



BERATUNG+MANAGEMENT

Gutachterliche Bewertung der Ansiedlung eines Dehner-Gartenmarktes in Ingolstadt-Weiherfeld

Untersuchungsbericht

München, 29. April 2014

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45
D-80333 München

Tel.: 089-55 118 154
Fax: 089-55 118 250
E-Mail: cima.muenchen@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeitung
Dipl.-Geogr. Michael Seidel



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen. Die vorliegende Unterlage kann gutachterliche Ausführungen und Bewertungen enthalten, die bei unsachgemäßer Verwendung (z.B. Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung) einen Vermögensschaden verursachen können. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber bzw. Geschädigten auslösen.

Wer diese Unterlage - ganz oder teilweise - in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH in München.

INHALTSVERZEICHNIS

1	AUFGABENSTELLUNG	1	7	ANHANG.....	19
2	VORHABENBESCHREIBUNG UND LEISTUNGSKENNZIFFERN.....	2	7.1	Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials	19
2.1	Vorhabenbeschreibung	2	7.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	21
2.2	Lage im Ort	3	7.3	Begriffsdefinitionen.....	23
2.3	Bewertung hinsichtlich der Großflächigkeit	4	7.4	Gravitationsmodell der CIMA.....	25
2.4	Leistungsdaten	4			
3	GRUNDLAGEN	6			
3.1	Zentralörtliche Bedeutung und Lage Ingolstadt	6			
3.2	Beurteilungsgrundlagen von Einzelvorhaben im Einzelhandel	8			
3.2.1	Landesplanerische Vorgaben	8			
3.2.2	Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung.....	8			
4	MARKTSITUATION UND VERKAUFSFLÄCHENBEDARFE IN INGOLSTADT.....	10			
4.1	Aktuelle Versorgungssituation in Ingolstadt	10			
4.2	Ungedeckte Umsatzpotenziale in Ingolstadt.....	11			
4.3	Einzugsgebiet.....	12			
5	AUSWIRKUNGSANALYSE	14			
5.1	Untersuchung der Verträglichkeit gemäß LEP.....	14			
5.2	Untersuchung der Verträglichkeit nach Städtebauförderung.....	16			
5.3	Bezug zum SEEK Ingolstadt 2008.....	17			
6	VORHABENBEZOGENE VERTRÄGLICHKEITSBEURTEILUNG	18			

1 AUFGABENSTELLUNG

Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die vorliegende gutachterliche Bewertung im Auftrag der Gartencenter Ingolstadt UG (haftungsbeschränkt) i.G. bezieht sich auf die Absicht der Firma Dehner, neben ihrem Standort an der Degenhartstr. 2 in Ingolstadt einen zweiten Betrieb im Gewerbegebiet Zuchering-Weiherfeld zu eröffnen.

Gegenstand der Untersuchung ist zunächst die Frage, inwieweit durch die Realisierung der geplanten Verkaufsflächen eine negative Beeinflussung der zentralen Bereiche umliegender Städte und Gemeinden ausgeschlossen werden kann. Desweiteren sind die Auswirkungen auf die Funktion des Zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Ingolstadt (Innenstadt) zu betrachten. Es werden die Sortimentsbereiche Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen sowie Zooartikel in die Untersuchung einbezogen.

Dabei werden die Verträglichkeit von Verkaufsflächen aufgrund der zu erwartenden Abschöpfungsquoten aus dem bestehenden Einzelhandel bzw. der Kaufkraftabschöpfung aus dem anzusetzenden Verflechtungsbereich betrachtet.

Da die Stadt Ingolstadt in einem 2008 vorgelegten Städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzept (SEEK) Leitlinien zur weiteren Einzelhandelsentwicklung festgelegt hat, ist neben der eigentlichen Verträglichkeitsuntersuchung auch die Frage zu klären, ob die geplante Ansiedlung am vorgesehenen Standort als SEEK-konform anzusehen ist.

Auftraggeber

Gartencenter Ingolstadt UG (haftungsbeschränkt) i.G.
Klosterackerweg 21
93049 Regensburg

Bearbeitung

Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Einzelhandelserhebung

Stand: Dezember 2013

Orte: Ingolstadt sowie Abensberg, Baar-Ebenhausen, Berg im Gau, Brunnen, Eichstätt, Geisenfeld, Hohenwart, Karlkron, Karlshuld, Kösching, Mainburg, Manching, Neuburg/Donau, Pfaffenhofen/Ilm, Pörnbach, Reichertshofen, Rohrbach, Schrobenhausen, Waidhofen und Weichering

Analysezeitraum

Dezember 2013 bis April 2014

2 VORHABENBESCHREIBUNG UND LEISTUNGSKENNZIFFERN

2.1 Vorhabenbeschreibung

Die Ansiedlung eines Dehner-Gartenmarktes ist an der Bundesstraße B16 bzw. am Hochfeldweg in Ingolstadt-Weiherfeld geplant, angrenzend an den bestehenden Globus Bau- und Gartenmarkt. Bei Dehner handelt es sich um einen Garten-Fachmarkt / Garten-Center mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m².

Gemäß den uns zur Verfügung gestellten Unterlagen zum Projekt ist folgende Verkaufsflächenzusammensetzung nach Einzelsortimenten geplant.

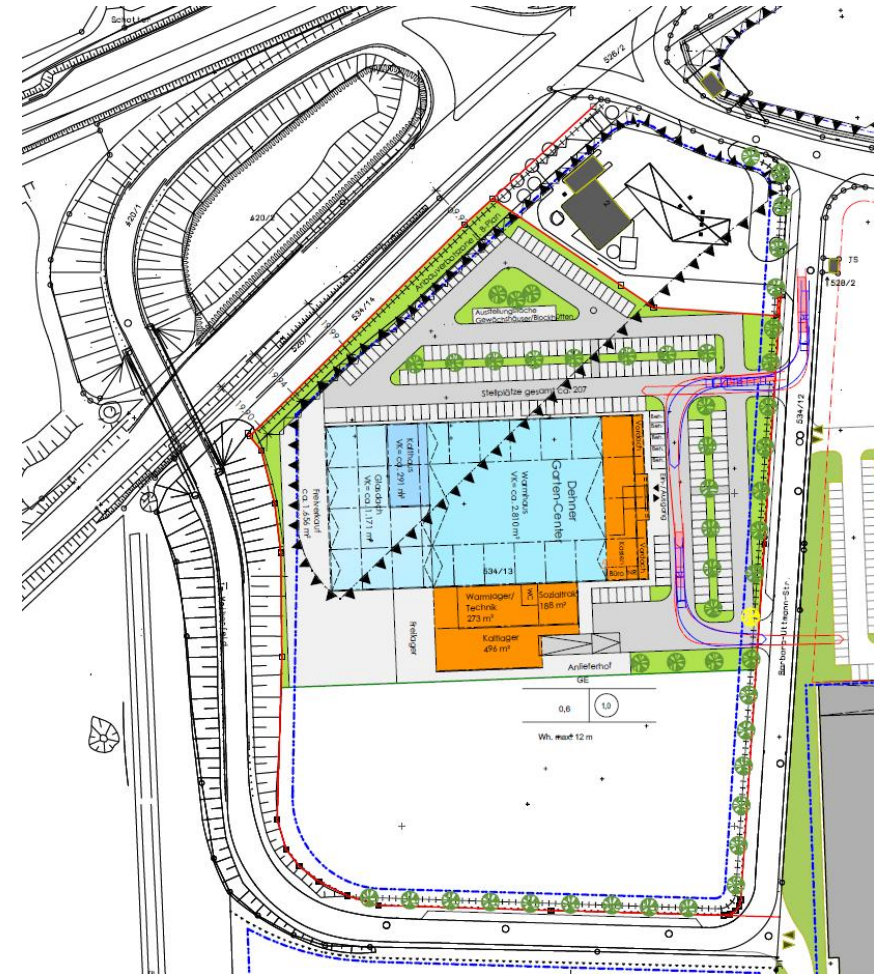
Tab. 1: Geplante Verkaufsfläche nach Sortimenten

Sortiment	Geplante Verkaufsfläche
Garten-Fachmarkt	5.000 m²
Gartenbedarf	3.800 m ²
Blumen/Pflanzen	
Zooartikel	700 m ²
Sonstige Randsortimente (Aufstellung siehe im Text unten)	500 m ²
SUMME	5.000 m²

Quelle: Unterlagen zum Projekt
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Das bei 10% der Gesamtverkaufsfläche liegende Randsortiment bezieht sich auf die Bereiche Glas-Porzellan-Keramik, Accessoires (Kerzen etc.), Bastelartikel, Dekoartikel, Geschenkartikel, Gartenmöbel, Spielwaren, Grills/Kamine, Elektrogeräte, Leuchten, Bücher, Bekleidung und Saisonartikel. Aufgrund der Vielzahl der Sortimentsgruppen (insgesamt 13) belegen diese nur eine durchschnittliche Verkaufsfläche von rd. 38,5 m². Die jeweiligen Einzelflächen sind so geringfügig, dass das sonstige Randsortiment im Rahmen der vorliegenden Untersuchung keine weitere Berücksichtigung findet.

Abb. 1 Lageplan des Vorhabens



Quelle: Unterlagen zum Projekt / thoma+ Architektur + Baumanagement
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

2.2 Lage im Ort

Das für die geplante Ansiedlung zur Verfügung stehende Grundstück wird durch die Straßen B16, Im Weiherfeld und Am Hochfeldweg begrenzt und ist im rechtskräftigen Bebauungsplan Nr. 930 Ä I- Zuchering „Weiherfeld“ als Gewerbegebiet ausgewiesen.

Das Areal liegt am südlichen Ingolstädter Stadtrand im Stadtteil Zuchering. Die Ingolstädter Innenstadt ist in ca. 8,5 km Wegstrecke zu erreichen.

In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich mit dem Globus Bau- und Gartenmarkt sowie dem Möbelhof-Wohnkaufhaus weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe. In rd. 450m Entfernung grenzt das Wohngebiet des Stadtteils Zuchering an, der über die Oberstimmer Straße angebunden ist.

Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist durch die Haltestelle „Weiherfeld“ der Buslinie 11 der Ingolstädter Verkehrsgesellschaft (INVG) gewährleistet. Montags bis freitags fährt die Linie 11 die Haltestelle Weiherfeld in einem unregelmäßigen Halbstunden- bis Stundentakt an. Die Buslinie

fährt über 30 Haltestellen an, so dass die Erreichbarkeit aus verschiedensten Bereichen zu den Geschäftszeiten gegeben ist.

Die Stadt Ingolstadt hat bereits im Raumordnungsverfahren für die Nachbarbetriebe Globus und Möbelhof 2007 in einer städtebaulichen Standortbewertung aus fachlicher Sicht den Nachweis erbracht, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte fehlen. Ebenfalls 2007 wurde eine zwischen der Stadt Ingolstadt und dem Markt Manching abgestimmte Rahmenplanung Zuchering-Weiherfeld vorgelegt, die aus städtebaulicher Sicht einen vorhandenen Siedlungs- und Bauungszusammenhang für den Planstandort belegt.

Demnach wurde der Standort im 2007er Raumordnungsverfahren als **städttebauliche Randlage** angesehen. Diese Einstufung kann aus Sicht der CIMA auch auf den benachbarten Dehner-Projektstandort angewandt werden.

Abbildung 3 auf der folgenden Seite zeigt die Lage des Projekt-Standortes (rote Schraffur) zur Innenstadt (gelbe Markierung) im Luftbild.

Abb. 2 Projektareal



Quelle: Eigenes Foto
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Abb. 3: Lage des Standortes



Quelle: GoogleEarth Pro
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

2.3 Bewertung hinsichtlich der Großflächigkeit

Der gesamte Verkaufsflächenumfang des Vorhabens von 5.000 m² überschreitet die Grenze der Großflächigkeit und somit die Regelvermutungsgrenze des §11 Abs. 3 BauNVO, welche bei 800 m² Verkaufsfläche zu sehen ist. Daher handelt es sich aus landesplanerischer Sicht um ein Einzelhandelsgroßprojekt, bei dem nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung anzunehmen sind.

2.4 Leistungsdaten

Die Umsatzprognosen für das Erweiterungsvorhaben, die eine Grundlage für die weiteren Betrachtungen bilden, müssen in **zwei Varianten** berechnet werden.

Einerseits schreibt die Handlungsanleitung für die **landesplanerische Überprüfung** von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern zur Vereinheitlichung und Vereinfachung des Verfahrens die Verwendung von durchschnittlichen Flächenleistungen vor. Durch dieses Verfahren wird es möglich, Projekte in kaufkraftschwachen Regionen (in Bayern z. B. einige Landkreise in der Oberpfalz) nach den gleichen Kriterien zu prüfen wie Projekte in kaufkraftstarken Regionen (z. B. die Region München). Datengrundlage ist hier das Bay. StMWIVT 2010.

Die Überprüfung der **städtebaulichen Auswirkungen** eines solchen Vorhabens hat demgegenüber nicht zwingend nach den vorgenannten Kriterien zu erfolgen, sondern soll die tatsächlichen, realistisch anzunehmenden Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung und die städtebaulichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (z. B. die Innenstadt) ermitteln. In diesem Punkt ist die gutachterliche Einschätzung eines Projektes von entscheidender Bedeutung, die regionale, standort- und betriebsspezifische Besonderheiten am Mikrostandort berücksichtigen muss (z. B. Kaufkraftniveau, betriebsspezifische Umsatzwerte etc.).

Datengrundlage sind hier die durchschnittlichen Flächenleistungen nach eigenen Erhebungen und Erfahrungen der CIMA.

Verwendet man entsprechend der Vorgaben der Handlungsanleitung die durchschnittlichen Flächenleistungen, so würde der anzunehmende Jahresumsatz des Vorhabens auf Basis einer durchschnittlichen Flächenleistung von 1.260 €/m² insgesamt rd. **5,68 Mio. €** betragen. Diese Werte (siehe Tab. 2) werden der weiteren Betrachtung der landesplanerischen Überprüfung in Kapitel 5.1 zugrunde gelegt.

Tab. 2 Geschätzte Gesamtumsatzerwartung Bay.StMWIVT

Geplante Verkaufsfläche nach Betriebstyp und Sortiment	Umsatzleistung p.a. (gerundet)	
	Flächenleistung	Gesamtumsatz
Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen, 3.800 m ²	1.200 €/m ²	4,56 Mio. €
Zooartikel, 700 m ²	1.600 €/m ²	1,12 Mio. €
GESAMT-Umsatzleistung (brutto)	Ø 1.260 €/m²	5,68 Mio. €

Quelle: eigene Berechnungen; Datengrundlage: Bay.StMWIVT 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Im Vergleich zu den landesplanerischen Durchschnittswerten sind die tatsächlich nach unserer Einschätzung für ein Dehner Gartencenter am Standort Ingolstadt zu prognostizierenden Umsatzwerte im Kernsortiment sowie im Zoo-Sortiment leicht höher anzusetzen. Der Gesamtumsatz des Vorhabens liegt dann auf Basis einer resultierenden durchschnittlichen Flächenleistung von rd. 1.390 €/m² Verkaufsfläche¹ bei insgesamt rd. **6,96 Mio. €** pro Jahr, siehe Tabelle 3.

¹ Dieser angenommene Gesamtumsatz liegt leicht über dem durchschnittlich von Dehner-Märkten erzielten Wert von 6,28 Mio. € (2011 erzielte Dehner mit 111 Märkten einen Jahresbruttoumsatz von 697 Mio. Euro. Quelle: Dehner, 2012).

Tab. 3 Geschätzte Gesamtumsatzerwartung CIMA

Geplante Verkaufsfläche nach Betriebstyp und Sortiment	Umsatzleistung p.a. (gerundet)	
	Flächenleistung	Gesamtumsatz
Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen, 3.800 m ²	1.500 €/m ²	5,70 Mio. €
Zooartikel, 700 m ²	1.800 €/m ²	1,26 Mio. €
GESAMT-Umsatzleistung (brutto)	Ø 1.390 €/m²	6,96 Mio. €

Quelle: eigene Berechnungen

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Die Werte aus diesen Umsatzannahmen werden der städtebaulichen Überprüfung in Kapitel 5.2 zugrunde gelegt.

3 GRUNDLAGEN

3.1 Zentralörtliche Bedeutung und Lage Ingolstadt

Die kreisfreie Stadt Ingolstadt mit einer Einwohnerzahl von 127.886 (zum 31.12.2012) liegt im Regierungsbezirk Oberbayern und bildet das Zentrum des zentralen Verdichtungsraums der Region Ingolstadt (Planungsregion 10). Ingolstadt ist als Oberzentrum eingestuft und hat aufgrund der vergleichsweise weit entfernten nächsten Oberzentren (München 50 min., Regensburg 55 min., Augsburg und Nürnberg je 60 min. Pkw-Fahrtzeit) eine sehr starke Versorgungs- und zentralörtliche Funktion.

Das Stadtgebiet wird in Ost-West-Richtung zentral von der Bundesstraße 13 und im südlichen Stadtgebiet von der Bundesstraße 16 durchquert. Durch das östliche Stadtgebiet verläuft die A9, wodurch die sehr gute überregionale Anbindung für den Individualverkehr gesichert ist.

Im Bahnverkehr ist Ingolstadt als ICE-Halt an der Strecke München-Nürnberg ebenfalls sehr gut zu erreichen.

Nach den Vorgaben des Regionalplans soll das Oberzentrum Ingolstadt seine oberzentralen Versorgungsaufgaben für die gesamte Region wahrnehmen und den qualitätvollen und zukunftsfähigen Ausbau von oberzentralen Funktionen und Einrichtungen gewährleisten.

Die Bedeutung des Oberzentrums Ingolstadt hat sich seit der Aufstellung des Regionalplans 1989 stetig weiter verstärkt. Dies macht sich auch in der Neuabgrenzung des Einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereiches im Rahmen des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP-2013) bemerkbar, der sich seit der vorhergehenden Abgrenzung um rd. 61.100 Einwohner oder rd. 16% erweitert hat.

Dieser **Einzelhandelspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Ingolstadt bezieht sich gemäß LEP-2013 auf insgesamt **450.143 Einwohner²**.

Tab. 4: Strukturdaten des Standorts Ingolstadt

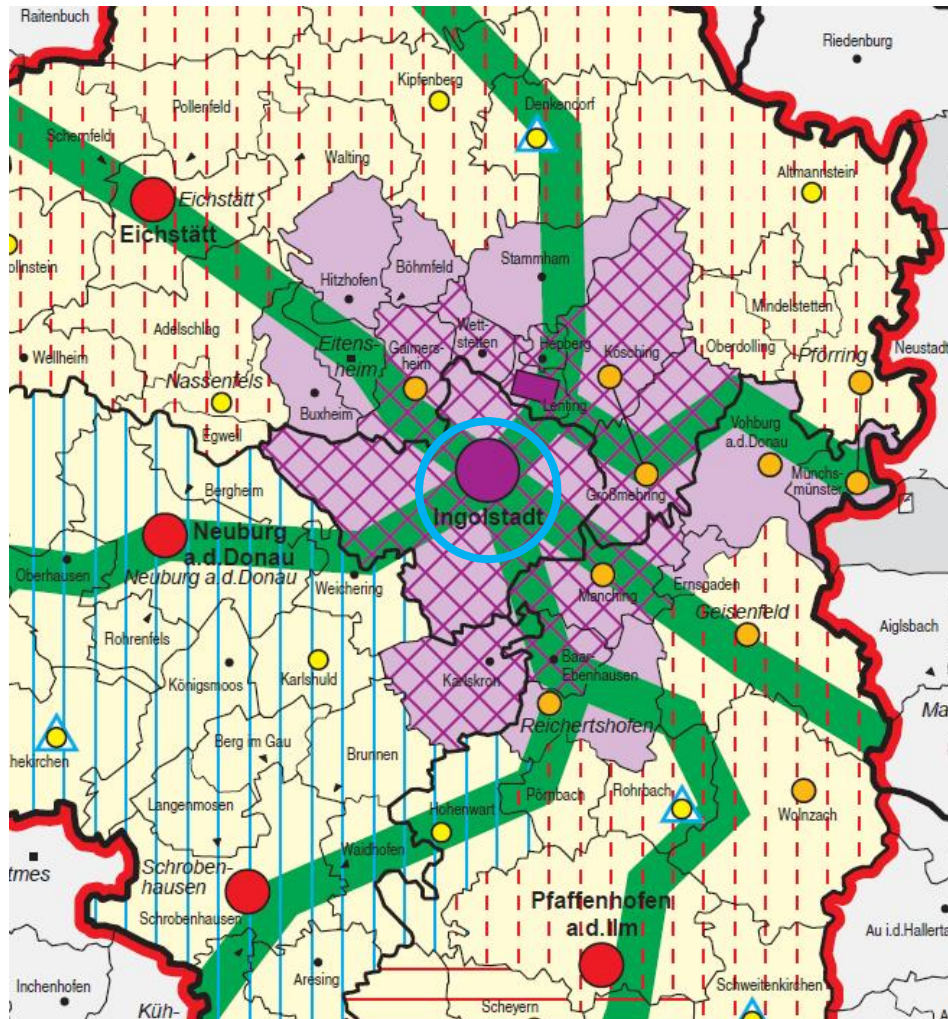
Sortiment	Stadt Ingolstadt
Zentralörtliche Einstufung	Oberzentrum
Einwohner 2012	127.886
Bevölkerungsentwicklung 2005 - 2012	+ 6,4 %
Fläche des Stadtgebietes 2011	13.337 ha
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2012	108,2
Umsatzkennziffer 2012	163,0
Zentralitätskennziffer 2012	150,7
Einzelhandelsumsatz 2012	1.202,60 Mio. €
Pendlersaldo 2011	+ 35.353
Gästeübernachtungen 2012	464.790

Quelle: Kommunalstatistik Bayern 2013, BBE/CIMA/MBResearch 2013

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

² Im Vorgriff auf das im Sommer 2013 neu verabschiedete LEP (LEP-2013) wurden bereits Mitte des Jahres 2012 neue Bezugsräume zum Einwohnerstand 21.6.2012 veröffentlicht. Die mit der Verabschiedung des LEP 2013 bestätigt wurden.

Karte 1 Zentralörtliche Bedeutung



Quelle: Regionalplan Ingolstadt (29.7.2011)

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Ziele der Raumordnung und Landesplanung

a) Zeichnerisch verbindliche Darstellungen

keine Darstellung

b) Zeichnerisch erläuternde Darstellungen verbaler Ziele

- Unterzentrum
- Doppelort
- Kleinzentrum
- Siedlungsschwerpunkt

c) Nachrichtliche Wiedergabe staatlicher Planungsziele

Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Mögliches Mittelzentrum
- bevorzugt zu entwickelnder zentraler Ort
- Entwicklungsachse von überregionaler Bedeutung
- Grenze der Region

Verdichtungsraum

- Stadt- und Umlandbereich im Verdichtungsraum
- Äußere Verdichtungszone

Ländlicher Raum

- Allgemeiner ländlicher Raum
- Ländlicher Teilraum im Umfeld der großen Verdichtungsräume
- Ländlicher Teilraum, dessen Entwicklung in besonderem Maße gestärkt werden soll

3.2 Beurteilungsgrundlagen von Einzelvorhaben im Einzelhandel

3.2.1 Landesplanerische Vorgaben

Nach den allgemeinen Zielen der Landesplanung gelten für die Einzelhandelsentwicklung in Bayern folgende wesentlichen Grundsätze:

- (1) Die Schaffung einer ausreichenden Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen im Sinne von gleichwertigen Lebensbedingungen in allen Landesteilen.
- (2) Die Sicherung und Entwicklung einer verbrauchernahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs.
- (3) Der Innenstadt, ihrer funktionalen Vielfalt und Mischung sowie ihrem ökonomischen Gewicht, kommt eine besondere, zentrumsbildende Magnetfunktion zu. Eine Verdrängung des Einzelhandels in Qualität und Vielfalt soll daher vermieden werden.
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sollen keine wesentliche Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgungsfunktion herbeiführen.
- (5) In der Handlungsanleitung für die Bewertung von Einzelhandelsprojekten ist ebenfalls zugrunde gelegt, dass sich dabei Bedarfsprüfungen und Konkurrenzschutz für bestehende Unternehmen aus verfassungsrechtlichen Gründen verbieten³.

Vorbemerkung zur Bewertung des Vorhabens

Gegenstand der vorliegenden Prüfung ist die Fragestellung, ob die vom Vorhabenträger gewünschte Ansiedlung negative Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur erwarten lässt, die eine Verträglichkeit des Vorhabens nach §11

Abs. 3 BauNVO in Frage stellen.

Das vorliegende, projektierte Vorhaben entspricht durch den geplanten Verkaufsflächenumfang von 5.000 m² einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Die Verträglichkeit nach den landesplanerischen Vorgaben ist daher zu prüfen.

3.2.2 Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung

Gegenstand der gutachterlichen Stellungnahme sind daher

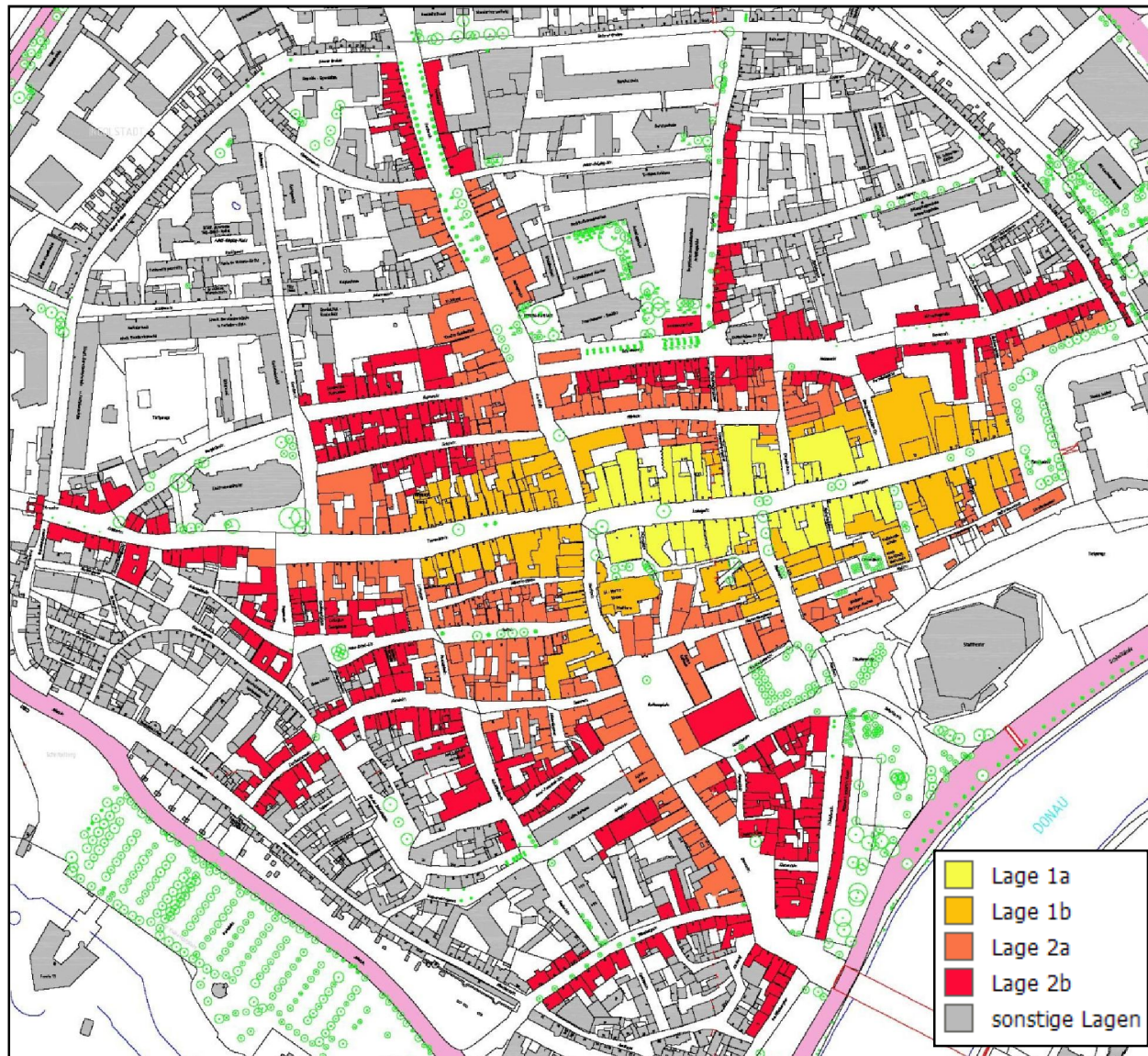
- die Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Ingolstadt sowie Auswirkungen auf die Zentren im Umland,
- die landesplanerische Überprüfung der Abschöpfungsquoten aus den zugrunde zu legenden Verflechtungsbereichen.

Da für die Stadt Ingolstadt seit 2008 ein Städtebauliches Einzelhandelsentwicklungskonzept (SEEK) vorliegt, ist die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den formulierten Entwicklungszielen zu beachten.

Die in diesem SEEK als zentrale Lagen (Lage 1a bis 2b) der Innenstadt festgelegten Bereiche können als Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Ingolstadt aufgefasst werden, da hier die höchste Dichte kundenorientierter Einrichtungen aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsanbietern zu verzeichnen ist. Die Abgrenzung gemäß SEEK-Bericht ist in der nachfolgenden Karte wiedergegeben.

³ Vgl. StMWiVT: Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten

Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: SEEK Ingolstadt 2008
Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

4 MARKTSITUATION UND VERKAUFSFLÄCHENBEDARFE IN INGOLSTADT

4.1 Aktuelle Versorgungssituation in Ingolstadt

Die aktuelle Ausstattung Ingolstadts mit Einzelhandelsverkaufsflächen in den beiden maßgeblichen Sortimenten Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen und Zooartikel wird aus den nachfolgenden tabellarischen Übersichten deutlich:

Tab. 5 Projektrelevante Einzelhandelsverkaufsflächen nach Sortimenten

Sortiment	Ist- Verkaufsfläche		
	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Sonstiges Ingolstadt	Gesamtstadt Ingolstadt
Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen	120 m ²	13.404 m ²	13.524 m ²
Zooartikel	0 m ²	5.046 m ²	5.046 m ²
SUMME	120 m²	18.450 m²	18.570 m²

Quelle: Eigene Erhebungen

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Tab. 6 Projektrelevante Einzelhandelsumsätze nach Sortimenten

Sortiment	Ist- Umsatz (geschätzt)		
	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Sonstiges Ingolstadt	Gesamtstadt Ingolstadt
Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen	0,43 Mio. €	25,73 Mio. €	26,16 Mio. €
Zooartikel	0,00 Mio. €	10,02 Mio. €	10,02 Mio. €
SUMME	0,43 Mio. €	35,75 Mio. €	36,18 Mio. €

Quelle: Eigene Berechnungen

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt kann lediglich 0,6% der Verkaufsfläche und 1,2% des Umsatzes auf sich vereinen. Angebote von Sonderpostenmärkten oder Lebensmitteldiscountern, die starken saisonalen Schwankungen unterliegen, sind nicht berücksichtigt.

4.2 Ungedekte Umsatzpotenziale in Ingolstadt

Aufbauend auf einer Umsatzschätzung für die gesamtstädtischen Einzelhandelsflächen gemäß Tab. 5 berechnet sich ein aktueller Gesamtumsatz in den vorhabenrelevanten Sortimenten von rd. 36,18 Mio. Euro (vgl. Tab. 6). Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche bedeutet dieser Wert eine Flächenleistung⁴ von rd. 1.950 Euro.

Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung nach Sortimenten auf die in den einzelnen Sortimenten bestehenden Umsatzchancen, so ergeben sich die aktuell am Standort Ingolstadt bestehenden ungedeckten, also nicht realisierten Umsatzpotenziale⁵ (siehe Tabelle 7).

Dabei wird deutlich, dass im Sortimentsbereich Gartenbedarf sowie Blumen/Pflanzen keine ungedeckten Umsatzpotenziale bestehen. Neben den Gartenabteilungen der Baumärkte (Bauhaus, Globus, Hagebau, Hornbach) bestehen in Ingolstadt mit Dehner, Dippold und Zitzelsberger großflächige Spezialanbieter sowie zahlreiche weitere Anbieter.

Gemessen am Verkaufsflächenaufkommen anderer bayerischer Oberzentren ist die Ausstattung Ingolstadts jedoch als vergleichsweise gering anzusehen. So liegt Ingolstadt mit einer Pro-Kopf-Verkaufsfläche im Bereich Gartenbedarf /Blumen/Pflanzen von nur 0,11 m² deutlich unter der anderer von der CIMA in den letzten Jahren untersuchten Oberzentren (Coburg, Fürth, Passau, Rosenheim und Weiden), die im Mittel auf 0,18 m²/Einwohner kommen.

Ein qualitativvolles Angebot, wie es Dehner insbesondere im Vergleich zu den Baumarktabteilungen führt, kann den Standort Ingolstadt nicht nur quantitativ sondern insbesondere qualitativ gut ergänzen.

Tab. 7: Ungedekte Umsatzpotenziale im Ingolstädter Einzelhandel 2013

Sortiment	Aktueller Umsatz (geschätzt)	Aktuelle Bindungsquote	Ungedektes Umsatzpotenzial
Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen	26,16 Mio. €	125,7 %	0,00 Mio. €
Zooartikel	10,02 Mio. €	95,9 %	0,43 Mio. €
SUMME	36,18 Mio. €	---	0,43 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Im Zooartikel-Bereich lassen sich dagegen offene Umsatzpotenziale ermitteln. Mit 0,43 Mio. Euro stehen einem guten Drittel der von uns für Dehner erwarteten Zoo-Umsätze ungedeckte Umsatzpotenziale gegenüber. Im Ingolstädter Bestand werden die Zooabteilung von Dehner und Globus durch jeweils zwei Filialen der Zoofachmärkte von Fressnapf und Zoo&Co sowie einzelne weitere Anbieter ergänzt.

Zieht man auch in diesem Sortiment die Verkaufsflächenausstattung anderer Oberzentrum zum Vergleich heran, liegt Ingolstadt mit 0,04 m²/Einwohner wiederum unter dem Versorgungswert von Coburg, Fürth, Passau, Rosenheim sowie Weiden (0,05 m² Zooartikel/Einwohner).

Das geplante Zoosortiment kann den Angebotsmix am Standort Ingolstadt sowohl quantitativ als auch qualitativ – denn der Schwerpunkt liegt zur Zeit auf den Zoofachmärkten – gut ergänzen.

⁴ Jahresumsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche

⁵ Siehe Begriffserläuterung in Kapitel 7.3

4.3 Einzugsgebiet

Als Grundlage der Markt- und Umsatzpotenzialanalyse, die mittels des Huff-Modells (vgl. Kapitel 7.4) ermittelt wurde, dient die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet.

Ingolstadt verfügt dabei mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 108,2 über eine deutlich über dem deutschen Durchschnitt (100,0) liegende einzelhandelsrelevante Kaufkraft (BBE/CIMA/MBResearch 2013). Auch die Kaufkraft der Orte im sonstigen Einzugsgebiet liegt meist über dem Bundesdurchschnitt und weist im Mittel einen Wert von 104,9 auf.

Das vorhabenspezifische Einzugsgebiet des Dehner Gartencenters ist unter Berücksichtigung des bereits in Ingolstadt ansässigen Dehner zu sehen, der insbesondere die Gemeinden nördlich des Ingolstädter Stadtgebietes bindet. Der projektierte Markt wird sein Einzugsgebiet daher schwerpunktmäßig in Ingolstadt und den Bereichen südlich der Stadt finden.

Die Einwohnerzahl des so abgegrenzten und in der Karte 3 auf der folgenden Seite dargestellten vorhabenbezogenen Einzugsgebietes liegt bei rd. **211.958** (31.12.2012).

Die unmittelbar an das Einzugsgebiet angrenzenden Städte Mainburg, Neuburg a.d. Donau, Pfaffenhofen a.d. Ilm sowie Schrobenhausen sind in den vorhabenbezogenen Sortimenten gut ausgestattet, so dass hier keine wesentliche Kaufkraftbindung mehr erzielt werden kann. Aus dem Bereich Neuburg ist auch bereits eine Orientierung in Richtung Rain am Lech feststellbar, dem Hauptsitz der Firma Dehner, der mit sehr attraktivem Blumenpark und rd. 13.000 m² Verkaufsfläche einen besonderen Magneten darstellt.

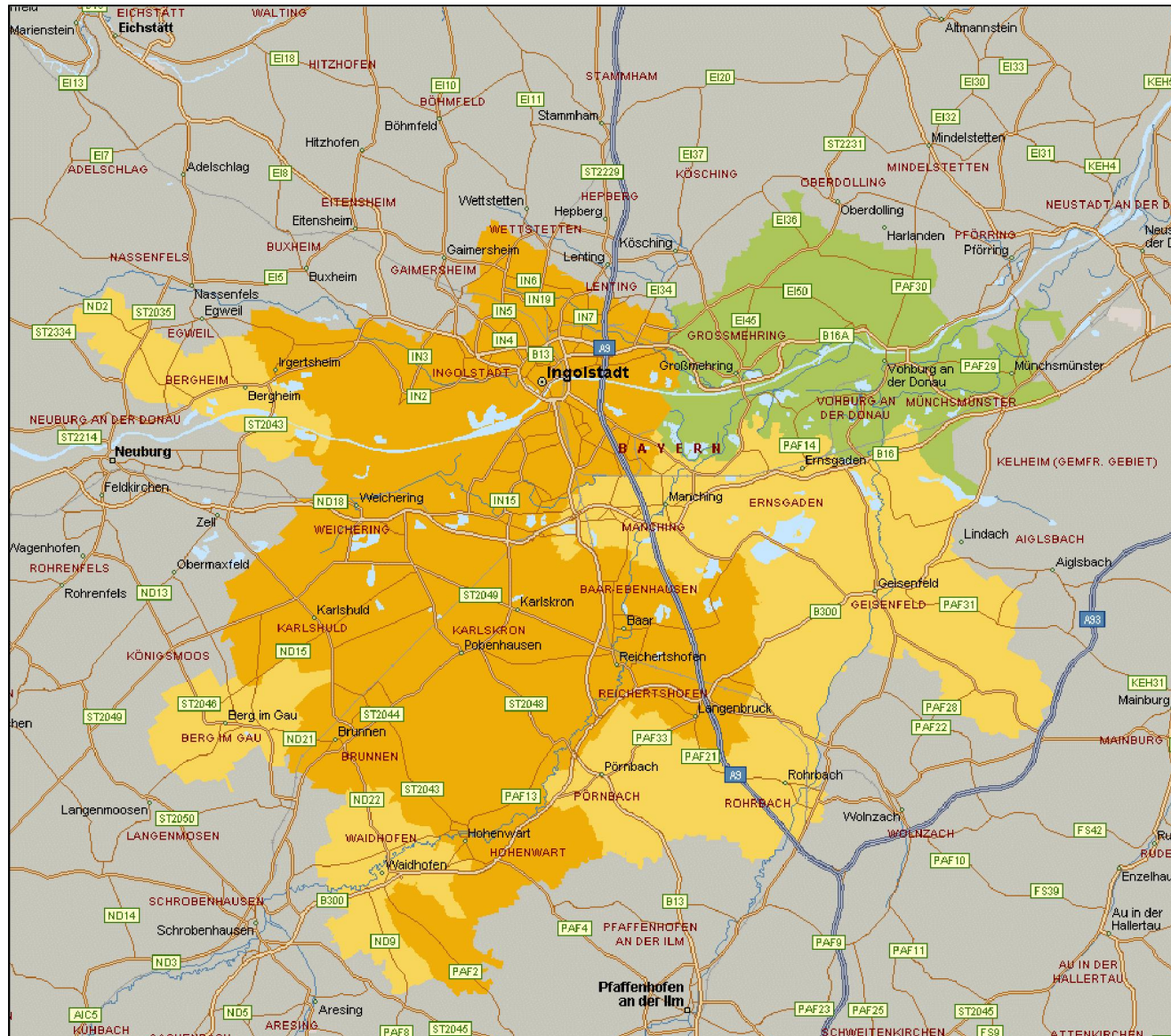
Tab. 8: Einzugsgebiets-begrenzende Wettbewerber im Anschluss an das Marktgebiet

Stadt	Wettbewerber	Projektrelevante Verkaufsfläche
Mainburg	Hagebau mit Gartencenter, Fressnapf	1.440 m ²
Neuburg	Gartencenter Rehm, Bauzentrum Mayer/Hagebau mit Gartencenter, OBI, BayWa, Fressnapf	7.035 m ²
Pfaffenhofen	Hagebaumarkt, Mayers Werkers Welt, Fressnapf	2.060 m ²
Schrobenhausen	Hagebau Ellwanger, BayWa	4.100 m ²

Quelle: Eigene Erhebungen 2013

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Karte 3: Vorhabenrelevantes Einzugsgebiet



Einzugsgebiet nach Gemeinden

- Kerneinzugsgebiet
- Einzugsgebiet
- erweitertes Einzugsgebiet

Quelle: MS MapPoint 2010, BBE/CIMA/MBResearch 2013
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

5 AUSWIRKUNGSANALYSE

5.1 Untersuchung der Verträglichkeit gemäß LEP

Nach den allgemeinen Zielen der Landesplanung gelten für die Einzelhandelsentwicklung in Bayern folgende wesentlichen Grundsätze:

- (1) Die Schaffung einer ausreichenden Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen im Sinne von gleichwertigen Lebensbedingungen in allen Landesteilen.
- (2) Die Sicherung und Entwicklung einer verbrauchernahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs.
- (3) Der Innenstadt, ihrer funktionalen Vielfalt und Mischung sowie ihrem ökonomischen Gewicht, kommt eine besondere, Zentrum bildende Magnetfunktion zu. Eine Verdrängung des Einzelhandels in Qualität und Vielfalt soll daher vermieden werden.
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sollen keine wesentliche Beeinträchtigung der überörtlichen Versorgungsfunktion herbeiführen.

In der Handlungsanleitung für die Bewertung von Einzelhandelsprojekten ist ebenfalls zugrunde gelegt, dass sich dabei Bedarfsprüfungen und Konkurrenzschutz für bestehende Unternehmen aus verfassungsrechtlichen Gründen verbieten.⁶

Die Ende 1995 eingeführten Neuregelungen bzw. Vereinfachungen zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandels-Großprojekten in Bayern weisen als zentrales Prüfkriterium die **Orientierung am Verflechtungsbereich** auf. Die Berechnung der generellen Zulässigkeit eines Einzelhandelsgroßprojektes an

⁶ Vgl. StMWiVT: Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten; 1. August 2002, S.5.

einem Standort wie Ingolstadt erfolgt seitdem über eine Gegenüberstellung des bestehenden Marktpotentials im Verflechtungsbereich mit dem potentiellen Umsatz des Projektes. Der potentielle Umsatz darf dann einen durch das LEP-Ziel (Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013) festgelegten Grenzwert nicht überschreiten, der wie folgt festgelegt ist.

Abschöpfungsquoten nach dem LEP-2013

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 Innenstadtbedarf (hier: Zooartikel, Blumen/Pflanzen) verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30%, für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15%,
- soweit in ihnen sonstiger Bedarf (hier: Gartenbedarf) verkauft wird, 25%

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Innenstadtbedarf ist der für jeden Zentralen Ort bestimmte Einzelhandelspezifische Verflechtungsbereich der Standortgemeinde („Verflechtungsbereich“), der die Versorgungsstruktur und Attraktivität eines Zentralen Ortes und seine überörtliche Erreichbarkeit widerspiegelt.

Der **Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Ingolstadt wurde laut LEP-2013 auf insgesamt **450.143 Einwohner** festgelegt (siehe Kapitel 3.1).

Die Einwohnerzahl des in Kapitel 4.3 abgegrenzten vorhabenbezogenen Einzugsgebietes einschließlich Ingolstadts liegt zum 31.12.2012 bei **211.958**.

Beide Werte bilden die Grundlage der nachfolgenden Verträglichkeitsberechnungen gemäß LEP.

Die nach dem Landesentwicklungsprogramm maximal verträglichen sortimentspezifischen Verkaufsflächen sind in der nachfolgend abgebildeten Tabelle 9 dargestellt und berechnen sich wie folgt:

$$\text{Einwohnerzahl} \times \text{sortimentspezif. Verbrauchsausgabe} \times \text{Abschöpfungsquote}$$

Der aus landesplanerischer Sicht für die Hauptsortimente des Vorhabens anzusetzende Umsatz sollte die jeweiligen Grenzwerte nicht überschreiten, um im Sinne der Landesplanung als verflechtungsbereichsverträglich gelten zu können. Das Landesentwicklungsprogramm geht davon aus, dass eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich eines Vorhabens bei Einhaltung dieser Grenzwerte entsprechend der angenommenen Richtlinien ausgeschlossen werden kann.

Die betriebstypen-spezifischen Flächenleistungen in der Spalte „Umsatzannahme in Euro/m² Vkf.“ sind den Angaben der Bayerischen Staatsregierung entnommen und bezeichnen den Mittelwert der von der Staatsregierung vorgegebenen Leistungsspanne.

Es wird deutlich, dass alle Sortimente im geplanten Umfang (vgl. Tabelle 1) aus landesplanerischer Sicht als verträglich anzusehen sind.

Tab. 9: Verflechtungsbereichsverträgliche Verkaufsflächen

Sortimente	Einwohnerbasis LEP-E 2013	Marktpotenzial in Mio. Euro LEP-E 2013	Max. abschöpfbarer Umsatz in Mio. Euro LEP-E 2013	Umsatzannahme in Euro/m ² Vkf. (Mittelwert)	Verträgliche Verkaufsfläche in m ² LEP-E 2013
Gartenbedarf	211.958	29,54	8,71	1.200 €/m ²	7.260
Blumen/Pflanzen	450.143	49,52	9,08	3.500 €/m ²	2.590
Zooartikel	450.143	19,81	3,63	1.600 €/m ²	2.260
SUMME		98,87	21,42		12.110

Quelle: eigene Berechnungen, Bayer. Staatsregierung 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

5.2 Untersuchung der Verträglichkeit nach Städtebauförderung

Die anzunehmenden Auswirkungen von Einzelhandels-Neuansiedlungen auf die Versorgungsstruktur und den bestehenden Ingolstädter Einzelhandel sind vielschichtig. So wird einerseits die Attraktivität der Stadt als Einzelhandelsstandort insgesamt gesteigert, andererseits stellt jede Angebotserweiterung zugleich eine neue Konkurrenzsituation für die bestehenden Anbieter dar. Hierbei ist insbesondere der Verdrängungseffekt im Einzelhandel der Innenstadt von Interesse, wenn neue Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb des ZV Innenstadt realisiert werden sollen. Wesentliche städtebauliche Auswirkungen sind üblicherweise **ab 10 %** Umsatzrückgang der jeweiligen Branche anzunehmen.

Im Falle einer solchen Ansiedlung außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt können sortimentspezifische Abschöpfungsquoten von **bis zu 10 %**⁷ im Zusammenhang mit einer qualitativen Einschätzung des Gutachters als innenstadtverträglich angesehen werden. Bei einem sich ergebenden Kaufkraftabfluss bzw. Umsatzverlust in der Größenordnung von 10 % und mehr ist von nicht unwesentlichen Auswirkungen auf den Einzelhandelsbestand auszugehen.

Berechnet man die sich aus den angenommenen sortimentspezifischen Umsätzen ergebenden Abschöpfungen aus der Innenstadt, ist zu berücksichtigen, dass im Bereich Gartenbedarf sowie Zooartikel keine Betriebe in der Ingolstädter Innenstadt bestehen (Ausnahmen können die wechselnden Angebote von Sonderpostenmärkten oder Lebensmitteldiscountern darstellen).

⁷ vgl. Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts Nordrhein-Westfalen vom 05.09.1997 im Rahmen der Prüfung der Rechtmäßigkeit einer Baugenehmigung für einen SB-Schuhmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.373 m²: Schon bei einem sich ergebenden Kaufkraftabfluß bzw. Umsatzverlust des innerstädtischen Einzelhandels in der Größenordnung von 10 % ist von nicht unwesentlichen Auswirkungen auszugehen. Dieser Rechtsprechung schließt sich die einschlägige Literatur an, wie z.B. Dolde/Menke „Das Recht der Bauleitplanung“ oder Bielenberg/Erbguth/Sölker „Raumordnungs- und Landesplanungsrecht des Bundes und der Länder“

Tab. 10: Verträglichkeit gemäß Städtebauförderung

Sortiment und Betriebstyp	Abschöpfungsquote aus dem Einzelhandel des ZV Innenstadt
Gartenbedarf	0,0%
Blumen/Pflanzen	4,2%
Zooartikel	0,0%

Quelle: Eigene Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2013

Unter Berücksichtigung der Verträglichkeit für den Ingolstädter Einzelhandel innerhalb des ZV Innenstadt ist die geplante Gesamtverkaufsfläche als verträglich anzusehen, da die einzige Sortimentsüberschneidung mit der Innenstadt im Bereich Blumen/Pflanzen liegt und sich dort nur sehr geringe Abschöpfungen berechnen. Der innerstädtische Blumenhandel bedient eine andere Zielgruppe als ein Dehner Gartencenter und ist daher nur in geringem Umfang von der projektierten Ansiedlung betroffen.

Die Zentralen Versorgungsbereiche umliegender Städte und Gemeinden sind von dem Vorhaben nicht betroffen, da bei der Erhebung der projektspezifischen Wettbewerber (Bau- und Gartenmärkte, Gartencenter, Zoofachmärkte) in den Umlandorten Abensberg, Baar-Ebenhausen, Berg im Gau, Brunnen, Eichstätt, Geisenfeld, Hohenwart, Karlkron, Karlshuld, Kösching, Mainburg, Manching, Neuburg/Donau, Pfaffenhofen/Ilm, Pörnbach, Reichertshofen, Rohrbach, Schrobenhausen, Waidhofen und Weichering lediglich Standorte außerhalb von Innenstädten zu verzeichnen waren.

Umsatzherkunft

Im Einzelnen setzt sich der erwartete Umsatz von 6,96 Mio. Euro in seiner Herkunft wie folgt zusammen: 2,75 Mio. € fließen aus dem Umland zu (Reduzierung von Kaufkraftabflüssen in die Konkurrenzzentren und Erhöhung der Kaufkraftbindung aus dem Umland) und 4,21 Mio. € werden aus dem bestehenden Einzelhandel in Ingolstadt umgeleitet (ZV Innenstadt 0,02 Mio. €, Wettbewerber im sonstigen Stadtgebiet 4,19 Mio. €).

5.3 Bezug zum SEEK Ingolstadt 2008

Das Städtebauliche Einzelhandelsentwicklungskonzept (SEEK) 2008 hat den Standort Weiherfeld neben den damaligen Bestands-Einzelhandelszentren Altstadt, Westpark, FOC (Factory Outlet Center) und Manchinger Strasse als **zusätzliches neues Einzelhandelszentrum** definiert.

Als Nutzungen wurden ein Möbelhof sowie ein Bau- und Gartenmarkt festgelegt, die zwischenzeitlich realisiert worden sind. Da der angesiedelte Globus Bau- und Gartenmarkt einen eindeutigen Baumarkt-Schwerpunkt aufweist⁸, stellt das nun von der Gartencenter Ingolstadt UG (haftungsbeschränkt) i.G. geplante Vorhaben eines Gartencenters die Ergänzung des Standortes zu einem **Möbel-, Baumarkt- und Gartenmarkt-Standort** dar.

Die Handlungsempfehlungen für den Bereich Zuchering-Weiherfeld legen es als Ziel fest, „keinen zusätzlichen Konkurrenzstandort zur Altstadt und den umliegenden Mittelzentren zu schaffen.“ Wie der voranstehende Teil der vorliegenden Untersuchung herausgestellt hat, werden **weder die Ingolstädter Innenstadt / Altstadt noch die umliegenden Mittelzentren** durch das Projekt negativ beeinflusst.

Bezogen auf die **Randsortimente** von Ansiedlungen im Bereich Zuchering-Weiherfeld legt das SEEK fest, dass eine Beschränkung auf die für den erfolgreichen Betrieb der zulässigen Betriebe notwendigen Sortimente erfolgt, unter Ausschluß der Bereiche Babybedarf, Sportartikel, Schreibwaren und Spielwaren. Befristete Saison- und Sonderpostenverkäufe wurden als von dieser Regelung unbeeinflusst angesehen.

Desweiteren legt das SEEK fest: „Auf den verbleibenden (d.h. nach Realisierung des Möbelhofes sowie des Bau- Und Gartenmarktes) ca. 8 Hektar GE-Flächen

ist eine weitere Ausweisung sondergebietsrelevanter Einzelhandelsflächen auszuschließen sowie die Ansiedlung von Anbietern aus dem Bereich Lebensmittel und sonstiger zentrenrelevanter Sortimente zu vermeiden. Ziel dabei ist, keinen zusätzlichen Konkurrenzstandort zur Altstadt und den umliegenden Mittelzentren zu schaffen.“ Zwar handelt es sich bei dem projektierten Gartencenter um ein **sondergebietsrelevantes Einzelhandelsvorhaben**, doch konnte in der vorliegenden Untersuchung nachgewiesen werden, dass weder die Ingolstädter Altstadt noch umliegende Mittelzentren negativ beeinflusst werden.

Solange also auf die genannten Sortimente Lebensmittel und sonstiger zentrenrelevanter Bedarf verzichtet wird sowie explizit Babybedarf, Sportartikel, Schreibwaren und Spielwaren außer im Rahmen von Saison- und Sonderpostenverkäufen nicht angeboten werden, **widerspricht** die geplante Ansiedlung am Standort Weiherfeld **nicht den Festlegungen des SEEK Ingolstadt 2008**.

⁸ Im Rahmen der Verkaufsflächenerhebungen zur vorliegenden Untersuchung konnte festgestellt werden, dass der Gartenmarktanteil am gesamten Globus Bau- und Gartenmarkt lediglich rd. 16% beträgt. Dies entspricht den Festlegungen im Bebauungsplan Nr. 930 Ä I von 2007.

6 VORHABENBEZOGENE VERTRÄGLICHKEITSBEURTEILUNG

- Entsprechend der landesplanerischen Vorgaben durch das LEP-2013 ist die Ansiedlung eines Gartenmarktes am Standort Ingolstadt-Weiherfeld im geplanten Verkaufsflächenumfang von 5.000 m² als raumverträglich einzustufen. Negative Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstandorte im Einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich der Stadt Ingolstadt können bei Einhaltung der ausgewiesenen Grenzwerte (vgl. Tabelle 9) ausgeschlossen werden.
- Die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO kann aufgrund der auch bei Annahme eines maximalen Gesamtumsatzes von 6,96 Mio. Euro⁹ deutlich unter 10% liegenden Abschöpfungen aus dem innerstädtischen Einzelhandel widerlegt werden: es sind keine Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der Ingolstädter Innenstadt und des Zentralen Versorgungsbereiches zu erwarten.
- Unter Berücksichtigung der Vorgaben des SEEK Ingolstadt 2008 widerspricht die Ansiedlung am Standort Weiherfeld nicht den Zielen, die sich die Stadt Ingolstadt mit dem SEEK für die weitere Stadtentwicklung gesetzt hat.
- Somit ist das Vorhaben in seiner Sortimentszusammensetzung und Dimensionierung an seinem geplanten Standort als städtebaulich und landesplanerisch verträglich anzusehen.
- Im Sortimentsbereich Zooartikel kann das Vorhaben offene Umsatzpotenziale decken, Kaufkraftabflüsse stoppen und somit zu einer Steigerung der oberzentralen Funktion Ingolstadts als Versorgungsstandort beitragen. Wie der Vergleich zu anderen Oberzentren in Kapitel 4.2. verdeutlicht hat, ist Ingolstadt im Bereich Zooartikel weniger gut ausgestattet.

- Auch im Bereich Gartenbedarf/Blumen/Pflanzen ist Ingolstadt im Oberzentren-Vergleich eher schwach ausgestattet. Selbst nach Realisierung der projektierten Verkaufsflächen wird Ingolstadt nur auf eine Pro-Kopf-Verkaufsfläche von 0,14 m² kommen, während andere Oberzentren im Mittel 0,18 m²/Einwohner aufweisen.

Aus den genannten Gründen **entspricht die geplante Ansiedlung den Zielen einer positiven Stadtentwicklung**. Eine negative Beeinflussung des Einzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist über den normalen Wettbewerb hinaus nicht zu erwarten. Eine **Gefährdung des bestehenden Einzelhandels** sowie eine **Beeinträchtigung der Zentrenentwicklung des Umlandes** in unerwünschter Weise **können ausgeschlossen werden**.

Aus Sicht der gutachterlichen Bewertung durch die CIMA kann das Vorhaben einer Dehner-Ansiedlung in Ingolstadt-Weiherfeld eine Genehmigung erhalten.

⁹ Nach den Vorgaben des Bayerischen StMWiVT ist ein geringerer Gesamtumsatz von nur 5,68 Mio. Euro anzunehmen.

7 ANHANG

7.1 Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials

Das Marktgebiet für den Einzelhandel Ingolstadts wurde mit dem computergestützten Simulationsmodell HUFF berechnet.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
 - Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
 - Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

In das Simulationsmodell wurden neben Ingolstadt weitere 156 Städte und Gemeinden bzw. Postleitzahlbereiche einbezogen. Das tatsächliche Einzugsgebiet umfasst jedoch nur diejenigen Standorte, aus denen ein nennenswerter Anteil der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft realistischweise nach Ingolstadt bzw. in ein Projekt fließen kann.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wird nach der folgenden Formel berechnet:

$$KK_{(\text{Ingolstadt})} / E_{(\text{Ingolstadt})} * 100$$

Dabei ist:

$KK_{(\text{Ingolstadt})}$ = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Ingolstadts in ‰ der einzelhandelsrelevanten Gesamtkaufkraft in Deutschland

$E_{(\text{Ingolstadt})}$ = Einwohnerzahl Ingolstadts in ‰ der Einwohnerzahl Deutschlands

Durch diese Berechnung wird, unabhängig von der Größe des Ortes, das für Ausgaben im Einzelhandel verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bestimmt. Dabei ist der Bundesdurchschnitt stets 100 %. Geht man zur Anschauung von einem Bundesdurchschnitt von 5.000 Euro aus ¹⁰, so würde einem Ort mit einem einzelhandelsrelevanten Ausgabepotenzial von 5.500 Euro die Kaufkraftkennziffer 110,0 zugewiesen, einem Ort mit 4.500 Euro entsprechend die Kennziffer 90,0.

¹⁰ die aktuellen Zahlen basieren auf einem Durchschnittswert von genau 5.506 €

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.

Charakteristisch für den kurzfristigen Bedarf (v. a. Lebensmittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Textilien, Elektrogeräte, Möbel usw.) befinden sich Versorgungseinrichtungen in der Regel in den größeren zentralen Orten. Einkäufe werden häufig mit dem Auto durchgeführt und sind seltener als im kurzfristigen Bereich. Dem Einkauf geht in der Regel auch ein intensiverer Auswahl- und Vergleichsprozess voraus. Die ausgegebenen Beträge pro Einkauf sind dabei erheblich höher.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Unter der Berücksichtigung branchenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten lassen sich schließlich aus den Umsatzpotenzialen die erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

7.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Ingolstadt eine Bestandsaufnahme aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe (Sortimentsbereiche Gartenbedarf, Blumen/Pflanzen sowie Zooartikel) durchgeführt.

In den Umlandorten Abensberg, Baar-Ebenhausen, Berg im Gau, Brunnen, Eichstätt, Geisenfeld, Hohenwart, Karlkron, Karlshuld, Kösching, Mainburg, Manching, Neuburg/Donau, Pfaffenhofen/Ilm, Pörnbach, Reichertshofen, Rohrbach, Schrobenhausen, Waidhofen und Weichering wurden alle Garten- und Zoomärkte als Wettbewerber des geplanten Projektes erhoben.

Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Innenstadt, integrierte Lage, nicht integrierte Lage)
- Branche und Betriebstyp
- Verkaufsfläche und Sortimentsniveau

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. SB-Warenhäuser), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen und der Brennstoffhandel gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken und Autovermietungen zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher. Apotheken, Optiker, Bäcker und Metzger werden dagegen zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Insgesamt erhebt die CIMA folgende 32 Branchen:

1	Lebensmittel
2	Reformwaren
3	Apotheken
4	Drogerien, Parfümerien
5	Schnittblumen (nur Fachgeschäft)
6	Zeitschriften
7	Oberbekleidung
8	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
9	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
10	Sportartikel
11	Schuhe
12	Sanitätshäuser
13	Bücher
14	Papier, Büro, Schreibwaren
15	Spielwaren/Hobby/Basteln
16	Zoobedarf
17	Möbel
18	Antiquitäten, Kunstgegenstände
19	Bau- und Heimwerkerbedarf
20	Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren
21	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge
22	Elektrogeräte, Leuchten
23	Unterhaltungselektronik
24	Foto
25	Optik
26	Uhren, Schmuck
27	Lederwaren
28	Musikinstrumente, Musikalien, Sammlerbedarf, Waffen
29	Fahrräder
30	Kfz-Zubehör
31	Büromaschinen, -einrichtung, PC
32	Gartenbedarf

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform
- Preisniveau
- Sortimentstiefe und -breite
- Verkaufsfläche

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann (z.B. Olympia-Einkaufszentrum in München).

Supermarkt

Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 10 - 25 % (z.B. Rewe, Edeka).

Lebensmittel- Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, weiter zunehmender Nonfood-Umsatzanteil (z.B. Aldi, Lidl, Norma).

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Gebrauchsgüter), Nonfood-Umsatzanteil ca. 10 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 20 - 50 % (z.B. Kaufland).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 50 - 75 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (z.B. Globus, Real).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², in zentraler Lage, meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (z.B. Karstadt, Galeria Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Nonfood-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (z.B. C&A, H&M).

7.3 Begriffsdefinitionen

Abschöpfungsquote

Bedeutung: Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird.

Berechnung: Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

Bedeutung: Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials.

Berechnung und Abgrenzung: Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung: Die KKZ bezeichnet die allgemeine Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 19.221 € würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 21.143 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 17.299 entsprechend die KKZ 90,0.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 5.506 €) bezieht sich nur auf Ausgaben im Einzelhandel.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in der BRD, mul-

tipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung: Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzzentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung: Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis: Berechnungsbasis ist der (von MB Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortsspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinter liegenden, für den Kunden sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassenzonen, Pack- und Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross leasable area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

7.4 Gravitationsmodell der CIMA

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden Veränderungen von Kaufkraftströmen und den daraus resultierenden Umsatzverlagerungen haben sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung mathematisch-statistische Modelle bewährt, die entsprechend der Methodik zur Abgrenzung von Markt- und Einzugsgebieten auf gravitationstheoretischen Ansätzen basieren. Die CIMA hat auf der Basis des ursprünglich von D. L. Huff entwickelten Modells ein eigenes, rechnergestütztes Simulationsmodell entwickelt, bei dem verschiedene, für den Untersuchungsraum relevante Kennwerte berücksichtigt werden können.

Dieses erweiterte, differenzierte Modell berücksichtigt folgende Einflussgrößen:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten mit Hilfe von Routenplanern) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen am Einzelhandelsumsatz,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.