

Auswirkungsanalyse

Erweiterung des Lebensmittel-Discount-Marktes Aldi am Standort Am Schwaigbach 4 in 82431 Kochel am See

für die
Gemeinde Kochel am See
Kalmbachstraße 11
82431 Kochel am See

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Geogr. Markus Wotruba
(Leiter BBE Standortforschung)

Dipl.-Ing. Philipp Klausmann
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118-187
Fax +49 89 55118-153
E-Mail klausmann@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese 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. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

München, 19. August 2016

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2	Makrostandort Kochel am See.....	5
3	Mikrostandort Am Schwaigbach.....	8
4	Einzugsgebiet	10
5	Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	14
5.1	Einzugsgebiet	15
5.2	Mittelzentrum Penzberg.....	16
5.3	Mittelzentrum Murnau am Staffelsee.....	17
5.4	Mittelzentrum Bad Tölz.....	19
6	Nachfrageanalyse und Marktpotenzial.....	22
7	Auswirkungsanalyse.....	24
7.1	Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen	24
7.2	Umsatzprognose des Planvorhabens.....	26
7.3	Umsatzumlenkungen durch das Planvorhaben.....	28
8	Zusammenfassung und Fazit.....	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage der Gemeinde Kochel am See im Raum.....	5
Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer Kochel am See und Umgebung.....	7
Abbildung 3: Lage des Vorhabenstandorts im Gemeindegebiet von Kochel am See	8
Abbildung 4: Vorhabenstandort und Umfeld	8
Abbildung 5: Fußläufiger Nahbereich des Vorhabenstandortes	9
Abbildung 6: Fahrzeitzonen um den Vorhabenstandort.....	10
Abbildung 7: Wettbewerber im Umfeld	11
Abbildung 8: Einzugsgebiet der Aldi-Filiale in Kochel am See.....	12
Abbildung 9: Lebensmittelmärkte in Kochel am See (Hauptort), Benediktbeuren und Großweil	15
Abbildung 10: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Penzberg	16
Abbildung 11: Lebensmittelanbieter in Penzberg (Auswahl).....	17
Abbildung 12: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Murnau am Staffelsee	18
Abbildung 13: Lebensmittelanbieter in Murnau am Staffelsee (Auswahl).....	19
Abbildung 14: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Bad Tölz	19
Abbildung 15: Lebensmittelanbieter in Bad Tölz (Auswahl).....	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Kochel am See und Umgebung.....	6
Tabelle 2: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel im Einzugsgebiet	15
Tabelle 3: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Penzberg	17
Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Murnau.....	18
Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Bad Tölz.....	20
Tabelle 6: Einwohner und Kaufkraft in den Zonen des Einzugsgebiets.....	22
Tabelle 7: Marktpotenzial, Umsatz und Bindungsquote im Sortiment Lebensmittel	22
Tabelle 8: Orientierungswerte der Auswirkungen von Umsatzumlenkungen	25
Tabelle 9: Umsatzerwartung und Marktanteile Aldi-Filiale Kochel am See (nach Erweiterung).....	26
Tabelle 10: Leistungskennzahlen Aldi-Filiale Kochel am See (nach Erweiterung)	27
Tabelle 11: Umsatzumlenkungen Aldi-Erweiterung Kochel am See.....	29

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Firma Aldi betreibt am Standort Am Schwaigbach 4 in 82431 Kochel am See einen Lebensmittel-Discount-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m². Im Rahmen einer Modernisierung soll die Filiale erweitert werden, wobei sich die Verkaufsfläche um bis zu 400 m² auf maximal 1.200 m² vergrößern würde.

Mit der Modernisierung ist keine Ausweitung des Sortiments verbunden. Vielmehr geht es darum, den Verkaufsraum großzügiger zu gestalten und somit den heutigen Kundenbedürfnissen hinsichtlich der Barrierefreiheit (breitere Gänge) und Warenpräsentation (niedrigere Regale) zu entsprechen. Gleichzeitig wird auf Veränderungen im Bereich der Warenwirtschaft/ -logistik reagiert (breitere Gänge erlauben eine effizientere Bereitstellung der Waren).

Gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP 2013) sind Lebensmittelmärkte bis zu einer Verkaufsfläche von 1.200 m² in allen Orten landesplanerisch genehmigungsfähig. Die sonstigen Vorschriften (insbesondere BauNVO, BauGB) sind weiterhin zu beachten.

Für den Projektstandort besteht ein rechtsgültiger Bebauungsplan, der die Flächen als Gewerbegebiet nach § 8 BauNVO ausweist. Mit einer Verkaufsflächengröße von > 800 m² fällt das Vorhaben jedoch in den Regelungsbereich des § 11 Abs.3 BauNVO. Für die baugenehmigungsrechtliche Zulässigkeit ist daher eine qualifizierte Einschätzung über die zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens erforderlich, insbesondere mit Blick auf Umsatzverteilungen gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen.

Hierzu hat die BBE Handelsberatung eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt, die dem aktuellen Planungsstand Rechnung trägt. In vertiefter Form wurde das Projekt hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet, insbesondere auch die lokale und regionale Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Das Gutachten dient zur abschließenden Beurteilung im Rahmen des Genehmigungsverfahrens.

Im Zuge der umfassenden Auswirkungsanalysen werden insbesondere folgende Fragestellungen für den Planstandort thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)?
- Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel vor Ort von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie gestaltet sich der Mikrostandort des Vorhabens?
- Welchen Einzugsbereich hat das geplante Vorhaben?
- Wie ist das Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen zu bewerten? Welche Auswirkungen sind auf Versorgungszentren in der Ansiedlungsgemeinde und in benachbarten Gemeinden zu erwarten?

2 Makrostandort Kochel am See

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemografische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten des Ortes, in dem der Standort liegt.

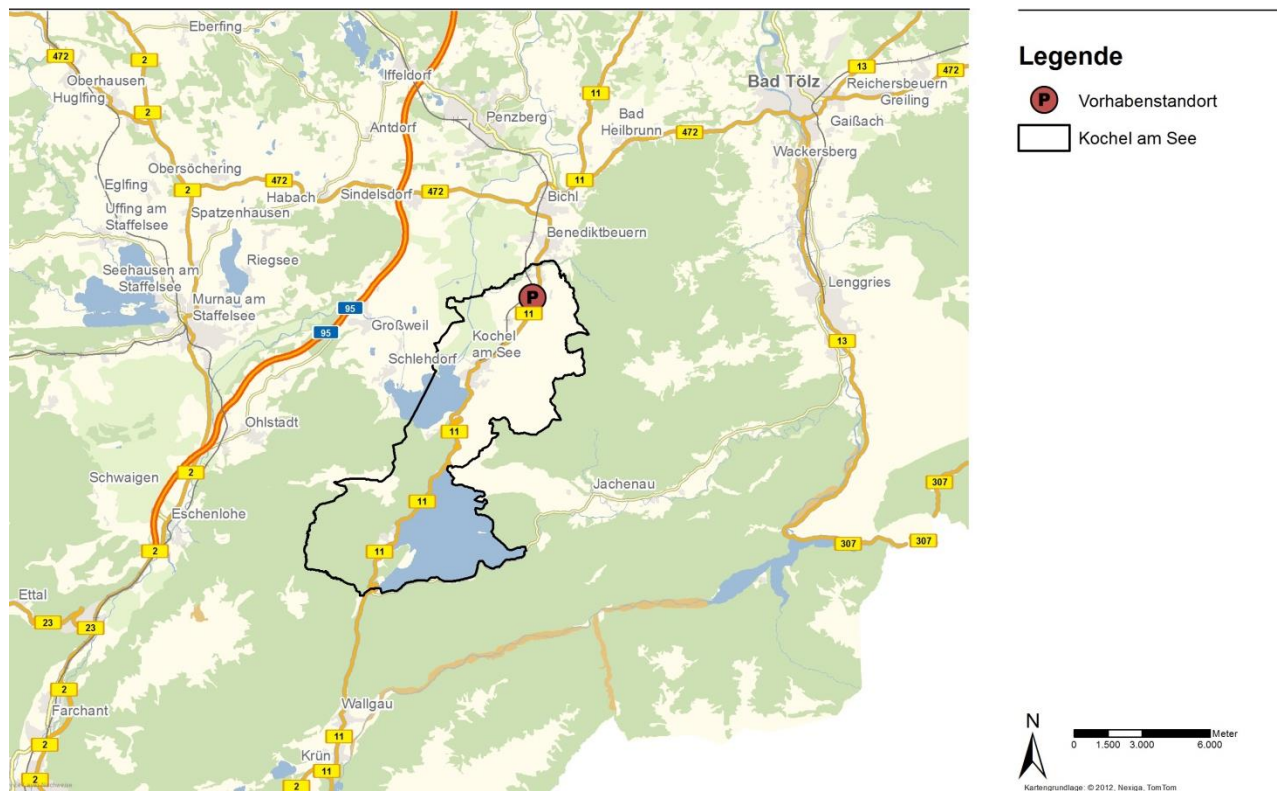
Lage und Siedlungsstruktur

Die Gemeinde Kochel am See liegt im Regierungsbezirk Oberbayern und gehört zum Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen. Nachbargemeinden sind Benediktbeuren, Jachenau und Schlehdorf sowie Großweil und Ohlstadt im südlich angrenzenden Landkreis Garmisch-Partenkirchen.

Das Gemeindegebiet von Kochel am See ist ländlich strukturiert und wird durch die geografische Lage im Alpenvorland geprägt. Es erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung und umfasst den überwiegenden Teil des Kochelsees sowie den gesamten Walchensee. Der Hauptort Kochel am See befindet sich im Norden; weitere größere Ortsteile sind Ried und Walchensee im Süden. Topografisch wird das Gemeindegebiet durch den quer verlaufenden Kesselberg (rd. 850 m ü. NN.) getrennt, welcher nur über eine einzige Passstraße überquert werden kann. Dies führt zu vergleichsweise langen Zeitdistanzen zwischen den südlichen Ortsteilen und dem Hauptort.

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013 wird der Gemeinde keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die nächst gelegenen Zentralen Orte sind die Mittelzentren Bad Tölz, Penzberg und Murnau am Staffelsee. Gemäß dem Regionalplan der Region Oberland 2001 soll Kochel am See als Unterzentrum fungieren und auch die Nahbargemeinde Schlehdorf versorgen (Nahbereich).

Abbildung 1: Lage der Gemeinde Kochel am See im Raum



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung

Verkehr und Erreichbarkeit

Kochel am See wird durch die Bundesstraße B 11 (München – Mittenwald) an das überregionale Straßennetz angeschlossen. Die Bundesstraße durchquert das Gemeindegebiet in Nord-Süd-Richtung und dient dabei auch der Verbindung der einzelnen Ortsteile. Über die westlich des Gemeindegebiets parallel verlaufende Autobahn A 95 besteht für den motorisierten Individualverkehr zudem eine sehr gute Erreichbarkeit in Richtung der Landeshauptstadt München und auf überörtlicher Ebene. Die nächstgelegenen Anschlussstellen sind Murnau/ Kochel (westlich) und Sindelsdorf (nordwestlich). Wichtige Erschließungsfunktionen übernehmen außerdem die St. 2062, die vom Hauptort Kochel am See nach Murnau am Staffelsee führt sowie die Bundesstraße B 472. Diese kreuzt die B 11 nördlich von Kochel und führt von dort in die westlich gelegene Kreisstadt Bad Tölz.

Beim ÖPNV verfügt Kochel am See über einen Bahnanschluss mit regelmäßigen Direktverbindungen nach München über Penzberg. Für die Erschließung des Gemeindegebiets stehen mehrere Regionalbuslinien zur Verfügung, die vom Bahnhof im Hauptort Kochel in Richtung Bad Tölz, Murnau und Mittenwald/ Garmisch-Partenkirchen verkehren. Damit wird eine nahezu flächendeckende Erreichbarkeit gewährleistet.

Bevölkerungsdaten

In der Gemeinde Kochel am See leben aktuell 4.058 Einwohner (Stand: 30.09.2015). Im zurückliegenden Jahrzehnt wurde ein leichter Bevölkerungsrückgang verzeichnet, welcher sich nach aktuellen Prognosen jedoch bis zum Jahr 2025 umkehren wird, wodurch die Einwohnerzahl dann fast wieder auf dem ursprünglichen Niveau liegen wird. Die Entwicklung von Kochel am See verlief seit dem Jahr 2005 deutlich negativer als auf Landkreisebene sowie in den Umlandgemeinden, wo die Einwohnerzahl fast überall gestiegen ist. Der Höchstwert wurde dabei in der Gemeinde Bichl verzeichnet (+4,8 %). Für die Zukunft wird in allen betrachteten Gemeinden sowie im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen ein Bevölkerungswachstum prognostiziert. In Kochel am See und Umgebung werden im Jahr 2025 insgesamt rd. 570 Personen mehr leben, was einer Zunahme von fast 4 % entspricht.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Kochel am See und Umgebung

Ort	Einwohner 30.09.2015	Einwohner 31.12.2005	Entwicklung in %	Prognose 2025	Entwicklung in %
Kochel am See	4.058	4.202	-3,4%	4.190	3,3%
Benediktbeuren	3.586	3.516	2,0%	3.730	4,0%
Bichl	2.199	2.098	4,8%	2.290	4,1%
Großweil	1.440	1.428	0,8%	1.570	9,0%
Schlehdorf	1.227	1.214	1,1%	1.260	2,7%
Ohlstadt	3.263	3.299	-1,1%	3.300	1,1%
<i>LK Bad Tölz-Wolfratshau.</i>	<i>124.581</i>	<i>120.633</i>	<i>3,3%</i>	<i>133.000</i>	<i>6,8%</i>
<i>Freistaat Bayern</i>	<i>12.795.408</i>	<i>12.468.726</i>	<i>2,6%</i>	<i>13.297.300</i>	<i>3,9%</i>

Quelle: Landesamt für Statistik Bayern, eigene Bearbeitung.

Arbeitsmarktsituation

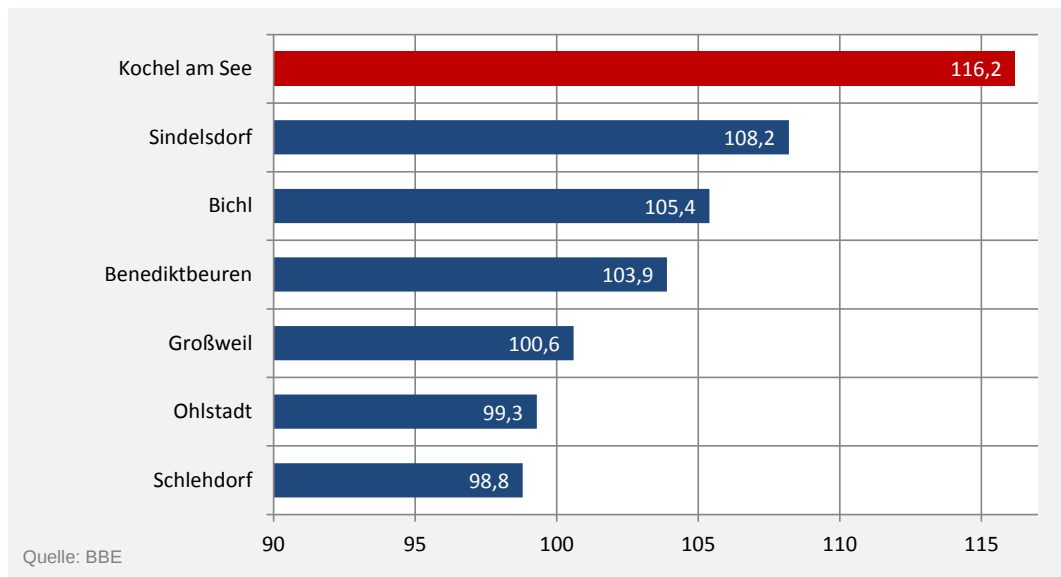
Für die Gemeinde Kochel am See liegen aufgrund der geringen Einwohnerzahl keine quantitativen Daten zum Arbeitsmarkt vor. Für den Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen lässt sich eine positive Beschäftigungssituation feststellen. Die Arbeitslosenquote lag im Jahresdurchschnitt 2015 bei lediglich 2,7 % und damit unter dem bayerischen Durchschnitt von 3,6 % sowie dem Bundesdurchschnitt von 6,4 %.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer quantifiziert das Kaufkraftniveau einer Gemeinde im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 100 %. Für das Jahr 2015 liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft-

kennziffer der Gemeinde Kochel am See bei einem Wert von 116,2. Dies bedeutet, dass jedem Einwohner der Gemeinde rechnerisch 16,2 % mehr einzelhandelsrelevante Kaufkraft zur Verfügung steht als dem durchschnittlichen deutschen Bundesbürger. Kochel am See verfügt dabei auch über eine z. T. erheblich höhere Kaufkraftkennziffer als die nächstgelegenen Umlandgemeinden, wo das Kaufkraftniveau in Ohlstadt und Schlehdorf sogar leicht unterhalb des Bundesdurchschnitts liegt. Insgesamt kann auf regionaler Ebene allerdings ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau konstatiert werden.

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer Kochel am See und Umgebung



Quelle: BBE/CIMA/MB-Research Marktdaten. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015.

Fazit zum Makrostandort Kochel am See

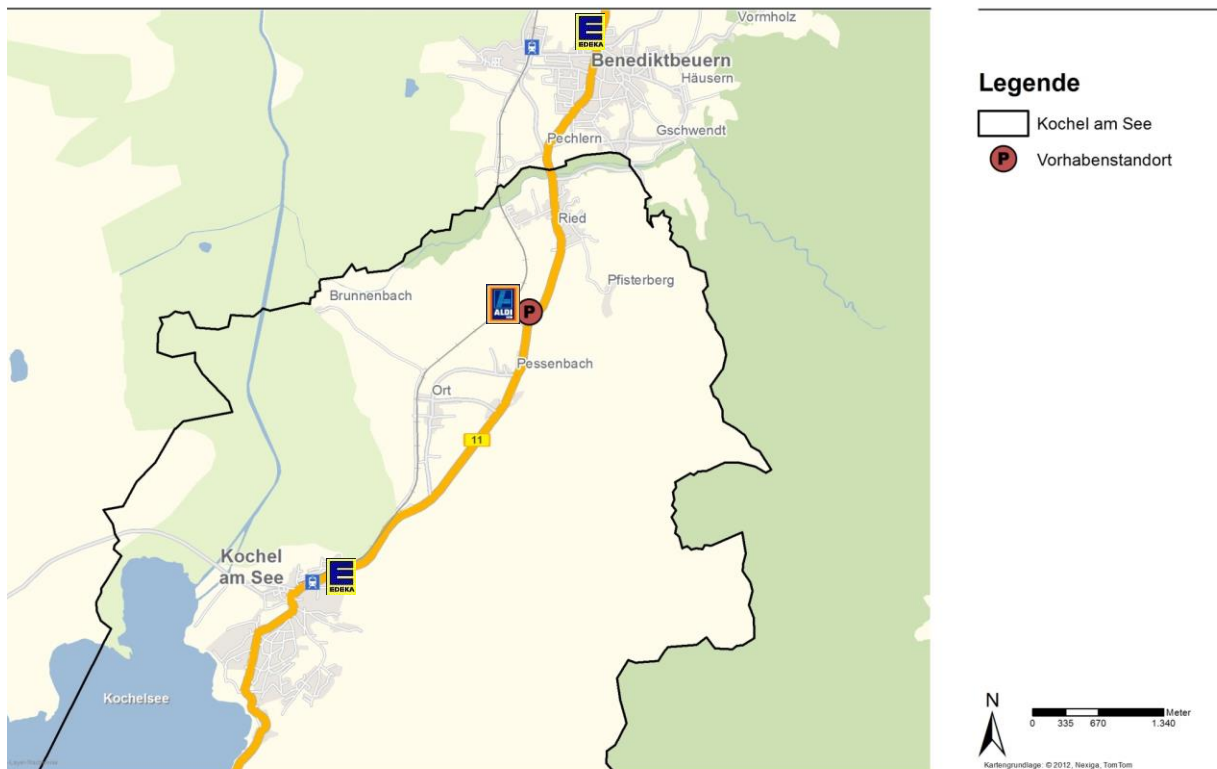
- Ländlich geprägte Siedlungsstruktur, beeinflusst durch topografische Faktoren.
- Siedlungsschwerpunkt ist der Hauptort Kochel am See.
- Gute verkehrliche Anbindung, insbesondere in Richtung Norden.
- Positive Bevölkerungsentwicklung auf regionaler Ebene.
- Unterdurchschnittliche Arbeitslosenquote im Bundesvergleich.
- Überdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

3 Mikrostandort Am Schwaigbach

Der Vorhabenstandort befindet sich im nördlichen Gemeindegebiet von Kochel am See, ca. 3,5 km vom gleichnamigen Hauptort und ca. 2,5 km von Benediktbeuren entfernt. Er liegt unmittelbar an der Bundesstraße B 11 und verfügt daher sowohl über eine sehr gute Erreichbarkeit für den Motorisierten Individualverkehr als auch über eine hervorragende Sichtbarkeit aus beiden Richtungen.

Der Standort ist Bestandteil des in den 2000er Jahren entstandenen Gewerbegebiets Pessenbach, welches durch die von der B 11 abzweigende Ringstraße Am Schwaigbach erschlossen wird. Hier befindet sich auch die Zufahrt auf das Vorhabengrundstück. Neben einigen Einzelhandelsbetrieben beherbergt das Gewerbegebiet vor allem klassisches Gewerbe (u. a. Zimmerei, Dachdeckerei, Forstbetrieb, Wertstoffverwertung, Betrieb für Zahnmedizintechnik). Das Umfeld des Gewerbegebiets ist unbebaut, teilweise stark bewaldet oder wird landwirtschaftlich genutzt. Nächstgelegenes Siedlungsgebiet ist der Kocheler Ortsteil Ried in rd. 800 m Entfernung zum Vorhabenstandort.

Abbildung 3: Lage des Vorhabenstandorts im Gemeindegebiet von Kochel am See



Quelle: Google Earth Pro; © 2012 Nexiga, Tom Tom; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

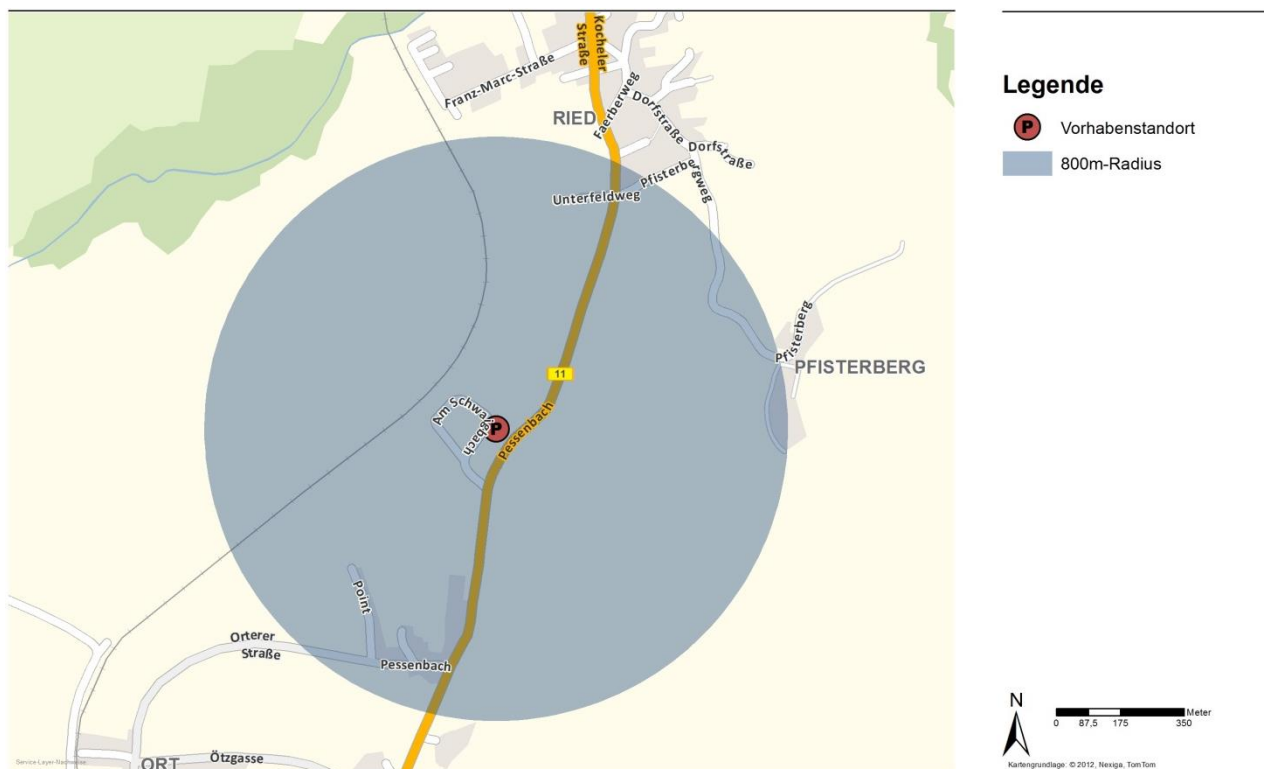
Abbildung 4: Vorhabenstandort und Umfeld



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Durch die Gewerbegebietslage außerhalb größerer Siedlungsgebiete übernimmt der Standort keine nennenswerte fußläufige Versorgungsfunktion. Aus dem nördlich gelegenen Ortsteil Ried wäre eine fußläufige Erreichbarkeit bei einer Entfernung zwischen rd. 800 und 1.000 m zwar grundsätzlich möglich, jedoch verläuft entlang der Bundesstraße kein separater Fußweg. Auch für Einkäufe mit dem Fahrrad ist der Vorhabenstandort daher nur bedingt attraktiv. Ein ÖPNV-Anschluss des Gewerbegebiets ist durch eine Bushaltestelle unmittelbar neben dem Vorhabenstandort gegeben. Diese dient jedoch in erster Linie für Beschäftigte des Gewerbegebiets und wird von der Buslinie Kochel – Bad Tölz nur unregelmäßig bedient.

Abbildung 5: Fußläufiger Nahbereich des Vorhabenstandortes



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Fazit zum Mikrostandort Am Schwaigbach

- Gewerbegebietslage zwischen dem Hauptort Kochel am See und Benediktbeuren.
- Keine bedeutende fußläufige Versorgungsfunktion.
- Sehr gute verkehrliche Erschließung für den motorisierten Individualverkehr.

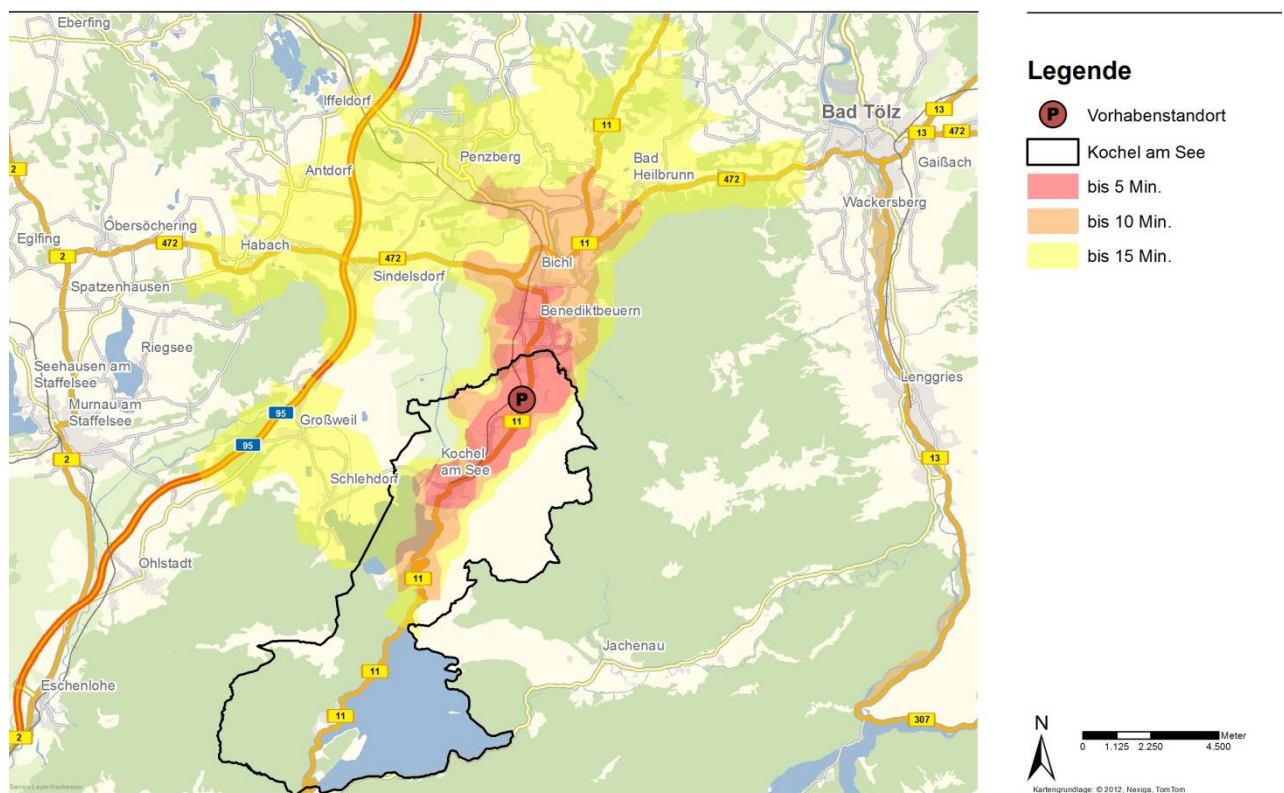
4 Einzugsgebiet

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen weitere wichtige Bezugspunkte für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand¹,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzepts bzw. der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder stadträumlichen Gegebenheiten (auch Gemeindegrenzen).

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die Erreichbarkeit des Projektstandorts innerhalb einer üblichen PKW-Fahrzeit von 5, 10 und 15 Minuten sowie die Lage relevanter Wettbewerber im Umfeld.

Abbildung 6: Fahrzeitzonen um den Vorhabenstandort



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung

¹ Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Waren des Grundbedarfs (Lebensmittel) größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Minuten (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung). In ländlichen Räumen werden für eine größere Angebotsauswahl teilweise auch längere Fahrzeiten in Kauf genommen.

Abbildung 7: Wettbewerber im Umfeld



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Die Analyse der Fahrzeitzonen zeigt, dass innerhalb von 5 Minuten der überwiegende Teil des Hauptortes von Kochel am See sowie die nördliche Nachbargemeinde Benediktbeuren zu erreichen sind. Auch die noch weiter nördlich gelegene Gemeinde Bichl kann über die Bundesstraße B 11 in einer vergleichsweise kurzen Zeitdistanz von bis zu 10 Minuten erreicht werden. Für die westlich von Kochel gelegenen Nachbargemeinden, darunter auch die zum Nahbereich des Unterzentrums zählende Gemeinde Schlehdorf, ist die Fahrzeit zum Vorhabenstandort dagegen länger und beträgt bis zu 15 Minuten. Gleiches gilt für den südlichen Ortsteil Urfeld aufgrund der geringen Geschwindigkeiten auf der Passstraße über den Kesselberg. Vom ganz im Süden des Gemeindegebiets liegenden Ortsteil Walchensee ist die Fahrzeit dementsprechend noch länger (über 15 Minuten) und für einen Einkauf von Lebensmitteln kaum noch attraktiv.

Für die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets ist neben der räumlich-zeitlichen Entfernung vor allem die bestehende Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel relevant. Hier zeigt sich eine deutliche Konzentration auf vier Standorte im Umfeld von Kochel am See, wo jeweils auch eine weitere Aldi-Filiale vorzufinden ist:

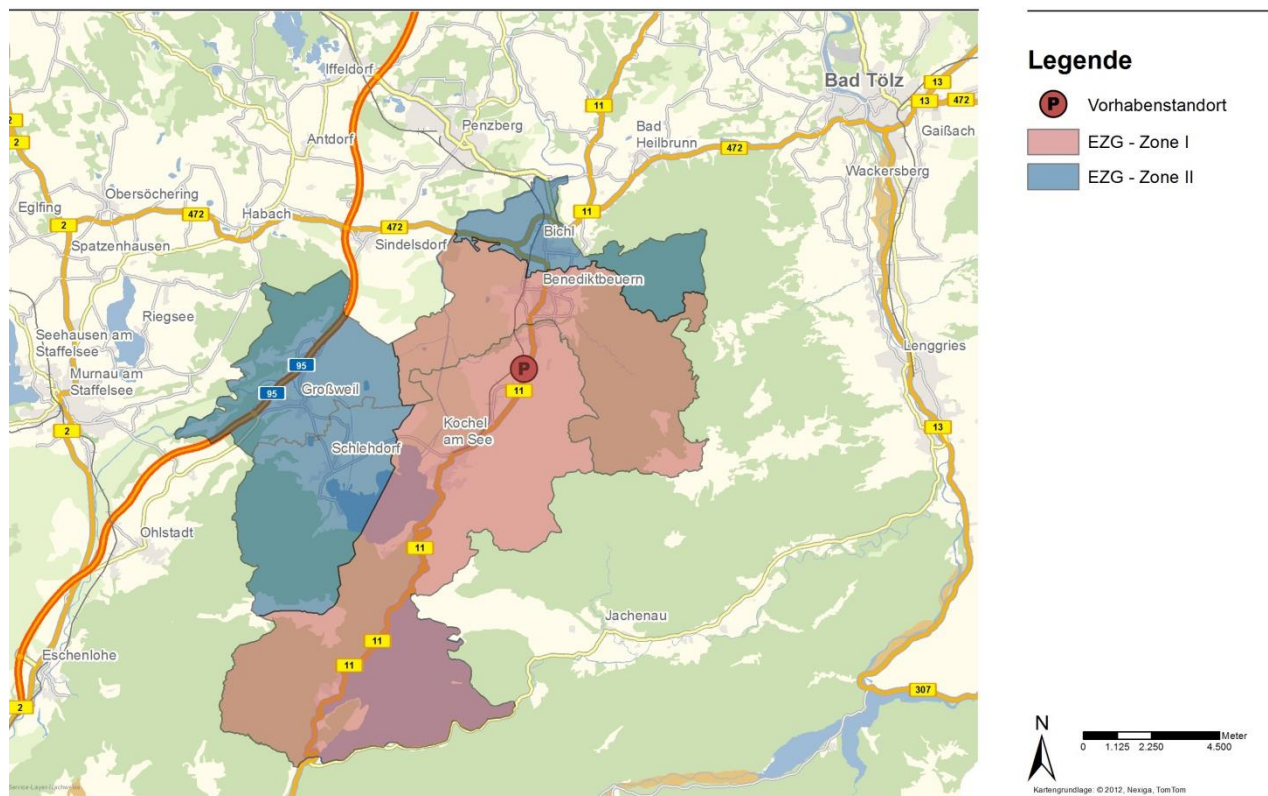
- Bad Tölz: Fünf Vollsortimenter und fünf Discounter
- Penzberg: Drei Vollsortimenter und vier Discounter
- Murnau am Staffelsee: Vier Vollsortimenter und drei Discounter
- Krün/ Wallgau: Zwei Vollsortimenter und zwei Discounter

Auffällig ist, dass zwischen den genannten Standorten mit Ausnahme der Aldi-Filiale in Kochel am See kein weiterer Lebensmitteldiscounter angesiedelt ist. Im Hauptort von Kochel am See bestand bis Ende 2015 noch eine Penny-Filiale, welche jedoch ersatzlos geschlossen wurde. In Bichl soll in den nächsten Jahren der Discounter Netto Marken-Discount angesiedelt werden, jedoch gibt es für das Projekt noch keinen konkreten Realisierungszeitpunkt. Innerhalb der 10 Min.-Fahrzeitzone um den Vorhabenstandort stehen für den Einkauf von Lebensmitteln daher neben Aldi momentan nur drei Edeka-Supermärkte zur Verfügung.

Unter Berücksichtigung der genannten Faktoren ergibt sich für die zu erweiternde Aldi-Filiale in Kochel am See folgendes Einzugsgebiet:

- **Zone I (Kerneinzugsgebiet)** umfasst Kochel am See und Benediktbeuren mit zusammen rd. 7.600 Einwohnern. Die Aldi-Filiale fungiert hier im Bereich Lebensmitteldiscount als Ergänzung der beiden Vollsortimenter. Als einziger Anbieter innerhalb einer kurzen Fahrdistanz kann der Standort hier die höchsten Marktanteile erreichen.²
- **Zone II (erweitertes Einzugsgebiet)** mit den Gemeinden Bichl, Großweil und Schlehdorf schließt sich nördlich und westlich an das Kerneinzugsgebiet an. Summiert leben dort etwa 4.900 Einwohner. Im erweiterten Einzugsgebiet sind die Marktanteile deutlich geringer, da andere Discounterstandorte in den Mittelzentren Penzberg und Murnau ähnlich schnell oder sogar schneller zu erreichen sind. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel ist zudem insgesamt deutlich geringer, weshalb grundsätzlich von einer stärkeren Einkaufsorientierung der lokalen Bewohner auf die nächst gelegenen Mittelzentren auszugehen ist.

Abbildung 8: Einzugsgebiet der Aldi-Filiale in Kochel am See



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, eigene Bearbeitung.

Grundsätzlich ist das abgegrenzte Einzugsgebiet nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des Planvorhabens stammt. Aus darüber hinausgehenden Bereichen ist lediglich vereinzelt mit Streuumsätzen (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) zu rechnen. Diese Bereiche sind nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und mit verstärkten Einflüssen alternativer Einkaufsstandorte

² Für die südlichen Ortsteile von Kochel am See gilt dies zwar nur bedingt, weil auch die Wettbewerbsstandorte Krün/ Wallgau ähnlich schnell zu erreichen wären. Allerdings leben in den südlichen Ortsteilen nur ca. 15 % der Einwohner von Kochel am See und es besteht eine ausgeprägte funktionale Verflechtung mit dem Hauptort (u. a. Rathaus, Bahnhof). Darüber hinaus sind die Verkehrsströme aus den südlichen Ortsteilen grundsätzlich eher nach Norden als nach Süden ausgerichtet (Zielrichtungen: Bad Tölz, München).

auf regionaler Ebene zu rechnen ist. Dies gilt etwa für die Gemeinde Sindelsdorf, die über kein eigenes nennenswertes Lebensmittelangebot verfügt. Für die dortigen Bewohner ist die Aldi-Filiale in Penzberg allerdings erheblich schneller zu erreichen als der Standort in Kochel am See; darüber hinaus auch andere dortige Lebensmittelmärkte.

Die Einkaufsstandorte Bad Tölz, Penzberg und Murnau am Staffelsee sind aufgrund ihres breiten Angebots im Lebensmitteleinzelhandel sowie ihrer zentralörtlichen Funktion Bestandteil des **Untersuchungsraums** für das Planvorhaben, welcher über das Einzugsgebiet hinausgehende Einkaufs- und Kundenverflechtungen berücksichtigt. So decken insbesondere Einwohner aus dem erweiterten Einzugsgebiet ihren Bedarf an Lebensmitteln auch an diesen Standorten, wodurch die entsprechende Kaufkraft dort gebunden wird. Durch die Realisierung des Planvorhabens sind Veränderungen in der Kundenorientierung zugunsten des Standorts Kochel am See möglich, die dementsprechend auch zu Umsatzverlusten von dortigen Anbietern führen können (darunter auch die jeweiligen Aldi-Filialen). Diese müssen in ihren Auswirkungen ebenfalls berücksichtigt werden.

5 Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Das nachfolgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum, der über das eigentliche Einzugsgebiet hinausgeht. Besonderes Augenmerk wird hierbei neben den Zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) auf die teilweise dezentralen, jedoch strukturprägenden Angebotsstandorte bzw. Standorträume gelegt.

Der Einzelhandelsbesatz im Untersuchungsgebiet wurde im Juli 2016 erhoben. In identifizierbaren Zentralen Versorgungsbereichen erfolgte eine Totalerhebung aller projektrelevanten Anbieter, d. h., es wurden alle Einzelhandelsbetriebe erfasst, deren Sortimente eine Überschneidung mit dem Planvorhaben aufweisen. Außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche wurden sämtliche direkte Wettbewerber betrachtet (Lebensmittelmärkte), da diese potenziell in einer Konkurrenzsituation zum Planvorhaben stehen und daher von Auswirkungen betroffen sein können. Dabei handelt es sich vorrangig um Betriebe, die vorhabenrelevante Waren als Kernsortiment führen. Allerdings wurden auch Betriebe erfasst, welche vorhabenrelevante Sortimente auf einer nicht nur unwesentlichen Teilfläche führen. Sämtliche Betriebe wurden hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit (aktuell generierter Umsatz) bewertet.³

Prinzipiell handelt es sich bei „Zentralen Versorgungsbereichen“ im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴ Neben Handelsbetrieben sollte der Zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind Zentrale Versorgungsbereiche - insbesondere mit dem ÖPNV und für Fußgänger - verkehrsgünstig erreichbar. Eine städtebaulich integrierte Lage wird vorausgesetzt. Einem Zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.⁵ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen Zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen geben (z. B. Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Grund-/ Nahversorgungszentrum).

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann diese allein noch nicht zu einem Zentralen Versorgungsbereich machen. Ebenso wenig bilden einzelne solitäre Betriebe, welche i. d. R. diffus über das Stadtgebiet an städtebaulich integrierten oder peripheren Standorten liegen, einen Zentralen Versorgungsbereich.

Innerhalb des Untersuchungsraums verfügen die Städte Bad Tölz und Penzberg über Einzelhandels- und Zentrenkonzepte, aus denen die Abgrenzungen Zentraler Versorgungsbereiche sowie integrierter Lagen entnommen werden können.⁶ In allen anderen Gemeinden, darunter v. a. Murnau am Staffelsee, wurde im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtungen geprüft, inwieweit anhand der tatsächlichen Verhältnisse vor Ort Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden können.

³ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Betriebes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Anbieters multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes fließen in die Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen mit ein.

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

⁵ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

⁶ CIMA Beratung + Management GmbH (2015): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Penzberg; GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (2014): Einzelhandelsentwicklungskonzept Bad Tölz

5.1 Einzugsgebiet

In der Vorhabengemeinde Kochel am See existieren zwei Haupteinkaufsstandorte für das Sortiment Lebensmittel. Dies ist zum einen das Gewerbegebiet Pessenberg, wo neben dem zu erweiternden Lebensmittel-discounter Aldi noch ein Getränkemarkt angesiedelt ist und zum anderen der Hauptort mit dem dortigen Edeka-Supermarkt sowie einigen ergänzenden kleinflächigen Angeboten (Bäckerei, Metzgerei, Käse- und Naturkostladen, Obst- und Gemüsehändler, Getränkiefachanbieter). Innerhalb des Hauptortes befindet sich der Supermarkt nicht im Ortskern, sondern am nördlichen Ortseingang. Es kann daher in Kochel am See kein Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden, da die im Ortskern vorhandenen Einzelhandels- und Nutzungsstrukturen keine bedeutende Versorgungsfunktion für die lokale Bevölkerung übernehmen. Das südliche Gemeindegebiet weist im Sortiment Lebensmittel keine vollwertigen Versorgungsstrukturen auf. Lediglich im Ortsteil Urfeld befindet sich ein kleines Lebensmittelgeschäft.

Die nördliche Nachbargemeinde Benediktbeuren verfügt ebenfalls über einen Edeka-Supermarkt desselben Betreibers wie im Hauptort Kochel am See. Der Markt wurde erst kürzlich auf rd. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert und präsentiert sich modern aufgestellt. Das Lebensmittelangebot in Benediktbeuren wird durch einige Handwerksbetriebe entlang der Dorfstraße ergänzt und bietet eine Grundversorgung für die eigene Bevölkerung (fußläufig) sowie die Einwohner des rd. 1km entfernten Nachbarortes Bichl. Dort existiert lediglich Lebensmittelhandwerk, jedoch keine vollwertige Nahversorgung. In den nächsten Jahren soll am nördlichen Ortsrand ein Discounter angesiedelt werden, allerdings gibt es für das Projekt noch keinen konkreten Realisierungszeitpunkt.

In Großweil ist durch einen kleinen, jedoch gut sortierten Edeka-Supermarkt, ein Basisangebot im Sortiment Lebensmittel vorhanden. Der Anbieter dient auch Bewohnern der Gemeinde Schlehdorf als möglicher Einkaufsstandort, da es sich um den räumlich nächstgelegenen Markt handelt. In Schlehdorf selbst gibt es lediglich einen kleinen Dorfladen zur Grundversorgung.

Tabelle 2: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel im Einzugsgebiet

Wettbewerbsstandort	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Kochel am See, Kernort	1.040	5,9
Kochel am See, GE Pesselbach	1.100	6,3
Kochel am See, OT Urfeld	50	0,3
Benediktbeuren	1.140	5,6
Bichl	60	0,5
Großweil	600	3,5
Schlehdorf	100	0,4

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Abbildung 9: Lebensmittelmärkte in Kochel am See (Hauptort), Benediktbeuren und Großweil



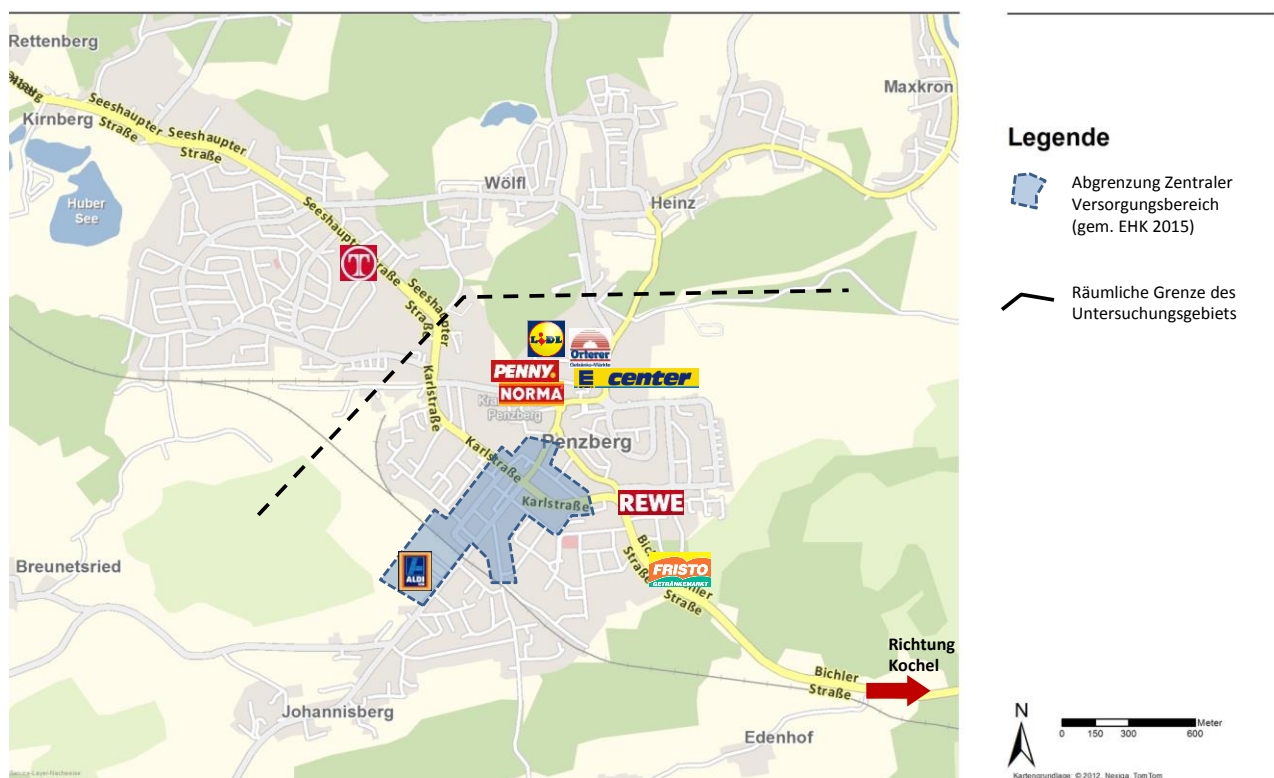
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

5.2 Mittelzentrum Penzberg

Im Mittelzentrum Penzberg konzentriert sich der Lebensmitteleinzelhandel auf die Fachmarkttagglomeration Auf der Grube, nördlich der Innenstadt. Hier sind der Verbrauchermarkt E-Center, die drei Discounter Lidl, Penny und Norma angesiedelt sowie ein Getränkemarkt angesiedelt. Mit einer Verkaufsfläche von über 5.500 m² im Sortiment Lebensmittel handelt es sich um einen bedeutenden Einkaufsstandort, dessen Angebot durch einen Bau- und Gartenmarkt sowie weitere Fachmärkte aus dem modischen Segment (Bekleidung, Schuhe) ergänzt wird. Der Standort verfügt über eine gute Erreichbarkeit für PKW-Kunden und ein Einzugsgebiet, welches deutlich über Penzberg hinausgeht und bis nach Kochel am See reicht. Dabei profitieren die Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels sowohl von Mitnahmeeffekten im Rahmen anderer Einkäufe bzw. funktionaler Verflechtungen ins Mittelzentrum als auch vom Fehlen eines vergleichbaren Einkaufsstandorts für Lebensmittel im südlichen Umland.

Auch die Innenstadt, welche sich in erster Linie entlang der Karlstraße und der Bahnhofstraße erstreckt, ist als Einkaufsstandort über die Gemeindegrenzen hinaus attraktiv. Dazu tragen diverse Anbieter mit innenstadttypischen Sortimenten bei, wie etwa das Modehaus Lampka oder der Drogeriemarkt Rossmann. Im Sortiment Lebensmittel sind vor allem Handwerksbetriebe und ein Bio-Markt vorhanden. Hinzu kommt ein moderner Aldi-Discounter mit rd. 1.300 m² Verkaufsfläche, welcher sich direkt am Bahnhof befindet. Aufgrund einer großen Parkplatzanlage, guter Erreichbarkeit (PKW und ÖPNV) sowie Koppelungseffekten mit den anderen Betrieben der Innenstadt, ist die Filiale als äußerst leistungsstark einzuschätzen. Südlich von Penzberg überschneidet sich ihr Einzugsgebiet mit der Filiale in Kochel am See.

Abbildung 10: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Penzberg



Östlich der Innenstadt befindet sich in einer integrierten Streulage ein moderner Rewe-Vollsortimenter, welcher erst vor einigen Jahren eröffnet wurde. Ergänzt wird dieser durch einen etwas weiter südlich an der Bichler Straße gelegenen Getränkemarkt (neben dem Kino). Beide Betriebe versorgen in erster Linie das

südliche Stadtgebiet, dienen jedoch für PKW-Kunden aus dem südlichen Umland auch als ergänzender Einkaufsstandort zur Penzberger Innenstadt.

Im Nordwesten von Penzberg ist an der Seeshaupter Straße in einer integrierten Streulage ein Tengelmann-Supermarkt angesiedelt, dessen Einzugsgebiet sich aufgrund vergleichbarer Wettbewerber (u. a. Rewe) jedoch nicht auf das südliche Umland erstreckt. Der Standort gehört dementsprechend nicht mehr zum Untersuchungsgebiet für die zu erweiternde Aldi-Filiale in Kochel am See.

Tabelle 3: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Penzberg

Wettbewerbsstandort	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Penzberg, Innenstadt	1.850	12,1
Penzberg, Bichler Straße	2.130	7,6
Penzberg, Auf der Grube	5.640	26,9

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.
(ohne Lebensmittelstandort Seeshaupter Straße, da außerhalb des Untersuchungsgebiet)

Abbildung 11: Lebensmittelanbieter in Penzberg (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

5.3 Mittelzentrum Murnau am Staffelsee

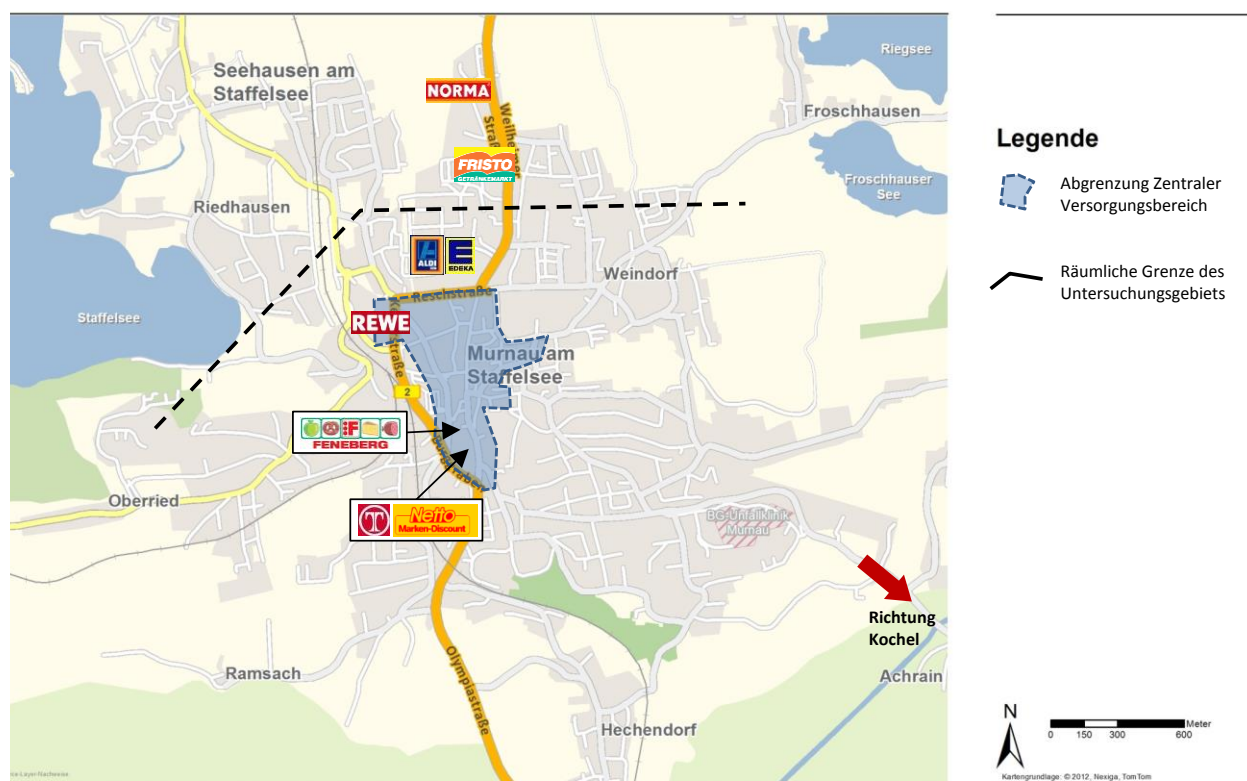
Das Mittelzentrum Murnau am Staffelsee verfügt über ein umfangreiches Lebensmittelangebot innerhalb der Innenstadt sowie daran angrenzend. Im Rahmen der Vor-Ort-Analyse wurde der Zentrale Versorgungsbereich im Wesentlichen entlang der beiden in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenzüge Obermarkt – Untermarkt (Haupteinkaufslage/ Fußgängerzone) und Burggraben – Bahnhofstraße abgegrenzt, welche sich im Süden am Kreisverkehr mit der Kocheler Straße und Garmischer Straße treffen. Im Norden endet der Zentrale Versorgungsbereich an der Reschstraße.

Die Innenstadt ist überwiegend kleinteilig strukturiert und verfügt insbesondere bei innenstadttypischen Sortimenten über einen attraktiven Angebotsmix mit vielen Fachgeschäften. Dieser wird durch mehrere großflächige Märkte am Rand der historischen Innenstadt ergänzt. Dies sind ein Rewe-Supermarkt im Nordwesten (Kreuzung Bahnhofstraße/ Reschstraße) sowie ein Feneberg-Supermarkt und das danebenliegende Tengelmann-Center im Süden. Letzteres beinhaltet einen Supermarkt und einen Discounter (Netto) zzgl. weiterer Geschäfte (u. a. Drogeriemarkt). Die Innenstadt verfügt über eine gute Erreichbarkeit und ein um-

fangreiches Parkplatzangebot. Als attraktiver Einkaufsstandort mit hoher Aufenthaltsqualität reicht das Einzugsgebiet der Murnauer Innenstadt bis weit ins Umland.

Nördlich der Innenstadt wurde auf dem Entwicklungsareal Kemmelpark vor einigen Jahren ein Fachmarktzentrum errichtet, dessen Angebotsschwerpunkt im Lebensmitteleinzelhandel liegt. Ankermieter sind ein moderner Edeka-Supermarkt sowie eine Aldi-Filiale. Letztere wurde aus dem nördlichen Randbereich der Innenstadt verlagert. Aufgrund seiner Lage und einem vergleichbaren Einkaufsstandort im Süden (Tengelmann-Center), ist das Einzugsgebiet des Standorts eher in Richtung Norden orientiert. Allerdings verfügen beide Lebensmittelanbieter über eine hohe Bekanntheit und – insbesondere als Verbundstandort aus Hard-Discounter und modernem Vollsortimenter – dementsprechend starke Anziehungskraft wodurch sie auch Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet der Aldi-Filiale in Kochel am See binden können.

Abbildung 12: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Murnau am Staffelsee



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, eigene Bearbeitung.

Am nördlichen Ortseingang von Murnau sind im Bereich der Weilheimer Straße diverse Einzelhandelsnutzungen angesiedelt, darunter der Lebensmitteldiscounter Norma und ein Getränkemarkt. Bedingt durch das beschriebene wesentlich umfangreichere Angebot im Sortiment Lebensmittel in Richtung Kochel am See steht der Standort mit der dortigen zu erweiternden Aldi-Filiale nicht im Wettbewerb. Er ist daher kein Bestandteil des Untersuchungsgebiets.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Murnau

Wettbewerbsstandort	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Murnau, Innenstadt	5.425	22,3
Murnau, FMZ Kemmelpark	2.000	14,9

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich. (ohne Lebensmittelstandort Weilheimer Straße, da außerhalb des Untersuchungsgebiet)

Abbildung 13: Lebensmittelanbieter in Murnau am Staffelsee (Auswahl)

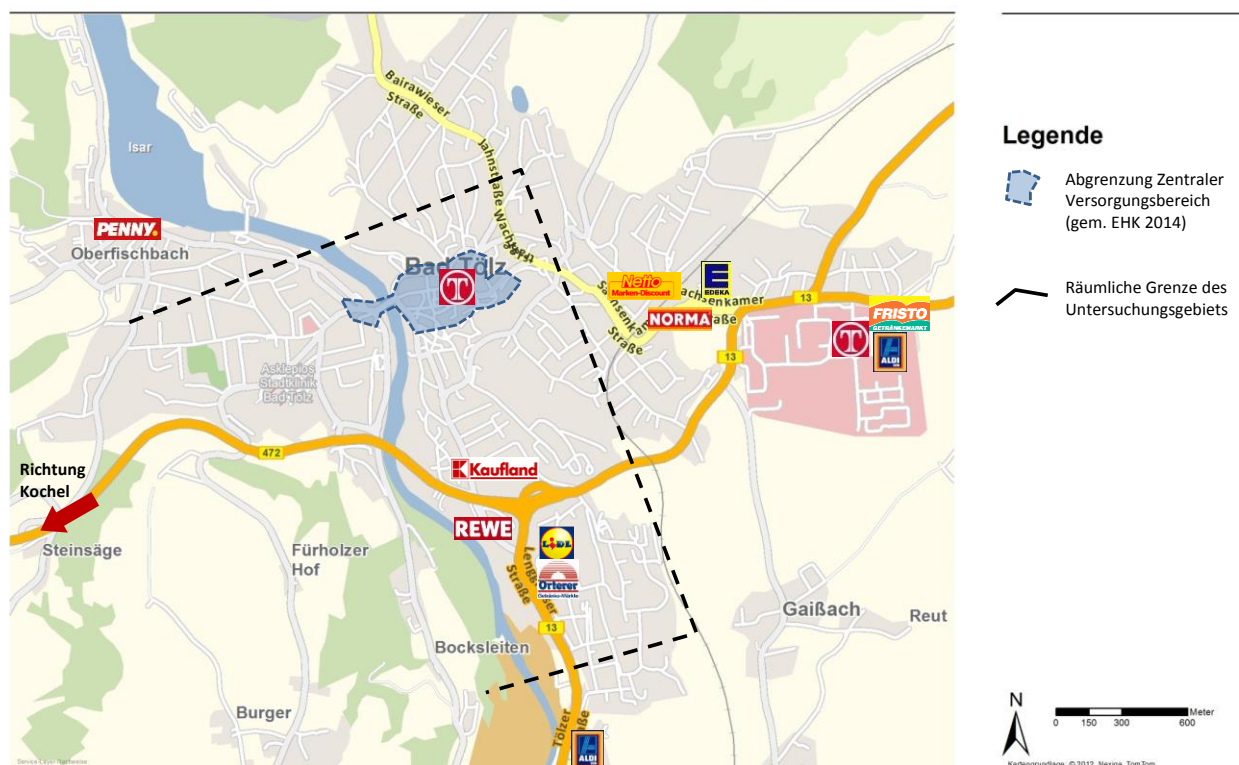


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

5.4 Mittelzentrum Bad Tölz

Im Mittelzentrum Bad Tölz stehen für den Einkauf von Lebensmitteln eine Vielzahl potentieller Standorte zur Verfügung, wovon jedoch nur die wenigsten eine Relevanz für das Planvorhaben besitzen und dementsprechend kein Bestandteil des Untersuchungsgebiets sind. Grundsätzlich ist Bad Tölz vom Vorhabenstandort in Kochel am See am weitesten entfernt, wodurch insbesondere beim Einkauf von Lebensmitteln von einer sehr schwachen Kaufkraftbindung auszugehen ist. Hinzu kommt die Tatsache, dass aus dem zu Bad Tölz nächstgelegenen Bereich des Einzugsgebiets, nämlich der Gemeinde Bichl (vgl. Abbildung 8), das Mittelzentrum Penzberg sehr viel schneller zu erreichen ist und dort ein sehr umfangreiches Angebot im Sortiment Lebensmittel zur Verfügung steht. Einziger Standort mit nennenswerter Wettbewerbsbeziehung in Richtung Kochel am See ist der Bereich Lenggries Straße, unmittelbar an der Bundesstraße B 472, wo mit einem Elektronikfachmarkt und einem Kaufland-Verbrauchermarkt („Großflächendiscounter“) spezielle Angebote vorhanden sind, die es in Penzberg nicht gibt. Auch die Innenstadt ist als baurechtlich schützenswerter Zentraler Versorgungsbereich Bestandteil des Untersuchungsgebiets.

Abbildung 14: Wettbewerbssituation im Sortiment Lebensmittel in Bad Tölz



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, eigene Bearbeitung.

Grundsätzlich ist in Bad Tölz eine starke Konzentration des Lebensmitteleinzelhandels auf das östliche Stadtgebiet festzustellen. Zu nennen sind hier das Gewerbegebiet Flinthöhe (Tengelmann, Aldi-Filiale, Getränkemarkt zzgl. weiterer Fachmärkte) sowie der Bereich östlich des Bahnhofs mit Edeka und dem Discounter Norma (zzgl. Bau- und Gartenmarkt). Beide Standorte sprechen in erster Linie PKW-Kunden aus einem größeren Einzugsgebiet an und stehen sowohl untereinander im Wettbewerb als auch mit dem Standort Lenggrieser Straße. Die solitär gelegenen Discounter Netto (westlich des Bahnhofs), Penny (in Oberfischbach) und Aldi (in Gaißach) übernehmen dagegen in erster Linie eine Nahversorgungsfunktion für Teile von Bad Tölz bzw. die angrenzende Nachbargemeinden.

In der Innenstadt hat der Lebensmitteleinzelhandel nur eine untergeordnete Bedeutung. Neben Handwerksbetrieben und kleinen Fachanbietern existiert als einziger größerer Betrieb lediglich ein weiterer Tengelmänn-Supermarkt. Mit einer eher kleinen Verkaufsfläche dient dieser vorrangig als Nahversorger für das zentrale Stadtgebiet bzw. für Ergänzungseinkäufe bei Innenstadtbesuchen. Der Angebotsschwerpunkt in der Bad Tölzer Innenstadt liegt auf Angeboten des mittelfristigen Bedarfsbereichs sowie dem Facheinzelhandel. Hier präsentiert sich der Einkaufsstandort als attraktiv und leistungsfähig.

Das größte Angebot im Sortiment Lebensmitteln entfällt mit knapp über 5.500 m² Verkaufsfläche auf die Betriebe an der Lenggrieser Straße. Im Bereich der Bundesstraßen B 13 und B 472 sind hier ein Kaufland-Verbrauchermarkt (größter Anbieter in der Gesamtstadt), eine Rewe-Supermarkt, ein Discounter (Lidl) und ein Getränkemarkt angesiedelt. Am Standort befinden sich darüber hinaus ein Bau- und Gartenmarkt, weitere Fachmärkte (u. a. Elektronik, Bekleidung/ Textilien, Tierfutter), ein Multiplex-Kino sowie ein Fastfood-Restaurant. Der Einkaufsstandort verfügt über eine sehr gute Erreichbarkeit für PKW-Kunden und ein Einzugsgebiet, welches deutlich über Bad Tölz hinausgeht.

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsätze im Sortiment Lebensmittel in Bad Tölz

Wettbewerbsstandort	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Bad Tölz, Innenstadt	1.075	5,1
Bad Tölz, Lenggrieser Straße	5.580	28,0

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.
(nur Lebensmittelstandorte innerhalb des vorhabenrelevanten Untersuchungsgebiets/ vgl. Text)

Abbildung 15: Lebensmittelanbieter in Bad Tölz (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Fazit zur Angebotssituation:

- Im Einzugsgebiet des Planvorhabens wird die Angebotssituation im Sortiment Lebensmittel vorrangig von Einzelbetrieben zur Grund- und Nahversorgung geprägt. Einkaufsstandorte mit größerem Angebot sind ebenso wenig vorhanden, wie Zentrale Versorgungsbereiche, in denen der Lebensmitteleinzelhandel eine Magnetfunktion für das gesamte Zentrum übernimmt.

- Zentrale Versorgungsbereiche sind in den nächstgelegenen Mittelzentren Penzberg, Murnau am Staffelsee und Bad Tölz zu finden; dabei handelt es sich um die jeweiligen Innenstädte. Diese stellen sich als stabil und ohne Vorschädigungen dar.
 - Lediglich im Mittelzentrum Murnau am Staffelsee befindet sich der Angebotsschwerpunkt des Lebensmitteleinzelhandels in der Innenstadt. In Penzberg und Bad Tölz befinden sich die wesentlichen Wettbewerber außerhalb der Innenstädte an verkehrsgünstig gelegenen Standorten.
 - Sämtliche Mittelzentren verfügen über eigene Aldi-Filialen. In Penzberg befindet sich diese in der Innenstadt und fungiert dort als Hauptanbieter im Sortiment Lebensmittel. Die Einzugsgebiete der Filialen in Penzberg und Murnau am Staffelsee überschneiden sich z. T. mit jenem der Filiale in Kochel am See.
-

6 Nachfrageanalyse und Marktpotenzial

Insgesamt kann das Planvorhaben auf ein maximales Einzugsgebiet von rd. 12.510 Einwohnern zurückgreifen. Basierend auf einer Analyse mit dem Geografischen Informationssystem (GIS) erfolgt nachfolgend eine flächenanteilige Aufteilung der Einwohner nach Zonen.

Tabelle 6: Einwohner und Kaufkraft in den Zonen des Einzugsgebiets

Gemeinde	Einwohner	Kaufkraftkennziffer Lebensmittel
Kochel am See	4.058	113,5%
Benediktbeuren	3.586	101,0%
Zone I Gesamt	7.644	
Bichl	2.199	101,5%
Großweil	1.440	98,5%
Schlehdorf	1.227	95,8%
Zone II Gesamt	4.866	
Summe	12.510	

Quelle: Landesamt für Statistik Bayern (Stand: 30.09.2015); BBE/CIMA/MB-Research Marktdaten 2015, eig. Bearbeitung und Darstellung

Das vorhabenrelevante Nachfragevolumen lässt sich für die jeweiligen Zonen aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl und dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag für das Sortiment Lebensmittel (BBE Struktur- und Marktdaten) errechnen, gewichtet mit der jeweiligen sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer⁷. Innerhalb des Einzugsgebiets steht demnach im Sortiment Lebensmittel ein Nachfragepotenzial von rd. 29,7 Mio. € zur Verfügung. Davon stammen rd. 63 % aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone I). Die Nachfragebasis ist mit Blick auf die sozioökonomischen Rahmendaten (vgl. Kap. 3) als sehr solide einzuschätzen und wird sich vor dem Hintergrund der perspektivischen Bevölkerungsentwicklung ausweiten.

Tabelle 7: Marktpotenzial, Umsatz und Bindungsquote im Sortiment Lebensmittel

Einzugsgebiet	Einwohner	Nachfrage in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Bindungsquote
Zone I	7.644	18,7	18,1	96%
Zone II	4.866	11,0	4,4	40%
Summe	12.510	29,7	22,4	75%

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Aus der Gegenüberstellung von Angebots- und Nachfrageseite lässt sich die Bindungsquote im Einzugsgebiet des Planvorhabens ableiten. Dabei wird das errechnete Nachfragevolumen in Relation zu den aktuell bestehenden Einzelhandelsumsätzen in den jeweiligen Zonen gesetzt. Ein theoretischer Wert von 100 % würde dabei bedeuten, dass die vorhandene Kaufkraft durch den dort vorhandenen Einzelhandel vollständig gebunden ist bzw. Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse in gleicher Größenordnung kompensiert werden.

⁷ Die Höhe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt für jede Gemeinde das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen in der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht (100 %). Sie wird jährlich gemeinsam von BBE, CIMA und MB-Research neu berechnet. Neben der Kaufkraftkennziffer über alle Sortimente lässt sich die Kaufkraft auch sortimentspezifisch bestimmen, wodurch die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen abgebildet werden.

Hinsichtlich des Marktpotenzials des Planvorhabens ist bei einer hohen Bindungsquote anzunehmen, dass sich die neuen Angebote eher schwierig am Markt platzieren können, da dieser bereits eine hohe Sättigung aufweist und/ oder eine sehr starke Wettbewerbssituation vorherrscht. Eine geringe Bindungsquote bedeutet im Umkehrschluss, dass das vorhandene Nachfragepotenzial aufgrund eines mangelnden Angebots nicht am Ort selber bedient werden kann und daher an weiter entfernte Wettbewerbsstandorte abfließt. Dies macht es für das Planvorhaben i. d. R. einfacher, sich erfolgreich am Markt zu positionieren, indem aktuell abfließende Kaufkraft gebunden wird.

Aus vorstehender Tabelle kann entnommen werden, dass im gesamten Einzugsgebiet das Marktpotential für Lebensmittel rechnerisch bereits zu hohen Anteilen gebunden ist (Bindungsquote: 75 %). Für die Zone I ergibt sich ein Wert von 96 %, jedoch wird von den dortigen Betrieben – v. a. Aldi und 2x Edeka – nicht ausschließlich lokale Kaufkraft aus Kochel am See und Benediktbeuren gebunden, sondern auch aus den Gemeinden der Zone II. Gleichzeitig fließt Kaufkraft aus der Zone I an außerhalb des Einzugsgebiets gelegene Einkaufsstandorte in den umliegenden Mittelzentren ab, wo ein weitaus größeres Lebensmittelangebot zur Verfügung steht, als vor Ort.

Die Bindungsquote von 75 % über das gesamte Einzugsgebiet ist in Relation zur Angebotssituation als vergleichsweise hoch zu bewerten, da Einkaufsstandorte mit größerer Auswahl im Sortiment Lebensmittel dort fehlen, während eben jene in den nächstgelegenen Mittelzentren in verkehrsgünstigen Lagen vorhanden sind. Dementsprechend ist davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Anteil des vorhabenrelevanten Nachfragepotentials aus dem Einzugsgebiet aktuell dort gebunden wird. Dies ist im ländlichen Raum kein ungewöhnliches Phänomen, da Einkaufsverflechtungen in größere Städte dort mangels eigenen Angebots grundsätzlich stark ausgeprägt sind (v. a. bei Sortimenten des mittel- und längerfristigen Bedarfs). Allerdings sind die Bindungsquoten insofern zu relativieren, dass die Einzelhandelsumsätze auch saisonale Umsätze durch Touristen von außerhalb des Einzugsgebiets beinhalten.⁸ Den Betrieben fließt daher Kaufkraft zu, welche im berechneten Nachfragepotential nicht abgebildet werden kann. In der Folge ist die errechnete Bindung der lokalen Kaufkraft niedriger als 75 %.

Fazit zu Nachfrageanalyse und Marktpotenzial:

-
- Dem Planvorhaben steht in Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von rd. 29,7 Mio. € zur Verfügung, welches rechnerisch zu etwa $\frac{3}{4}$ bereits vor Ort gebunden ist. Dies ist in Relation zur Angebotsausstattung ein vergleichsweise hoher Wert.
 - Im Kerneinzugsgebiet (Zone I) besteht durch die vorhandenen Betriebe bei einer Bindungsquote von 96 % rechnerisch nahezu eine Marktsättigung. Zwar bestehen Kaufkraftabflüsse, welche durch Zuflüsse in fast gleicher Höhe kompensiert werden, jedoch dürften diese nur durch deutliche lokale Angebotsverbesserungen reduzierbar sein (z. B. einen Verbundstandort mehrerer Lebensmittelmärkte, ergänzt durch einen Drogeriemarkt und weiteren Einzelhandel).
 - Das Planvorhaben scheint als reine Verkaufsflächenerweiterung kaum geeignet, die Kaufkraftbindung in der Zone I signifikant zu erhöhen. In der Zone II ergeben sich dagegen bessere Chancen, da die Aldi-Filiale in Kochel am See hier mit anderen Discountstandorten konkurriert, die für die lokale Bevölkerung ähnlich weit von ihrem Wohnort entfernt sind. Eine höhere Attraktivität des Standorts könnte deshalb Veränderungen in den Einkaufsorientierungen bewirken, allerdings auch hier nur in einem gewissen Maße. Wettbewerbsstandorte in den nächstgelegenen Mittelzentren werden auch zukünftig ein größeres Angebot aufweisen (mehrere Anbieter).
-

⁸ Mit rd. 154.000 Gästeübernachtungen im Jahr 2014 ist Kochel am See einer der bedeutendsten Orte in der Tourismusregion Tölzer Land (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik). Hinzu kommt eine nicht quantifizierbare Anzahl von Tagestouristen.

7 Auswirkungsanalyse

7.1 Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen

Der Vorhabenstandort liegt im Umfeld eines rechtskräftigen Bebauungsplans, welcher eine Nutzung als Gewerbegebiet nach § 8 BauGB festsetzt. Mit der geplanten Erweiterung der Verkaufsfläche über 800 m² ist das Planvorhaben als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzustufen, dessen Zulässigkeit sich nach den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO bemisst. Dort heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung 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 u. a. auch Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 beschriebenen Betriebe und auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Vorhabengemeinde oder in anderen Gemeinden.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.⁹
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte kumulativ auftreten. Die Regelvermutung kann jedoch widerlegt werden, wenn im Rahmen einer Einzelfallprüfung nachgewiesen wird, dass im konkreten Fall keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dazu dürfen von dem Vorhaben oberhalb der Vermutungsgrenze keine wesentlichen Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Dabei sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Wesentliches Beurteilungskriterium für die potenziellen Auswirkungen eines Planvorhabens sind die sich durch die Ansiedlung ergebenden sog. „Umsatzumlenkungseffekte“. Diese entstehen dadurch, dass das Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel begrenzt ist und der Umsatz eines jeden neuen Einzelhandelsbetriebs dementsprechend in der Summe anderen bereits bestehenden Betrieben entzogen wird. Die Umlenkungen der Umsätze, also die Umsatzverluste bei anderen Einzelhandelsbetrieben bzw. an anderen Einkaufsstandorten stellen dabei zunächst einen rein ökonomischen Effekt dar.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe der Umsatzumlenkungen nicht nur unwesentliche Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis (abgeleitet aus der Zulässig-

⁹ Vgl. BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

keit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) hat sich jedoch als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.¹⁰

Tabelle 8: Orientierungswerte der Auswirkungen von Umsatzzumlenkungen

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

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Die Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher werden weitere Aspekte in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen (z. B. Wettbewerbsfähigkeit der bestehenden Betriebe, städtebauliche Qualität des Zentralen Versorgungsbereichs, Angebotsstruktur, Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände). Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist demnach zwar ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als eindeutiger Grenzwert zu sehen.

Mögliche Umsatzzumlenkungen, die keine negativen Auswirkungen erwarten lassen, sind bei der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen oder bei einzelnen Betrieben gilt als unschädlich, solange der gesamte Zentrale Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird.¹¹ Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn es deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.¹²

¹⁰ vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung - Herausforderung Einzelhandel, in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 266; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur „standortgerechten Steuerung des Einzelhandels“, in: NVwZ, 2004, H. 9, S. 1031; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg.

¹¹ Fickert, H.-C./Fieseler, H. (2002), Baunutzungsverordnung, Stuttgart

¹² vgl. Urteil BVerwG [rd. 4 C 7.07] vom 11.10.2007

7.2 Umsatzprognose des Planvorhabens

Die Umsätze eines Ansiedlungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage des erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= Marktanteilkonzept¹³) des Vorhabens erstellt. Der prognostizierte Umsatz ergibt sich dabei auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des jeweiligen Betriebstyps,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität.

Die nachfolgenden Berechnungen der Marktanteile der im Planvorhaben vorgesehenen Einzelhandelsbetriebe basieren auf einem Gravitationsmodell, welches Zeit-Wege- sowie die Wege-Attraktivitätskorrelation berücksichtigt. Grundlegend ist hierbei, dass unter Berücksichtigung der eigenen Attraktivität (v. a. Umsatzleistung), der Attraktivität von Konkurrenten sowie der Fahrdistanzen zwischen den Anbietern sich sowohl das gesamte Einzugsgebiet definieren lässt als auch die dort möglichen Marktanteile. Tendenziell nehmen Marktanteile mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab.

Die errechneten Umsatzprognosen stellen einen Worst-Case-Ansatz dar, bei dem vom rechnerisch maximal erreichbaren Marktanteil ausgegangen wird. Aus gutachterlicher Sicht wird der tatsächliche Marktanteil aufgrund der in Kap. 6 beschriebenen Nachfragesituation jedoch erheblich geringer sein und damit auch die Umsatzleistung. Dies bietet für die nachfolgende Bewertung der Auswirkungen einen Sicherheitspuffer.

Tabelle 9: Umsatzerwartung und Marktanteile Aldi-Filiale Kochel am See (nach Erweiterung)

Einzugsgebiet	Marktpotential in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
Einzugsgebiet Gesamt	29,7	24-25%	7,4	94%
davon in Zone I	18,7	29-30%	5,5	70%
davon in Zone II	11,0	17-18%	1,9	24%
Diffuse Zuflüsse	-	-	0,5	6%
Gesamt			7,9	100%

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Für den Aldi Lebensmittel-Discountmarkt in Kochel am See wird nach der geplanten Erweiterung ein jährlicher Umsatz von rd. 7,9 Mio. € prognostiziert. Davon generieren sich rd. 94 % durch Kunden aus dem Einzugsgebiet, wo die Aldi-Filiale unter Annahme einer optimalen Marktplatzierung einen durchschnittlichen Marktanteil von 24-25% erreicht. Unter Bezugnahme auf den bundesdeutschen Marktanteil von Discountern im Lebensmitteleinzelhandel von rd. 35 % ist dies ein sehr hoher Wert, denn als Hard-Discounter mit nahezu ausschließlich Eigenmarken spricht Aldi nicht alle Kundengruppen an. Aufgrund des überdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus in der Region (vgl. Abbildung 2) ist innerhalb des Einzugsgebiets zudem von einem geringeren Discounter-Marktanteil auszugehen, als im bundesdeutschen Vergleich. Darüber hinaus werden auch weiterhin Einkäufe von Bewohnern des Einzugsgebiets bei Discountern in den umliegenden Mittelzentren stattfinden, wodurch diese ebenfalls Marktanteile einnehmen.

Den höchsten Marktanteil erreicht das Planvorhaben mit bis zu 30 % in seinem Kerneinzugsgebiet (Zone I), was einem Umsatzanteil von rd. 70 % entspricht. Im erweiterten Einzugsgebiet ist der erzielbare Marktanteil

¹³ Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation mit den nächstgrößeren Städten deutlich geringer und beträgt lediglich bis zu 18 %. Weitere rd. 0,5 Mio. € des Umsatzes ergeben sich aus diffusen Zuflüssen bzw. Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebiets. Dabei handelt es sich überwiegend um saisonale Umsätze durch Touristen, aber auch unregelmäßig auftretende Umsätze von Kunden aus größerer Entfernung.

Tabelle 10: Leistungskennzahlen Aldi-Filiale Kochel am See (nach Erweiterung)

Aldi-Filiale Kochel am See	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Raumleistung in €/ m ²
Bestandsumsatz	800	5,7	ca. 7.100
Umsatz durch Erweiterung	400	2,2	ca. 5.500
Discounter Gesamt	1.200	7,9	ca. 6.600

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Für die Aldi-Filiale in Kochel am See wird durch die Erweiterung der Verkaufsfläche ein jährlicher Mehrumsatz von rd. 2,2 Mio. € prognostiziert. Dies entspricht einer Flächenleistung von rd. 5.500 €/ m² und liegt deutlich über dem branchenüblichen Durchschnitt von Lebensmitteldiscountern von 4.800 €/ m².¹⁴ Der bereits heute am Vorhabenstandort bestehende Markt verfügt mit rd. 7.100 €/ m² über eine noch höhere Flächenleistung, welche auf die allgemein sehr hohe Leistungsfähigkeit des Betreibers zurückzuführen ist.

Die Erweiterungsfläche weist eine niedrigere Flächenleistung als der Bestandsmarkt auf. Dies ist damit zu begründen, dass die Erweiterung eines Lebensmittelmarktes i. d. R. nicht auf eine Ausweitung des Sortiments ausgerichtet ist, sondern vielmehr auf eine Anpassung an die aktuellen Marktbedingungen (z. B. breitere Gänge, niedrigere Regale, übersichtlichere Warenpräsentation etc.). Dadurch vergrößern sich die Präsentations- bzw. Stellflächen für die einzelnen Waren, da größere Mengen eines Artikels im Verkaufsraum bereitgestellt werden. Der Verkaufsflächenanstieg spiegelt sich somit in einer sinkenden Flächenleistung wider, die für das Gesamtobjekt nach der Erweiterung bei rd. 6.600 €/ m² liegt.

Aus gutachterlicher Sicht wird der prognostizierte Umsatzzuwachs von rd. 2,2 Mio. € (= 39 %) allerdings kaum zu erreichen sein, wodurch dem Worst-Case-Ansatz in ausreichender Form Rechnung getragen wird. Vielmehr wird die geplante Erweiterung dazu dienen, den Lebensmittel-Discount-Markt langfristig modern aufzustellen und der langfristig zu erwartenden Neuansiedlung eines systemgleichen Wettbewerbers in Bichl präventiv zu begegnen. Diese wird zu einem Rückgang von Kunden aus Bichl und Benediktbeuren führen.

¹⁴ Flächenleistung Lebensmitteldiscounter gem. BBE-Strukturdaten 2013: 3.800 bis 5.800 €/ m².

7.3 Umsatzzumlenkungen durch das Planvorhaben

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der durch das Planvorhaben entstehenden Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft erforderlich. Durch die Realisierung des Planvorhabens verändert sich das räumliche Angebotsgefüge und führt zu Veränderungen der Kundenbeziehungen und Kaufkraftströme innerhalb des Untersuchungsgebiets. Dadurch ergeben sich Umsatzverlagerungen zu Lasten der bestehenden Betriebe.

Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Dies sind

- die bestehenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Das Modell liefert eine Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt auf Grundlage der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet und auf mögliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO eingeschätzt werden. Dabei ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte Zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden. Dies ist zu unterstellen, wenn relevante Einzelhandelsbetriebe geschlossen werden, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Zur Quantifizierung der Umlenkungseffekte werden für jeden Wettbewerbsstandort die jeweiligen Umsatzzumlenkungsanteile den heutigen Bestandsumsätzen gegenübergestellt. Die Umsatzzumlenkung ergibt sich damit für jeden Standort sowohl absolut (in €) als auch relativ (in %). Gemäß dem Worst-Case-Ansatz entsprechen die ermittelten Quoten einer maximal zu erwartenden Umlenkungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel.

Da es sich bei dem Planvorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern die Erweiterung eines bestehenden Betriebes handelt, ist für die Modellrechnung nur der durch die Erweiterung generierte Zusatzumsatz der in Höhe von rd. 2,2 Mio. € relevant (vgl. Kap. 7.2). Diese Betrachtungsweise ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, da der baurechtlich genehmigte Lebensmittel-Discountmarkt bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots ist. Demzufolge sind mögliche Wettbewerbsauswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt.¹⁵ Durch den Bestandsumsatz des Planvorhabens werden daher keine Umsatzzumlenkungen ausgelöst, die Auswirkungen verursachen könnten. Als Prüfmaßstab ist somit lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen.

15 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil ausgeführt, dass „[...] bei der Prognose der Auswirkungen [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009). Gemäß dem OVG Nordrhein-Westfalen ist „[...] im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen, dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008). In einem anderen Urteil führt das OVG Nordrhein-Westfalen zur Erweiterung eines Shopping-Centers aus: „Das Gutachten prognostiziert zu Recht nur die durch die geplante [...] Erweiterung bewirkten Umsatzumverteilungen. Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und plausibel.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005).

Tabelle 11: Umsatzumlenkungen Aldi-Erweiterung Kochel am See

Wettbewerbsstandort	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatz- umlenkung in Mio. €	Umsatz- umlenkung in %
Kochel am See, Kernort	5,9	0,2	2,8%
Kochel am See, GE Pesselbach**	0,6	< 0,1	*
Kochel am See, OT Urfeld	0,3	< 0,1	*
Benediktbeuern	5,6	0,1	1,8%
Bichl	0,5	< 0,1	*
Großweil	3,5	0,1	1,9%
Schlehdorf	0,4	< 0,1	*
Penzberg, Innenstadt	12,1	0,2	1,6%
Penzberg, Bichler Straße	7,6	0,1	1,7%
Penzberg, Auf der Grube	26,9	0,6	2,0%
Murnau, Innenstadt	22,3	0,3	1,5%
Murnau, FMZ Kemptelpark	14,9	0,2	1,0%
Bad Tölz, Innenstadt	5,1	< 0,1	*
Bad Tölz, Lenggrieser Straße	28,0	0,4	1,4%
Untersuchungsgebiet	133,7	2,2	1,6%

* Werte unterhalb von 0,1 Mio. € werden nicht dargestellt

** Bestandsumsatz ohne zu erweiternden Aldi-Markt

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Die Modellrechnung kommt zu dem Ergebnis, dass der durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters erzeugte Umsatz in Höhe von rd. 2,2 Mio. € vollständig innerhalb des Untersuchungsgebiets umgelenkt wird und zu Umsatzverlusten für den dortigen Einzelhandel führt. Bedingt durch das Fehlen eines systemgleichen Wettbewerbers innerhalb des Einzugsgebiets und der bereits heute hohen Kaufkraftbindung, kommt es zu einer vergleichsweise breiten Streuung der Umsatzumlenkungen auf diverse Wettbewerbsstandorte. Dazu zählen vor allem andere Discounterstandorte in den umliegenden Mittelzentren sowie nachrangig andere Lebensmittelmärkte innerhalb des Einzugsgebiets. Dabei wird unterstellt, dass der Discount-Markt durch die größere Verkaufsfläche an Attraktivität gegenüber umliegenden Vollsortimentern gewinnt und es daher zu leichten Verschiebungen der Einkaufsorientierungen beim Kunden kommt.

Wie bereits in Kap. 7.2. diskutiert, stellt der in der Modellrechnung zugrunde gelegte Umsatzzuwachs von rd. 2,2 Mio. € ein Worst-Case-Szenario dar, welches aus gutachterlicher Sicht kaum eintreten wird. Die Umsatzumlenkungen werden daher in der Realität nicht in diesem Maße stattfinden und an allen tangierten Wettbewerbsstandorten geringer sein.

Im Worst-Case-Szenario findet die größte absolute Umsatzumlenkung in der Fachmarktagglomeration Auf der Grube in Penzberg statt (-0,6 Mio. €), wo mit Lidl, Norma und Penny zwei systemgleiche Wettbewerber aus dem Discountsegment angesiedelt sind. Für den gesamten Standort beträgt der sich ergebende Umsatzverlust allerdings nur 2,0 %. Auch in Bad Tölz, Lenggrieser Straße (-0,4 Mio. €), der Innenstadt von Murnau (-0,3 Mio. €), dem dortigen Fachmarktzentrum Kemptelpark sowie in der Innenstadt von Penzberg und dem Hauptort Kochel am See (jeweils -0,2 Mio. €) treten höhere absolute Umsatzverluste auf, deren Wirkungen auf den tangierten Einzelhandel allerdings sehr gering ausfallen. Für die Betriebe im Hauptort Kochel am See beträgt der Umsatzverlust lediglich 2,8 %, an allen anderen genannten Standorten liegen die Werte unter 2 %.

An allen anderen Wettbewerbsstandorten, darunter die Innenstadt von Bad Tölz und der integrierte Versorgungsstandort Penzberg, Bichler Straße, liegen die Umsatzumlenkungen bei max. 0,1 Mio. € pro Jahr und damit im Bereich üblicher Marktschwankungen. Für einige Standorte bewegen sich die Werte sogar unter-

halb der Nachweisbarkeitsschwelle¹⁶. Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO können daher ausgeschlossen werden.

Grundsätzlich sind für sämtliche Zentralen Versorgungsbereiche und Standorte der Nahversorgung die Umsatzumlenkungseffekte auf einem geringen und damit unkritischen Niveau, weshalb städtebaulichen Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht zu erwarten sind.

Die höchste Umsatzumlenkungsquote ergibt sich mit 2,8 % im Hauptort Kochel am See, wobei der errechnete Umsatzverlust in erster Linie den dortigen Edeka-Supermarkt betreffen würde. Dieser ist als äußerst leistungsfähig einzuschätzen und kann den prognostizierten Umsatzverlust problemlos verkraften. Seit Schließung der Penny Discount-Marktes Ende des Jahres 2015 verfügt der Betrieb zudem über eine herausragende Marktstellung innerhalb des Hauptortes, weil er hier den einzigen Lebensmittelmarkt darstellt und die einzige Möglichkeit für eine lokale Nahversorgung bietet. Es ist zudem davon auszugehen, dass der Supermarkt mit Wegfall des einzigen Wettbewerbers vor Ort deutliche Umsatzzuwächse erfahren hat, die erheblich über dem jetzt als Worst-Case prognostizierten absoluten Umsatzverlust von rd. 0,2 Mio. € liegen.

Fazit der Auswirkungsanalyse:

- Durch die Erweiterung des bestehenden Lebensmittel-Discountmarktes werden in einem Worst-Case-Szenario Umsatzumlenkungen innerhalb des Untersuchungsgebiets ausgelöst. Für alle tangierten Wettbewerbsstandorte, darunter auch die Zentrale Versorgungsbereiche, bleiben die Umsatzverluste bei einem Höchstwert von unter 2 % jedoch deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10 %.
 - Die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzumlenkungen lassen keine negativen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auf die Zentralen Versorgungsbereiche in den Mittelzentren Penzberg, Murnau am Staffelsee oder Bad Tölz erwarten. Auch in der Ansiedlungsgemeinde Kochel am See und anderen Gemeinden des Einzugsgebiets ergeben sich keine Negativeffekte auf die Versorgungssituation. Die Umsetzung des Planvorhabens kann somit als eindeutig verträglich beurteilt werden.
-

¹⁶ Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,1 Mio. € sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieser Werte sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

8 Zusammenfassung und Fazit

Die Firma Aldi beabsichtigt die Erweiterung des von ihr betriebenen Lebensmittel-Discount-Marktes mit einer genehmigten Verkaufsfläche von rd. 800 m² am Standort Am Schwaigbach 4 in 82431 Kochel am See. Im Rahmen einer Filialmodernisierung soll die Verkaufsfläche auf bis zu 1.200 m² vergrößert werden, was einem Flächenzuwachs von max. 400 m² entspricht.

Mit dem geplanten Umbau ist keine Ausweitung des Sortiments verbunden. Vielmehr geht es darum, den Verkaufsraum großzügiger zu gestalten und somit den heutigen Kundenbedürfnissen hinsichtlich der Barrierefreiheit (breitere Gänge) und Warenpräsentation (niedrigere Regale) zu entsprechen. Gleichzeitig vergrößern sich die Präsentations- bzw. Stellflächen für die einzelnen Waren, wodurch größere Mengen eines Artikels im Verkaufsraum bereitgestellt werden können.

Mit der angestrebten Größe von über 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche fällt das Planvorhaben unter die Regelvermutungsgrenze eines Einzelhandelsgroßprojekts nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Für die baurechtliche Zulässigkeit ist daher eine qualifizierte Einschätzung über die zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens erforderlich, insbesondere mit Blick auf Umsatzverteilungen gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen.

Das vorliegende Gutachten kann auf Grundlage einer quantitativen und qualitativen Untersuchung belegen, dass von dem Planvorhaben keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Zwar werden durch das Planvorhaben in einem Worst-Case-Szenario Umsatzumlenkungen innerhalb des Untersuchungsgebiets ausgelöst, jedoch bleiben die Umlenkungsquoten für alle Zentralen Versorgungsbereiche deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwerts von 10 %. Letztendlich handelt es sich um absatzwirtschaftliche Effekte innerhalb der Einzelhandelslandschaft.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Arbeiten stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Markus Wotruba

Diplom-Geograph

Leiter BBE Standortforschung

i.V. Philipp Klausmann

Dipl.-Ing. Stadtplanung

Senior Consultant

München, 19. August 2016