonderposten                           | 380                              | 380                           | Tchibo Prozente                             |
| Baumarktsortiment                      | --                               | 100                           | Screwfix                                    |
| <b>Summe Einzelhandel</b>              | <b>16.255</b>                    | <b>14.540 bzw.<br/>15.040</b> | --  |
| Dienstleistung / Gastronomie           | 2.390                            | 3.605 bzw.<br>4.105           | --  |
| <b>Summe gesamt</b>                    | <b>18.645</b>                    | <b>18.645</b>                 | --  |

Quelle: Angaben des Auftraggebers, Stand: Januar/Februar 2016; ca.-Werte; gerundet

\* inkl. Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder)

-- bislang kein potenzieller Mieter bekannt

Die vorliegende Analyse bezieht sich als Bewertungsgrundlage auf die aktuelle Planung (Planungsstand 16.02.2016).

Mit Blick auf die geplanten Sortimente ist Folgendes zu berücksichtigen:

- /// **Sonderpostenmärkte** führen ein häufig wechselndes, durch Restposten gekennzeichnetes Sortiment und umfassen mehrere Sortimentsbereiche. Die Aufteilung der einzelnen Sortimente wechselt ständig und ist somit für eine Marktanteilsberechnung methodisch kaum fassbar. Durch die Aufteilung in viele verschiedene Sortimente wird davon ausgegangen, dass – bezogen auf die Einzelsortimente – bei einer Verkaufsfläche von rd. 380 m<sup>2</sup> Umsatzumverteilungen nur in so geringem Umfang ausgelöst werden bzw. dass sie sortimentsbezogen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Entsprechend wird der geplante Sonderposten im weiteren Verlauf der Analyse nicht tiefergehend betrachtet.
  
- /// Bei dem geplanten Anbieter aus dem **Baumarktsegment** handelt es sich um einen Screwfix Markt. Screwfix ist kein klassischer Baumarkt. Bei dem Anbieter handelt es sich vielmehr um einen Betreiber mit Schwerpunkt Lieferservice und Abholung vorbestellter Ware. Bei einer Gesamtfläche von rd. 1.000 m<sup>2</sup> entfallen auf die den Kunden zugängliche Fläche etwa 100 m<sup>2</sup>. Auf dieser Fläche wird lediglich ein kleiner Ausschnitt der verfügbaren Artikel zur Mitnahme angeboten. Dementsprechend kann der geplante Markt als atypischer Wettbewerber mit einem großen Lagerbereich begriffen werden und wird somit im Rahmen der Analyse nicht weiter berücksichtigt. Ferner ist zu erwarten, dass auf einer Verkaufsfläche von rd. 100 m<sup>2</sup> im Baumarktsegment keine nachweisbaren Auswirkungen ausgelöst werden.

Dementsprechend werden in der vorliegenden Analyse die Sortimente Sonderposten und Baumarktwaren nicht näher untersucht.<sup>17</sup>

Mit Blick auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch ist der Standort prinzipiell als Nahversorgungsbereich ausgewiesen, welcher insbesondere Versorgungsfunktionen für die Wohngebiete im Höchststadter Osten übernehmen soll. Als Sortimente sind dementsprechend die als nahversorgungsrelevant klassifizierten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege sowie Schreibwaren für den Standortbereich vorgesehen. Darüber hinaus ist gemäß Konzept auch die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten in den Nahversorgungsbereichen möglich. Die zentrenrelevanten Sortimente (u. a. Bekleidung, Schuhe, Sport) sollen gemäß Konzept hingegen primär dem Stadtzentrum / der Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) von Höchststadt an der Aisch vorbehalten bleiben. Insofern ist das Vorhaben nicht in allen Teilen kongruent zum Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch.

<sup>17</sup> Ferner bestehen noch Überlegungen Flächen mit Kfz-Zubehör und / oder Küchenmöbeln zu belegen. Hierzu konnten aber vom Auftraggeber keine konkreten Angaben zu den Verkaufsflächen vorgenommen werden. Eine Beurteilung müsste ggf. in einem Nachtrag erfolgen.

### III. Potenzielles Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

#### 1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets

Der Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes für das geplante Aischparkcenter kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als potenzielles Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit **regelmäßigen, dauerhaften** und **ausgeprägten** Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des potenziellen Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur)
- /// Sortiments- und Anbieterstruktur, Dimensionierung und daraus zu erwartende Anziehungskraft des Vorhabens (Agglomerationseffekte)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen im Untersuchungsraum
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Zu beachten ist, dass nicht alle geplanten Nutzungen das potenzielle Einzugsgebiet in gleich hoher Intensität erschließen können.<sup>18</sup> So werden z.B. die geplanten Anbieter mit innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Bekleidung, Schuhe, Sport) oder des langfristigen Bedarfs<sup>19</sup> (z.B. Gartensortiment) ein tendenziell größeres Einzugsgebiet abdecken (müssen) als z.B. die Anbieter aus dem kurzfristigen / täglichen Bedarfsbereich (z.B. Lebensmittel).

Das Einzugsgebiet lässt sich unter Berücksichtigung der genannten Faktoren wie folgt abgrenzen:

<sup>18</sup> Siehe auch Bezugsräume gem. LEP Bayern (vgl. dazu Kap. VII. 3. )

<sup>19</sup> Siehe auch sonstiger Bedarf gem. LEP Bayern



**Tabelle 2:    Potenzielles Einzugsgebiet des geplanten Aischparkcenters**

| Zone                        | Gemeinde / Stadt   | Einwohner      |              |
|-----------------------------|--|----------------|--------------|
|                             |  | absolut        | anteilig     |
| Zone I                      | Höchststadt an der Aisch (Ortsteile Höchststadt, Antoniuskapelle, Etzelskirchen, Greiendorf, Greienmühle, Kleinneuses, Lappach, Nackendorf, Sterpersdorf), Gremsdorf (Ortsteile Gremsdorf, Buch, Krausenbechhofen)   | 13.600         | 6 %          |
| Zone II                     | Höchststadt an der Aisch (restliche Ortsteile), Gremsdorf (restliche Ortsteile), Adelsdorf, Dachsbach, Großenseebach, Hallerndorf, Hemhofen, Heroldsbach, Heßdorf, Lonnerstadt, Mühlhausen, Pommersfelden, Röttenbach, Uehlfeld, Vestenbergsgreuth, Wachenroth, Weisendorf   | 55.160         | 25 %         |
| Zone III                    | Burgebrach, Frensdorf, Hirschaid, Altendorf, Eggolsheim (Ortsteile westlich der Autobahn), Forchheim (Ortsteile westlich der Autobahn), Hausen, Möhrendorf, Erlangen (Ortsteile westlich der Autobahn), Herzogenaurach, Aurachtal, Oberreichenbach, Wilhelmsdorf, Emskirchen, Gerhardshofen, Neustadt an der Aisch, Diespeck, Gutenstetten, Langenfeld, Baudenbach, Münchsteinach, Markt Taschendorf, Burghaslach, Schlüsselfeld | 151.770        | 69 %         |
| <b>Einzugsgebiet gesamt</b> |  | <b>220.530</b> | <b>100 %</b> |

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Datenstand: 30.09.2014; Stadt Höchststadt an der Aisch, Datenstand: 31.12.2015; Gemeinde Gremsdorf, Datenstand: 31.12.2014; Gemeinde Hirschaid, Datenstand: 31.12.2014; Stadt Erlangen, Datenstand: 31.12.2014; Gemeinde Eggolsheim, Datenstand abgerufen am 14.01.2016; Stadt Forchheim, Datenstand: 31.12.2015.

Das potenzielle Einzugsgebiet des Aischparkcenters besteht in **Zone I (= Naheinzugsgebiet)** im Wesentlichen aus der Kernstadt der Stadt Höchststadt an der Aisch sowie aus dem unmittelbar angrenzenden Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde Gremsdorf. Es ist davon auszugehen, dass zu den Einwohnern der Zone I aufgrund der räumlichen Nähe die intensivsten Einkaufsbeziehungen bestehen werden, sodass der Bereich als Naheinzugsgebiet definiert werden kann. Ein Teil der dort lebenden Bevölkerung, die östlichen Wohngebiete der Stadt Höchststadt an der Aisch, kann den Standort fußläufig erreichen<sup>20</sup>. Für diese Bereiche dient der Standortbereich gemäß Einzelhandels-Entwicklungskonzept als Nahversorgungsbereich.

**Zone II (= erweitertes Einzugsgebiet)** des Einzugsgebiets umfasst die siedlungsräumlich weiter entfernten Ortsteile der Stadt Höchststadt an der Aisch und Gremsdorf sowie die umliegenden Städte und Gemeinden, welche den Standort via Pkw in etwa 20 Fahrminuten erreichen können. Für diesen Raum stellt die Stadt Höchststadt an der Aisch in seiner Funktion als Mittelzentrum einen bedeutenden Standort für die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs (Einzelhandel, öffentliche- und kulturelle Einrichtungen, etc.) dar. Trotz

<sup>20</sup> Die Bezirksregierung Köln geht in ihrem Merkblatt „Regelungen für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung“ von einem fußläufigen Einzugsbereich von 700 Metern aus. In der Fachliteratur werden entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert. Diese liegen je nach Topographie bei rd. 10 Minuten bzw. zwischen 500 und 1.000 Metern.

der verkehrlich guten Erreichbarkeit innerhalb einer Zeitspanne von etwa 20 Minuten wird hier aufgrund der Nähe zu den nächsten zentralen Orten wie Erlangen, Forchheim und Herzogenaurach mit Kundenmehrfachorientierungen zu rechnen sein.

**Zone III (= Ferneinzugsgebiet)** steckt ein großräumiges Gebiet ab, welches in einer Fahrtzeitentfernung zum Vorhabenstandort von ca. 20 bis 30 Minuten liegt. Es beinhaltet somit die Städte und Gemeinden westlich des erweiterten Einzugsgebiets wie Neustadt an der Aisch, Schlüsselfeld oder Burgebrach. Östlich erstreckt es sich entlang der Autobahn 73 und beinhaltet u. a. Herzogenaurach, Teile der Städte Erlangen, Forchheim und Hirschaid. In diesem Ferneinzugsgebiet kann aufgrund der Entfernung für viele Sortimente - insbesondere des kurzfristigen / täglichen Bedarfs – nur noch von einer geringen Marktdurchdringung ausgegangen werden. Es wird somit der unterschiedlich zu betrachtenden Marktdurchdringung der Sortimente nach ihrer Fristigkeit, wie beispielsweise eines Gartencenters oder Elektrofachmarktes und den Kundenzuführungseffekten durch die Agglomerationswirkung am Fachmarktstandort, Rechnung getragen. Aufgrund des leistungsfähigen Besatzes in den Städten in Zone III, bzw. auch außerhalb des Einzugsgebietes – vorwiegend in der Innenstadt des Oberzentrums Erlangen, aber auch in den anderen Mittelzentren (Herzogenaurach, Forchheim) – ist von weniger intensiven Kundeneinzugsbeziehungen an den Standort des Aischparkcenters auszugehen. Durch seine verkehrsgünstige Lage nahe der Autobahn 3 und Interdependenzen zwischen, sowie Überschneidungen mit den Einzugsgebieten der Städte im und außerhalb des Ferneinzugsgebiet sind diese aber ebenfalls zu berücksichtigen.<sup>21</sup>

Darüber hinausgehende Kundenzuführungseffekte an den Standort (z. B. durch Pendler, Touristen) werden im Rahmen von **Streukundeneffekten** abgebildet und sind auf die verkehrsgünstige Lage der Stadt Höchststadt an der Aisch und des Mikrostandortes des Aischparkcenters am Kieferndorfer Weg zurückzuführen.

Gemäß aktueller Bevölkerungsprognosen ist für die Stadt Höchststadt an der Aisch von einer positiven Bevölkerungsentwicklung mit einem Zuwachs von ca. 2,2 % bis 2021 auszugehen<sup>22</sup>. Während auch für den Großteil der im Einzugsgebiet des Aischparkcenters gelegenen Städte und Gemeinden ein Bevölkerungszuwachs von bis zu rd. 6 % prognostiziert wird, werden zahlreiche Gebiete im Einzugsgebiet zukünftig mit Bevölkerungsverlusten konfrontiert sein (max. 6 – 7 %). Wesentliche Einwohnerrückgänge haben insbesondere Hemhofen, Wilhelmsdorf und Münchsteinach zu erwarten<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> Nach Absprache mit der Regierung von Mittelfranken hat eine Berücksichtigung der benachbarten Mittel- und Oberzentren zu erfolgen.

<sup>22</sup> Quelle: Demographie-Spiegel für Bayern. Berechnungen für Gemeinden ab 5.000 Einwohnern bis 2029.

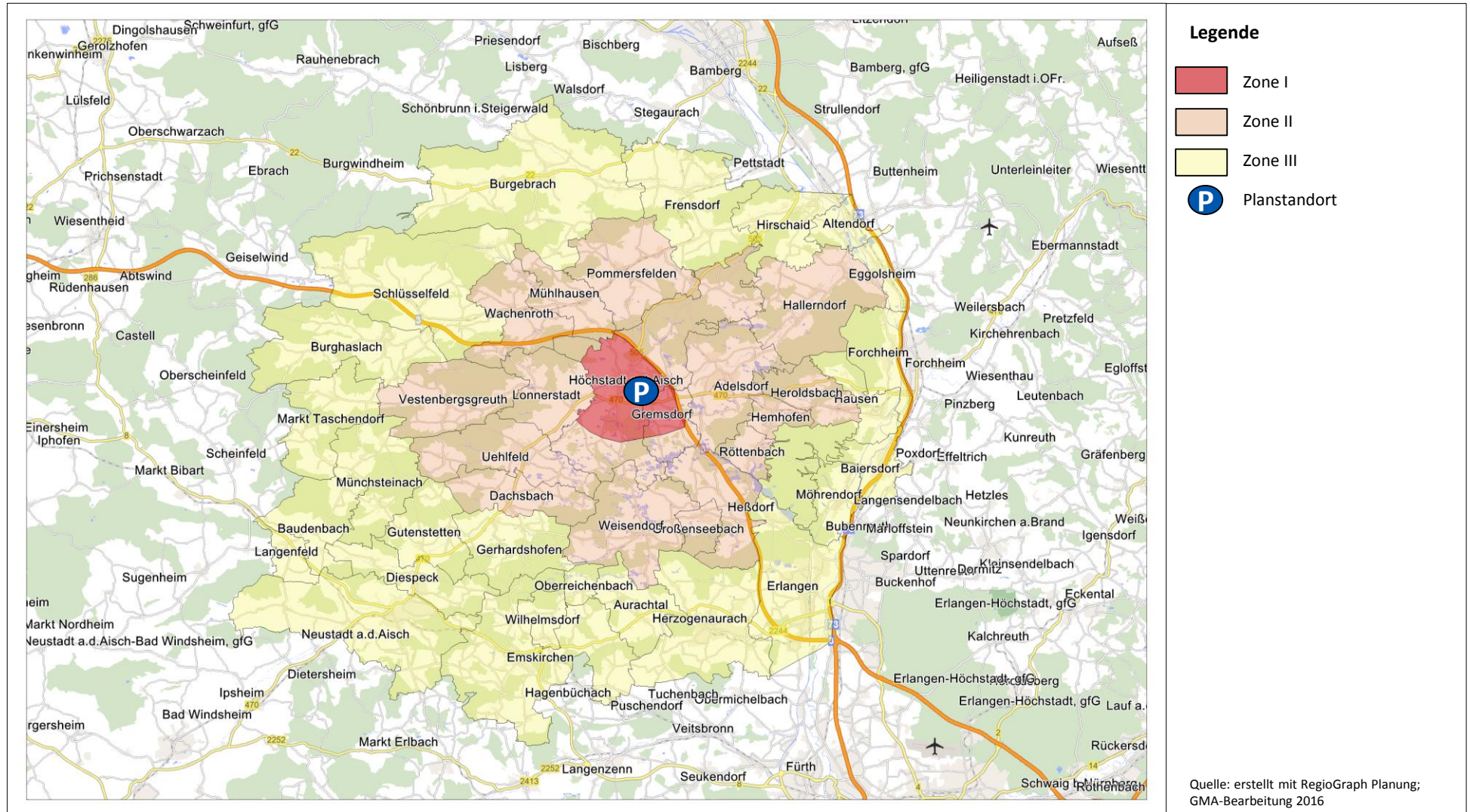
<sup>23</sup> Quelle: ebenda. Bevölkerungsentwicklung in den kreisfreien Städten und Landkreisen Bayerns.

Mit Blick auf das gesamte Einzugsgebiet wird eine stabile Bevölkerungsentwicklung mit einem leichten Rückgang von 0,4 % prognostiziert. Dementsprechend ist von einem stabilen Kaufkraftvolumen bis 2021 auszugehen<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Quelle: Demographie-Spiegel für Bayern. Berechnungen für Gemeinden ab 5.000 Einwohnern bis 2029. Bevölkerungsentwicklung in den kreisfreien Städten und Landkreisen Bayerns.

### Karte 4: Potenzielles Einzugsgebiet des geplanten Aischparkcenters



## 2. Kaufkraft im potenziellen Einzugsgebiet

Nach Angaben der Studie „Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013“ werden für die projektrelevanten Sortimente folgende Pro-Kopf-Ausgabewert angesetzt:<sup>25</sup>

**Tabelle 3: Pro-Kopf-Ausgaben für die projektrelevanten Sortimente**

| Sortiment                              | Pro-Kopf-Ausgaben<br>in €/Jahr |
|--|--------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel*            | 1.891                          |
| Drogerie- / und Parfümeriewaren        | 297                            |
| Apothekerwaren                         | 614                            |
| zoologischer Bedarf                    | 47                             |
| Bekleidung                             | 518                            |
| Schuhe                                 | 102                            |
| Sport**                                | 113                            |
| Lederwaren                             | 24                             |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 60                             |
| Heimtextilien                          | 82                             |
| Uhren / Schmuck                        | 56                             |
| Elektrowaren                           | 472                            |
| Gartenartikel / Pflanzen               | 146                            |

Quelle: Struktur und Marktdaten im Einzelhandel 2013

\*ohne Nonfoodanteile des Lebensmitteleinzelhandels

\*\* inkl. Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder)

Bei der Kaufkraftberechnung für das potenzielle Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>26</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffern von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Höchststadt an der Aisch mit 103,1 auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In den weiteren Städten und Gemeinden im Einzugsgebiet liegen die Kaufkraftkennziffern in einer Spanne zwischen 94,2 (Gremsdorf) und 123,7 (Herzogenaurach).

Unter Einbeziehung der lokalen Kaufkraftkoeffizienten ergeben sich im abgegrenzten Einzugsgebiet für die einzelnen Sortimente folgende Nachfragevolumina:

<sup>25</sup> Quelle: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

<sup>26</sup> Quelle: MB Research, 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.



**Tabelle 4: Sortimentsspezifische Kaufkraft im potenziellen Einzugsgebiet**

| Sortiment                              | Zone I              | Zone II      | Zone III     | Einzugsgebiet  |
|--|---------------------|--------------|--------------|----------------|
|  | Kaufkraft in Mio. € |              |              |                |
| Nahrungs- und Genussmittel*            | 26,3                | 108,1        | 312,3        | <b>446,7</b>   |
| Drogerie- / und Parfümeriewaren        | 4,1                 | 17,0         | 49,1         | <b>70,2</b>    |
| Apothekerwaren                         | 8,9                 | 36,6         | 105,9        | <b>151,4</b>   |
| zoologischer Bedarf                    | 0,7                 | 2,7          | 7,8          | <b>11,2</b>    |
| Bekleidung                             | 7,2                 | 29,6         | 85,6         | <b>122,4</b>   |
| Schuhe                                 | 1,4                 | 5,8          | 16,8         | <b>24,0</b>    |
| Sport**                                | 1,6                 | 6,5          | 18,7         | <b>26,8</b>    |
| Lederwaren                             | 0,3                 | 1,4          | 4,0          | <b>5,7</b>     |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 0,8                 | 3,4          | 9,9          | <b>14,1</b>    |
| Heimtextilien                          | 1,1                 | 4,7          | 13,5         | <b>19,3</b>    |
| Uhren / Schmuck                        | 0,8                 | 3,2          | 9,2          | <b>13,2</b>    |
| Elektrowaren                           | 6,6                 | 27,0         | 78,0         | <b>111,6</b>   |
| Gartenartikel / Pflanzen               | 2,0                 | 8,3          | 24,1         | <b>34,4</b>    |
| <b>Summe</b>                           | <b>61,8</b>         | <b>254,3</b> | <b>734,9</b> | <b>1.051,0</b> |

GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

\* ohne Nonfoodanteile des Lebensmitteleinzelhandels

\*\* inkl. Sportgroßgeräte (u. a. Fahrräder)

## IV. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

### 1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Die Beurteilung der Wettbewerbssituation beruht auf einer aktuellen Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels, die im Dezember 2015 bis Januar 2016 von der GMA durchgeführt wurde. Der Untersuchungsraum, welcher die räumliche Begrenzung der Bestandserhebung bildet, umfasst das potenzielle Einzugsgebiet des Aischparkcenters sowie die Mittel- und Oberzentrum Neustadt an der Aisch, Herzogenaurach, Erlangen, Forchheim und Hirschaid sowie die Stadt Schlüsselfeld, welche z.T. nur mit Teilbereichen der Stadtgebiete im Einzugsgebiet liegen.

Als Wettbewerber für das geplante Aischparkcenter kommen sämtliche Betriebsformen in Betracht, die zumindest teilweise einen der Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege, zoologischer Bedarf, Bekleidung, Schuhe, Sport, Lederwaren, Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel, Heimtextilien, Uhren / Schmuck, Elektrowaren, Gartenartikel / Pflanzen oder Sonderposten führen. Entsprechend wurden sowohl Fachgeschäfte und Fachmärkte als auch Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser sowie Kauf- und Warenhäuser berücksichtigt.

Ein besonderes Augenmerk genießen in diesem Zusammenhang bei der räumlichen Zuordnung die Anbieter in **zentralen Versorgungsbereichen**. Grundlage der Abgrenzung bilden die jeweiligen Einzelhandelsentwicklungskonzepte<sup>27</sup>. Die Erfassung des projektrelevanten Angebots erfolgte in einem räumlich abgestuften Verfahren:

- /// In Zone I des Einzugsgebiets wurden sämtliche Einzelhandelsbetriebe mit Sortimentsüberschneidungen erfasst.
- /// In Zone II des Einzugsgebiets erfolgte die Aufnahme der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in den Stadt- bzw. Ortszentren und sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sowie in Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorten. Darüber hinaus wurden im übrigen Siedlungsgebiet (Streulagen) sämtliche Anbieter erfasst, die eine Verkaufsfläche von mehr als 300 m<sup>2</sup> aufweisen.
- /// In den in Zone III gelegenen Mittel- und Oberzentren wurde die Angebotsaufnahme auf die zentralen Versorgungsbereiche (Innenstädte sowie Nahversorgungs- und Stadtteilzentren<sup>28</sup>) und Fachmarkttagglomerationen bzw. Fachmarktstandorte konzentriert. Darüber hinaus wurden auch in den weiteren Orten strukturprägende Anbieter (> 400 m<sup>2</sup>) berücksichtigt.

<sup>27</sup> Bei Städten und Gemeinden, welche nicht über ein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept verfügen, erfolgte die Abgrenzung anhand der tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort durch GMA-Mitarbeiter.

<sup>28</sup> Mit Blick auf die Stadt Erlangen erfolgte die Bestandserhebung in der Innenstadt, den Nahversorgungslagen Typ I sowie den Nahversorgungslagen Typ II westlich der Bundesautobahn A 73.

Insgesamt wurden 996 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 325.000 m<sup>2</sup> erfasst und in die Auswertung mit aufgenommen.<sup>29</sup> Die Umsätze der jeweiligen Betriebe wurden über eine individuelle Bewertung des konkreten Angebotsbestands ermittelt. Dabei wurde für jeden einzelnen Anbieter eine qualifizierte Umsatzschätzung vorgenommen, bei der neben Branchenkenntnissen auch der Betriebstyp, das individuelle Angebotskonzept, örtliche Standortbedingungen und der jeweilige Marktauftritt berücksichtigt wurden.<sup>30</sup>

## 2. Wettbewerbssituation in Höchststadt an der Aisch und Gremsdorf (Zone I)

### Höchststadt an der Aisch

Im Folgenden wird die relevante Wettbewerbssituation, die anhand der GMA-Erhebungen im Dezember 2015 und Januar 2016 erfasst wurde, dargelegt. Die Gesamtverkaufsfläche aller Anbieter mit vorhabenrelevanten Sortimenten in Höchststadt an der Aisch – differenziert nach Lagen – ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen. Es kann Folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt sind in Höchststadt an der Aisch rd. 18.805 m<sup>2</sup> projektrelevante Verkaufsfläche verortet. Von dieser Verkaufsfläche entfällt knapp die Hälfte auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (ca. 48 %). Der Vergleich mit der projektierten Verkaufsfläche im geplanten Fachmarktzentrum verdeutlicht, dass sich bei Realisierung des Vorhabens die projektrelevante Verkaufsfläche fast verdoppeln würde (rd. +80 %) bzw. die geplante Verkaufsfläche in den relevanten Sortimentsbereichen fast doppelt so groß wäre wie die entsprechende Fläche im ZVB Innenstadt.
- /// Den räumlichen Schwerpunkt bilden insgesamt nicht integrierte Lagen mit ca. 46 % der relevanten Verkaufsfläche. Auf den ZVB Innenstadt entfallen ca. 40 % der projektrelevanten Verkaufsflächen, wobei hier deutliche Unterschiede zwischen den Sortimenten sichtbar werden. Insbesondere in den Sortimentsbereichen Schuhe, Sport, Lederwaren, Heimtextilien, Uhren / Schmuck und Elektrowaren ist ein Schwerpunkt in der Innenstadt feststellbar. Im innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung, ist aber lediglich gut ein Drittel des vorhandenen Angebots in der Innenstadt verortet. Große Teile der Verkaufsfläche entfallen hier auf die Fachmarktstrukturen im Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd sowie auf nicht integrierte Lagen (u. a. Kik, Vögele).

Für das nahversorgungsrelevante Sortiment Nahrungs- und Genussmittel entfällt hingegen ein erheblicher Anteil auf den ZVB Innenstadt (ca. 46 %). Dies ist v. a. auf Kaufland und Aldi zurück zu führen, die im Einzelhandelskonzept noch dem ZVB zugeordnet wurden. Auffällig ist, dass die Nahversorgungsbereiche Etzelskirchen / Höchststadt-Nord und Kieferndorfer Weg (=Planstandort Aischparkcenter) keinen Besitz aufweisen.

<sup>29</sup> Bei Lebensmittelmärkten wurde der VK-Anteil für Drogeriewaren anteilig erhoben. Ebenso wurde bei größeren Betrieben ab ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK eine sortimentsstarke Erhebung der Teilflächen vorgenommen.

<sup>30</sup> Dabei konnte die GMA zum Teil auch auf Ergebnisse früherer Untersuchungen in den Städten und Gemeinden im Untersuchungsraum zurückgreifen.



Tabelle 5: Verkaufsflächenverteilung in Höchststadt an der Aisch

| Sortimente                  | ZVB Innenstadt    |           | integrierte Lagen |           | nicht integrierte Lagen |           | Gesamtbestand     |
|-----------------------------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------|
|                             | in m <sup>2</sup> | in %      | in m <sup>2</sup> | in %      | in m <sup>2</sup>       | in %      | in m <sup>2</sup> |
| Nahrungs- und Genussmittel* | 4.160             | 46        | 1.120             | 12        | 3.840                   | 42        | <b>9.120</b>      |
| Gesundheit / Körperpflege** | 720               | 44        | 185               | 11        | 830                     | 45        | <b>1.735</b>      |
| Bekleidung ***              | 890               | 35        | --                | --        | 1.650                   | 65        | <b>2.540</b>      |
| Schuhe                      | 90                | 100       | --                | --        | --                      | --        | <b>90</b>         |
| Sport                       | 440               | 85        | --                | --        | 80                      | 15        | <b>520</b>        |
| Lederwaren                  | 125               | 100       | --                | --        | --                      | --        | <b>125</b>        |
| Haushaltswaren / GPK        | 255               | 33        | 250               | 32        | 265                     | 35        | <b>770</b>        |
| Heimtextilien               | 330               | 81        | 20                | 5         | 55                      | 14        | <b>405</b>        |
| Uhren / Schmuck             | 125               | 100       | --                | --        | --                      | --        | <b>125</b>        |
| Elektrowaren                | 330               | 92        | --                | --        | 30                      | 8         | <b>360</b>        |
| Gartenartikel / Pflanzen    | --                | --        | 1.100             | 84        | 205                     | 16        | <b>1.305</b>      |
| Zoologischer Bedarf         | 65                | 4         | --                | --        | 1.645                   | 96        | <b>1.710</b>      |
| <b>Gesamt</b>               | <b>7.530</b>      | <b>40</b> | <b>2.675</b>      | <b>14</b> | <b>8.600</b>            | <b>46</b> | <b>18.805</b>     |

GMA-Erhebungen 2015/2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

\* inkl. des zu verlagernden Netto-Marktes

\*\* Drogerie- und Parfümeriewaren und Apotheken sowie Teilflächen der Lebensmittelmärkte.

\*\*\* inkl. des zu verlagernden Takko-Textilfachmarktes

-- kein Bestand vorhanden

Folgende Anbieter in Höchststadt an der Aisch können als wesentliche Hauptwettbewerber (VK > 400 m<sup>2</sup>) des geplanten Fachmarktzentrums Aischparkcenter ausgemacht werden (Auswahl)<sup>31</sup>:

- /// **Kaufland**, SB-Warenhaus, Rothenburger Straße, Lage im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, ca. 3.300 m<sup>2</sup> VK
- /// **Edeka**, Supermarkt, Erlanger Straße, Lage in neu entwickeltem Fachmarktstandort in nicht integrierter Lage, ca. 1.600 m<sup>2</sup> VK
- /// **Norma**, Lebensmitteldiscounter, Böhmerwaldstraße, Lage im Nahversorgungsbereich Höchststadt-Südost, ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK
- /// **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Rothenburger Straße, Lage im zentralen Versorgungsbe- reich Innenstadt, ca. 960 m<sup>2</sup> VK
- /// **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, Schlesierstraße, in nicht integrierter Lage im Ergänzungsbereich, ca. 830 m<sup>2</sup> VK
- /// **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Fürther Straße, in nicht integrierter Lage im Ergän- zungsbereich, ca. 750 m<sup>2</sup> VK<sup>32</sup>
- /// **Rossmann**, Drogeriefachmarkt, Erlanger Straße, Lage in neu entwickeltem Fachmarkt- standort in nicht integrierter Lage im Ergänzungsbereich, ca. 750 m<sup>2</sup> VK
- /// **Vögele**, Textilfachmarkt, Erlanger Straße, Lage in neu entwickeltem Fachmarktstand- ort in nicht integrierter Lage im Ergänzungsbereich, ca. 630 m<sup>2</sup> VK
- /// **Takko**, Textilfachmarkt, Fürther Straße, in nicht integrierter Lage im Ergänzungsbereich, ca. 600 m<sup>2</sup> VK
- /// **KiK**, Textilfachmarkt, Fürther Straße, in nicht integrierter Lage im Ergänzungsbereich, ca. 430 m<sup>2</sup> VK<sup>33</sup>

In Höchststadt an der Aisch ist derzeit eine, mit Blick auf nahezu sämtliche projektrelevante Sortimente, im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe (ca. 10.001 – 15.000 Einwohner) überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner) vorhanden, was die Versorgungsfunktion Höchststadts für das Umland unterstreicht (vgl. Abbildung 2). Lediglich in den Sortimenten Schuhe und Elektrowaren ist die Verkaufsflächenausstattung in Höchststadt an der Aisch deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt.

Hierbei ist jedoch zu beachten, dass Höchststadt an der Aisch landesplanerische die Funktion eines Mittelzentrums übernimmt und so auch wichtige Versorgungsfunktionen für die Kommunen im

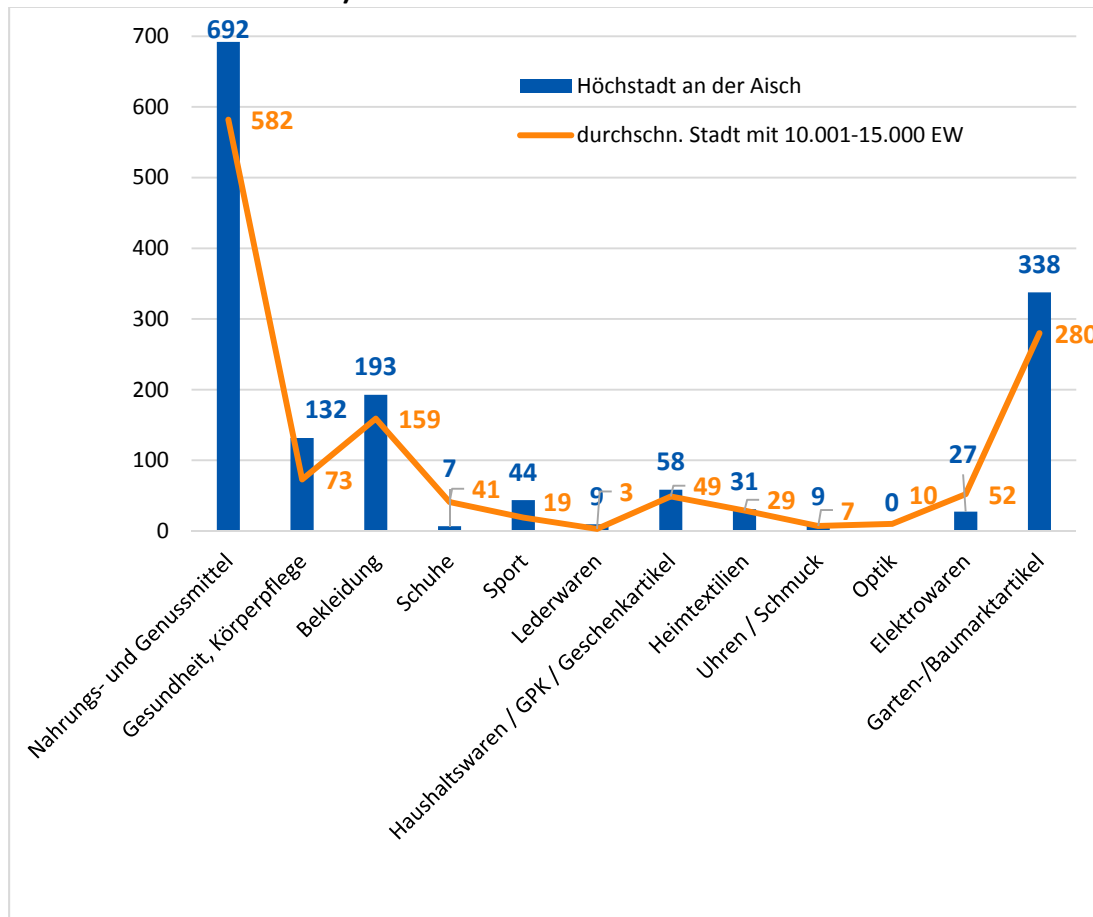
<sup>31</sup> Die Betriebe werden mit ihrer Gesamtverkaufsfläche aufgelistet. Eventuelle Abweichungen zu Tabelle 5 können durch die darin enthaltene sortimentsgenaue Verkaufsflächenerfassung erklärt werden.

<sup>32</sup> Dieser Markt soll nach Angaben des Auftraggebers in das Aischparkcenter verlagert werden.

<sup>33</sup> Dieser Markt soll nach Angaben des Auftraggebers in das Aischparkcenter verlagert werden.

Mittelbereich erfüllt. Gemäß einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich leben im Einzugsbereich von Höchststadt an der Aisch insgesamt ca. 39.500 Einwohner<sup>34</sup>.

**Abbildung 3: Verkaufsflächenausstattung in Höchststadt an der Aisch (in m<sup>2</sup> / 1.000 Einwohner)**



GMA-Erhebung 2015 / 2016; GMA-Kennziffern Studie 2009.

Wichtigster Wettbewerbsstandort für das geplante Aischparkcenter ist die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch. Als großflächige Magnetbetriebe sind hier insbesondere im westlichen Bereich Kaufland, Aldi und ein Dänisches Bettenlager zu nennen. Im historischen Kernstadtbereich befinden besteht das Angebot vorwiegend aus einem kleinteilig strukturierten Fachgeschäftsbesatz. Vereinzelt waren im Rahmen der Erhebung leerstehende Ladenlokale festzustellen. Der Innenstadt zugeordnet ist außerdem der Ergänzungsbereich Höchststadt-Süd, welcher sich südlich der Aisch befindet und sich entlang der Gewerbebereiche westlich und östlich der Fürther Straße erstreckt (nicht integrierte Standortlage). Hier finden sich Fachmärkte unterschiedlicher Sortimente wie z. B. Takko, KIK und ein Baumarkt, aber auch zwei Lebensmitteldiscounter und ein Getränkemarkt.

<sup>34</sup> Quelle: Bayerisches Staatministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie; Abteilung Landesentwicklung: Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern. Stand: 01.09.2013

**Karte 5: Innenstadt von Höchststadt an der Aisch – strukturprägende Anbieter (VK > 250 m<sup>2</sup>)**



## Gremsdorf

Für die Gemeinde Gremsdorf mit insgesamt 1.591 Einwohnern, welche aufgrund ihrer Nähe zu Höchststadt an der Aisch und dem Vorhabenstandort ebenfalls in Zone I des Einzugsgebiets liegt, können folgende Aussagen getroffen werden:

- / Insgesamt sind in Gremsdorf rd. 4.240 m<sup>2</sup> projektrelevante Verkaufsfläche verortet. Von dieser Verkaufsfläche entfällt mehr als die Hälfte auf das Sortiment Bekleidung und knapp ein Viertel auf das Sortiment Schuhe.
- / Gremsdorf verfügt über **keinen** zentralen Versorgungsbereich und nur wenige Anbieter im Ortskern. Den Schwerpunkt im Einzelhandel bildet hier der Outlet-Standort in nicht integrierter Lage in Nahlage zur Autobahnanschlussstelle Höchststadt-Ost mit Outlet-Betrieben vorwiegend im Segment Bekleidung und Schuhe.

**Tabelle 6: Projektrelevante Verkaufsfläche in Gremsdorf**

| Sortimente                 | integrierte Lagen |          | nicht integrierte Lagen |           |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------------|-----------|
|                            | in m <sup>2</sup> | in %     | in m <sup>2</sup>       | in %      |
| Nahrungs- und Genussmittel | 30                | 6        | 445                     | 94        |
| Bekleidung                 | --                | --       | 2.450                   | 100       |
| Schuhe                     | --                | --       | 1.030                   | 100       |
| Heimtextilien              | --                | --       | 250                     | 100       |
| Elektrowaren               | 30                | 100      | --                      | --        |
| <b>Gesamt</b>              | <b>60</b>         | <b>1</b> | <b>4.175</b>            | <b>99</b> |

GMA-Erhebungen 2015/2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

Folgende Anbieter in Gremsdorf können als wesentliche Hauptwettbewerber (VK > 400 m<sup>2</sup>) des geplanten Fachmarktzentrums Aischparkcenter ausgemacht werden (Auswahl):

- / **Trigema Outlet**, Bekleidungsfachmarkt, Gewerbepark, nicht integrierte Lage, ca. 700 m<sup>2</sup> VK
- / **Naot Schuhe Outlet**, Schuhfachmarkt, Gewerbepark, nicht integrierte Lage, ca. 650 m<sup>2</sup> VK
- / **Gerry Weber / Taifun Outlet**, Bekleidungsfachmarkt, Gewerbepark, nicht integrierte Lage, ca. 550 m<sup>2</sup> VK
- / **S.Oliver Outlet**, Bekleidungsfachmarkt, Gewerbepark, nicht integrierte Lage, ca. 750 m<sup>2</sup> VK

### 3. Wettbewerbssituation im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II)

Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst im Wesentlichen die direkt an Höchststadt an der Aisch angrenzenden Gemeinden und Grundzentren. Die Bevölkerungsreichsten Gemeinden im erweiterten Einzugsbereich mit einer Einwohnerzahl zwischen 5.000 und 7.500 sind die Gemeinden Adelsdorf, Hallerndorf, Hemhofen, Heroldsbach, Röttenbach und Weisendorf. Die Gemeinden und Grundzentren können überwiegend als ländliche Orte charakterisiert werden. Aufgrund der Angebotsstrukturen wurden **keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche** in den Gemeinden festgestellt, da die Ortsmitten überwiegend nur über einen geringen Einzelhandelsbesatz vorwiegend mit Gütern des täglichen Bedarfs verfügen (vgl. folgende Tabelle).

**Tabelle 7: Angebotssituation im erweiterten Einzugsgebiet**

| Sortimente                 | integrierte Lagen |               | nicht integrierte Lagen |               | Gesamtbestand     |
|----------------------------|-------------------|---------------|-------------------------|---------------|-------------------|
|                            | in m <sup>2</sup> | Anteilig in % | in m <sup>2</sup>       | Anteilig in % | in m <sup>2</sup> |
| Nahrungs- und Genussmittel | 9.815             | 44            | 12.570                  | 56            | <b>22.385</b>     |
| Gesundheit / Körperpflege* | 670               | 25            | 2.065                   | 75            | <b>2.735</b>      |
| Bekleidung                 | 1.025             | 12            | 7.820                   | 88            | <b>8.845</b>      |
| Schuhe                     | --                | --            | 1.130                   | 100           | <b>1.130</b>      |
| Sport                      | 235               | 23            | 770                     | 77            | <b>1.005</b>      |
| Lederwaren                 | --                | --            | 20                      | 100           | <b>20</b>         |
| Haushaltswaren / GPK       | 220               | 83            | 45                      | 17            | <b>265</b>        |
| Heimtextilien              | 495               | 52            | 460                     | 48            | <b>955</b>        |
| Uhren / Schmuck            | 55                | 100           | --                      | --            | <b>55</b>         |
| Elektrowaren               | 30                | 23            | 100                     | 77            | <b>130</b>        |
| Gartenartikel / Pflanzen   | 760               | 100           | --                      | --            | <b>760</b>        |
| Zoologischer Bedarf        | --                | --            | 1.520                   | 100           | <b>1.520</b>      |
| <b>Gesamt</b>              | <b>13.305</b>     | <b>33</b>     | <b>26.500</b>           | <b>67</b>     | <b>39.805</b>     |

GMA-Erhebungen 2015/2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

\* Drogerie- und Parfümeriewaren und Apotheken sowie Teilflächen der Lebensmittelmärkte.

Demnach ergeben sich für das erweiterte Einzugsgebiet folgende einzelhandelsspezifischen Aspekte:

- /// Insgesamt sind in im erweiterten EZG rd. **39.805 m<sup>2</sup> projektrelevante Verkaufsfläche** verortet. Von dieser Verkaufsfläche entfällt über die Hälfte auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und rd. ein Viertel auf das Sortiment Bekleidung.
- /// Der höchste Anteil der Verkaufsflächen liegt in nicht integrierten Lagen.
- /// Allgemein bleibt festzuhalten, dass der Großteil der projektrelevanten Wettbewerber südöstlich der Stadt Höchststadt an der Aisch angesiedelt ist. Eine Ausnahme bildet der großflächige Betrieb Murk Mode im Gewerbegebiet Murk in Wachenroth, nordwestlich von Höchststadt an der Aisch. Allein auf diesen Anbieter entfallen rd. 5.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Bereich Bekleidung (ca. 62 %).

Bezüglich der projektrelevanten Wettbewerbssituation in Zone II sind folgende Agglomerationsstandorte und Betriebe festzuhalten:

- /// Gewerbegebiet Murk in Wachenroth mit einem großflächigen Bekleidungsfachmarkt und einem Schuhfachmarkt (Deichmann).
- /// Gewerbegebiet Süd in Adelsdorf mit Müller Drogeriemarkt, Kik, Tedi, zwei Discountern, einem Supermarkt (Rewe) und einem Baumarkt (Regio Baumarkt).
- /// Gewerbegebiet Heßdorf mit dem Drogeriemarkt, Kik, Deichmann, Tedi, Bon Prix-Bekleidungsmarkt, einem großflächigen Zoobedarfsmarkt, Rewe und Aldi.
- /// Weitere Standortagglomerationen weisen vorwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente in Form von Lebensmittelmärkten auf.
- /// Werker Welt in Hemhofen mit einem großen Anteil an Gartenartikeln.
- /// Bekleidungsfachmarkt Mode Meßbacher in Heroldsbach.

#### 4. Wettbewerbssituation in den Zentralen Orten im Ferneinzugsgebiet (Zone III)

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung des Aischparkcenters in Höchststadt an der Aisch wird neben den Städten und Gemeinden im Einzugsgebiet auch die Wettbewerbssituation in den Zentralen Orten im Umland näher betrachtet. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass hier insbesondere mit den Innenstädten sowie Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorten an nicht integrierten Standorten Wettbewerbsüberschneidungen zu erwarten sind<sup>35</sup>. Hierbei sind v. a. folgende Zentrale Orte hervorzuheben:

- /// Oberzentrum Erlangen
- /// Mittelzentrum Neustadt an der Aisch
- /// Mittelzentrum Herzogenaurach
- /// Mittelzentrum Forchheim
- /// Grundzentrum Hirschaid
- /// Grundzentrum Schlüsselfeld

Die Ergebnisse der Analyse der projektrelevanten Angebotsstrukturen sind in nachfolgender Tabelle im Überblick und in den nachfolgenden Standortdatenblättern dargestellt. Mit Blick auf die angegebenen Mittelbereiche ist darauf hinzuweisen, dass der Regionalverband Mittelfranken keine Mittelbereiche für die Zentralen Orte Erlangen und Neustadt an der Aisch ausweist.

<sup>35</sup> Entsprechend wurde die Bestandserhebung auch auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie Fachmarkttagglomerationen und Fachmarktstandorte fokussiert.



Tabelle 8: Verkaufsflächenverteilung in Zone III

| Sortimente                 | ZVB Innenstadt    |           | integrierte Lagen |           | nicht integrierte Lagen |           | Gesamtbestand     |
|----------------------------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------|
|                            | in m <sup>2</sup> | in %      | in m <sup>2</sup> | in %      | in m <sup>2</sup>       | in %      | in m <sup>2</sup> |
| Nahrungs- und Genussmittel | 18.005            | 25        | 28.285            | 40        | 25.070                  | 35        | <b>71.360</b>     |
| Gesundheit / Körperpflege* | 10.205            | 51        | 5.855             | 29        | 3.920                   | 20        | <b>19.980</b>     |
| Bekleidung                 | 50.820            | 79        | 5.210             | 8         | 8.260                   | 13        | <b>64.290</b>     |
| Schuhe                     | 7.965             | 51        | 1.165             | 8         | 6.385                   | 41        | <b>15.515</b>     |
| Sport                      | 4.910             | 31        | 10.575            | 67        | 205                     | 1         | <b>15.690</b>     |
| Lederwaren                 | 1.230             | 83        | 50                | 3         | 210                     | 14        | <b>1.490</b>      |
| Haushaltswaren / GPK       | 8.265             | 42        | 2.045             | 10        | 9.355                   | 48        | <b>19.665</b>     |
| Heimtextilien              | 4.170             | 33        | 1.030             | 8         | 7.360                   | 59        | <b>12.560</b>     |
| Uhren / Schmuck            | 2.205             | 96        | --                | --        | 85                      | 4         | <b>2.290</b>      |
| Elektrowaren               | 6.940             | 42        | 2.590             | 16        | 6.975                   | 42        | <b>16.505</b>     |
| Gartenartikel / Pflanzen   | --                | --        | 500               | 3         | 18.230                  | 97        | <b>18.730</b>     |
| Zoologischer Bedarf        | 230               | 6         | 220               | 5         | 3.670                   | 89        | <b>4.120</b>      |
| <b>Gesamt</b>              | <b>114.945</b>    | <b>44</b> | <b>57.525</b>     | <b>22</b> | <b>89.725</b>           | <b>34</b> | <b>262.195</b>    |

GMA-Erhebungen 2015/2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

\* Drogerie- und Parfümeriewaren und Apotheken sowie Teilflächen der Lebensmittelmärkte.

## Oberzentrum Erlangen

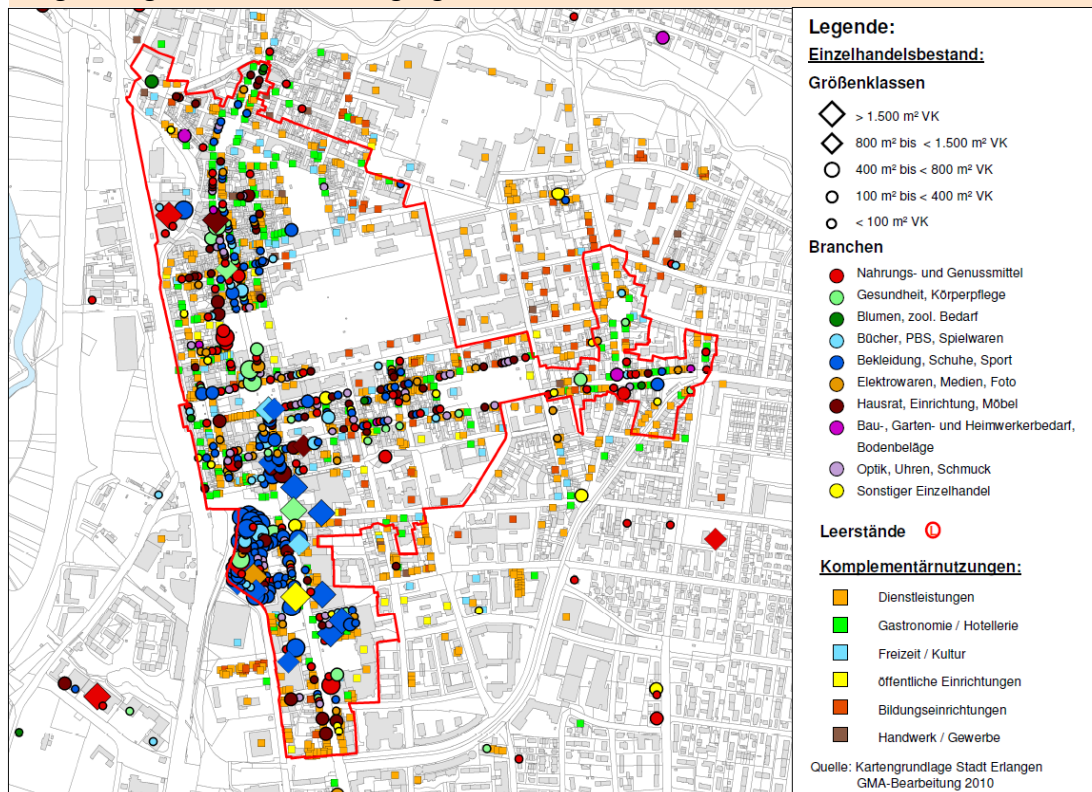
Zentralörtliche Einstufung: Oberzentrum

Mittelbereich: (nicht ausgewiesen)

Einwohnerzahl: rd. 106.040

Zentralität: 114,4 (MBR 2014)

### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



Quelle: Städtebauliches Einzelhandelskonzept für die Stadt Erlangen 2011; S. 135.

### Kurzcharakterisierung

- Die Innenstadt der Stadt Erlangen erstreckt sich beginnend von der Werner-von-Siemens-Straße in nördlicher Richtung entlang der Achse Nürnberger Straße und Hauptstraße bis hin zur Pfarrstraße. In Ost-West-Richtung erstreckt sie sich auf der Achse Lorlebergplatz über die Universitätsstraße bis zum Hauptbahnhof.
- Als wichtigsten Haupteinkaufsbereich kann die Hauptstraße und Nürnberger Straße genannt werden. Hier befinden sich neben Einzelhandel auch Dienstleistungen und Gastronomie. Die Aufenthaltsqualität wird besonders durch den Botanischen Garten, den Schlossgarten und den Hugenottenbrunnen gewährleistet.
- Wichtigste Magnetfunktionen üben die Erlangen Arcaden (mit u. a. H&M, K&L Ruppert), Galeria Kaufhof und das EKZ Neuer Markt aus.

### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- zahlreiche Fachgeschäfte unterschiedlicher Sortimente, Schwerpunkt vorwiegend auf Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs.
- ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums, hohe Aufenthaltsqualität

**Verkaufsflächenbestand in der Erlanger Innenstadt**

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter              |
|--|-------------------------|---------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | <b>11.430</b>           | Kaufland, tegut, Norma                |
| Gesundheit / Körperpflege              | <b>7.240</b>            | dm (2), Drogerie Müller (2), Douglas  |
| Bekleidung                             | <b>41.350</b>           | Galeria Kaufhof, P&C, H&M, C&A, Wöhrl |
| Schuhe                                 | <b>6.300</b>            | Peppel, Mengin, Deichmann             |
| Sport                                  | <b>3.995</b>            | Intersport Eisert, Freilauf           |
| Lederwaren                             | <b>1.025</b>            | Lederwaren Scherneck, Lederstudio     |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | <b>6.205</b>            | Butlers, Greiner, Depot               |
| Heimtextilien                          | <b>2.080</b>            | Betten Bühler, Bettenhaus Amtmann     |
| Uhren / Schmuck                        | <b>1.710</b>            | Steel, Juwelier Paul Winnebeck        |
| Elektrowaren                           | <b>5.420</b>            | Saturn                                |
| Zoo                                    | <b>185</b>              |                                       |

**Verkaufsflächenbestand in den folgenden Nahversorgungslagen**

- Alterlangen / Heiligenloh
- Büchenbach Nord
- Büchenbach West
- Frauenaaurach, Sylvaniastraße
- Röthelheimpark, Carl-Thiersch-Straße
- Steinforst / Neumühle
- Tal, Michael-Vogel-Straße
- Tennenlohe
- Bachfeld, Ortskern Bruck
- Büchenbach Dorf
- Dechsendorf
- Eltersdorf
- Frauenaaurach, Brückenstraße

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter |
|--|-------------------------|--------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | <b>17.350</b>           | Kaufland, Rewe, E-Center |
| Gesundheit / Körperpflege              | <b>3.700</b>            | Rossmann, dm             |
| Bekleidung                             | <b>260</b>              | -                        |
| Schuhe                                 | <b>50</b>               | Kaufland (anteilig)      |
| Sport                                  | <b>180</b>              | Fahrrad Meier            |
| Lederwaren                             | <b>20</b>               | Kaufland (anteilig)      |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | <b>170</b>              | Kaufland (anteilig)      |
| Heimtextilien                          | <b>350</b>              | -                        |
| Elektrowaren                           | <b>250</b>              | C&M Musiksysteme         |
| Zoo                                    | <b>100</b>              |                          |

**Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte**

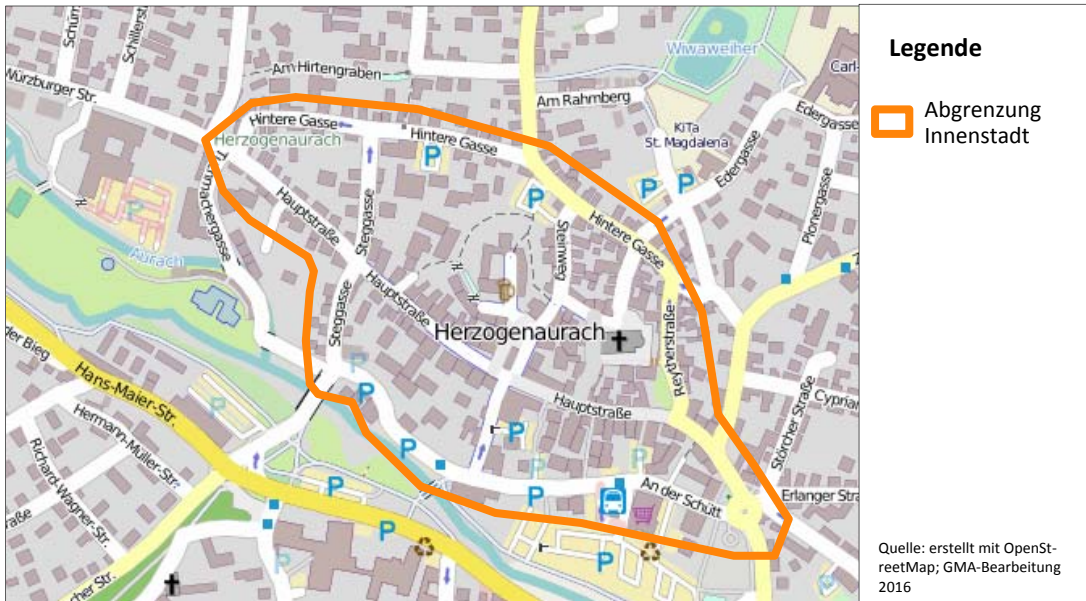
- Sonderstandort Cumianastraße (Rewe, dm, Deichmann, Dehner)
- Sonderstandort Industriehafen (Media Markt, Aldi, Denn's, Norma, Hornbach)
- Gewerbegebiet Röthelheimpark (Obi)

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich),  
 -- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

### Mittelzentrum Herzogenaurach

|  |  |
|--|--|
| <b>Zentralörtliche Einstufung:</b> Mittelzentrum | <b>Mittelbereich:</b> Herzogenaurach, Oberreichenbach, Weisendorf, Großenseebach, Heßdorf, Aurachtal |
| <b>Einwohnerzahl:</b> rd. 23.030                 | <b>Zentralität:</b> 91,6 (MBR 2014)  |

#### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



GMA- Abgrenzung 2016 anhand faktischer Gegebenheiten

#### Kurzcharakterisierung

- Die Innenstadt erstreckt sich in West-Ost-Richtung zwischen der Tuchmachergasse und dem Kreisverkehr an der Bahnhofstraße. Die Nord-Süd-Ausdehnung reicht von der Hinteren Gasse bis zur Straße an der Schütt.
- Als Haupteinkaufsbereich kann die Hauptstraße festgehalten werden, wo neben Einzelhandel eine Vielzahl von Dienstleistungsbetrieben sowie Gastronomie vorzufinden ist. In den Nebenlagen ist der Einzelhandelsbesatz deutlich weniger dicht.
- Die Aufenthaltsqualität wird im Wesentlichen durch den Schlosshof sowie den Marktplatz mit Brunnen gewährleistet, welcher zum Verweilen einlädt.
- Größter Anbieter in der Innenstadt ist das Drogeriekaufhaus Müller.

#### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- zahlreiche Fachgeschäfte unterschiedlicher Sortimente, Schwerpunkt vorwiegend auf Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs
- ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums; hohe Aufenthaltsqualität
- vereinzelt Leerstände vorhanden

**Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt**

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter      |
|--|-------------------------|-------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | <b>1.130</b>            | Norma, Reformhaus             |
| Gesundheit / Körperpflege              | <b>1.120</b>            | Drogerie Müller, Apotheken    |
| Bekleidung                             | <b>995</b>              | NKD, Ernstings Family         |
| Schuhe                                 | <b>270</b>              | Röttger Schuhladen            |
| Sport                                  | <b>305</b>              | Skateshop                     |
| Lederwaren                             | <b>10</b>               | --                            |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | <b>410</b>              | Maydt                         |
| Heimtextilien                          | <b>500</b>              | Welker Schlafkultur           |
| Uhren / Schmuck                        | <b>60</b>               | OXO Schmuck, die Goldschmiede |
| Elektrowaren                           | <b>350</b>              | O2, Ringfoto                  |

**Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte**

- Nahversorgungsstandorte im gesamten Stadtgebiet verteilt (keine zentralen Versorgungsbereiche)
- Factory Outlet Agglomeration an der Zeppelinstraße mit den Anbietern Nike, Sport Hoffmann, Puma, Bergwelt und S.Oliver (Auswahl)
- Sonderstandort „Möbel Fischer“ mit u. a. dem Möbelhaus Fischer, Edeka und KiK

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich),

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

## Mittelzentrum Neustadt an der Aisch

**Zentralörtliche Einstufung:** Mittelzentrum

**Mittelbereich:** kein Mittelbereich ausgewiesen

**Einwohnerzahl:** rd. 12.550

**Zentralität:** 181,8 (MBR 2014)

### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



GMA-Abgrenzung 2016 anhand faktischer Gegebenheiten

### Kurzcharakterisierung

- Der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt verläuft entlang der Bamberger Straße in südwestlicher Richtung über den Marktplatz und die Wilhelmstraße bis zu den ersten Häusern der Bahnhofstraße. Abgehend vom Marktplatz erstreckt er sich weiterhin entlang der Würzburger Straße und des westlichen Bereich der Parkstraße.
- kleine kompakte Fußgängerzone um den Marktplatz / Würzburger Straße ergänzt um die Wilhelmstraße (Hauptgeschäftsbereich)
- Insbes. abends relativ starker Verkehr entlang Ludwig- und Wilhelmstraße.
- vereinzelt Leerstände außerhalb des Hauptgeschäftsbereichs.

### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- In erster Linie Angebot des mittelfristigen Bedarfs, besonders Bekleidungsgeschäfte sehr stark vertreten, aber auch großes Angebot für kurzfristigen Bedarf und vereinzelt langfristiger Bedarf, überwiegend Uhren / Schmuck.
- Neben Einzelhandel auch Vielzahl an Dienstleistungen und Gastronomie vorhanden.



**Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt 2015 / 2016**

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter            |
|--|-------------------------|-------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | 640                     | Reformhaus                          |
| Gesundheit / Körperpflege              | 450                     | Müller                              |
| Bekleidung                             | 4.540                   | Seeg, Mode Point, Brautmoden, Takko |
| Schuhe                                 | 630                     | Schuh Zechmeister                   |
| Sport                                  | 280                     | Fahrrad Hoffmann                    |
| Lederwaren                             | 55                      | -                                   |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 20                      | -                                   |
| Heimtextilien                          | 395                     | Gardinen Popp                       |
| Uhren / Schmuck                        | 140                     | -                                   |
| Elektrowaren                           | 65                      | -                                   |

**Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte**

- Gewerbegebiet Kleinerlbach
- Gewerbegebiet Karl-Eibl-Straße
- Einzelhandelsagglomeration Riedweg (Kim-Center) mit Fressnapf, dm, Lidl, AWG
- Euronics XXL Hartmann, Elektrofachmarkt mit Küchenmarkt, Steinsweg

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich),

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

## Mittelzentrum Forchheim

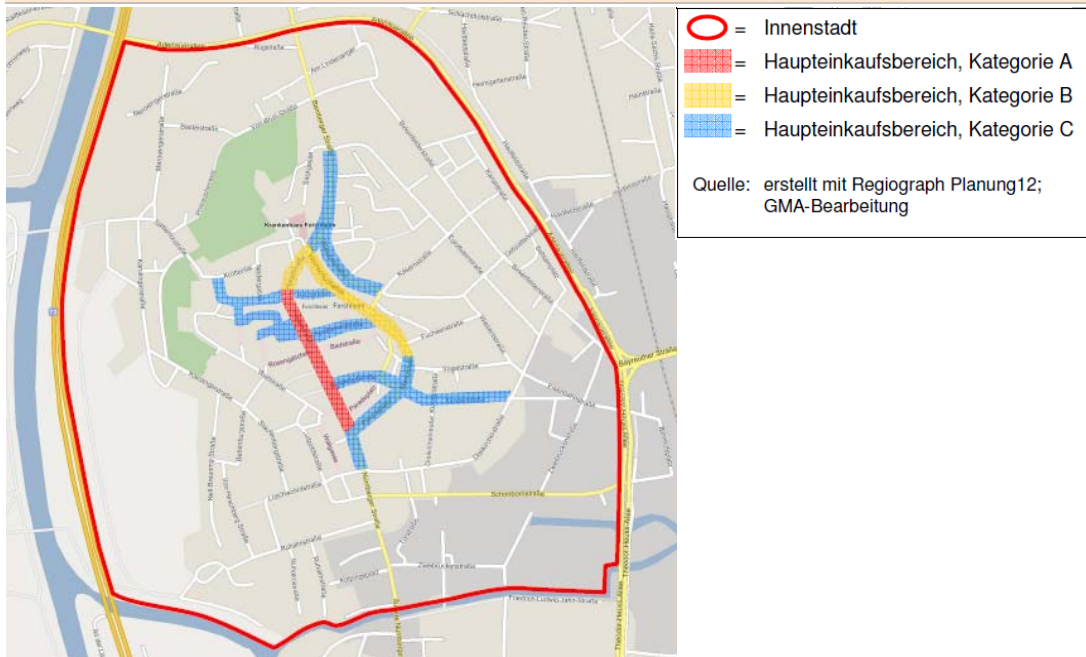
**Zentralörtliche Einstufung:** Mittelzentrum

**Mittelbereich:** Forchheim, Ebermannstadt, Eggolsheim, Hallerndorf, Hausen, Heroldsbach, Kirchehrenbach, Kunreuth, Leutenbach, Pinzberg, Pretzfeld, Unterleinleiter, Weilersbach, Wiesenthau, Wiesental

**Einwohnerzahl:** rd. 31.020

**Zentralität:** 188,8 (MBR 2014)

### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



Quelle: Einzelhandelskonzeption für die Große Kreisstadt Forchheim 2008; S. 32.

### Kurzcharakterisierung

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Forchheim ist vergleichsweise weit gefasst. Er wird durch den Straßenzug Adenauer Allee – Theodor-Heuss-Allee, den Gründelbach und den Grünbereich Löschwöhrd am rechten Ufer des Main-Donau-Kanals ringförmig begrenzt.
- Den Haupteinkaufsbereich bilden die Hauptstraße (Kategorie A) sowie die Hornschuch-Allee (Kategorie B). Darüber hinaus können die Bereiche rund um die Martinskirche sowie die Klosterstraße und den Marktplatz und der südliche Bereich der Bamberger Straße als wichtiger Einkaufsbereich (Kategorie C) klassifiziert werden.
- In den weiteren Lagen in der Innenstadt spielt Einzelhandel eine deutlich weniger bedeutende Rolle. Hier sind vorwiegend Dienstleistungsbetriebe, öffentliche Einrichtungen sowie Gastronomiebetriebe angesiedelt.

### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- Die Innenstadt bietet einen vielfältigen Angebotsmix aus Waren sämtlicher Bedarfsstufen, wobei Sortimente des mittelfristigen Bedarfs den größten Teil ausmachen.
- Mit Blick auf den Betriebstyp dominieren Fachgeschäfte. Im Bekleidungsbereich sind auch einige Fachmärkte vorhanden (u. a. Mister Lady Jeans, C&A Kids Store)
- Flächengrößter Anbieter ist Drogerie Müller. Aus dem Lebensmittelbereich sind Rewe, ein denn's Bio-market sowie zahlreiche Anbieter des Lebensmittelhandwerks vorhanden.

**Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt**

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter                  |
|--|-------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel             | <b>1.820</b>            | Rewe, denn's Biomarkt                     |
| Gesundheit / Körperpflege              | <b>755</b>              | Drogerie Müller                           |
| Bekleidung                             | <b>3.875</b>            | Schick, Mister Lady Jeans, Jenas Fritz    |
| Schuhe                                 | <b>345</b>              | Peppel, Schuhbidu                         |
| Sport                                  | <b>270</b>              | Sport Wolf 2000                           |
| Lederwaren                             | <b>140</b>              | Dorsch                                    |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | <b>1.360</b>            | Moyo, Töpferei Himmel und Erde            |
| Heimtextilien                          | <b>1.185</b>            | Bierfelder Raumdesign, Bettenhaus Amtmann |
| Uhren / Schmuck                        | <b>295</b>              | Trend + Zeit, Schmuck an der Kettenbrücke |
| Elektrowaren                           | <b>905</b>              | Röhling Elektro Fachmarkt, Foto Brinke    |

**Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte**

- Ergänzungsstandort Hornschuchpark mit u. a. Aldi, dm, NKD, Kik Takko, Deichmann
- Ergänzungsstandort Bamberger Straße / Adenauer Allee mit Edeka, dm, Kik
- Ergänzungsstandort Wiesent-Center mit Rewe, Norma
- Sonderstandort Boschstraße (GE Süd) mit u. a. Schuh Mücke, Expert, Hohbauer
- Sonderstandort Willy-Brandt-Allee mit u. a. Globus

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich),  
 -- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

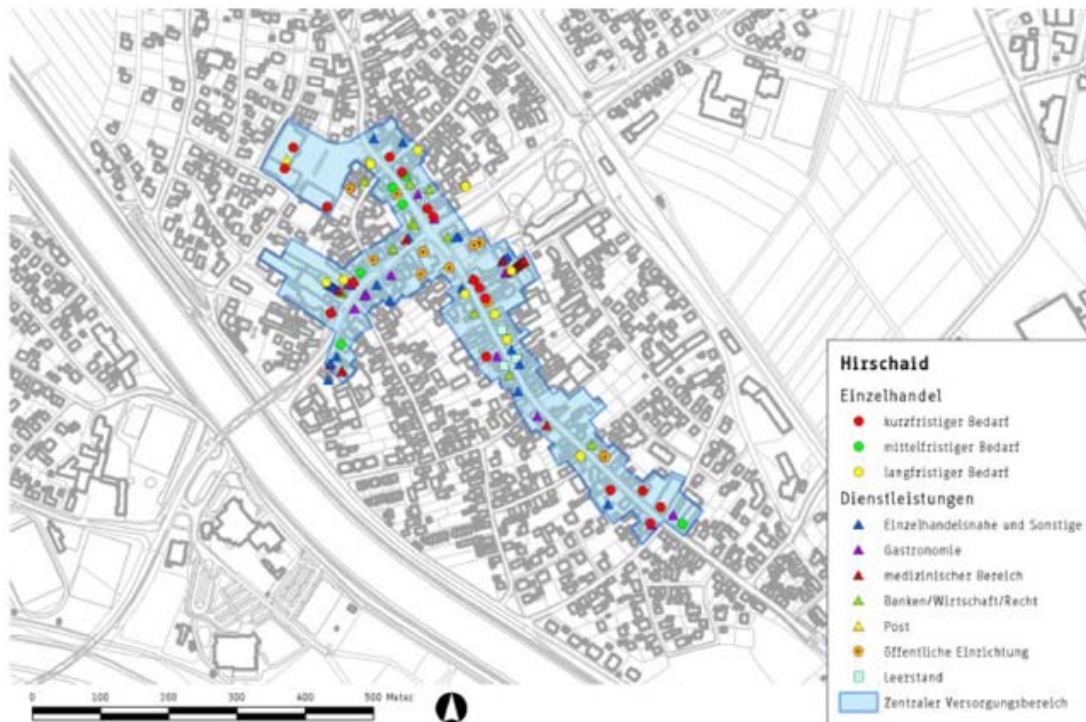
## Grundzentrum Hirschaid

Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum

Einwohnerzahl: rd. 11.985

Zentralität: 281,1 (MBR 2014)

### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



Quelle: Fortschreibung des Interkommunalen Entwicklungskonzeptes des ARGE Bamberg, Bischberg, Hallstadt und Hirschaid.

### Kurzcharakterisierung

- Der Zentrale Versorgungsbereich des Grundzentrums Hirschaid befindet sich entlang der Bamberger- bzw. Nürnberger Straße. Zudem erstreckt er sich entlang der Luitpoldstraße in Richtung Main- Donau-Kanal. Das aus diesen drei Straßen abgegrenzte Gebiet bildet gleichzeitig den Haupteinkaufsbereich.
- Die umliegenden Teile der Innenstadt sind durch Wohnbebauung charakterisiert, in welchen der Einzelhandel keine große Rolle mehr spielt und vermehrt Dienstleistung und Gastronomie auftritt.

### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- Die Branchenstruktur setzt sich aus Lebensmittelmärkten, Bäckern, Metzgern und aus einigen inhabergeführten Bekleidungsgeschäften zusammen. Somit besteht ein Angebotsmix aus Branchen des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs, wobei der kurzfristige Bedarf den Großteil ausmacht.
- Das Angebot wird im Wesentlichen durch inhabergeführte Betriebe vorgehalten.
- Flächengrößter Anbieter in der Innenstadt ist Tegut gefolgt von dem Discounter Netto und der Drogerie Müller. Zudem sind einige Anbieter des Lebensmittelhandwerks vorhanden.

**Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt**

| Sortiment                              | VK<br>in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter |
|--|-------------------------|--------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | <b>2.985</b>            | Tegut, Netto             |
| Gesundheit / Körperpflege              | <b>640</b>              | Müller                   |
| Bekleidung                             | <b>60</b>               | Logo Woman               |
| Schuhe                                 | <b>420</b>              | Runckel Mode und Schuhe  |
| Sport                                  | <b>60</b>               | STH Sportbedarf          |
| Lederwaren                             | --                      | --                       |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | <b>270</b>              | Huberth                  |
| Heimtextilien                          | <b>10</b>               | Müller (anteilig)        |
| Elektrowaren                           | <b>200</b>              | Müller (anteilig)        |
| Zoo                                    | <b>45</b>               |                          |

**Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte**

- Industriegebiet Hirschaid (Lidl, XXXL Neubert, Takko usw.)
- Gewerbegebiet Nord (Aldi, REWE, NKD)

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich),  
 -- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

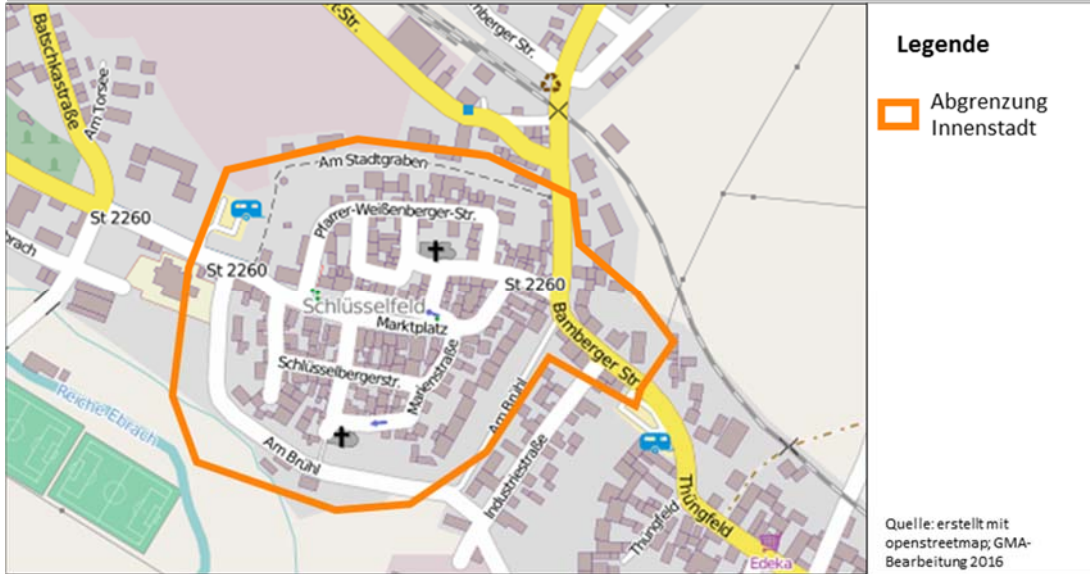
## Grundzentrum Schlüsselfeld

**Zentralörtliche Einstufung:** Grundzentrum

**Einwohnerzahl:** rd. 5.720

**Zentralität:** nicht ausgewiesen

### Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



GMA-Abgrenzung 2016 anhand tatsächlicher, örtlicher Gegebenheiten

### Kurzcharakterisierung

- Der Einzelhandel in der Innenstadt von Schlüsselfeld konzentriert sich in erster Linie auf die Gebäude rund um den Marktplatz und zum Teil entlang der Bamberger Straße.
- Die Innenstadt wird größtenteils durch den Verlauf der historischen Stadtmauer abgegrenzt.
- In den weiteren Bereichen der Innenstadt spielt der Einzelhandel kaum eine Rolle. Hier sind vermehrt Dienstleister, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen zu finden.

### Angebotssituation / Branchenmix, städtebauliche Situation

- Das Angebot setzt sich in erster Linie aus Anbietern von Waren des kurzfristigen (Bäckereien, Blumenläden und Metzger) und des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Bücherläden) zusammen.
- Dabei überwiegt der Anteil der inhabergeführten Betriebe.
- Flächengrößter Anbieter ist der Textilfachmarkt NKD, gefolgt von Edeka und dem Raumausstatter Heimdecor Ley.

### Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt

| Sortiment                              | VK in m <sup>2</sup> | Flächengröße(r) Anbieter   |
|--|----------------------|----------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel             | 385                  | Edeka                      |
| Gesundheit / Körperpflege              | 65                   | Vitalo Apotheke            |
| Bekleidung                             | 310                  | NKD                        |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 65                   | J. Schmitt Geschenkartikel |
| Heimtextilien                          | 150                  | Heimdecor Ley              |
| Uhren / Schmuck                        | 45                   | Uhren & Schmuck Wahrab     |
| Elektrowaren                           | 75                   | Elektro Watzke             |

GMA-Erhebungen und –Berechnungen 2015 / 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich), -- kein projektrelevantes Angebot vorhanden



## V. Umsatzerwartung und Überprüfung städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen des geplanten Aischparkcenters

### 1. Methodik

Die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu wird wie folgt vorgegangen:

/// Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens nach Sortimenten wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden aus den einzelnen Zonen des potenziellen Einzugsgebietes<sup>36</sup>. Der Umsatz wird dabei unter Berücksichtigung der lokalen und regionalen Nachfragevolumina (Kaufkraft) und Angebotssituation (Wettbewerb) berechnet und nimmt somit Bezug auf die ortsspezifischen Verhältnisse. Durch Division des Umsatzes mit der (geplanten) Verkaufsfläche kann die Flächenproduktivität (Umsatz / m<sup>2</sup> VK p. a.) ermittelt werden. Diese Werte können dann mit den in den Markt- und Strukturdaten in Bayern angegebenen Durchschnittswerten verglichen werden und lassen damit eine ortsspezifische Beurteilung des Umsatz bzw. der Flächenproduktivität zu.

Neben der Berechnung der sortimentspezifischen Umsatzleistungen eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzeptes die perspektivische Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des potenziellen Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz in den einzelnen Sortimenten. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu<sup>37</sup>.

/// Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten **Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen** kommt ein Rechenansatz zum Einsatz, welcher auf einem Gravitationsmodell basiert. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt dabei einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

<sup>36</sup> Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben bzw. die einzelnen sortimentspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen mit dem dort vorgesehenen Einzelhandelsbesatz in der Lage sind, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens in den projektrelevanten Sortimentsbereichen an sich zu binden. Dabei wurde die aktuelle sortimentspezifische Bedeutung des Onlinehandels berücksichtigt.

<sup>37</sup> So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden.

- Die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz, Betriebsformen, Betreiber, Erscheinungsbild, Leistungsfähigkeit etc., die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
  - der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz zwischen den einzelnen Standorten) ergibt.
- /// Der über das Marktanteilkonzept errechnete Umsatz des Vorhabens wird im Rahmen des Kaufkraftbewegungsmodells gegenüber Wettbewerbslagen umverteilt, und zwar unter Berücksichtigung insbesondere der oben genannten Parameter.

Das Marktanteilkonzept und das Kaufkraftbewegungsmodell sind zusammenfassend als zwei sich ergänzende Ansätze zu sehen. In der Handelsplanung hat sich dieser Untersuchungsansatz zur Bewertung der Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe als Bewertungsmodell etabliert.

Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungen von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen Beeinträchtigungen. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in deren Leistungsfähigkeit führen, ein Konkurrenzschutz des bestehenden Einzelhandels ist jedoch nicht begründbar. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung, Erweiterung oder Umstrukturierung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung auswirkt. Zur Ableitung möglicher städtebaulicher Auswirkungen wird vor der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Orientierungswert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. Im Einzelfall sind jedoch auch Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen. Rein wettbewerbliche Auswirkungen sind nicht als Begründung zur Beschränkung von Verkaufsflächen heranzuziehen, es ist vielmehr auf potenzielle städtebauliche Auswirkungen abzustellen.

## 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

In Tabelle 9 wird die Umsatzerwartung nach Sortimenten anhand des Marktanteilkonzeptes auf Basis der für das Aischparkcenter geplanten Verkaufsflächen ermittelt. Die Bewertung der ermittelten Umsatzleistung erfolgt vor dem Hintergrund der sortiments- und betriebstypenspezifischen Kennziffern der Struktur- und Marktdaten, die auch von der Landesplanung in Bayern zur Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten herangezogen werden.<sup>38</sup> Hierbei wird – den vorgelegten Branchen und Flächen entsprechend – davon ausgegangen, dass es sich bei den zukünftig geplanten Betriebstypen vorwiegend um Fachmarktkonzepte handelt. Lediglich nachgeordnet sind auch kleinflächige Fachgeschäfte sowie ein Textilkaufhaus vorgesehen. Die am Standort Aischparkcenter in den einzelnen Sortimenten ermittelten möglichen Umsatzleistungen werden nachfolgend bewertet:

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** wird mit Blick auf die geplante Verkaufsfläche eine Umsatzleistung von rd. 11,5 Mio. € erwartet, hiervon entfallen auf den Supermarkt rd. 6,0 Mio. €, auf den Discounter etwa 4,7 Mio. € und auf den Getränkemarkt rd. 0,8 Mio. €. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Lebensmitteldiscounter Netto beabsichtigt aus dem Gewerbegebiet im Süden an den Standort des Aischparkcenters umzusiedeln, weshalb von der projektierten Verkaufsfläche mit 3.070 m<sup>2</sup> die Bestandsverkaufsfläche des Netto-Discounters (750 m<sup>2</sup>) abzuziehen ist<sup>39</sup>. Die prognostizierten Flächenleistungen liegen dabei für den Supermarkt bei rd. 4.000 €/m<sup>2</sup> VK und für den Lebensmitteldiscounter bei rd. 4.480 €/m<sup>2</sup> VK. Der Getränkemarkt kann eine Flächenleistung von etwa 1.600 €/m<sup>2</sup> VK erzielen<sup>40</sup>. Die Flächenleistungen liegen somit in etwa im Durchschnitt.
- Im **Drogeriewarenbereich** wird mit Blick auf die geplante Verkaufsfläche eine Umsatzleistung von rd. 3,9 Mio. € erwartet. Bei einer maximalen projektierten Verkaufsfläche von 700 m<sup>2</sup> ergibt sich eine durchschnittliche Flächenleistung von rd. 5.570 €/m<sup>2</sup> VK. Damit kann der Drogeriemarkt eine leicht überdurchschnittliche Flächenleistung erzielen.
- Für die geplante **Apotheke** kann ein Umsatz von rd. 2,9 Mio. € prognostiziert werden. Dies entspricht einer Flächenleistung von rd. 19.330 €/m<sup>2</sup> VK, was einen leicht unterdurchschnittlichen Wert darstellt. Dies ist v. a. auf die überdurchschnittlich große Verkaufsfläche zurück zu führen.

<sup>38</sup> Vgl. Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013 herausgegeben vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

<sup>39</sup> **Aufgrund der geringen Verkaufsflächengröße ist aus fachgutachterlicher Sicht zu erwarten, dass der „Altstandort“ von Netto nicht mehr mit einem vergleichbaren Markt belegt wird.** Es wird davon ausgegangen, dass der Netto-Markt derzeit insgesamt rd. 3,4 Mio. € erzielt.

<sup>40</sup> Vgl. Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

- Im **Bekleidungsbereich** ist eine Umsatzleistung von rd. 9,2 Mio. € zu erwarten. Hier wird mit einer Flächenleistung von rd. 2.130 € / m<sup>2</sup> VK bei einer geplanten Verkaufsfläche von 4.300 m<sup>241</sup> eine für reine Fachmarktkonzepte überdurchschnittliche Flächenleistung angesetzt (Durchschnitt ca. 1.300 € / m<sup>2</sup> VK)<sup>42</sup>. Diese Annahme beruht darauf, dass im Segment Bekleidung geplant ist, neben den Fachmarktkonzepten auch mindestens ein Textilkaufhaus (H&M) anzusiedeln. Aufgrund der räumlichen Nähe zu den Anbietern in Zone I, II und III, worunter auch spezialisierte Anbieter wie die Outlet-Stores in Gremsdorf und Herzogenaurach gehören, ist nicht von höheren Marktanteilen auszugehen.
- Im Bereich **Schuhe** wird eine Umsatzleistung von rd. 1,8 Mio. € erwartet. Dies entspricht einer Flächenleistung bei einer geplanten Verkaufsfläche von 670 m<sup>2</sup> von rd. 2.700 € / m<sup>2</sup> VK. Durchschnittlich erzielen Schuhfachmärkte Flächenleistungen zwischen 1.800 und 2.400 € / m<sup>2</sup> VK<sup>43</sup>, sodass von einer überdurchschnittlichen Umsatzleistungen auszugehen ist.
- Im Bereich **Sport / Sportgeräte** wird eine Umsatzleistung von rd. 1,9 Mio. € erwartet. Dies entspricht bei einer projektierten Fläche von 750 m<sup>2</sup> einer Flächenleistung von rd. 2.650 € / m<sup>2</sup> VK. Die am Standort generierbaren Flächenleistungen sind dabei auch angesichts der projektierten Fläche als durchschnittliche Flächenleistungen zu bewerten. Zudem befinden sich ein Sportwarenanbieter in der Höchststadter Innenstadt und weitere leistungsstarke Wettbewerber im Sportbereich (Nike-, Adidas-, Puma-Outlet-Stores in Herzogenaurach) in Zone III, so dass höhere Marktanteile in diesem Sortimentsbereich nicht zu erwarten sind
- Im Bereich **Lederwaren** wird eine Umsatzleistung von rd. 0,3 Mio. € erwartet. Dies entspricht einer Flächenleistung bei einer geplanten Verkaufsfläche von 100 m<sup>2</sup> von rd. 3.400 € / m<sup>2</sup> VK. Für diese geplante **Fachgeschäftsgröße** wird somit von einer durchschnittlichen Umsatzleistung ausgegangen.
- Im Bereich **Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel** wird eine Gesamtumsatzleistung von rd. 1,0 Mio. € bei einer maximalen Verkaufsfläche von rd. 470 m<sup>2</sup> erwartet. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenleistung von rd. 2.350 € / m<sup>2</sup> VK, welche für die potenziellen Angebotsformen auf durchschnittlichem Niveau liegt.
- Im Bereich **Heimtextilien** wird eine Umsatzleistung von rd. 0,4 Mio. € erwartet. Dies entspricht bei einer maximalen geplanten Verkaufsfläche von ca. 180 m<sup>2</sup> einer Flächenleistung von rd. 2.050 € / m<sup>2</sup> VK. Aufgrund der vorhandenen Wettbewerber in Zone I (Dänisches Bettenlager) und Zone II (Murk Mode, Estella Outlet) ist nicht von höheren Marktanteilen in diesem Sortiment auszugehen.

<sup>41</sup> Nach Angaben des Betreibers ist noch nicht entschieden, ob die Verkaufsfläche für Bekleidung bei ca. 3.800 m<sup>2</sup> oder bei ca. 4.300 m<sup>2</sup> festgesetzt werden soll. Im Sinne eines worst-case-Ansatzes wird im Rahmen der Analyse eine Verkaufsfläche von rd. 4.300 m<sup>2</sup> angesetzt.

<sup>42</sup> Vgl. Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

<sup>43</sup> Vgl. ebenda.

- Für den Bereich **Uhren / Schmuck** liegt die erwartete Umsatzleistung bei ca. 0,7 Mio. €. Die geplante Verkaufsfläche beträgt 70 m<sup>2</sup>. Im Sortimentsbereich Uhren / Schmuck sind Fachmarktconzepte eher unüblich, vielmehr handelt es sich in der Regel um **Fachgeschäfte**. Aufgrund der vergleichsweise intensiven Wettbewerbssituation im Schmuckbereich in Höchststadt wird lediglich eine etwas unterdurchschnittliche Flächenleistung von rd. 9.880 €/m<sup>2</sup> erreicht.
- Im **Elektrowarenbereich** wird eine Umsatzleistung von rd. 5,9 Mio. € erwartet. Bei einer maximalen geplanten Verkaufsfläche von 1.100 m<sup>2</sup> entspricht dies einer Flächenleistung von rd. 5.360 € / m<sup>2</sup> VK. Angesichts des insbesondere im Elektrowarenbereich weiter steigenden Anteiles des Onlinehandels und der vorhandenen, strukturprägenden, großflächigen Wettbewerber im Ferneinzugsgebiet (u. a. Euronics XXL, Media Markt, Saturn) sind höhere Flächenleistungen am Standort nicht zu erwarten.
- Für **Gartenartikel / Pflanzen** liegt die erwartete Umsatzleistung bei ca. 3,0 Mio. €. Die projektierte Verkaufsfläche beträgt rd. 2.500 m<sup>2</sup>. Aufgrund der moderat ausgeprägten Wettbewerbsintensität in Zone I und II des Einzugsgebiets ist von mittleren bis vergleichsweise hohen Marktanteilen auszugehen. Dementsprechend liegt die Flächenleistung von ca. 1.200 € / m<sup>2</sup> VK auch auf durchschnittlichem Niveau.
- Im Bereich **zoologischer Bedarf** wird eine Gesamtumsatzleistung von rd. 0,7 Mio. € erwartet. Bei einer maximalen projektierten Verkaufsfläche von 500 m<sup>2</sup> ergibt sich eine Flächenleistung von rd. 1.450 € / m<sup>2</sup> VK. Angesichts der im Einzugsgebiet bereits vorhandenen Angebotssituation in diesem Sortimentsbereich und der untergeordneten Rolle des Sortiments als Randsortiment im Gartencenter sind höhere Marktanteile hier nicht zu erwarten.

Die prognostizierte Gesamtumsatzleistung würde bei Realisierung sämtlicher geplanter Verkaufsflächen bei etwa 43,4 Mio. € liegen. Die durchschnittliche Flächenleistung läge demnach über alle Sortimente bei rd. 2.890 € / m<sup>2</sup> VK.

Insgesamt wird somit am Standort „Aischparkcenter“ nach der geplanten Ansiedlung von einem durchschnittlich leistungsstarken Fachmarktzentrum mit einem Angebotsschwerpunkt auf zentrenrelevanten Sortimenten ausgegangen.

Tabelle 9: Umsatzerwartung nach Sortimenten anhand des Marktanteilkonzepts

| Sortiment                              | Zone I                      |                          |                     | Zone II                     |                          |                     | Zone III                    |                          |                     | Streu-<br>umsatz<br>in Mio. € | Gesamt-<br>umsatz<br>in Mio. € |
|--|-----------------------------|--------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------------|---------------------|-------------------------------|--------------------------------|
|  | Kauf-<br>kraft<br>in Mio. € | Markt-<br>anteil<br>in % | Umsatz<br>in Mio. € | Kauf-<br>kraft<br>in Mio. € | Markt-<br>anteil<br>in % | Umsatz<br>in Mio. € | Kauf-<br>kraft<br>in Mio. € | Markt-<br>anteil<br>in % | Umsatz<br>in Mio. € |                               |                                |
| Nahrungs- und Genussmittel             | 26,3                        | 15                       | 3,9                 | 108,1                       | 5                        | 5,3                 | 312,3                       | <1                       | 1,9                 | 0,4                           | <b>11,5</b>                    |
| Drogerie- / und Parfümeriewaren        | 4,1                         | 20                       | 0,8                 | 17,0                        | 10                       | 1,7                 | 49,1                        | 2 - 3                    | 1,2                 | 0,2                           | <b>3,9</b>                     |
| Apothekerwaren                         | 8,9                         | 10                       | 0,9                 | 36,6                        | 5                        | 1,8                 | 105,9                       | < 1                      | 0,1                 | 0,1                           | <b>2,9</b>                     |
| Bekleidung                             | 7,2                         | 20                       | 1,4                 | 29,6                        | 10                       | 3,0                 | 85,6                        | 5                        | 4,3                 | 0,5                           | <b>9,2</b>                     |
| Schuhe                                 | 1,4                         | 20                       | 0,3                 | 5,8                         | 10                       | 0,6                 | 16,8                        | 5                        | 0,8                 | 0,1                           | <b>1,8</b>                     |
| Sport                                  | 1,6                         | 20                       | 0,3                 | 6,5                         | 10                       | 0,7                 | 18,7                        | 5                        | 0,9                 | 0,1                           | <b>2,0</b>                     |
| Lederwaren                             | 0,3                         | 20                       | < 0,1               | 1,4                         | 10                       | 0,1 – 0,2           | 4,0                         | 2 – 3                    | 0,1                 | << 0,1                        | <b>0,3</b>                     |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel | 0,8                         | 20                       | 0,2                 | 3,4                         | 10                       | 0,3                 | 9,9                         | 5                        | 0,5                 | 0,1                           | <b>1,1</b>                     |
| Heimtextilien                          | 1,1                         | 7 – 8                    | 0,1                 | 4,7                         | 5                        | 0,2                 | 13,5                        | << 1                     | << 0,1              | < 0,1                         | <b>0,4</b>                     |
| Uhren / Schmuck                        | 0,8                         | 10                       | 0,1                 | 3,2                         | 7 – 8                    | 0,2 – 0,3           | 9,2                         | 3 – 4                    | 0,3                 | < 0,1                         | <b>0,7</b>                     |
| Elektrowaren                           | 6,6                         | 20                       | 1,3                 | 27,0                        | 10                       | 2,7                 | 78,0                        | 2                        | 1,6                 | 0,3                           | <b>5,9</b>                     |
| Gartenartikel / Pflanzen               | 2,0                         | 25                       | 0,5                 | 8,3                         | 20                       | 1,7                 | 24,1                        | 2                        | 0,5                 | 0,3                           | <b>3,0</b>                     |
| Zoologischer Bedarf                    | 0,7                         | 20                       | 0,1 – 0,2           | 2,7                         | 15                       | 0,4                 | 7,8                         | 2                        | 0,1 – 0,2           | << 0,1                        | <b>0,7</b>                     |

GMA-Berechnungen 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich);



Nachfolgende Tabelle stellt die Umsatzherkunft in den einzelnen Sortimentsbereichen nach den Zonen des potenziellen Einzugsgebietes dar.

**Tabelle 10: Umsatzherkunft in den einzelnen Sortimentsbereichen**

| Sortimente                         | Umsatz<br>in Mio. € | Umsatzherkunft nach Zonen in % |           |                          |           | Streu-<br>umsätze<br>in % |
|------------------------------------|---------------------|--------------------------------|-----------|--------------------------|-----------|---------------------------|
|                                    |                     | Zone I                         | Zone II   | Zone I<br>und<br>Zone II | Zone III  |                           |
| Nahrungs- und Genussmittel         | 11,5                | 34                             | 46        | 80                       | 16        | 4                         |
| Drogerie- / und Parfümeriewaren    | 3,9                 | 21                             | 44        | 65                       | 31        | 5                         |
| Apothekerwaren                     | 2,9                 | 31                             | 62        | 93                       | 3         | 3                         |
| Bekleidung                         | 9,2                 | 16                             | 32        | 48                       | 47        | 5                         |
| Schuhe                             | 1,8                 | 16                             | 32        | 48                       | 47        | 5                         |
| Sport                              | 2,0                 | 16                             | 32        | 48                       | 47        | 5                         |
| Lederwaren                         | 0,3                 | 20                             | 47        | 67                       | 33        | < 1                       |
| Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel | 1,1                 | 15                             | 31        | 46                       | 45        | 9                         |
| Heimtextilien                      | 0,4                 | 25                             | 69        | 95                       | < 1       | 5                         |
| Uhren/Schmuck                      | 0,7                 | 11                             | 35        | 47                       | 46        | 7                         |
| Elektrowaren                       | 5,9                 | 22                             | 46        | 68                       | 27        | 5                         |
| Gartenartikel/Pflanzen             | 3,0                 | 17                             | 57        | 74                       | 17        | 9                         |
| Zoologischer Bedarf                | 0,7                 | 20                             | 57        | 77                       | 22        | 1                         |
| <b>Gesamt</b>                      | <b>43,4</b>         | <b>23</b>                      | <b>43</b> | <b>66</b>                | <b>29</b> | <b>5</b>                  |

GMA-Aufstellung 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

In Bezug auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Apothekerwaren werden mehr als 95 % des Umsatzes aus dem potenziellen Einzugsgebiet realisiert. **Insgesamt** werden in Zone I und II rd. zwei Drittel des Umsatzes generiert. Weitere 5 % des Umsatzes werden durch Streukunden von außerhalb des Einzugsgebiets erwirtschaftet. Dies ist auf die verkehrsgünstige Lage des Aischparkcenters nahe der Bundesstraße B 470 und der Autobahn A 3, sowie auf die überörtliche Bedeutung des Standortes durch das Wellenfreibad und das Eisstadion zurückzuführen. Deutlich wird darüber hinaus, dass das Zentrum auf ein überörtliches über den Verflechtungsbereich hinausgreifendes Einzugsgebiet zugreifen muss, um die notwendigen Umsätze erzielen zu können.

### 3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Mit zunehmender Distanz sind tendenziell geringere Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Umgekehrt sind die intensivsten Wettbewerbsbeziehungen mit relativ nahegelegenen und vom Besatz vergleichbaren Wettbewerbsstandorten zu erwarten. Konkret sind im vorliegenden Fall entsprechend die Innenstadt von Höchststadt sowie die sonstigen Lagen in Zone I und Zone II als nächstgelegene Einkaufsstandorte stärker betroffen, während die weiter entfernt gelegenen Standorte in geringerem Umfang tangiert werden.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass der ermittelte Umsatz für das Vorhaben an anderer Stelle umverteilt wird (worst-case-Betrachtung). Konjunkturelle Umsatzzuwächse (Marktwachstum) oder Umsatzzuwächse durch Einwohnerzuwächse, verstärkten Tourismus usw. werden ausgeblendet.

Des Weiteren ist nicht davon auszugehen, dass die Umverteilung ausschließlich in den hier untersuchten Orten stattfindet. Innerhalb des sehr weit ausgedehnten Einzugsgebiets wird dennoch der ganz überwiegende Teil (rund 95 %) des prognostizierten Zusatzumsatzes innerhalb des potenziellen Einzugsgebietes umverteilt.

Bei der Darstellung und Bewertung der Umsatzumverteilungen wird dabei nach Lagen differenziert. Unter „**ZVB Innenstadt**“ werden die als zentrale Versorgungsbereiche definierbaren Innenstadtlagen, v. a. der größeren Städte subsumiert. Diese sind entweder in Einzelhandelskonzepten definiert (z. B. Erlangen oder Forchheim) oder wurden anhand der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse von der GMA im Rahmen der Standortbegehungen abgegrenzt (z. B. Neustadt an der Aisch).

Die Kategorie „**integrierte Lagen**“ umfasst Ortskernlagen der kleineren Orte, die mangels Magnetbetrieben nicht als zentrale Versorgungsbereiche definiert wurden, Nahversorgungszentren (ZVB), die in den größeren Städten in den Konzepten abgegrenzt wurden (z. B. in Erlangen) und sonstige integrierte Betriebe, z. B. Nahversorger, die einen engen Bezug zum Siedlungszusammenhang aufweisen (z. B. Betriebe in Wohngebieten).

Unter „**nicht integrierten Lagen**“ sind v. a. Betriebe in Gewerbegebieten und Randlagen bzw. außerhalb eines engeren Siedlungszusammenhangs (z. B. Outlet-Standorte in Gremsdorf) zu verstehen.

**Tabelle 11: Umsatzumverteilungsrelevanter Umsatz**

| Sortimente                          | erwarteter Umsatz in Mio. € | abzüglich                |   | umsatzumverteilungsrelevanter Umsatz in Mio. € im Einzugsgebiet |
|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|---|---|
|                                     |                             | Bestandsumsatz in Mio. € | Umverteilung außerhalb des Einzugsgebiets in Mio. € |   |
| Nahrungs- und Genussmittel*         | 11,5                        | 3,4                      | 0,4   | 7,7   |
| Drogerie- / und Parfümeriewaren     | 3,9                         | --                       | 0,2   | 3,7   |
| Apothekerwaren                      | 2,9                         | --                       | 0,1   | 2,8   |
| Bekleidung*                         | 9,2                         | 1,3                      | 0,5   | 7,4   |
| Schuhe                              | 1,8                         | --                       | 0,1   | 1,7   |
| Sport                               | 2,0                         | --                       | 0,1   | 1,9   |
| Lederwaren                          | 0,3                         | --                       | << 0,1  | 0,3   |
| Haushaltswaren/GPK/Geschenskartikel | 1,1                         | --                       | 0,1   | 1,0   |
| Heimtextilien                       | 0,4                         | --                       | < 0,1   | 0,4   |
| Uhren/Schmuck                       | 0,7                         | --                       | < 0,1   | 0,6 – 0,7   |
| Elektrowaren                        | 5,9                         | --                       | 0,3   | 5,6   |
| Gartenartikel/Pflanzen              | 3,0                         | --                       | 0,3   | 2,7   |
| Zoologischer Bedarf                 | 0,7                         | --                       | << 0,1  | 0,7   |
| <b>Gesamt</b>                       | <b>43,4</b>                 | <b>4,7</b>               | <b>2,2</b>  | <b>36,5</b>   |

-- derzeit nicht vorhanden

\* In den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung ist die Verlagerung der beiden bereits bestehenden Anbieter Netto und Takko aus der Gewerbegebietslage im Süden in das Aischparkcenter geplant. Demnach werden der Bestandsumsatz des Netto-Marktes sowie der des Takko-Marktes nicht in den Umverteilung einbezogen, sondern nur der Mehrumsatz auf der erweiterten Verkaufsfläche.

GMA-Berechnungen 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

### 3.1 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel bei einer Größe von ca. 3.070 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit der geplanten Verkaufsfläche im Aischparkcenter ist folgendes festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 11,5 Mio. € für Lebensmittel zu erwarten. Davon werden abzüglich des Bestandumsatzes (Netto) und dem Umsatzanteil, welcher gegenüber Standorten außerhalb des Einzugsgebiets wirksam wird, rd. 7,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Nahrungs- und Genussmittel im Untersuchungsraum liegt bei ca. 486,6 Mio. €. Die Verkaufsflächen sind insbesondere in Zone II des potenziellen Einzugsgebiets mit einem hohen Anteil in nicht integrierten Lagen in Gewerbegebieten und in Streulagen angesiedelt. In Höchststadt befindet sich der Großteil des Gesamtumsatzes für Nahrungs- und Genussmittel im ZVB der Stadt Höchststadt an der Aisch aufgrund der dort vorhandenen Anbieter Kaufland, Aldi und eines Biomarktes.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten (vgl. Tabelle 12).

Mit Blick auf die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch werden gegenüber den bestehenden Anbietern ca. 1,4 Mio. € umverteilt. Die relativen Umsatzumverteilungseffekte liegen damit bei ca. 5 – 6 % und bewegen sich noch unter dem Orientierungswert, ab dem mögliche städtebauliche Auswirkungen auftreten können. Der Standort von Aldi und Kaufland kann als stabil betrachtet werden, sodass von keinen Betriebsschließungen auszugehen ist und die Betriebe somit ihre Versorgungsfunktion beibehalten werden. Der vorhandene Biomarkt ist zwar auch von Umverteilungswirkungen betroffen, spricht aber tendenziell andere Kundengruppen an und wird daher geringere Umsatzverluste erleiden als die beiden Systemwettbewerber.

Im Nahversorgungsbereich Südost sind gegenüber dem dort ansässigen Lebensmittelmarkt ebenfalls größere Umsatzverluste zu erwarten. Der hier verortete Betrieb ist ein Harddiscounter und hebt sich somit ebenfalls von dem geplanten Supermarkt und Marken-Discounter ab. Bei einer Umverteilungsquote von ca. 9 %, die knapp unterhalb des Abwägungsschwellenwertes liegt sind beträchtliche Umsatzverluste nicht auszuschließen. Grundsätzlich dürfte der Markt aber Bestandteil der Angebotslandschaft in Höchststadt an der Aisch bleiben, da es sich beim Systemwettbewerber Netto um eine Standortverlagerung handelt. In den integrierte Lagen der Zone II und nicht integrierten Lagen der Zone II liegen die Umsatzumverteilungen zwischen 3 % und 6 %. Somit ist in diesen Bereichen von keinen städtebaulichen relevanten Auswirkungen auszugehen.

Gegenüber den Anbieter in Zone III liegen die Umsatzumverteilungen für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle, was auf die Vielzahl der dort vorhandenen Betriebe und die räumliche Distanz zurückzuführen ist.

**Tabelle 12: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel**

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 26,1                          | 1,4                | 5 - 6        |
| integrierte Lagen                             | 3,2                           | 0,3                | 9            |
| nicht integrierte Lagen                       | 14,4                          | 1,1                | 7 - 8        |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| Integrierte Lagen                             | 46,6                          | 1,3                | 3            |
| nicht integrierte Lagen                       | 58,2                          | 3,4                | 6            |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 49,1                          | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 77,3                          | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 21,4                          | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 6,4                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 21,8                          | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 5,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 3,8                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 37,2                          | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 10,7                          | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 18,6                          | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 47,7                          | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 10,6                          | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 28,0                          | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>486,6</b>                  | <b>7,7</b>         | <b>1 - 2</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.2 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Drogerie- und Parfümeriewaren

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege bei einer Größe von ca. 850 m<sup>2</sup>. Davon sollen 700 m<sup>2</sup> auf einen Drogeriemarkt und entfallen. Mit Blick auf das Sortiment Drogeriewaren- und Parfümeriewaren kann folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt ist unter Berücksichtigung zusätzlich wirksam werdender Streuumsätze für Drogeriewaren ein Umsatz von rd. 3,9 Mio. € zu erwarten, wovon rd. 3,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Untersuchungsraum umverteilt werden.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Drogeriewaren im Untersuchungsraum liegt bei ca. 119,5 Mio. €. Hierbei kann in Zone I insbesondere die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch mit dem Kaufland (hoher Anteil an Drogeriewaren) und auch – wenn auch in geringerem Umfang - die Parfümerie in der Innenstadt als wichtige Wettbewerbsstandorte ausgemacht werden. Des Weiteren sind in Zone II weitere Drogeriefachmärkte in nicht integrierten Lagen verortet (Müller in Adelsdorf, dm in Heßdorf).

Im Detail sind im Einzugsgebiet folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:



**Tabelle 13: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren**

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |          |
|---|-------------------------------|--------------------|----------|
|   |                               | in Mio. €          | in %     |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 1,4                           | 0,2                | 14       |
| integrierte Lagen                             | 0,4                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 4,3                           | 0,4                | 9        |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |          |
| integrierte Lagen                             | 2,7                           | 0,2                | 7 – 8    |
| nicht integrierte Lagen                       | 10,3                          | 0,7                | 6 – 7    |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 36,6                          | 0,5                | 1 – 2    |
| integrierte Lagen                             | 15,4                          | 0,2                | 1        |
| nicht integrierte Lagen                       | 5,2                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 5,3                           | 0,2                | 3 – 4    |
| integrierte Lagen                             | 1,6                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,6                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 1,3                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 6,8                           | 0,2                | 3        |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 2,8                           | < 0,1              | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 8,4                           | 0,2                | 2        |
| nicht integrierte Lagen                       | 8,4                           | 0,2                | 2        |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 2,7                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 5,2                           | 0,1                | 2        |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>119,5</b>                  | <b>3,7</b>         | <b>3</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

Im Sortimentsbereich Drogerie- und Parfümeriewaren sind die wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den Anbietern in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch sowie gegenüber den Anbietern in integrierten und nicht integrierten Lagen in Zone I und Zone II zu erwarten.

Die relativen Umsatzumverteilungseffekte liegen gegenüber dem ZVB in Höchststadt an der Aisch bei ca. 14 % und damit deutlich oberhalb des Orientierungswertes, ab dem städtebauliche Auswirkungen zu erwarten wären. Diese Umsatzverteilungen von rd. 0,2 Mio. € fallen überwiegend zu Lasten des Kaufland mit seinem hohen Anteil an Drogeriewaren aus. Bezogen auf den Gesamtumsatz von Kaufland liegt die Quote der Umsatzumverteilung aber mit 1 – 2 % deutlich unterhalb von 10 %. Die in der Innenstadt verortete Parfümerie ist in einem deutlich geringerem Umfang tangiert. Dies ist primär auf die abweichende Sortimentsstruktur gegenüber einem Drogeriemarkt zurückzuführen.

In den nicht integrierten Lagen der Zone I verteilen sich die Umsätze auf diverse Lebensmittelanbieter sowie auf den Systemwettbewerber Rossmann am neuen Fachmarktstandort. Hinsichtlich der Umverteilung gegenüber dem Magnetbetrieb Kaufland im ZVB Innenstadt ist bei der Interpretation der Umsatzumverteilungseffekte zu berücksichtigen, dass hier nur ein Randsortiment betroffen sein wird, so dass bei einer Gesamtbetrachtung die Umverteilung lediglich bei 3 – 4 % liegen wird. Daher kann ausgeschlossen werden, dass dieser für den ZVB wichtige Betrieb beeinträchtigt wird. Der Betreiber Rossmann ist auch aufgrund von Agglomerationseffekten und als derzeit einziger Drogeriemarkt in Höchststadt als leistungsfähig einzustufen, so dass die insgesamt hohe Umverteilung verkraftbar sein wird.

Die Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in Zone II des Einzugsgebietes liegen bei max. 7 - 8 %. Dabei ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass Umverteilungen anteilig auch gegenüber den vorhandenen Lebensmittelmärkten wirksam werden, welche hier jedoch lediglich in Bezug auf die Umsätze im Sortimentsbereich Drogeriewaren (Randsortiment) betroffen sind. Ein Teil der Umverteilung geht auch zu Lasten der Drogeriefachmärkte in Adelsdorf und Heßdorf. Aufgrund ihrer Nahversorgungsfunktion für die Bereiche im südlichen und östlichen Teil der Zone II des Einzugsgebietes des Aischparkcenters sind Betriebs-schließungen auszuschließen, so dass die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigt wird.

Gegenüber Anbietern in Zone III liegen die Umsatzumverteilungen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze oder auf einem sehr niedrigen Niveau. Städtebauliche Effekte sind dementsprechend im in den zentralen Versorgungsbereichen und an anderen Standorten in Zone III auszuschließen.

### **3.3 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Apothekerwaren**

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege bei einer Größe von ca. 850 m<sup>2</sup>. Davon sollen 150 m<sup>2</sup> VK auf eine Apotheke entfallen. Mit Blick auf das Sortiment Gesundheit / Körperpflege (Drogeriewaren) kann folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt ist unter Berücksichtigung zusätzlich wirksam werdender Streuumsätze für Drogeriewaren ein Umsatz von rd. 2,9 Mio. € zu erwarten, wovon rd. 2,8 Mio. € gegenüber den Anbietern im Untersuchungsraum umverteilt werden.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Apotheken im Untersuchungsraum liegt bei ca. 64,3 Mio. €. Hierbei ist in Zone I insbesondere auf die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch sowie in Zone II auf integrierte Lagen hinzuweisen. Des Weiteren sind in Zone III zahlreiche Apotheken in integrierten Lagen und in den Innenstädten verortet.

In Tabelle 14 sind die Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Apothekerwaren im Untersuchungsraum im Detail dargestellt.

Mit Blick auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Höchststadt an der Aisch werden im Sortimentsbereich Apotheken mit rd. 13 % Umsatzumverteilungseffekte oberhalb des Orientierungswertes prognostiziert. Die drei Apotheken in der Innenstadt werden hier mit Umsatzeinbußen rechnen müssen, somit sind städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB Höchststadt nicht auszuschließen. Auch auf die integrierten Lagen in Zone II wird sich das neue Angebot mit Umsatzumverteilungen in Höhe von max. 7 – 8 % auswirken. Die Größenordnung der ermittelten Quote kann aber noch als verträglich bewertet werden.

Die Umverteilungseffekte gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen, den integrierten Lagen und nicht integrierten Lagen in Zone III liegen auf einem niedrigeren Niveau, sodass hier städtebauliche Auswirkungen i.S.d. §11 Abs.3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Allgemein sind mit Blick auf die Ansiedlung einer Apotheke Standorte in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch gegenüber dem Aischparkcenter vorzuziehen. Da Apotheken hohe Kopplungsintensitäten mit Arztpraxen sowie gesundheitlichen Dienstleistungsbetrieben (z. B. Fußpflegepraxis) aufweisen, eignen sich Lagen in der Innenstadt aus Sicht des Kunden i. S. einer Wegekopplung daher deutlich besser. Aufgrund des eher geringen Flächenbedarfs einer Apotheke von max. 150 m<sup>2</sup> können hierfür grundsätzlich geeignete Ladenlokale in der Stadtmitte geschaffen werden.

Tabelle 14: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Apothekerwaren

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 3,9                           | 0,5                | 13           |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| integrierte Lagen                             | 7,4                           | 0,5 – 0,6          | 7 – 8        |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 12,0                          | 0,3                | 1 – 2        |
| integrierte Lagen                             | 15,8                          | 0,3 – 0,4          | 2            |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 5,3                           | 0,2 – 0,3          | 3 – 4        |
| integrierte Lagen                             | 2,2                           | 0,1                | 4 – 5        |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 3,5                           | 0,1 – 0,2          | 4            |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 4,8                           | 0,2                | 4            |
| integrierte Lagen                             | 2,7                           | 0,1                | 3 – 4        |
| nicht integrierte Lagen                       | 3,3                           | 0,2                | 6            |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 3,4                           | 0,1                | 3            |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>64,3</b>                   | <b>2,8</b>         | <b>4 - 5</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.4 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Bekleidung

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Bekleidung bei maximal ca. 4.300 m<sup>2</sup>. Es ist Folgendes für das Sortiment Bekleidung festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze bei einer Verkaufsfläche von 4.300 m<sup>244</sup> ein Umsatz von rd. 9,2 Mio. € zu erwarten. Davon werden abzüglich Bestandsumsatz (Takko-Textilfachmarkt) und dem Umsatzanteil, welcher gegenüber Standorten außerhalb des Einzugsgebiets umverteilt werden, rd. 7,4 Mio. € gegenüber den Anbietern im potenziellen Einzugsgebiet des Aischparkcenters umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung im Sortimentsbereich Bekleidung im Einzugsgebiet liegt bei ca. 248,3 Mio. €. Hier ist die Innenstadt von Erlangen als wesentlicher Angebotsstandort mit überregionaler Ausstrahlkraft im Ferneinzugsgebiet zu benennen. In Zone I und II sind als wesentliche Hauptwettbewerber die Outlet-Stores in Gremsdorf, sowie der Modemarkt Murk in Wachenroth und Mode Meßbacher in Heroldsbach erwähnenswert. Im Fachmarktsegment ist auch auf das Gewerbegebiet in Heßdorf (mit Bon Prix und KIK) sowie weitere vereinzelte Fachmarktstrukturen an integrierten sowie nicht integrierten Standorten hinzuweisen.

Mit Blick auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Höchststadt an der Aisch werden im Sortimentsbereich Bekleidung mit rd. 8 – 9 % Umsatzumverteilungseffekte knapp unterhalb des Orientierungswertes zu erwarten sein. Insbesondere die kleineren Boutiquen und Fachgeschäfte in der Innenstadt werden hier mit Umsatzeinbußen rechnen müssen, ebenso wie der insgesamt nicht mehr als marktadäquate zu bewertende aber für den ZVB wichtigen NKD-Markt im Norden des ZVB. Somit sind aufgrund der geplanten Anbieter im Aischparkcenter (H&M, Takko, Mister&Lady) trotz Umverteilungswirkungen unter 10 % städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB Höchststadt möglich.

Auch auf die nicht integrierten Lagen in Zone I, welche zwar keinen baurechtlich schützenswerten Status aufweisen, wird sich das neue Angebot auf nicht integrierte Lagen mit Umsatzumverteilungen in Höhe von 16 – 17 % bzw. für die Betriebe in integrierten Lagen in Zone II in Höhe von rd. 8 % auswirken.

Die Umverteilungseffekte gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen, den integrierten Lagen und nicht integrierten Lagen in Zone III liegen auf einem niedrigen Niveau bzw. bei max. etwa 3 – 4 %. Somit sind städtebauliche Auswirkungen i.S.d. §11 Abs.3 BauNVO hier auszuschließen.

<sup>44</sup> Die Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Bekleidung wird zukünftig bei maximal 4.300 m<sup>2</sup> liegen. Es liegen unterschiedliche Planungsvarianten vor (vgl. Kapitel II), wonach auch ein Verkaufsflächenvolumen von max. ca. 3.800 m<sup>2</sup> möglich ist. Im Sinne einer worst-case-Betrachtung werden im Rahmen der Umsatzumverteilungsrechnung die maximal möglichen Umsätze angesetzt.

Tabelle 15: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Bekleidung

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 2,8                           | 0,2 – 0,3          | 8 – 9        |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,8                           | 0,5                | 16 – 17      |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| integrierte Lagen                             | 2,4                           | 0,2                | 8            |
| nicht integrierte Lagen                       | 27,0                          | 1,5 – 1,6          | 5 – 6        |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 137,5                         | 3,0                | 2 – 3        |
| integrierte Lagen                             | 1,0                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 4,2                           | 0,1                | 1 – 2        |
| integrierte Lagen                             | 0,2                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 11,4                          | 0,1 – 0,2          | 1 – 2        |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 12,6                          | 0,5                | 3 – 4        |
| nicht integrierte Lagen                       | 5,4                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 13,5                          | 0,4                | 2 – 3        |
| integrierte Lagen                             | 7,0                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 16,0                          | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,2                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 4,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>249,6</b>                  | <b>7,4</b>         | <b>2 – 3</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.5 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Schuhe

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für das Sortiment Schuhe bei ca. 670 m<sup>2</sup>. In diesem Zusammenhang ist folgendes festzuhalten:



- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz für Schuhe in einer Größenordnung von rd. 1,8 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 1,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung im Sortiment Schuhe im Untersuchungsraum liegt derzeit bei ca. 57,9 Mio. €. Die Verkaufsflächen sind hier insgesamt vorrangig in nicht integrierten Gewerbegebietslagen vorhanden. Darunter fallen insbesondere Anbieter aus Zone I und II im Outlet Gremsdorf, Gewerbegebiet Murk und Gewerbepark Heßdorf (beide mit Deichmann).

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten (vgl. Tabelle 16).

Im Sortimentsbereich Schuhe ist mit Blick auf die Ansiedlung des Aischparkcenters nicht von städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen auszugehen. Die Umverteilungsquoten liegen mit insgesamt rd. 2 - 3 % und maximal 4 % in den nicht integrierten Lagen in Zone II deutlich unterhalb des Orientierungswertes von 10 %. Auch für den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Höchststadt an der Aisch lassen sich keine nachweisbaren Auswirkungen nachweisen.

Tabelle 16: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Schuhe

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,3                           | << 0,1             | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| nicht integrierte Lagen                       | 7,7                           | 0,3                | 4            |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 19,9                          | 0,6                | 2 – 3        |
| integrierte Lagen                             | 0,2                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 2,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | 4,9                           | 0,1                | 2            |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 2,1                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,3                           | --                 | --           |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 0,3                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 12,3                          | 0,4                | 3            |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,1                           | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,9                           | --                 | --           |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>57,9</b>                   | <b>1,7</b>         | <b>2 - 3</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.6 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Sport

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für das Sortiment Sport bei ca. 750 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit Sportartikeln (inkl. Sportgroßgeräte, z.B. Fahrräder) ist folgendes festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 2,0 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 1,9 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Sportwaren im Untersuchungsraum liegt bei 71,6 Mio. €. Als wichtigster Wettbewerbsstandort sind die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch mit dem Sport- bzw. Outdooranbieter Wigwam sowie die Outlets in Herzogenaurach hervorzuheben.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen im Sportbereich durch das Vorhaben zu erwarten (vgl. Tabelle 17).

Im Sortimentsbereich Sport (inkl. Sportgeräte) finden die wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den Anbietern in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch aber auch den Outlet-Stores in Herzogenaurach statt.

Die relativen Umsatzumverteilungseffekte liegen dabei gegenüber dem ZVB Höchststadt an der Aisch bei ca. 14 %, sodass städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind. Die Umsatzverteilungen von rd. 0,2 Mio. € gehen überwiegend zu Lasten des dort angesiedelten Sportfachmarktes / -fachgeschäftes, welches in diesem Sortimentsbereich ein wichtiger Anbieter in zentraler Lage ist. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion der Innenstadt in diesem zentrenrelevanten Sortiment kann somit nicht ausgeschlossen werden. Allerdings ist andererseits zu berücksichtigen, dass der Anbieter in der Innenstadt seinen Angebotsschwerpunkt im Outdoor-Bereich aufweist und somit mit einem klassischen Sportfachmarkt keine hundertprozentige Sortimentsüberschneidung aufweist. Mit Blick auf die Umsatzumverteilungseffekte in weiteren Lagen der Zone I, Zone II und Zone III ist nicht von städtebaulich oder raumordnerisch bedeutsamen Auswirkungen auszugehen. In größerem Umfang sind hier lediglich Betriebe in nicht integrierten Lagen in Zone II betroffen. Integrierte Lagen werden hingegen nur sehr geringe Effekte zu verzeichnen haben.

Tabelle 17: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Sport

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |          |
|---|-------------------------------|--------------------|----------|
|   |                               | in Mio. €          | in %     |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 1,3                           | 0,2                | 14       |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,3                           | << 0,1             | n.n.     |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |          |
| integrierte Lagen                             | 0,7                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,6                           | 0,2                | 11 – 12  |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 15,0                          | 0,2                | 1        |
| integrierte Lagen                             | 0,4                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --       |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 1,1                           | << 0,1             | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 1,3                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 45,4                          | 1,1                | 2 - 3    |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,7                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,5                           | 0,1                | 4        |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,8                           | << 0,1             | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 0,3                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | n.n.     |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,2                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --       |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>71,6</b>                   | <b>1,9</b>         | <b>3</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.7 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Lederwaren

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für das Sortiment Lederwaren bei ca. 100 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit dem Sortiment Lederwaren ist folgendes festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 0,3 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 0,3 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Sportwaren im Untersuchungsraum liegt bei 5,2 Mio. €.

Für den Bereich Lederwaren ergeben sich aufgrund der geringen geplanten Verkaufsflächen-größe nur geringe Umsatzumverteilungen, sodass sich im gesamten Einzugsgebiet keine negativen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen ableiten lassen (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Lederwaren

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,4                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 3,1                           | 0,2                | 6 - 7        |
| integrierte Lagen                             | 0,1                           | < 0,1              | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --           |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,7                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>5,2</b>                    | <b>0,3</b>         | <b>5 - 6</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar



### **3.8 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel**

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für die Sortimente Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel bei einer Größe von ca. 470 m<sup>2</sup>. Mit Blick auf diese Sortimente kann folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze für Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel ein Umsatz von rd. 1,1 Mio. € zu erwarten, wovon rd. 1,0 Mio. € gegenüber den Anbietern im Untersuchungsraum umverteilt werden.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel im Untersuchungsraum liegt bei ca. 53,1 Mio. €. Den höchsten Umsatzanteil davon erzielt die Erlanger Innenstadt (u.a. mit Nanu Nana, Butlers, Depot) sowie die Mömax und XXXL Neubert in Hirschaid. In Zone I kann insbesondere die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch mit dem Dänischen Bettenlager als wichtiger Wettbewerbsstandorte ausgemacht werden.

Im Sortimentsbereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel finden die wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den Anbietern in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch statt, insbesondere zu Lasten des Dänischen Bettenlagers. Die relativen Umsatzumverteilungseffekte liegen aber gegenüber dem ZVB auf eine sehr niedrigen Niveau bzw. unterhalb der Grenze der Nachweisbarkeit. Ähnlich wie im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt auch das Dänische Bettenlager als Hauptwettbewerber im ZVB in einer Rand- bzw. Nebenlage westlich der Innenstadt und präsentiert sich vorwiegend autokundenorientiert. Bei dem Sortiment handelt es sich mit Bezug auf das Dänische Bettenlager aber um ein Randsortiment, sodass sich bei Betrachtung des Gesamtumsatzes die möglichen wettbewerblichen Auswirkungen weiter relativieren. Die Umverteilungseffekte in Zone II und III liegen größtenteils unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle oder nur auf einem sehr geringen Niveau, bei dem nicht von städtebaulichen Auswirkungen auszugehen ist.

Im Detail sind im Einzugsgebiet folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

**Tabelle 19: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel**

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |          |
|---|-------------------------------|--------------------|----------|
|   |                               | in Mio. €          | in %     |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,8                           | < 0,1              | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 0,4                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,9                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |          |
| integrierte Lagen                             | 0,5                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 18,0                          | 0,1 – 0,2          | < 1      |
| integrierte Lagen                             | 0,7                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,3                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 1,1                           | < 0,1              | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 0,2                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,8                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,1                           | << 0,1             | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 3,4                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 3,7                           | 0,1                | 2 - 3    |
| integrierte Lagen                             | 1,1                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 5,3                           | 0,1                | 2        |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,6                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 12,1                          | 0,1 – 0,2          | 2        |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>53,1</b>                   | <b>1,0</b>         | <b>2</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### **3.9 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Heimtextilien / Bettwaren (ohne Matratzen)**

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Heimtextilien bei einer Größe von ca. 180 m<sup>2</sup> (Teilfläche von Depot). Mit Blick auf diese Sortimente kann folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt ist für Heimtextilien ein Umsatz von rd. 0,4 Mio. € zu erwarten, welcher vollständig im Untersuchungsraum umverteilt wird.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Heimtextilien im Untersuchungsraum liegt bei ca. 32,2 Mio. €. Auch für dieses Sortiment wird ein hoher Anteil des Umsatzes in den Möbelfachmärkten in Hirschaid (Mömax, XXXL Neubert) generiert sowie in Zone I insbesondere in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch mit dem Dänischen Bettenlager.

Im Sortimentsbereich Haus- und Heimtextilien liegen die Umsatzumverteilungswirkungen mit 0,4 Mio. € auf einem nicht nachweisbaren Niveau. Effekte auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche sind nicht zu erwarten (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 20: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Heimtextilien

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,6                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| integrierte Lagen                             | 0,8                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 4,6                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 0,7                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,3                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,0                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,8                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,0                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 2,7                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 0,5                           | << 0,1             | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 6,9                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 9,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>32,2</b>                   | <b>0,4</b>         | <b>1 – 2</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.10 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Uhren / Schmuck

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für Uhren und Schmuck bei einer Größe von ca. 70 m<sup>2</sup>. Mit Blick auf das Sortiment Uhren und Schmuck kann folgendes festgehalten werden:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze für Uhren und Schmuck ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € zu erwarten, wovon rd. 0,6 – 0,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Untersuchungsraum umverteilt werden.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Uhren und Schmuck im Untersuchungsraum liegt bei ca. 15,7 Mio. €. Hierbei kann in Zone I auf drei vorhandenen Juweliere in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch sowie diverse andere Juweliere und Anbieter insbesondere in den Innenstädten der Mittel- und Oberzentren im Ferneinzugsgebiet als wichtige Wettbewerbsstandorte verwiesen werden.

Tabelle 21 zeigt die Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Uhren / Schmuck im Untersuchungsraum im Detail.

Die Umsatzumverteilungsquoten im Sortiment Uhren / Schmuck gegenüber dem nächstgelegenen ZVB in Höchststadt an der Aisch liegen mit rd. 10 % auf einem kritischen Niveau. Vor diesem Hintergrund sind somit städtebauliche Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten. Angesichts der zu erwartenden Umverteilungsquoten sind Betriebsaufgaben und daraus entstehende Leerstandsbildung in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch nicht auszuschließen.

In den weiteren zu betrachtenden Lagen fallen die Umsatzumverteilungswirkungen relativ gesehen deutlich geringer aus. Mit rd. 4 % in der Innenstadt von Erlangen sowie 6 – 7 % in Forchheim sind deutlich geringere Effekte sichtbar.

Tabelle 21: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Uhren und Schmuck

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,0                           | 0,1                | 10           |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | n.n.         |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| integrierte Lagen                             | 0,4                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 10,2                          | 0,4                | 4            |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | n.n.         |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,5                           | << 0,1             | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,0                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | << 0,1             | n.n.         |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,9                           | 0,1                | 6 – 7        |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,5                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --           |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>15,7</b>                   | <b>0,7</b>         | <b>4 – 5</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.11 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Elektrowaren

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für das Sortiment Elektrowaren bei ca. 1.100 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit Elektrowaren ist folgendes festzuhalten:



- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 5,9 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 5,6 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Elektrowaren im Untersuchungsraum liegt bei 98,8 Mio. €. Als wichtigster Wettbewerbsstandort ist in diesem Zusammenhang die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch mit mehreren auf Teilsortimente spezialisierte Elektrofachgeschäfte zu nennen. Die höchsten Umsatzanteile generieren aber die Elektrofachmärkte in Erlangen, Forchheim und Neustadt an der Aisch.

Im Sortimentsbereich Elektrowaren sind die wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den Anbietern in der Innenstadt von Höchststadt an der Aisch zu erwarten aber auch mit den Elektrofachmärkten im weiteren Einzugsgebiet (vgl. Tabelle 22).

Die relativen Umsatzumverteilungseffekte liegen damit gegenüber dem ZVB Höchststadt an der Aisch bei ca. 14 % und sprechen somit für die Auslösung städtebaulicher Auswirkungen. Die Umsatzverteilungen von rd. 0,2 Mio. € gehen überwiegend zu Lasten der Elektrofachgeschäfte im ZVB. Durch den geplanten Fachmarkt im Sortimentsbereich Elektrowaren ist somit nicht auszuschließen, dass Betriebsschließungen in der Höchststadter Innenstadt ausgelöst werden. Mit Blick auf die Umsatzumverteilungseffekte auf die anderen Bereiche der Zone I, Zone II und Zone III ist aber nicht von städtebaulich oder raumordnerisch bedeutsamen Auswirkungen auszugehen, zumal hier v. a. andere Elektrofachmärkte in nicht integrierten Lagen betroffen wären.

Tabelle 22: Umsatzumverteilungen im Sortiment Elektrowaren

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |              |
|---|-------------------------------|--------------------|--------------|
|   |                               | in Mio. €          | in %         |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,4                           | 0,2                | 14           |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --           |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |              |
| Nicht integrierte Lagen                       | 0,6                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 36,5                          | 1,8                | 5            |
| integrierte Lagen                             | 1,2                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 21,1                          | 1,4                | 6 – 7        |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 1,6                           | < 0,1              | n.n.         |
| integrierte Lagen                             | 2,6                           | 0,1                | 4            |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,4                           | < 0,1              | n.n.         |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,3                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 7,5                           | 0,5                | 6 – 7        |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 4,3                           | 0,2                | 4 – 5        |
| integrierte Lagen                             | 0,8                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | 16,2                          | 1,0                | 6            |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |              |
| ZVB Innenstadt                                | 0,9                           | < 0,1              | n.n.         |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | n.n.         |
| <b>Weitere Kommunen in Zone III</b>           |                               |                    |              |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,3                           | 0,1                | 4 – 5        |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>98,8</b>                   | <b>5,6</b>         | <b>5 – 6</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.12 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Gartenartikel / Pflanzen

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für die Sortimente Gartenartikel / Pflanzen bei ca. 2.500 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit dem Sortiment Gartenartikel / Pflanzen ist folgendes festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 3,0 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 2,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für Gartenartikel / Pflanzen im Untersuchungsraum liegt bei 39,4 Mio. €.

Tabelle 23 zeigt die Umsatzumverteilungen in diesen Sortimentsbereichen durch das Vorhaben im Detail.

Unter Anbetracht der Angebotssituation (Dehner in Erlangen) beziehen sich die möglichen Umsatzumverteilungswirkungen überwiegend gegenüber den Anteilen an Gartenartikeln und Pflanzen in den vorhandenen Baumärkten. Somit ergeben sich Umsatzumverteilungen gegenüber den Baumärkten im Nahversorgungsbereich Südost der Stadt Höchststadt an der Aisch von max. 8 % und maximale Umverteilungseffekte von bis zu rd. 8 - 9 % gegenüber den nicht integrierten Lagen in Zone II und Zone III. Diese Umsatzumverteilungen erweisen sich insgesamt für alle Lagen und Zonen als unbedenklich, zumal es sich bei dem Kernsortiment eines Gartencenters um ein typisches nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt.

Tabelle 23: Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Gartenartikel / Pflanzen

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |          |
|---|-------------------------------|--------------------|----------|
|   |                               | in Mio. €          | in %     |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | 1,8                           | 0,1 - 0,2          | 8        |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,6                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |          |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,3                           | 0,1                | 7 – 8    |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 17,6                          | 1,5                | 8 – 9    |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | --                            | --                 | --       |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | 0,5                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,5                           | 0,1                | 7        |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | --                            | < 0,1              | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 12,4                          | 0,5                | 4        |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,6                           | 0,1                | 6        |
| <b>Weitere Kommunen in Zone III</b>           |                               |                    |          |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,1                           | 0,2                | 7        |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>39,4</b>                   | <b>2,7</b>         | <b>7</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

### 3.13 Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf

Im Rahmen der Ansiedlung des Aischparkcenters liegt die geplante Verkaufsfläche für zoologischen Bedarf bei ca. 500 m<sup>2</sup>. Im Zusammenhang mit dem Sortiment zoologischer Bedarf ist folgendes festzuhalten:

- /// Insgesamt ist inkl. der Streuumsätze ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € zu erwarten. Davon werden rd. 0,7 Mio. € gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet umverteilt.
- /// Die Gesamtumsatzleistung für zoologischer Bedarf im Untersuchungsraum liegt bei 16,7 Mio. €. Die Verkaufsflächen sind im kompletten potenziellen Einzugsgebiet mit einem hohen Anteil in nicht integrierten Lagen in Gewerbegebieten und in Streulagen angesiedelt. Der Großteil des Gesamtumsatzes für zoologischen Bedarf generiert sich in den sonstigen Lagen der Stadt Höchststadt an der Aisch aufgrund des dort vorhandenen Fumy Marktes.

In Tabelle 24 sind die Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum in diesem Sortimentsbereich im Detail durch das Vorhaben zu erwarten:

Das Sortiment zoologischer Bedarf soll nicht in Form eines Zoofachmarktes am Standort des Aischparkcenters angesiedelt, sondern ist Bestandteil des geplanten Gartencenters Dehner. Aufgrund des hohen Anteils an Verkaufsfläche im zoologischen Bedarf im geplanten Gartenfachmarkt ist dieser jedoch in seiner Auswirkung separat zu betrachten. Mit Blick auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet lassen sich keine nachweisbaren Umsatzumverteilungseffekte konstatieren. Diese bilden sich maximal in den nicht integrierten Lagen in Höchststadt an der Aisch mit rd. 6 %, in Zone II mit ca. 5 % und in Erlangen mit max. 3 % ab. Demnach sind für diesen Sortimentsbereich keine städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen zu erwarten.

Tabelle 24: Umsatzumverteilungen im Sortiment zoologischer Bedarf

| Lagen   | Bestands-<br>umsatz in Mio. € | Umsatzumverteilung |          |
|---|-------------------------------|--------------------|----------|
|   |                               | in Mio. €          | in %     |
| <b>Höchststadt an der Aisch</b>               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,3                           | < 0,1              | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 4,7                           | 0,3                | 6        |
| <b>Weitere Kommunen in Zone I und Zone II</b> |                               |                    |          |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,8                           | 0,1 – 0,2          | 5        |
| <b>Erlangen</b>                               |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,7                           | < 0,1              | n.n.     |
| integrierte Lagen                             | 0,4                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 3,3                           | 0,1                | 3        |
| <b>Herzogenaurach</b>                         |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | 0,5                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Neustadt an der Aisch</b>                  |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 1,4                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Forchheim</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | --                            | --                 | --       |
| integrierte Lagen                             | --                            | --                 | --       |
| nicht integrierte Lagen                       | 2,0                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Hirschaid</b>                              |                               |                    |          |
| ZVB Innenstadt                                | 0,2                           | < 0,1              | n.n.     |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,2                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Weitere Kommunen in Zone III</b>           |                               |                    |          |
| nicht integrierte Lagen                       | 0,1                           | < 0,1              | n.n.     |
| <b>Gesamt</b>                                 | <b>16,7</b>                   | <b>0,7</b>         | <b>4</b> |

GMA-Berechnungen; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

-- kein projektrelevantes Angebot vorhanden

n. n. = nicht nachweisbar

**Zusammenfassend** bleibt festzuhalten, dass v. a. bei den zentrenrelevanten Sortimenten Apothekerwaren, Sport, Uhren / Schmuck und Elektrowaren Auswirkungen auf die Entwicklung des ZVB in Höchststadt an der Aisch nicht auszuschließen sind. Auswirkungen auf ZVB oder die verbrauchernahe Versorgung in anderen Zentralen Orten und damit Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung sind aber nicht zu erwarten. Allerdings bleibt auch für die Umlandgemeinden festzuhalten, dass hier Umsatzverluste in mehreren Sortimentsbereichen auftreten werden. Aufgrund der Teils großen räumlichen Streuung erreichen diese keine unverträgliche Größenordnung und sind daher als wettbewerbliche Auswirkungen zu interpretieren.

Mit Blick auf die Entwicklung des Einzelhandels bzw. des ZVB in Höchststadt sind neben zuvor erläuterten unmittelbaren Auswirkungen auch mittelbare Effekte zu erwarten. Bei einer Realisierung des Aischparkcenters dürfte es nach gutachterlicher Einschätzung zu einer grundlegenden Veränderung der Standortstrukturen in Höchststadt kommen. Die Innenstadt (ohne die Lage Kaufland / Aldi) wird dabei weiter an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren; Investitionen in den Einzelhandel in dieser Lage werden sich wahrscheinlich rückläufig entwickeln, zumal bei einigen Einzelhandelsgeschäften in dieser Lage bereits heute ein Investitionsstau offensichtlich ist. Höchststadt insgesamt wird aber an überörtlicher Versorgungsbedeutung wahrscheinlich gewinnen. Wie bereits im Einzelhandels-Entwicklungskonzept skizziert, dürfte die Entwicklung in der zentralen Innenstadt sich dann eher in Richtung Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen bewegen.



## **VI. Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch 2012**

Für die Stadt Höchststadt an der Aisch wurde zwischen 2010 und 2011 ein Einzelhandelsentwicklungskonzept erstellt, welches im Jahr 2012 ergänzt, jedoch **nicht** vom Stadtrat beschlossen wurde. Das Konzept dient aber dennoch als Grundlage für die zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen der Stadt und verfolgt im Wesentlichen folgende Themenbereiche:

- /// Notwendigkeit von Neuansiedlungen
- /// zusätzlicher Bedarf an einzelnen Angeboten (Sortimenten)
- /// mögliche Standorte
- /// Aussagen zu einzelnen Sortimentsbereichen
- /// Aussagen zu Dimensionen der Verkaufsfläche
- /// Empfehlungen für andere Wirtschaftsbereiche (Gastronomie, Dienstleistungen, Gewerbe)
- /// Integration der wirtschaftlichen Stadtentwicklung in die Ziele und Vorgehensweise der Städtebauförderung
- /// Möglichkeiten von flankierenden Maßnahmen zur Stärkung des Standorts Höchststadt an der Aisch bzw. v.a. des Stadtzentrums

Anhand des vorliegenden Einzelhandels-Entwicklungskonzeptes, welches im Zusammenhang mit der Erstellung eines integrierten Stadtentwicklungskonzeptes stand, soll durch eine integrierte und zukunftsweisende Stadtentwicklung die Qualität des Wohn- und Arbeitsstandorts weiter verbessert werden. Daher hat das Konzept den Anspruch einer gesamtwirtschaftlichen Betrachtung der Stadt Höchststadt an der Aisch.

Der Standort des geplanten „Aischparkcenters“ befindet sich östlich der Kernstadt auf dem ausgewiesenen Nahversorgungsbereich Kieferndorfer Weg. Da der Standort aktuell landwirtschaftlich genutzt wird, ist er im Einzelhandels-Entwicklungskonzept als Potenzialfläche ausgewiesen.

Sowohl für den Nahversorgungsbereich als auch für die Potenzialfläche werden folgende relevante Aussagen getroffen:

- /// Der Nahversorgungsbereich am Kieferndorfer Weg wurde aus Gründen der Verfügbarkeit von Bauland und der stadträumlichen Lage im Einzugsbereich der großen Wohngebiete im Höchststadter Osten ausgewählt.

- Für eine Entwicklung dieses Areals zum Einzelhandelsstandort sollte der Bereich baurechtlich zum Misch- oder ggf. Sondergebiet umgewandelt werden.
- Die Ansiedlungsoptionen liegen im Bereich der Nahversorgung mit Gütern des täglichen, periodischen Bedarfs.
- Entlang des Kieferndorfer Weges erstreckt sich ein großes Gewerbegebiet, das gegenüber der Freizeitanlage (Reitstall)<sup>45</sup> noch größtenteils unbebaut ist. Die Achse Kieferndorfer Weg ist als Erschließungsstraße ausreichend. Die Ansiedlung von Einzelhandel des täglichen Bedarfs wäre hier tragfähig und wünschenswert.

Somit wird dem Standort eine Priorität für die Ansiedlung von Sortimenten des täglichen Bedarfs zugeschrieben. Dazu definiert das Einzelhandelsentwicklungskonzept folgendes:

■ „Priorität 1A: Fläche am Kieferndorfer Weg

Diese Fläche ist als Gewerbegebiet ausgewiesen und somit grundsätzlich für Einzelhandel bis 800 m<sup>2</sup> VK nutzbar. Eine Umwandlung von Teilbereichen zu einem Sondergebiet ist möglich. Die Fläche liegt stadträumlich günstig für die Versorgung der aktuell unterversorgten Bereiche der Stadt. Die Verfügbarkeit der Teilflächen ist nicht bekannt“.<sup>46</sup>

Die Prüfung mehrerer möglicher Potenzialflächen im Rahmen des Einzelhandels-Entwicklungskonzeptes hat ergeben, dass sich der Standort am Kieferndorfer Weg aufgrund seiner stadträumlichen Lage als gut für die Schließung einer Nahversorgungslücke im Norden/Osten der Stadt Höchststadt eignen würde.

Weitere Versorgungslücken der Stadt liegen laut Einzelhandels-Entwicklungskonzept im aperiodischen Bedarf im Sortimentsschwerpunkt Elektro/Technik. Da das Stadtzentrum keine passenden Flächen dafür bietet, könnten solche Sortimente im östlichen Stadtgebiet angesiedelt werden. Für das Baumarktsortiment definiert das Einzelhandels-Entwicklungskonzept keine weiteren Ansiedlungsbedarfe; maximal vorstellbar wäre eine Verlagerung der vorhandenen Betriebe innerhalb der Stadt. Für die Branchen Bekleidung und Schuhe sieht das Einzelhandels-Entwicklungskonzept eine vorrangige Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) der Stadt Höchststadt vor. Die Ansiedlung dieser Branchen außerhalb des ZVB sollte vermieden werden. Im Ausnahmefall wäre eine Ansiedlung (von bis zu 1.000 m<sup>2</sup>)<sup>47</sup> am östlichen Stadtrand vorstellbar.

<sup>45</sup> Diese Anlage (Reitstall) existiert seit Ende 2015 nicht mehr. Das Areal ist aktuell eine Brachfläche. Für weitere Nutzungen gibt es noch keine Planungen.

<sup>46</sup> Quelle: Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Höchststadt an der Aisch, 61.

<sup>47</sup> Quelle: ebenda, 64.

Aus der Liste der Sortimente für die Nahversorgungsbereiche in Höchststadt ergeben sich folgende Festsetzungen:<sup>48</sup>

- /// Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungsmittel, Tabakwaren
- /// Sortiment Gesundheits- und Körperpflege: Pharmazeutischer, Bedarf, Drogerieartikel, Kosmetika, medizinische und orthopädische Artikel, Reinigungs- und Pflegemittel
- /// **Sortiment** (Bücher und) **Schreibwaren**: Papierwaren, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender, Schreibwaren, Schul- und Büroartikel; Nicht: Bücher
- /// des Weiteren alle nicht zentrenrelevante Sortimente.

### **Prüfung der Kongruenz des geplanten Aischparkcenters zum Einzelhandels-Entwicklungskonzept**

Das Planvorhaben entspricht den Vorgaben des Einzelhandels-Entwicklungskonzeptes nur in Teilen. Insbesondere die im Aischparkcenter vorgesehenen Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflege aber auch die vorgesehenen nicht zentrenrelevanten Sortimente wie Gartensortiment, Zoobedarf, Sport und Camping (ohne Sportbekleidung), Heimtextilien und Elektrowaren (Elektrogroß-, Elektrokleingeräte und Leuchten) wären hier konzeptionell abgedeckt. Bezüglich der geplanten Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente sollten diese vorrangig im ZVB angesiedelt werden. Das Einzelhandels-Entwicklungskonzept gibt vor, dass die Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente außerhalb des ZVB ausnahmsweise möglich ist, sollte eine Prüfung ergeben, dass keine Flächenpotenziale im ZVB vorhanden sind. Dies dürfte v. a. für die geplanten kleinflächigen Nutzer des Fachmarktcenters von Relevanz sein.

Demnach zeigt sich das geplante Aischparkcenter mit rd. 50 % geplanter Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente in diesem Punkt als nicht kongruent zum Einzelhandels-Entwicklungskonzept (vgl. auch Kap. II. Auch wurde keine Prüfung der Potenzialflächen durchgeführt. Hierbei ist aber auch zu erwähnen, dass das Konzept vom Stadtrat nicht beschlossen wurde, somit keine baurechtliche Bindungswirkung entfaltet und nur als Entwicklungsgrundlage bzw. grobe Richtlinie dienen kann.<sup>49</sup>

<sup>48</sup> Quelle: ebenda, 66.

<sup>49</sup> Gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „... Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes [Anm.: Einzelhandels-Entwicklungskonzept] oder einer von ihr beschlossenen sonstigen städtebaulichen Konzeptes“ zu berücksichtigen.

## VII. Raumordnerische Beurteilung des Vorhabens gemäß LEP Bayern

### 1. Lage im Raum

Maßgeblich ist hierbei Ziel 5.3.1:

„Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- für Nahversorgungsbetriebe bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in allen Gemeinden,
- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.“

Die Stadt Höchststadt an der Aisch ist als Mittelzentrum ausgewiesen. Dementsprechend ist die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten grundsätzlich zulässig. Ziel 5.3.1 wird dementsprechend erfüllt.

### 2. Lage in der Gemeinde

Gemäß Ziel 5.3.2 des LEP Bayern hat

„die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte [...] an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
- die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“

Der Standort des Aischparkcenters grenzt östlich an Wohnbereiche der Höchststadter Kernstadt an. Die unmittelbare Umgebung des Standortes ist aber vorwiegend durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Östlich des Planstandortes liegen eine Disko- und Spielothek sowie das Wellenfreibad und das Eisstadion. Es besteht eine ÖPNV-Anbindung mit inner- und überörtlichen Erschließungsmöglichkeiten, welche jedoch aktuell über eine sehr geringe Taktung verfügt; die Anbindung soll ab er im Zuge des Vorhabens deutlich verbessert werden. Im Einzelhandels-Entwicklungskonzept der Stadt Höchststadt wird der Standort als Nahversorgungsbereich mit perspektivisch gewünschter Schließung der Nahversorgungslücken für das östliche Stadtgebiet ausgewiesen. Ausgewählt wurde der Standort aufgrund seiner „stadträumlichen Lage im Einzugsbereich der großen Wohngebiete im Höchststadter Osten“<sup>50</sup>.

<sup>50</sup> Quelle: Einzelhandelsentwicklungskonzept der der Stadt Höchststadt an der Aisch 2012, 70.

Ziel 5.3.2 wird daher überwiegend erfüllt. Der Standort kann durch seine Ausweisung als **Nahversorgungsbereich per Definition** noch als städtebaulich integriert betrachtet werden. Allerdings weist das Vorhaben aufgrund der guten überörtlichen Erreichbarkeit auch eine hohe Autokundeorientierung auf.

### 3. Zulässige Verkaufsflächen

Mit Blick auf die zulässigen Verkaufsflächen im Aischparkcenter ist Ziel 5.3.3 maßgeblich:

„Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,
- soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Die Bezugsräume definieren sich unterschiedlich nach Relevanz der Sortimente. Der Bezugsraum für nahversorgungsrelevante Sortimente setzt sich hier aus dem im Regionalplan der Industrieregion Mittelfranken definierten Nahbereich der Stadt Höchststadt an der Aisch zusammen (Gremsdorf, Lonnerstadt, Vestenbergsgreuth = rd. 18.620 Einwohner). Der Bezugsraum für die innenstadtrelevanten Sortimente bzw. der einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie herausgegebenen und beläuft sich in Höchststadt an der Aisch auf 39.507 Einwohner. Für die nicht zentrenrelevanten Sortimente bezieht sich der Bezugsraum auf den projektspezifischen Einzugsbereich und umfasst somit für das geplante Aischparkcenter das potenzielle Einzugsgebiet (rd. 220.530 Einwohner).

Nachfolgende Tabelle zeigt die maximal möglichen Verkaufsflächen („Abschöpfungsquoten“).<sup>51</sup>

<sup>51</sup> Bei der Berechnung wurde davon ausgegangen, dass überwiegend Fachmärkte für das Einkaufszentrum vorgesehen sind.

**Tabelle 25: Abschöpfungsquoten gemäß LEP Bayern**

| Sortiment   | mögliche VK-Spanne gemäß LEP Bayern in m <sup>2</sup> | geplante VK im Aischparkcenter in m <sup>2</sup> | Ziel 5.3.3 erfüllt? |
|---|---|--|---------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel Lebensmitteldiscounter | 1.830 - 2.790   | 1.070  | Ja                  |
| Nahrungs- und Genussmittel Supermarkt             | 2.470 – 3.210   | 1.500  | Ja                  |
| Nahrungs- und Genussmittel Getränkemarkt          | 730 - 940   | 500  | Ja                  |
| Gesundheit / Körperpflege – Drogerie              | 590 - 700   | 700  | Ja                  |
| Gesundheit / Körperpflege – Apotheke              | 250 - 340   | 150  | Ja                  |
| Bekleidung Fachmarkt                              | 3.840 - 6.140   | 1.100 bzw.<br>2.600                              | Ja<br>Ja            |
| Bekleidung Textilkaufhaus                         | 1.750 – 2.460   | 1.700 bzw.<br>2.700                              | Ja<br>Nein          |
| Schuhe  | 500 - 670   | 670  | Ja                  |
| Sport   | 300 - 640   | 750  | Nein                |
| Lederwaren  | 75 - 90   | 100  | Nein                |
| Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel            | 250 - 420   | 470  | Nein                |
| Heimtextilien                                     | 510 - 650   | 180  | Ja                  |
| Uhren / Schmuck                                   | 40 - 100  | 70   | Ja                  |
| Elektrowaren                                      | 930 – 1.400   | 1.100  | Ja                  |
| Gartenartikel / Pflanzen / Zoo                    | 5.370 - 8.940   | 3.000  | ja                  |

GMA-Berechnungen 2016; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Bereich des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel für Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Getränkemarkte liegen die je Betriebstyp einzeln geplanten Verkaufsflächen im Aischparkcenter unterhalb der gemäß LEP Bayern maximal möglichen Verkaufsflächen. Dieselbe Aussage lässt sich für die Sortimente Gesundheit / Körperpflege (Drogerie, Apotheke), Schuhe, Elektrowaren, Gartenartikel und im Sortiment Bekleidung für die geplanten Fachmärkte treffen. Dementsprechend wird Ziel 5.3.3 in diesen Sortimenten erfüllt.

Die geplanten VK-Obergrenzen im Aischparkcenter für die Sortimente Sport<sup>52</sup>, Lederwaren und Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel und die geplanten Verkaufsflächen für Textilkaufhäuser überschreiten die gemäß LEP Bayern maximal möglichen Verkaufsflächen und widersprechen somit dem Ziel 5.3.3.

<sup>52</sup> Angesichts der spezifischen Wettbewerbsdichte, v. a. durch die Outlet-Stores in Herzogenaurach wäre ggf. auch eine Unterschreitung der Untergrenze der Flächenleistung gem. Markt- und Strukturdaten in Erwägung zu ziehen.

**Exkurs Sortiment Bekleidung:**

Im Bekleidungssegment variieren die Umsatz- und somit auch die Flächenleistungen je nach Betriebstyp stark. Im Fachmarktbereich liegen die Flächenleistungen zwischen 1.000 € / m<sup>2</sup> VK und 1.600 € / m<sup>2</sup> VK, im Bereich der Textilkaufhäuser zwischen 2.500 € / m<sup>2</sup> VK und 3.500 € / m<sup>2</sup> VK. Für das geplante Aischparkcenter stehen die zukünftigen Mieter im Bereich Bekleidung noch nicht vollständig fest. So liegen folgenden Varianten vor:

- /// **Variante 1:** 1 Textilkaufhaus (VK ca. 1.700 m<sup>2</sup>) sowie 4 Textilfachmärkte (VK gesamt ca. 2.600 m<sup>2</sup>)
- /// **Variante 2:** 2 Textilkaufhäuser (VK gesamt ca. 2.700 m<sup>2</sup>) sowie 3 Textilfachmärkte (VK gesamt ca. 1.100 m<sup>2</sup>)

Die Planungsvariante 1 mit dem geplanten Anbieter H&M mit 1.700 m<sup>2</sup> VK als einziges Textilkaufhaus mit arrondierenden Textilfachmärkten wäre in der landesplanerischen Prüfung zulässig (zulässige VK-Spanne für Textilkaufhäuser laut LEP: 1.750 – 2.460 m<sup>2</sup>). Die weiteren Fachmärkte sind nach fachgutachterlicher Sicht zulässig (vgl. Tabelle 25). Die Alternativplanung sieht für das Aischparkcenter die Ansiedlung eines weiteren Textilkaufhauses mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> vor, wodurch sich eine Gesamtverkaufsfläche für Textilkaufhäuser von 2.700 m<sup>2</sup> und somit eine Größenordnung oberhalb der zulässigen Verkaufsfläche ergibt. Entsprechend wäre lediglich Variante 1 der Planungsoptionen für das Aischparkcenter gemäß landesplanerischer Vorgaben zulässig.



## VIII. Empfehlungen zu Verkaufsflächengrößen aus städtebaulicher Sicht

Die Analyse der voraussichtlichen Umsatzumverteilungen der geplanten Ansiedlung des Fachmarktzentrums Aischparkcenter hat gezeigt, dass insbesondere mit Blick auf die Innenstadt von Höchststadt an der Aisch bei einigen Sortimenten städtebauliche Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Dabei sind vor allem die Sortimente Apothekerwaren, Bekleidung, Sport, Uhren / Schmuck sowie Elektronik betroffen. Mögliche Umverteilungseffekte erreichen oder überschreiten hier teilweise deutlich den Orientierungswert von 10 %, ab dem Auswirkungen i. S. d. § 11. Abs. 3 BauNVO nicht mehr auszuschließen sind. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, werden im Rahmen der Analyse für die einzelnen Sortimentsgruppen modellhaft Verkaufsflächen definiert, bei denen städtebauliche Auswirkungen nicht mehr zu erwarten wären.

Die Ableitung der Obergrenzen erfolgt ausgehend von den ermittelten Auswirkungen in Höchststadt an der Aisch bzw. den weiteren Städten und Gemeinden im voraussichtlichen Einzugsgebiet des geplanten Aischparkcenters. Auf Basis der aktuell geplanten Verkaufsflächen in den einzelnen relevanten Sortimenten und den ermittelten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet wurde hochgerechnet, bis zu welcher Verkaufsfläche mögliche Auswirkungen noch verträglich sind. Dabei wurde in einer Modellrechnung nicht nur auf eine Obergrenze am Orientierungswert von 10 % abgehoben, sondern im Sinne eines „Sicherheitspuffers“ auch ein niedrigerer Wert von 8 % einbezogen. Bei Einhaltung der im Folgenden dargelegten sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen sind **rechnerisch** keine städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Vor dem Hintergrund der ohnehin schon hohen Wettbewerbsdichte und dem augenscheinlichen Investitionsstau im ZVB Innenstadt ist dabei eine Orientierung eher an der Untergrenze zu empfehlen.

Nachfolgende Tabelle stellt die empfohlenen Verkaufsflächengrößen dar:

**Tabelle 26: Empfehlungen zu Verkaufsflächengrößen**

| Sortimente    | geplante VK im Aischparkcenter<br>in m <sup>2</sup> | empfohlene Verkaufsflächen-<br>spanne in m <sup>2</sup> |
|---------------|---|---|
| Apotheke      | 150   | 90 – 110  |
| Bekleidung    | 3.800 bzw. 4.300                                    | 3.470 – 4.000   |
| Sport*        | 750   | 480 - 600   |
| Elektrowaren  | 1.100   | 630 - 790   |
| Uhren/Schmuck | 70  | 50 - 60   |

GMA-Berechnungen 2016; ca.-Werte; gerundet

\* inkl. Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder)

Ferner ist grundsätzlich zu empfehlen kleinflächige Angebote, wie z. B. die geplante Apotheke oder das Sortiment Uhren / Schmuck in die Innenstadt zu lenken, da hier aus Sicht der GMA die notwendigen Flächenanforderungen in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept auch befriedigt werden könnten.

## IX. Zusammenfassung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde eine gutachterliche Bewertung der geplanten Ansiedlung des Fachmarktzentrams Aischparkcenter in Höchststadt an der Aisch erstellt. Die Analyse kann wie folgt zusammengefasst werden:

- /// In der Stadt Höchststadt an der Aisch plant die Aischparkcenter GmbH mit Sitz in Höchststadt an der Aisch die Ansiedlung des Fachmarktzentrams „Aischparkcenter“ am Standort Kieferndorfer Weg. Das geplante Aischparkcenter soll nach Angaben der Aischparkcenter GmbH rd. 18.645 m<sup>2</sup> Ladenfläche, wovon nach aktueller Planung ca. 14.540 m<sup>2</sup> bzw. 15.040 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Einzelhandelsbetrieb entfallen, umfassen. Als Leitsortimente sind Lebensmittel (u. a. Rewe, Netto), Bekleidung (u. a. H&M, Mister Lady Jeans) sowie Elektrowaren (z. B. Expert oder Euronics) und Gartenartikel (z. B. Dehner Gartencenter) vorgesehen. Ferner sind Dienstleistungsbetriebe, gastronomische Einrichtungen sowie ein Fitnessstudio geplant.
- /// Der **Mikrostandort des Aischparkcenters** befindet sich in verkehrsgünstiger und nach Definition im Einzelhandels-Entwicklungskonzept in städtebaulich integrierter bzw. zumindest im engeren Siedlungszusammenhang befindlicher Lage. Das Standortumfeld ist durch Wohnbebauung, Freiflächen, gewerbliche Bereiche sowie das Wellenfreibad und das Eisstadion geprägt. Der Standort verfügt nur über eine mangelhafte ÖPNV-Anbindung, welche jedoch im Zuge des Vorhabens deutlich verbessert werden soll.
- /// Das **Einzugsgebiet** des Aischparkcenters kann in 3 Zonen untergliedert werden. In Zone I des Einzugsgebiets befinden sich die Gemeinde Höchststadt an der Aisch sowie der benachbarte Ort Gremsdorf. Hier übernimmt Höchststadt an der Aisch eine wichtige Funktion als Nahversorgungsstandort. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die an Zone I angrenzenden Gemeinden und erstreckt sich in einem Fahrtzeitminuten-Radius von rd. 20 Minuten. Das Ferneinzugsgebiet (Zone III) erstreckt sich im Osten bis an die Autobahn A73 und beinhaltet Teile der Städte Forchheim, Erlangen und weitere Städte wie Herzogenaurach und Hirschaid, nach Norden und Westen bezieht es noch die Städte Schlüsselfeld und Neustadt an der Aisch mit ein.
- /// Zur Bewertung der **Wettbewerbssituation** wurde eine nach Zonen abgestufte Bestandserhebung in den projektrelevanten Sortimenten durchgeführt.
- /// Mittels des **Marktanteilkonzeptes** wurden mit Blick auf die geplanten Verkaufsflächenobergrenzen sortimentspezifische **Umsatzerwartungen** festgehalten. In Bezug auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesund-

heit / Körperpflege werden mehr als 95 % des Umsatzes aus dem potenziellen Einzugsgebiet realisiert. Hinsichtlich der Umsatzherkunft lässt sich konstatieren, dass mehr als 50 % des Umsatzes aus Zone I und Zone II generiert wird.

- /// Zur Bewertung möglicher **städtebaulicher Auswirkungen** wurden für die einzelnen Sortimente mit Blick auf die Verkaufsflächen zu erwartende Umsatzumverteilungen ermittelt und für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche und integrierten und nicht integrierten Lagen dargestellt. Dabei ergaben sich folgende zusammengefasste Ergebnisse: Bei den zentrenrelevanten Sortimenten Apothekerwaren, Bekleidung, Sport, Uhren / Schmuck und Elektrowaren sind Auswirkungen auf die Entwicklung des ZVB in Höchststadt an der Aisch nicht auszuschließen sind. Auswirkungen auf ZVB oder die verbrauchernahe Versorgung in anderen Zentralen Orten und damit Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung sind nicht zu erwarten. Allerdings bleibt auch für die Umlandgemeinden festzuhalten, dass hier Umsatzverluste in mehreren Sortimentsbereichen auftreten werden. Aufgrund der Teils großen räumlichen Streuung erreichen diese keine unverträgliche Größenordnung und sind daher nur als wettbewerbliche Auswirkungen zu interpretieren.

Mit Blick auf die Entwicklung des Einzelhandels bzw. des ZVB in Höchststadt sind neben zuvor erläuterten unmittelbaren Auswirkungen auch mittelbare Effekte zu erwarten. Bei einer Realisierung des Aischparkcenters dürfte es nach gutachterlicher Einschätzung zu einer grundlegenden Veränderung der Standortstrukturen in Höchststadt kommen. Die Innenstadt (ohne die Lage Kaufland / Aldi) wird dabei weiter an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren; Investitionen in den Einzelhandel in dieser Lage werden sich wahrscheinlich rückläufig entwickeln, zumal bei einigen Einzelhandelsgeschäften in dieser Lage bereits heute ein Investitionsstau offensichtlich ist. Höchststadt insgesamt wird aber an überörtlicher Versorgungsbedeutung wahrscheinlich gewinnen. Wie bereits im Einzelhandels-Entwicklungskonzept skizziert, dürfte die Entwicklung in der zentralen Innenstadt sich dann eher in Richtung Dienstleistung- und Gastronomienutzungen bewegen.

- /// Das geplante Aischparkcenter mit rd. 50 % geplanter Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente zeigt sich in diesem Punkt als nicht kongruent zum Einzelhandels-Entwicklungskonzept.
- /// Mit Blick auf die Vorgaben des **LEP Bayern** werden die maßgeblichen Ziele „Lage im Raum“, „Lage in der Gemeinde“ durch das Vorhaben erfüllt. Bei der Prüfung der „Zulässigen Verkaufsflächen“ erfüllt das Vorhaben die Vorgaben des LEP Bayern nicht für die Sortimente Sport, Lederwaren, Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel ebenso

wie nicht für das Sortiment Bekleidung in Form von Textilkaufhäusern auf einer Verkaufsfläche von 2.700 m<sup>2</sup>.

- Für die Sortimente Apothekerwaren, Bekleidung, Sport, Uhren / Schmuck und Elektrowaren wurden Empfehlungen für Verkaufsflächenobergrenzen ausgewiesen. Diese wurden anhand einer Modelrechnung ermittelt, welche die Umsatzumverteilungseffekte gegenüber zentralen Versorgungsbereichen bzw. integrierten Lagen auf ein verträgliches Niveau von 8 – 10 % reduziert.

## **Karten-, Tabellen-, Abbildungsverzeichnis** Seite

### **Kartenverzeichnis**

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Karte 1: | Versorgungsbereiche der Stadt Höchststadt an der Aisch   | 10 |
| Karte 2: | Lage von Höchststadt an der Aisch und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum            | 12 |
| Karte 3: | Mikrostandort Aischparkcenter und Nutzungen im Umfeld  | 18 |
| Karte 4: | Potenzielles Einzugsgebiet des geplanten Aischparkcenters                                      | 28 |
| Karte 5: | Innenstadt von Höchststadt an der Aisch – strukturprägende Anbieter (VK > 250 m <sup>2</sup> ) | 36 |

### **Tabellenverzeichnis**

|             |  |    |
|-------------|--|----|
| Tabelle 1:  | Branchen- und Sortimentskonzept für das Aischparkcenter                      | 22 |
| Tabelle 2:  | Potenzielles Einzugsgebiet des geplanten Aischparkcenters                    | 25 |
| Tabelle 3:  | Pro-Kopf-Ausgaben für die projektrelevanten Sortimente                       | 29 |
| Tabelle 4:  | Sortimentspezifische Kaufkraft im potenziellen Einzugsgebiet                 | 30 |
| Tabelle 5:  | Verkaufsflächenverteilung in Höchststadt an der Aisch                        | 33 |
| Tabelle 6:  | Projektrelevante Verkaufsfläche in Gremsdorf                                 | 37 |
| Tabelle 7:  | Angebotssituation im erweiterten Einzugsgebiet                               | 38 |
| Tabelle 8:  | Verkaufsflächenverteilung in Zone III  | 41 |
| Tabelle 9:  | Umsatzerwartung nach Sortimenten anhand des Marktanteilkonzepts              | 58 |
| Tabelle 10: | Umsatzherkunft in den einzelnen Sortimentsbereichen                          | 59 |
| Tabelle 11: | Umsatzumverteilungsrelevanter Umsatz   | 61 |
| Tabelle 12: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel    | 63 |
| Tabelle 13: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren | 65 |
| Tabelle 14: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Apothekerwaren                | 68 |
| Tabelle 15: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Bekleidung                    | 70 |
| Tabelle 16: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Schuhe                        | 72 |
| Tabelle 17: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Sport                         | 74 |
| Tabelle 18: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Lederwaren                    | 76 |

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| Tabelle 19: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik | 78 |
| Tabelle 20: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Heimtextilien                              | 80 |
| Tabelle 21: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Uhren und Schmuck                          | 82 |
| Tabelle 22: | Umsatzumverteilungen im Sortiment Elektrowaren  | 84 |
| Tabelle 23: | Prognose der Umsatzumverteilungen im Sortiment Gartenartikel / Pflanzen                   | 86 |
| Tabelle 24: | Umsatzumverteilungen im Sortiment zoologischer Bedarf                                     | 88 |
| Tabelle 25: | Abschöpfungsquoten gemäß LEP Bayern   | 95 |
| Tabelle 26: | Empfehlungen zu Verkaufsflächengrößen   | 98 |

### **Abbildungsverzeichnis**

|              |  |    |
|--------------|--|----|
| Abbildung 1: | Planung Aischparkcenter  | 19 |
| Abbildung 2: | Lageplan Aischparkcenter   | 20 |
| Abbildung 3: | Verkaufsflächenausstattung in Höchststadt an der Aisch (in m <sup>2</sup> / 1.000 Einwohner) | 35 |

### **Fotoverzeichnis**

|         |  |    |
|---------|--|----|
| Foto 1: | Vorhabenstandort (Blick von Nord nach Süd) | 15 |
| Foto 2: | Anfahrt aus der Richtung Kieferndorfer Weg | 15 |
| Foto 3: | Benachbarte Disko-/Spielothek              | 15 |
| Foto 4: | Bushaltestelle Freibad                     | 15 |