

Auswirkungsanalyse

Auswirkungsanalyse zu den Einzelhandelsentwicklungen im Rahmen der Quartiersentwicklung Campus Kirchheim in Kirchheim b. München

für die

Wilhelm Radmer Verwaltung GmbH
Fürstenrieder Straße 287a
D-81377 München

Ihre Ansprechpartner

Timm Jehne

Teamleiter Standort und Immobilie

Laura Wimmer

M.A. Kulturgeographie
Consultant

Tel +49 89 55118-181

E-Mail wimmer@bbe.de

Tel +49 89 55118-176

E-Mail jehne@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH

Brienner Straße 45
80333 München
Deutschland

© 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



Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangssituation und Zielsetzung4

2 Makrostandort Kirchheim b. München.....7

3 Mikrostandortanalyse11

4 Angebotssituation.....14

4.1 Angebotssituation in Kirchheim b. München16

4.2 Angebotssituation in Feldkirchen.....18

4.3 Angebotssituation in Aschheim20

4.4 Angebotssituation in Pliening22

4.5 Angebotssituation in Poing23

4.6 Angebotssituation in Parsdorf.....25

4.7 Zusammenfassung zur Angebotssituation26

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial.....29

6 Auswirkungsanalyse.....32

6.1 Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen32

6.2 Marktabschöpfung und Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsentwicklung.....34

6.3 Umsatzprognose.....34

6.3.1 Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren35

6.3.2 Ergänzende Sortimente für den kleinteiligen Einzelhandel36

6.4 Methodische Vorgehensweise.....37

6.5 Umsatzumlenkungseffekte / Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche39

6.5.1 Nahrungs- und Genussmittel / Drogerie39

6.5.2 Kleinteiliger Einzelhandel.....44

6.5.3 Flächenprogramm.....47

6.5.4 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung48

7 Landesplanerische Einschätzung49

7.1 Regelungen im Landesentwicklungsprogramm49

7.2 Abgleich mit dem Vorhaben50

8 Fazit52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwurf des geplanten Quartiers Campus Kirchheim	5
Abbildung 2: Lage der Gemeinde Kirchheim b. München.....	7
Abbildung 3: Lage der Gemeinde Kirchheim bei München und zentralörtliche Gliederung	9
Abbildung 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Kirchheim sowie im Umland	9
Abbildung 5: Projektareal	11
Abbildung 6: Fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes	12
Abbildung 7: Angebotssituation im Umfeld des Projektstandortes (Auswahl)	15
Abbildung 8: Angebotssituation in Kirchheim b. München (Auswahl)	16
Abbildung 9: Lebensmittelanbieter in Kirchheim (Auswahl)	17
Abbildung 10: Angebotssituation in Feldkirchen (Auswahl)	18
Abbildung 11: Lebensmittelanbieter in Feldkirchen (Auswahl)	19
Abbildung 12: Angebotssituation in Aschheim (Auswahl)	20
Abbildung 13: Lebensmittelanbieter in Aschheim (Auswahl)	21
Abbildung 14: Angebotssituation in Pliening (Auswahl)	22
Abbildung 15: Lebensmittelanbieter in Pliening (Auswahl)	23
Abbildung 16: Angebotssituation in Pliening (Auswahl)	23
Abbildung 17: Lebensmittelanbieter in Poing (Auswahl)	24
Abbildung 18: Angebotssituation in Parsdorf (Auswahl)	25
Abbildung 19: Lebensmittelanbieter in Parsdorf (Auswahl)	26
Abbildung 20: Einzugsgebiet des Campus Kirchheim	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts	7
Tabelle 2: Angebotssituation nach Sortimenten und untersuchten Lagen.....	27
Tabelle 3: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	31
Tabelle 4: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	33
Tabelle 5: Prospektive Raumleistung und wettbewerbswirksamer Umsatz Drogeriewaren / NuG	36
Tabelle 6: Prospektive Raumleistung und max. Umsatz kleinteiliger Einzelhandel.....	37
Tabelle 7: Umsatzumlenkung Nahrungs- und Genussmittel.....	40
Tabelle 8: Umsatzumlenkung Drogerie	43
Tabelle 9: Umsatzumlenkung kleinteiliger Einzelhandel (231 m ²)	45
Tabelle 10: Flächenprogramm kleinteiliger Einzelhandel.....	47
Tabelle 11: Prognose der Marktanteile	48

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Wilhelm Radmer Verwaltung GmbH, München, plant die Quartiersentwicklung Campus Kirchheim in Kirchheim b. München. Zudem ist von der Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, Anzing, die Erweiterung der Bestandsfiliale am Standort Fraunhoferstraße in Kirchheim b. München angedacht.

Im Rahmen des Bauleitverfahrens bzw. der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 14/K „Campus Kirchheim“ durch die Gemeinde Kirchheim bei München wurde eine Beteiligung Träger öffentlicher Belange durchgeführt.

Der offen gelegte Bebauungsplan sieht die Festsetzung von urbanen Gebieten und Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel vor, die sich wie folgt gliedern:

- Im MU1 (mit den Teilbereichen 1, 2 und 3), welches sich nach Norden hin zum bestehenden Gewerbegebiet orientiert und die bestehende, zu erhaltende Sheddach-Halle einschließt, wird daher die Errichtung von Wohngebäuden ausgeschlossen. Auch im MU2(1), welches das Entrée zum Campus-Areals bilden soll, wird die Wohnnutzung ausgeschlossen.
- Im MU2 (2), MU2 (3) und MU2 (4) werden Geschäfts- und Bürogebäude sowie Betriebe des Beherbergungsgewerbes ausgeschlossen.
- Im MU2 (4) wird zudem die Einzelhandelsnutzung ausgeschlossen, hier ist vorrangig die Errichtung einer Kinderbetreuungseinrichtung und von Wohnnutzungen beabsichtigt.
- Im MU2 (2), MU2 (3) und MU2 (4) sind Wohnnutzungen im Erdgeschoss unzulässig mit Ausnahme von Räumen, die nicht zum ständigen Aufenthalt vorgesehen sind, wie z.B. Erschließungsflächen, Abstellräume, Büroräume, Gästezimmer. Damit soll die Erdgeschosszone gewerblichen Nutzungen vorbehalten sein, welche das Quartier beleben.
- Im MU3 (1) und MU3 (2) sind in den Gebäudeteilen entlang der Merowingerstraße im Erdgeschoss Wohnnutzungen unzulässig, um entlang der Merowingerstraße durch gewerbliche Nutzungen ebenfalls eine Belegung entlang der Verbindungsachse zur Ortsmitte Kirchheims zu schaffen. In den rückwärtigen Gebäudeteilen zu den bestehenden Wohnnutzungen des Kinaderwegs hin, sowie in den Obergeschossen, sind im Gegenzug ausschließlich Wohnnutzungen zulässig.
- Im SO1 "Großflächiger Einzelhandel" sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.800 m²¹ zulässig, die der Versorgung mit Lebensmitteln dienen. Darüber hinaus sind im ersten Obergeschoss Gewerbebetriebe aller Art, Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsgebäude, Räume und Anlagen für kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke sowie Schank- und Speisewirtschaften zulässig. Wohnnutzungen sind damit hier nicht zulässig.
- Im SO2 und SO3 "Urbanes Gebiet mit Großflächigem Einzelhandel" sind neben großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.800 m², die der Versorgung mit Lebensmitteln dienen, auch die allgemein zulässigen Nutzungen eines MU, also Geschäfts- und Bürogebäude, Schank- und Speisewirtschaften, Betriebe des Beherbergungsgewerbes, sonstige Gewerbebetriebe sowie Anlagen für Verwaltungen sowie für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke zulässig. In den Obergeschossen werden darüber hinaus auch Wohnnutzungen zugelassen. Im SO3 sind Wohnnutzungen im Erdgeschoss unzulässig, jedoch mit Ausnahme von Räumen, die nicht zum ständigen Aufenthalt vorgesehen sind, wie z.B. Erschließungsflächen, Abstellräume, Büroräume, Gästezimmer.

¹ Im nachfolgenden Gutachten wird von einer festgesetzten Verkaufsfläche von maximal 1.350 m² ausgegangen, da die 1.800 m² auf einem Übertragungsfehler beruhen. Die Regierung von Oberbayern hat im Rahmen einer Ersteinschätzung zum Vorhaben vom 15. Juli 2022 darauf hingewiesen, dass bei der festgesetzten 1.800 m² Verkaufsfläche gegen das LEP-Ziel 5.3.3 verstoßen und im einschlägigen Bezugsraum die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung überschritten wird. Dem Übertragungsfehler sowie den Hinweisen der Regierung Rechnung tragend, legen die Gutachter eine prospektive Verkaufsfläche von 1.350 m² zu Grunde.

Abbildung 1: Entwurf des geplanten Quartiers Campus Kirchheim



Quelle: Auftraggeber

Das neue Quartier soll das bestehende Gewerbeareal „Liebigstraße“ sinnvoll ergänzen und weiterführen sowie auch zur weiteren Vitalisierung des Ortskerns Kirchheim beitragen. Qualitativ hochwertiges Gewerbe inkl. Einzelhandel kann sich auf ca. 35.000 qm Geschossflächen ansiedeln, dringend benötigter Wohnraum für ca. 550-650 Einwohner mit entsprechender Infrastruktur (Kindergarten) wird geschaffen.

Im Rahmen der Abwägung der vorliegenden Stellungnahmen aus der Beteiligung TÖB und für das weitere Genehmigungsverfahren benötigt der Auftraggeber eine Auswirkungsanalyse, die überprüft, ob sich aus den Festsetzungen im Bebauungsplan (Erweiterungen und Neuansiedlungen) städtebaulich negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3. BauNVO zu erwarten sind. Darüber hinaus ist die Einhaltung der landesplanerischen Ziele 5.3.1 bis 5.3.3 des LEP 2020 Bayern zu überprüfen.

Im Zuge der umfassenden **Auswirkungsanalyse** werden insbesondere folgende Fragestellungen 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?

- Welche Festlegungen aus kommunalen Entwicklungsleitlinien (z. B. Entwicklungskonzepten) kommen zum Tragen?
- Wie ist das Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen zu bewerten? Welche Auswirkungen sind auf Versorgungszentren in der Ansiedlungsgemeinde und in benachbarten Gemeinden zu erwarten?
- Welche Ziele der Landes- und Regionalplanung in Bayern bzw. in der Planungsregion kommen zum Tragen?

2 Makrostandort Kirchheim b. München

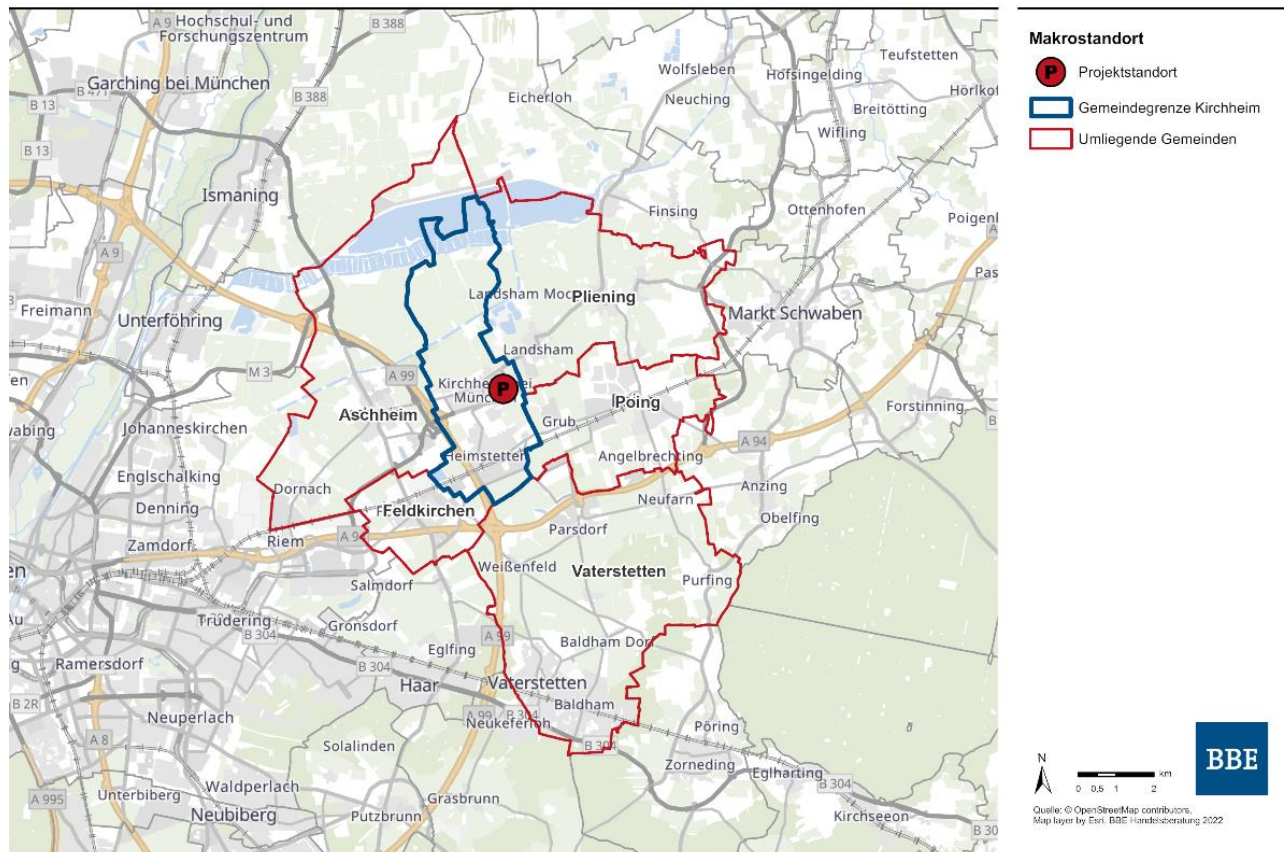
Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten des Ortes, in dem der Standort liegt.

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts

Einwohnerzahl ¹ (09/22)	■ 13.139
Bevölkerungsentwicklung ¹ (2011-2022)	■ + 5,7 %
Bevölkerungsprognose ¹ (2022-2030)	■ + 8,9 %
Pendlersaldo ² (2022) / Beschäftigtenzentralität	■ +2.305 / 148,6
Zentralörtliche Einstufung ³	■ Grundzentrum in der Region München
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ⁴ (2022)	■ 120,0
Einzelhandelszentralität ⁴ (2022)	■ 85,2

¹ Gemeinde Kirchheim Stand 09/22, Prognose beruht auf Projekt Kirchheim 2030; ² Agentur für Arbeit; ³ LEP Bayern 2018 und Regionalplan Region München; ⁴ BBE|CIMA|MB-Research

Abbildung 2: Lage der Gemeinde Kirchheim b. München



Quelle: BBE Handelsberatung

Geographische Lage und Erreichbarkeit

Die im Südosten von Bayern, in der Metropolregion München gelegene Gemeinde Kirchheim, befindet sich im Landkreis München und im Regierungsbezirk Oberbayern. Sie wurde in den 1970er Jahren aus den beiden bis dahin selbstständigen Gemeinden Heimstetten und Kirchheim zu einer Gemeinde zusammengefasst. Beide Ortsteile sind einwohnerseitig in etwa gleich groß.

Die Gemeinde befindet sich direkt östlich der Bundesautobahn BAB 99 und in direkter Nähe zum Autobahnkreuz München Ost, wo sich die BAB 99 und die BAB 94 treffen. Die überregionale Anbindung ist somit als sehr gut zu bewerten.

Orthogonal zur Autobahn verläuft die Staatsstraße St2082, welche als Hauptdurchgangsstraße die Gemeinde Kirchheim durchquert und eine wichtige regionale Verbindungsachse darstellt. Des Weiteren wird das Gemeindegebiet durch Kreis- und Ortsverbindungsstraßen erschlossen.

Die Gemeinde Kirchheim ist mit dem Anschluss an die S-Bahnlinie 2 des Münchner Verkehr- und Tarifverbundes GmbH (MVV) in den regionalen Zugverkehr eingebunden. Der S-Bahn-Halt „Heimstetten Nord“ befindet sich im Ortsteil Heimstetten. Mit der S-Bahn S 2 ist die Gemeinde Kirchheim in etwa 25 Minuten vom Münchner Hauptbahnhof zu erreichen.

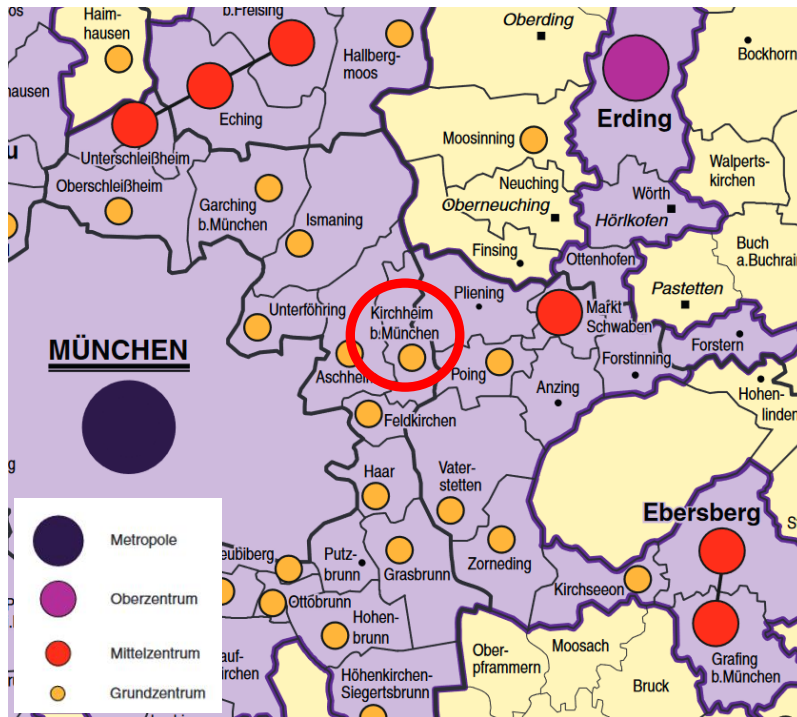
Im öffentlichen Personennahverkehr wird die Gemeinde Kirchheim durch die Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) erschlossen. Die Gemeinde Kirchheim wird durch mehrere Buslinien (262, 263, 463) bedient, welche Kirchheim mit Feldkirchen und anderen umliegenden Gemeinden sowie der Münchener Messestadt West verbinden. Es besteht somit eine flächendeckend gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV.

Landesplanerische Einstufung

Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm Bayern befindet sich die Gemeinde Kirchheim im Verdichtungsraum München. Gemäß dem Regionalplan Region München (seit 01.04.2019 in Kraft) ist die Gemeinde Kirchheim als Grundzentrum eingestuft. Grundzentren sollen laut Regionalplan die Bevölkerung im Nahbereich mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs in zumutbarer Entfernung versorgen. Der Nahbereich beinhaltet das Gemeindegebiet der Gemeinde Kirchheim b. München bzw. die dort lebende Bevölkerung.

Im direkten Umfeld um Kirchheim befinden sich die ebenfalls als Grundzentren ausgewiesenen Gemeinden des Verdichtungsraums Münchens Poing, Aschheim und Feldkirchen. Das nächstgelegene Mittelzentrum stellt die Marktgemeinde Markt Schwaben (rd. 13.760 Einwohner) dar. Die Nachbargemeinde Pliening weist keine zentralörtliche Funktion auf. Das Mittelzentrum Markt Schwaben ist in rd. 10 km Entfernung zu erreichen, das Stadtzentrum der Metropole München in etwa 16 km.

Abbildung 3: Lage der Gemeinde Kirchheim bei München und zentralörtliche Gliederung



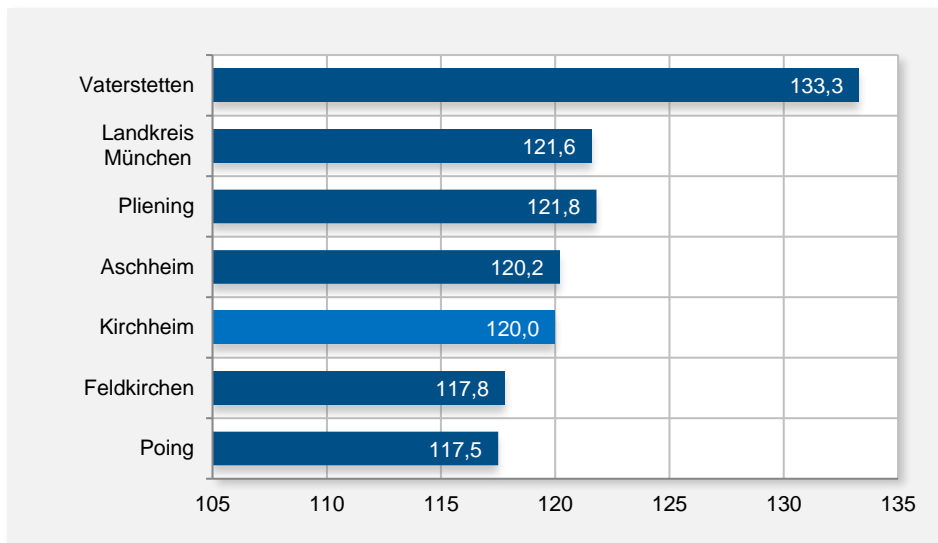
Quelle: Regionalplan München.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für die Gemeinde Kirchheim beträgt 120,0 (D= 100). Sie liegt somit leicht unter dem Wert des Landkreises München (121,6), jedoch deutlich über dem bundesweiten Durchschnittswert (100). Dies bedeutet, dass den Einwohnern Kirchheims im Vergleich zu Gesamtdeutschland ein um rd. 20,0 % höherer Betrag für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Handelszentralität rangiert mit einem Niveau von rund 85,2 auf einem unterdurchschnittlichen Niveau und dokumentiert die bestehenden Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Zentren.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Kirchheim sowie im Umland



Quelle: BBE|CIMA|MB-Research (Stand 2022); BBE Handelsberatung GmbH, eigene Darstellung und Bearbeitung

Fazit zum Makrostandort Kirchheim b. München

- Der Vorhabenstandort befindet sich in Kirchheim b. München in der Planungsregion München im Landkreis München.
 - Aktuell leben 13.139 Menschen in der Gemeinde Kirchheim, die seit Jahren eine wachsende Bevölkerungsentwicklung zu verzeichnen hat. Auch in Zukunft wird ein Bevölkerungswachstum prognostiziert.
 - Als Grundzentrum hat Kirchheim eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im Nahbereich.
 - Über die BAB 99 und die BAB 94 ist die Gemeinde überregional sehr gut angebunden. Die regionale Anbindung der umliegenden Gemeinden erfolgt über die Kirchheim durchquerende Hauptverbindungsstraße St 2082 sowie die ergänzenden Straßen B 471 und St 2580.
 - Es besteht eine im Bundesvergleich überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die Handelszentralität liegt deutlich unter 100 und dokumentiert Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Zentren.
 - Die Gemeinde kann trotz der Nähe zu den starken Zentren München und Erding einen positiven Pendlersaldo verzeichnen, was für die Bedeutung als Arbeitsplatzstandort spricht, wie die überdurchschnittliche Beschäftigtenzentralität dokumentiert.
 - Zusammenfassend sind der Gemeinde Kirchheim grundsätzlich sehr gute Rahmenbedingungen zu attestieren.
-

3 Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist vor allem auch für die Abgrenzung des prospektiven Einzugsgebietes von Relevanz.

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Das Projektareal ist in einem Gewerbegebiet im östlichen Gemeindegebiet von Kirchheim b. München im Ortsteil Kirchheim lokalisiert. Aktuell befindet sich auf einem Großteil des Projektareals ein Betonwerk, welches der Entwicklung weicht. Das Vorhabenareal wird im Osten von der Oskar-von-Miller-Straße, im Norden von der Florianstraße und im Westen von der Merowinger Straße begrenzt. Auf dem Vorhabengrundstück, das über die Oskar-Miller-Straße von der Fraunhoferstraße angefahren wird, befindet sich der Lidl-Discountmarkt, ein McDonalds sowie ein Edeka-Supermarkt und ein Edeka-Getränkemarkt. Das weitere Standortumfeld ist durch das Gewerbeareal „Liebigstraße“ von gewerblicher Nutzung geprägt. In westlicher Richtung schließt sich Wohnbebauung an das Projektareal an.

Abbildung 5: Projektareal



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

Verkehrliche Situation

Das Projektareal ist mit dem Pkw über die St2082 zu erreichen, die als eine zentrale Durchfahrtsstraße in der Gemeinde fungiert und eine Verbindung zur BAB 99 sowie zu den Nachbargemeinden Aschheim und Pliening darstellt.

Entlang der Fraunhoferstraße befinden sich auf beiden Straßenseiten Fußgängerwege sowie entlang der St2082 Fahrradwege. Das Projektgrundstück ist somit auch für den nicht-motorisierten Verkehrsteilnehmer erreichbar.

Mit der Bushaltestelle „Dieselstraße“, die von der innerörtlichen Buslinie 262 bedient wird, ist die Einbindung in das örtliche ÖPNV-Netz gewährleistet.

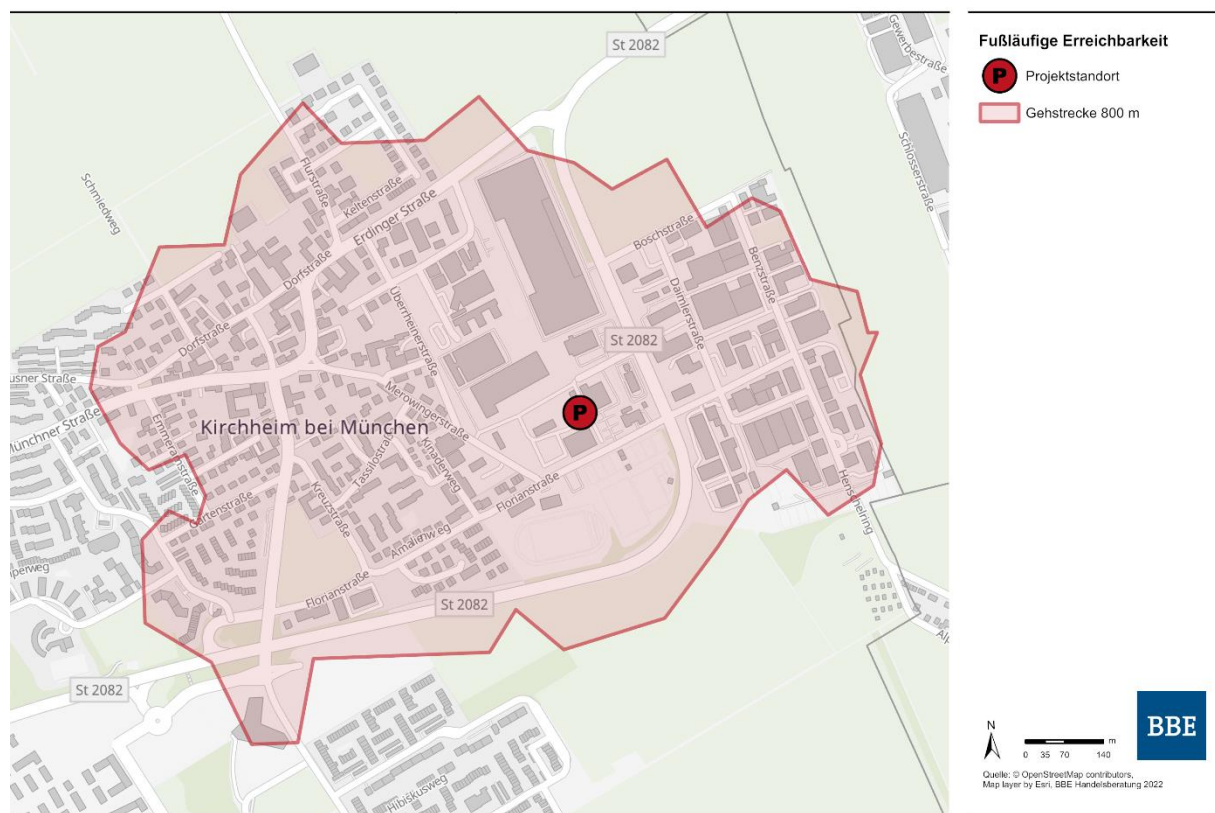
In der Gesamtbetrachtung ist die Erreichbarkeit des Planstandorts sowohl mit dem Pkw als auch für nicht-motorisierte Kundengruppen als gut zu bewerten.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Die beiden Lebensmittelmärkte sowie der Getränkemarkt sind durch die verkehrsgünstige Lage gut für Pkw-Kunden zu erreichen, gleichzeitig dienen sie auch der fußläufigen Nahversorgung der nächstgelegenen Wohngebiete.

Im Naheinzugsbereich von 800 Metern Gehweg leben rd. 2.410 Einwohner (rd. 20 % der Einwohner des Ortsteils Kirchheim) (siehe nachfolgende Graphik). Nach Fertigstellung des Campus werden dem Naheinzugsbereich weitere 550-650 Einwohner ergänzt.

Abbildung 6: Fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes



Quelle: BBE Handelsberatung

Sichtbarkeit und Parkmöglichkeiten

Von Richtung St2082 ist eine gute Sichtbarkeit auf den bestehenden Fachmarkt Lidl gegeben. Der Lebensmittelmarkt Edeka befindet sich in 2. Reihe und wird durch den Mc Donalds von Richtung St2082 in seiner Sichtbarkeit eingeschränkt. Werbe- und Annoncierungsmöglichkeiten für die bestehenden Fachmärkte sind entlang der St2082 angebracht und gut ersichtlich. Zudem sind die bestehenden Fachmärkte mit großen, vorgelagerten Parkplätzen ausgestattet.

Städtebauliche Einordnung des Projektstandortes

In Summe der vorstehenden Standortfaktoren ist der Vorhabenstandort als städtebaulich integriert einzustufen, denn der Standort ist

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet,
- liegt im Zusammenhang mit einer bestehenden Bebauung bzw. gliedert sich in diese ein,
- für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage,
- verfügt über Wohnanteile innerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes (Nahbereich) und
- über eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung.

Fazit zum Mikrostandort

- Gewachsenes Vorhabenumfeld, das durch die Gewerbefunktion und Einzelhandel geprägt ist.
 - Gute verkehrliche Erschließung für motorisierte wie auch nicht-motorisierte Kundengruppen.
 - Im Nahbereich des Standortes leben rd. 2.410 Menschen
 - Der Standort ist städtebaulich integriert
 - Die Fachmärkte sind von Richtung ST2082 gut ersichtlich und weisen vorgelagerte Parkplätze auf
 - Zusammenfassend sind dem Mikrostandort des prospektiven Campus Kirchheim gute mikrostandortseitige Rahmenbedingungen zu attestieren
-

4 Angebotssituation

Das nachfolgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsgebiet.

Die Analyse der Wettbewerbssituation erfolgte im Dezember 2022 im Rahmen einer aktuellen Vor-Ort-Besichtigung. Das Untersuchungsgebiet ergibt sich aus den Zeit-Wege-Distanzen, verkehrlichen und topografischen Barrieren sowie aus der Angebotssituation im Umland. Vor diesem Hintergrund umfasst das Untersuchungsgebiet neben dem Projektort Kirchheim auch das erweiterte Umfeld, d.h., die angrenzenden Gemeinden von Kirchheim (Aschheim, Feldkirchen, Pliening, Poing und den Gemeindeteil Parsdorf in Vaterstetten).

Da für das Untersuchungsgebiet keine kommunalen Einzelhandelskonzepte vorliegen, wurden faktische zentrale Versorgungsbereiche mit den nachfolgenden Kriterien eigenständig identifiziert und ausgewiesen. In den von uns festgelegten, faktischen zentralen Versorgungsbereichen wurde der gesamte Einzelhandelsbesatz erhoben.

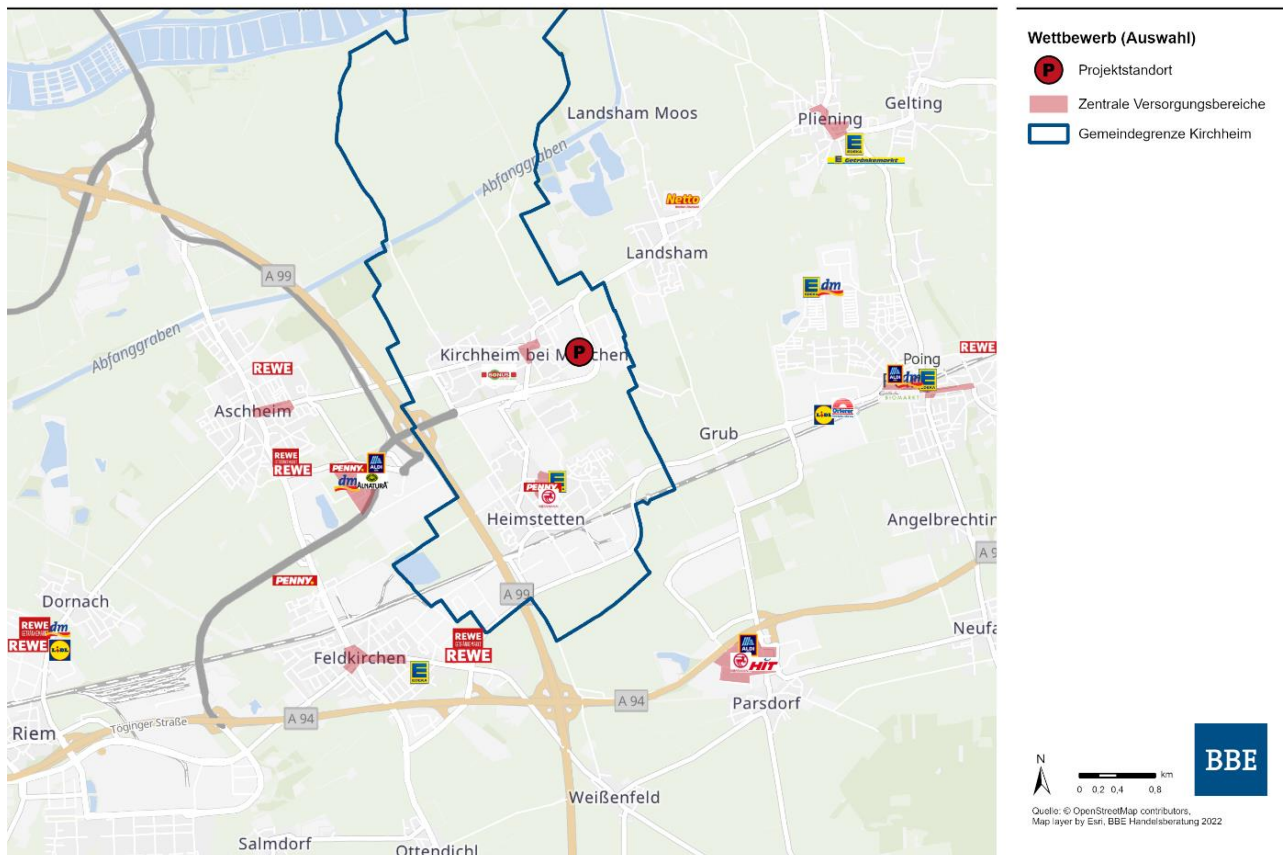
Prinzipiell handelt es sich bei „zentralen Versorgungsbereichen“ im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.² Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen, sodass 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.³ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen geben (z. B. Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Grund-/ Nahversorgungszentrum).

Ferner wurden im Untersuchungsgebiet außerhalb zentraler Bereiche filialisierte und flächengrößere inhabergeführte Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte betrachtet, die ein dem Vorhaben vergleichbares Sortiment führen. Dies ist aus der Tatsache abzuleiten, dass vor allem die filialisierten Betriebe untereinander in einer Konkurrenzsituation stehen, und somit durch die Vorhabenrealisierung vor allem angebotsaffine Märkte betroffen sind. Des Weiteren wurde im Untersuchungsgebiet der Besatz für den kleinteiligen Einzelhandel des Vorhabens erhoben und dabei weitere 12 Warengruppen identifiziert. In nachfolgender Abbildung sind jedoch aufgrund der kartographischen Übersichtlichkeit nur die großflächigen Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte sowie die faktischen zentralen Versorgungsbereiche visualisiert.

² vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

³ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

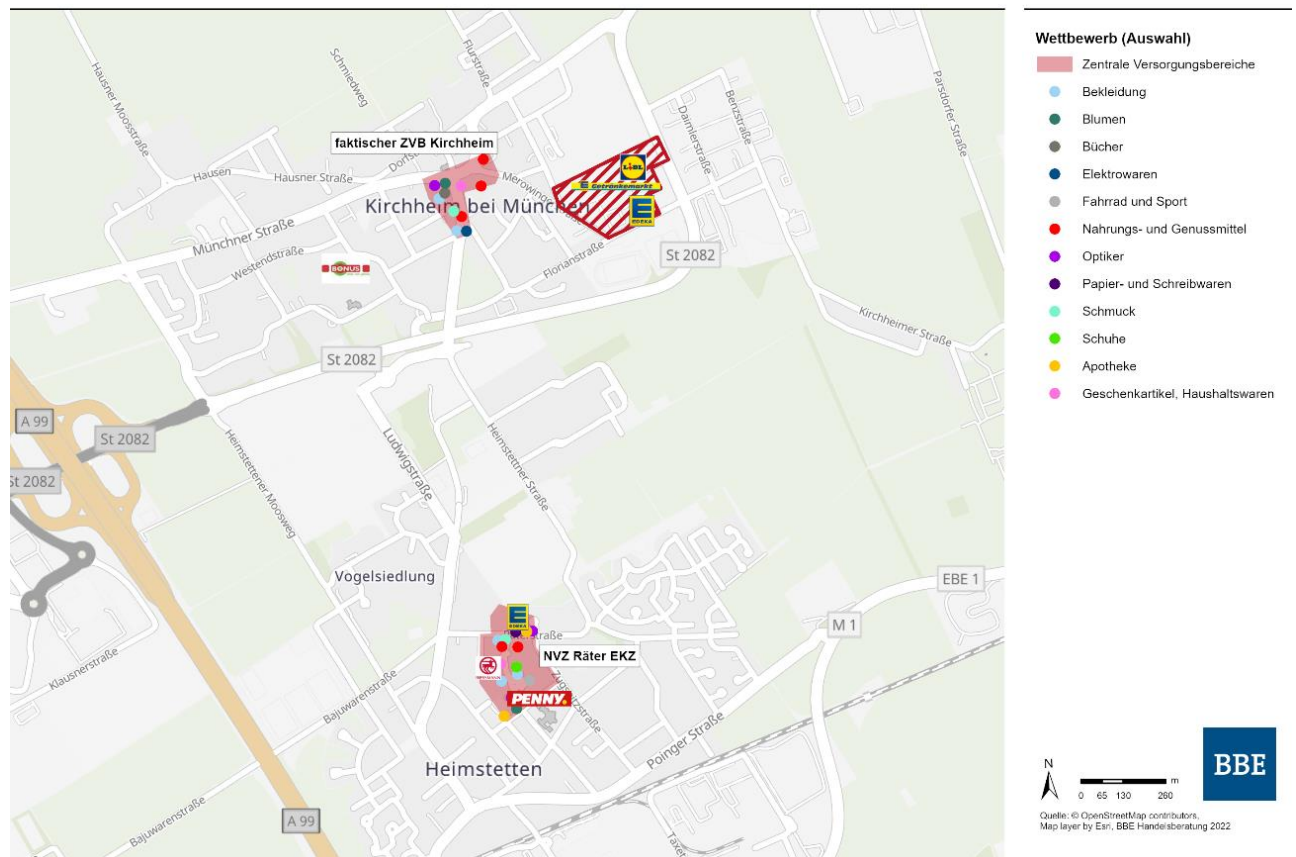
Abbildung 7: Angebotssituation im Umfeld des Projektstandortes (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

4.1 Angebotssituation in Kirchheim b. München

Abbildung 8: Angebotssituation in Kirchheim b. München (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

Im Ortsteil Kirchheim am Projektstandort sind in Gewerbegebietslage zwei Lebensmittelmärkte angesiedelt. Neben dem Lebensmitteldiscountmarkt Lidl agiert auch ein Edeka-Supermarkt mit Getränkemarkt am Standort, der strukturprägend im Ortsteil Kirchheim ist und einen wichtigen Nahversorgungsstandort für die Bevölkerung darstellt. Der Anbieter Edeka weist einen modernen Marktauftritt auf und verfügt zusätzlich über ein Bäckerei-Café.

Westlich des Projektstandortes im faktischen zentralen Versorgungsbereich im **Ortszentrum Kirchheims**, an der Kreuzung von Münchner/Heimstettner Straße und am Pfarrer-Caspar-May-Platz, befinden sich verschiedene Einrichtungen von gesamtgemeindlicher Funktion. Dazu gehören öffentliche Einrichtungen sowie Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe. Neben kleinflächigen Betrieben des Lebensmittelhandwerks (zwei Bäckereien, eine Metzgerei) sind unter anderem inhabergeführte, kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte im Ortszentrum ansässig (Optiker, Buchladen, Hörakustik, Schmuckladen, Bekleidungsfachgeschäft, Blumengeschäft, Eine-Welt-Laden).

Die Nahversorgung im **Ortsteil Kirchheim** wird zudem durch einen gemeinnützig geförderten Bonus-Lebensmittelmarkt im Brunnen-Zentrum sichergestellt. Aufgrund der geringen Verkaufsfläche richtet sich der Markt jedoch nur an die umliegende Mantelbevölkerung. Im Brunnen-Zentrum sind nur noch eine Apotheke und ein Schreibwarengeschäft angesiedelt, die Obergeschosse weisen Wohnnutzung auf. Seiner ursprünglich angeordneten Versorgungsfunktion kann das Brunnen-Center durch den ausgeprägten Leerstand sowie die wenig zeitgemäßen Flächen heute nicht mehr gerecht werden. Im restlichen nördlichen Gemeindegebiet ist ergänzend ein Asia-Lebensmittelmarkt mit ausgewählten Öffnungszeiten ansässig.

Ein strukturprägender Einzelhandelsstandort in Kirchheim ist das **Räter-Einkaufs-Zentrum (REZ) im Ortsteil Heimstetten**. Aufgrund seiner Angebotsvielfalt (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) bildet das REZ die funktionale Ortsmitte Heimstettens und stellt als eigenständige Einheit die Versorgung für den südlichen Gemeindeteil Kirchheims sicher. Dies wird durch die Nähe zur S-Bahn-Haltestelle „Heimstetten“ verstärkt. Die lokale Nahversorgung wird durch den Lebensmittelvollsortimenter Edeka mit einem Bäcker als Konzessionär, einem Bio-Laden sowie einem weiteren Bäcker im nördlichen Abschnitt des REZ sichergestellt. Des Weiteren sind im Süden des REZ ein Penny-Markt sowie ein Rossmann Drogeriemarkt angesiedelt. Über den Ladeneinheiten des Einkaufszentrums befinden sich Wohnungen. Das REZ profitiert von seiner zentralen, integrierten Lage mit hohem Bevölkerungspotenzial im direkten Umfeld sowie von Synergieeffekten zwischen den Anbietern. Parkflächen inklusive Tiefgaragenplätze sind vorhanden. Trotz möglicher Kopplungseffekte weist das REZ aktuell zwei Leerstände auf. Auch die ältere Bausubstanz sowie die verwinkelten Flächenverhältnisse sprechen für ein nicht mehr zeitgemäßes Flächenkonzept.

Das historische **Ortszentrum Heimstettens** entlang der Hauptstraße und Feldkirchner Straße erfüllt ausschließlich eine Grundversorgungsfunktion mit einer ansässigen Metzgerei, einer Bäckerei-Konditorei und einer Weinhandlung. Im weiteren Ortsteil Heimstetten sind in Gewerbelage ein großes Bogner Bekleidungsoutlet, eine Weinhandlung, ein Welt-Laden sowie der Rollstuhl-Verkäufer „Rollis World“ lokalisiert.

Abbildung 9: Lebensmittelanbieter in Kirchheim (Auswahl)

Penny im REZ



Edeka im REZ



Bonus-Markt



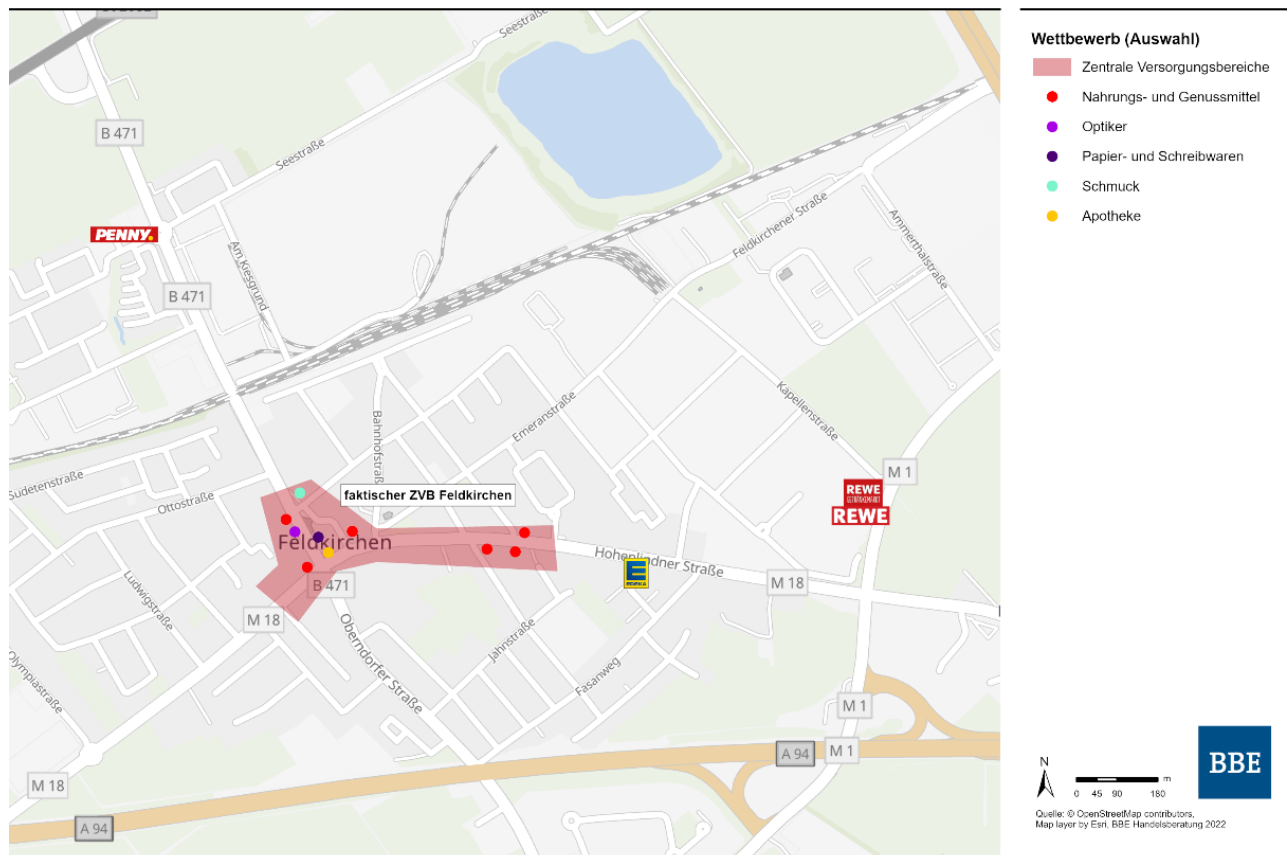
Ortszentrum Kirchheim



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

4.2 Angebotssituation in Feldkirchen

Abbildung 10: Angebotssituation in Feldkirchen (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

Um den Kreuzungsbereich **Hohenlindner Straße/B471** ist der zentrale Versorgungsbereich Feldkirchens zu lokalisieren. Hier befinden sich für die Grundversorgung zwei Metzgereien, ein Obst- und Gemüse-Laden, ein kleiner Getränkemarkt sowie zwei Bäckereien. Dem inhabergeführten, kleinflächigen Einzelhandelssegment sind eine Apotheke, ein Optiker, ein Schreibwarengeschäft sowie ein Schmuckgeschäft zuzuordnen. Im weiteren Gemeindegebiet sind zudem ein großer Cube Fahrradstore, ein Trachtengeschäft und ein Restposten Blumenabverkauf ansässig. Letzterer hat jedoch nur an zwei Werktagen mit ausgewählten Öffnungszeiten geöffnet.

Östlich des zentralen Versorgungsbereichs entlang der Hohenlindner Straße ist ein moderner Edeka-Supermarkt mit einem Bäcker als Konzessionär ansässig. Aufgrund der siedlungsintegrierten Lage kommt diesem eine hohe Nahversorgungsfunktion für Feldkirchen zu.

Im **nördlichen Gemeindegebiet** am Ortsausgang an der B471 ist zudem ein Penny-Markt mit durchschnittlichem Flächenlayout und vorgelagertem Parkplatz angesiedelt. Dieser übernimmt eine Versorgungsfunktion für die nördlichen Siedlungsgebiete, befindet sich jedoch in dezentraler Lage und weist einen Pkw-orientierten Standort auf. Am Standort sind zudem ein Hotel, ein Restaurant, ein kleinflächiger Kosmetikladen und ein Blumengeschäft ansässig.

Im **östlichen Gewerbegebiet** befindet sich der Supermarkt Rewe mit einem zusätzlichen Getränkemarkt in verkehrsgünstiger Lage im Kreuzungsbereich M1/M18. Die Rewe-Filiale weist einen durchschnittlichen Marktauftritt auf und verfügt über ein Bäckerei-Café. Der Rewe-Supermarkt teilt sich mit dem Bekleidungsdiscounter KiK einen großen, vorgelagerten Parkplatz.

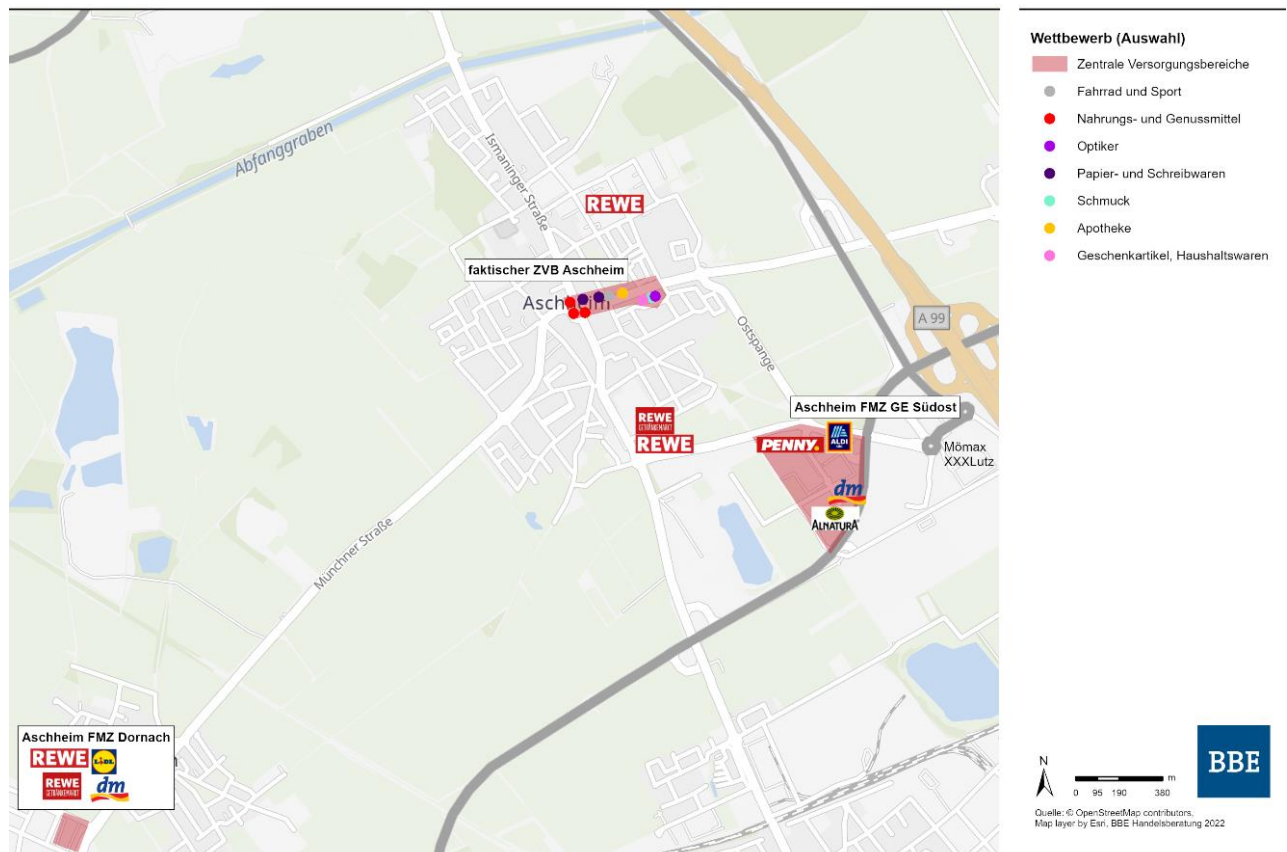
Abbildung 11: Lebensmittelanbieter in Feldkirchen (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

4.3 Angebotssituation in Aschheim

Abbildung 12: Angebotssituation in Aschheim (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

Im **Ortszentrum** von Aschheim befindet sich entlang der Erdinger Straße bis zur Kreuzung mit der B 471 der faktische zentrale Versorgungsbereich. Neben gastronomischen Angeboten finden sich dort u.a. zwei Bäcker, eine Weinhandlung, eine Apotheke, eine Gin-Destillerie inkl. Bar, ein Optiker, ein Trophäenhandel, ein Schmuckgeschäft, ein Geschäft für E-Scooter sowie ein Schreibwarengeschäft.

Strukturprägend im Bereich der Nahversorgung in Aschheim ist der **Gewerbegebietsstandort im Südosten** der Gemeinde mit den Anbietern Aldi Süd, Alnatura, und Penny. Hohe Frequenzen generiert der Standortbereich zusätzlich durch die beiden Möbelmärkte XXXLutz und Mömax, die sich im östlichen Bereich des Gewerbegebiets in direkter Nähe zur BAB 99 befinden.

Der Anbieter Alnatura teilt sich mit den Anbietern Takko, dm, Fressnapf, Happy Schuh & Du und dem Jagdbekleidungsgeschäft Frankonia einen großen, vorgelagerten Parkplatz. In direkter Nähe dazu befand sich ein moderner Edeka-Supermarkt mit gesondertem Getränkemarkt und Bäckerei-Café, der im Frühjahr 2021 den Standort jedoch aufgab. Im Norden des Gewerbegebiets sind die Anbieter Aldi Süd und Penny angesiedelt, wobei der Aldi Süd einen moderneren Marktauftritt aufweist. Insgesamt handelt es sich um einen leistungsstarken Verbundstandort. Aufgrund der nicht integrierten Lage im Gewerbegebiet ist der Standort als Pkw-orientiert mit großzügigem Parkplatzangebot zu bewerten. Der Einzelhandelsbesatz profitiert von Synergie- und Kopplungseffekten untereinander, auch abseits der Nahversorgung.

Mit einem Rewe-Supermarkt in der Jedovnicestraße ist ein weiterer Einzelhandelsstandort im **Süden von Aschheim** entstanden, der direkt an Wohnbebauung anschließt und durch die Lage an der B 471 verkehrsgünstig zu erreichen ist. Der moderne Rewe-Markt weist einen gesonderten Getränkemarkt und ein Bäckerei-Café auf. Die Filiale teilt sich mit dem Deko- und Schreibwarengeschäft Wörl einen großen, vorgelagerten Parkplatz.

Es existiert ein weiterer Rewe-Markt im **nördlichen Gemeindegebiet** in Gewerbegebietslage. Der Außenaustritt des Marktes ist im Vergleich zur neuen Rewe-Filiale modernisierungsbedürftig. Die Lage in zweiter Reihe im Gewerbegebiet ist nicht optimal, da die Sichtbarkeit und die verkehrliche Erreichbarkeit somit eingeschränkt werden. Der große Getränkemarkt auf gegenüberliegender Straßenseite hat bereits geschlossen. Im Juli 2023 soll auch der Rewe Supermarkt schließen. Dadurch fällt der einzige Nahversorger im nördlichen Gemeindegebiet weg, wodurch eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung verloren geht. Im Norden Aschheims an der Ismaninger Straße ist zudem das Wohnungsneubau-Projekt „Living Park Aschheim“ in Planung, das im Jahre 2025 mit insgesamt 141 Eigentumswohnungen fertiggestellt werden soll.

Im Ortsteil Dornach ist im Gewerbegebiet ein Fachmarktstandort mit einem Rewe-Supermarkt inkl. einem Bäcker als Konzessionär, einem Rewe-Getränkemarkt, einem Drogeriemarkt dm sowie einen Lebensmittel-discounter Lidl vorzufinden. Beide Lebensmittelmärkte weisen einen modernen Marktauftritt auf. Der Verbund liegt in verkehrsgünstiger Lage und besitzt einen großen, vorgelagerten Parkplatz. Des Weiteren sind im Gewerbegebiet ein großes Brautmodengeschäft, ein Outlet für Übergrößen sowie ein Best Secret Store ansässig. Letzterer ist jedoch nur mit exklusiver Mitgliedschaft zugänglich, weshalb dieser in den weiteren Untersuchungen im Textilsortiment nicht berücksichtigt wird.

Abbildung 13: Lebensmittelanbieter in Aschheim (Auswahl)





Rewe, Jedovnicestraße

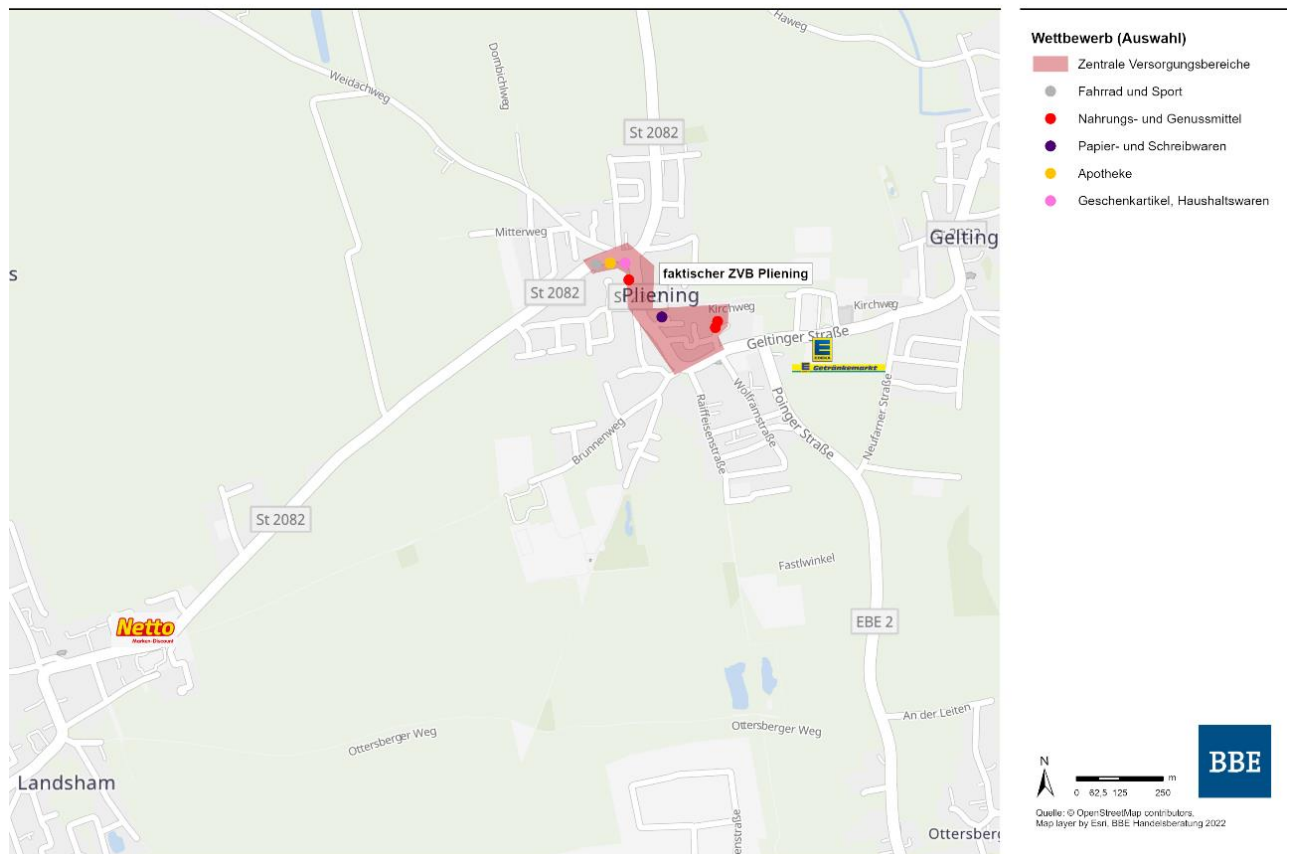


Rewe, Saturnstraße

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

4.4 Angebotssituation in Pliening

Abbildung 14: Angebotssituation in Pliening (Auswahl)

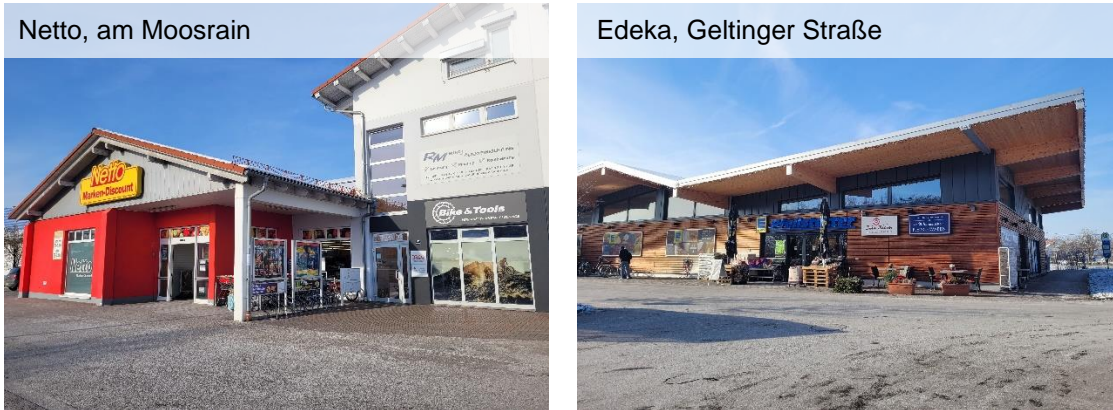


Quelle: BBE Handelsberatung

Im faktischen zentralen Versorgungsbereich im Pliening Ortskern decken zwei Bäckereien sowie eine Metzgerei die Grundversorgung der Bevölkerung ab. Neben zwei Bankfilialen und öffentlichen Einrichtungen sind eine Apotheke, ein Stoffladen, ein Schreibwarengeschäft sowie ein kleines Fahrradgeschäft im Ortskern vorzufinden. Das Nahversorgungsangebot in Pliening wird zusätzlich durch zwei Hofläden und zwei Lebensmittelmärkte ergänzt. Im Ortsteil Landsham befindet sich ein **Lebensmitteldiscountmarkt Netto** mit marktgängigem Flächenlayout und Pkw-orientierter Lage. Der Lebensmitteldiscounter teilt sich mit einem Fahrradfachgeschäft einen großen, vorgelagerten Parkplatz. Zudem ist ein Nahversorgungsstandort im Hauptort Pliening mit dem **Lebensmittelvollsortimenter Edeka** inkl. einem Getränkemarkt vorhanden.

Der Edeka-Markt weist einen modernen Marktauftritt und einen Bäcker als Konzessionär auf. **Im restlichen Gemeindegebiet** fällt der Handelsbesatz gering aus, lediglich drei Geschäfte aus dem Textilbereich sind ansässig (Bekleidungsfachgeschäft, Trachtenladen, Kostümgeschäft).

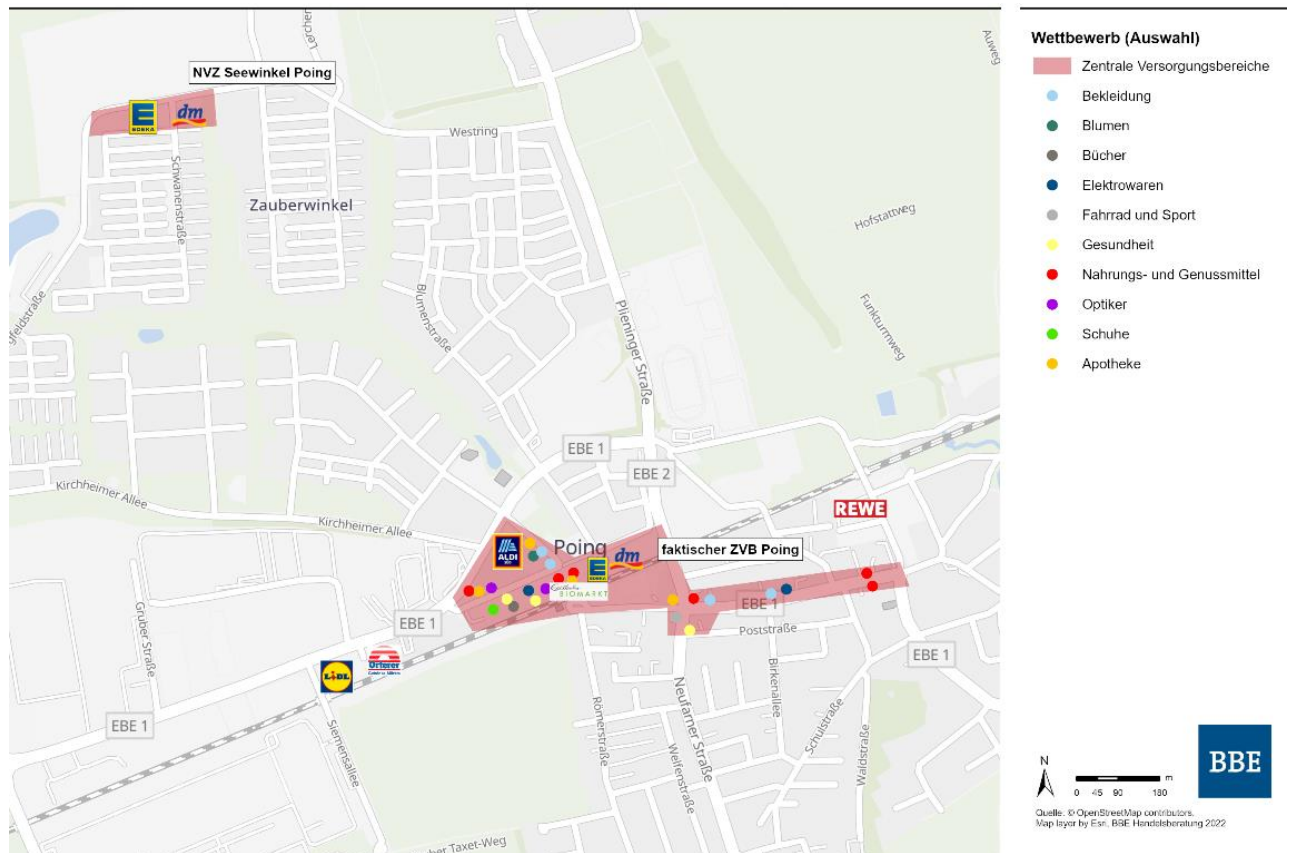
Abbildung 15: Lebensmittelanbieter in Pliening (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

4.5 Angebotssituation in Poing

Abbildung 16: Angebotssituation in Pliening (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

Poing weist im **nördlichen** Gemeindegebiet ein modernes und neu entstandenes **Fachmarktzentrum** „Seewinkel“ mit den Anbietern Edeka, Futterhaus und dem Drogeriemarkt dm auf. Südlich des Fachmarktstandortes befindet sich Wohnbebauung (u.a. das Neubaugebiet Zauberwinkel mit rd. 1.400 Einwohnern).

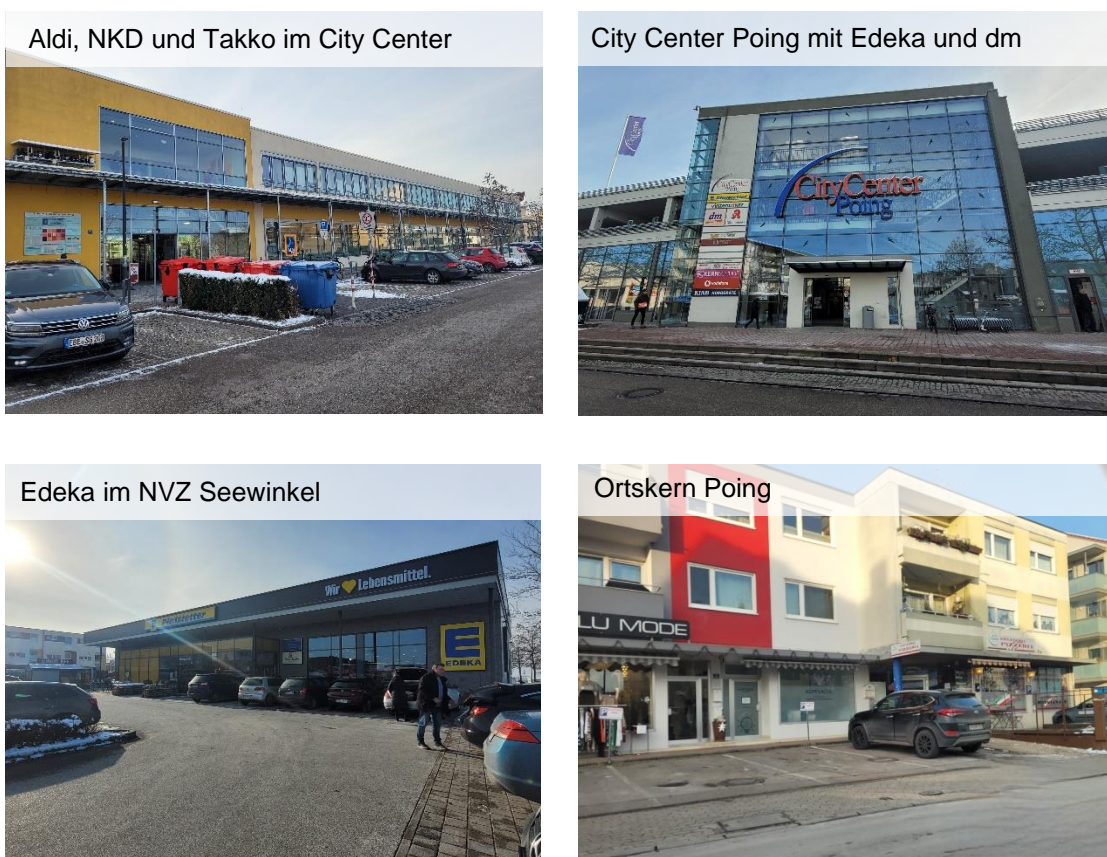
Das benachbarte Neubaugebiet „Seewinkel“ ist aktuell im Bau. Der Anbieter Edeka ist modern und weist ein Bäckerei-Café als Konzessionär auf. Für die umliegende Wohnbevölkerung stellt das Fachmarktzentrum einen attraktiven Nahversorgungsstandort dar.

Im **südlichen Wohngebiet** am Hanselbrunn befindet sich ein neuer, moderner **Rewe-Markt**. Neben einem Bäcker als Konzessionär weist dieser ein breites Warensortiment inklusive einer SB-Salattheke auf.

Der **faktische zentrale Versorgungsbereich Poings** besteht aus dem Ortskern Poings entlang der Hauptstraße sowie dem großen Einzelhandelsstandort City Center im Bereich des S-Bahnhofes. Der Ortskern ist fußläufig über einen Bahnübergang mit dem City Center verbunden und mit dem Pkw über die Plieninger Straße/ Gruber Straße erreichbar. Im City Center Poing ist ein großer Edeka-Supermarkt und ein moderner Eschbacher Bio-Markt ansässig. Das Angebot wird durch weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (dm-Drogeriemarkt, Buchladen, Sanitätshaus, Vodafone Shop, Hörakustik, Schuhgeschäft Kern, Apotheke, Metzgerei, Bäckerei) ergänzt. Entlang der Bürgerstraße bilden zudem eine moderne Aldi-Filiale, die Textilfachmärkte Takko und NKD, ein Blumenfachgeschäft sowie eine Apotheke einen Standortverbund. Im gegenüberliegenden VAUHAUS sind Dienstleistungen, eine Apotheke, ein Optiker und eine Bäckerei angesiedelt. Entlang der Hauptstraße sind ergänzend eine Bäckerei und eine Metzgerei sowie kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte zu finden (u.a. ein Fahrradgeschäft, ein orthopädisches Schuhfachgeschäft, eine Apotheke, zwei Bekleidungsfachgeschäfte, ein Elektrofachgeschäft). Durch die hohe Dichte an Besatz im City Center und Umgebung stellt der faktische zentrale Versorgungsbereich eine wichtige Nahversorgung für die Gemeinde Poing dar.

Westlich des zentralen Versorgungsbereichs befindet sich der Lebensmitteldiscounter Lidl mit durchschnittlichem Marktauftritt sowie ein großer Orterer Getränkemarkt. Der Lebensmitteldiscounter stellt die nächstgelegene Lidl-Filiale zum Vorhaben in Kirchheim dar.

Abbildung 17: Lebensmittelanbieter in Poing (Auswahl)



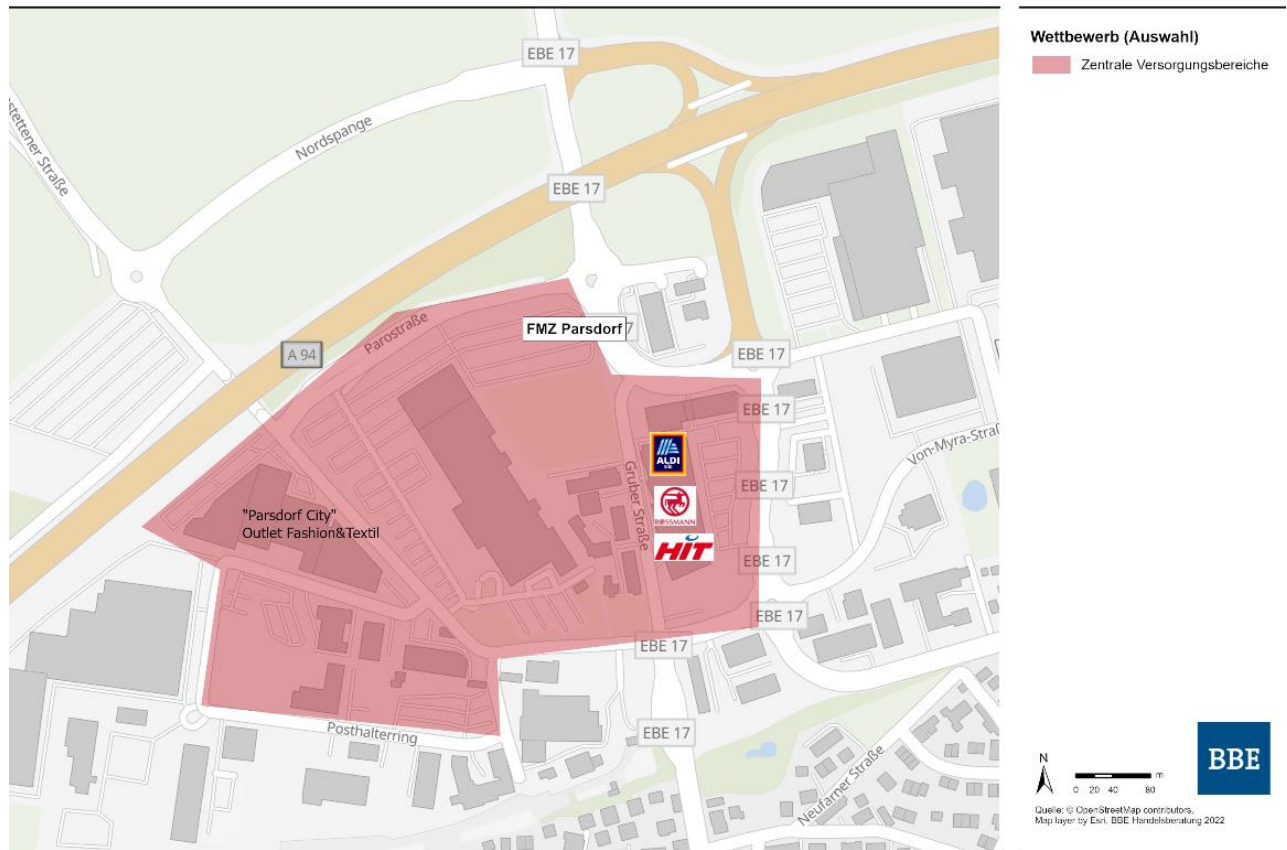


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen



4.6 Angebotssituation in Parsdorf

Abbildung 18: Angebotssituation in Parsdorf (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung

Richtung Süden befindet sich an der Bundesautobahn BAB 94 ein Fachmarkstandort im **Gewerbegebiet Parsdorf** (Ortsteil Vaterstetten). Die Nahversorgung wird durch einen großen Lebensmittelmarkt HIT mit einem Bäcker als Konzessionär und einen Lebensmitteldiscounter Aldi Süd sichergestellt. Beide Betriebe weisen einen modernen Marktauftritt auf und teilen sich mit dem Drogeriemarkt Rossmann und einem asiatischen Restaurant einen großen Parkplatz. Ergänzt wird das Angebot durch einen kleinen Kugler Feinkostladen und einen modernen Käfer Delikatessenladen, die sich in unmittelbarer Umgebung befinden. Zudem sind mehrere gastronomische Angebote (L'Osteria, McDonalds, KFC), ein Möbeleinrichtungshaus sowie

das große Outlet-Center „Parsdorf City“ in direkter Umgebung angesiedelt. Das Outlet-Center stellt gleichzeitig einen wichtigen Standort und Frequenzbringer für das Textil- und Fashionsegment dar. Die Entwicklung des Gewerbegebietes ist noch nicht abgeschlossen.

Abbildung 19: Lebensmittelanbieter in Parsdorf (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

4.7 Zusammenfassung zur Angebotssituation

Im dargestellten Untersuchungsgebiet herrscht eine vielfältige Angebotsstruktur vor. Das Nahversorgungsangebot wird insbesondere durch filialisierte Anbieter geprägt, ergänzt durch kleinflächige Nahversorger. Richtung Norden ist aufgrund des Speichersees und dem geringen Siedlungsgrad kein Angebot untersuchungsrelevant.

Die nachstehende Tabelle fasst die Umsatzleistungen der Wettbewerbslagen im Untersuchungsgebiet zusammen. Die Tabelle ist nach Standort und Umsatz in insgesamt 14 Sortimente eingeteilt, die im Untersuchungsgebiet identifiziert und erhoben wurden. Dabei wird deutlich, dass alle Nachbargemeinden Kirchheims eigene Nahversorgungsstrukturen aufweisen, sodass das Einzugsgebiet durch die Wettbewerbssituation eingeschränkt wird. Besonders Aschheim und Poing verfügen bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie bei Drogeriewaren über den höchsten Besatz und generieren damit den größten Umsatz. Anzumerken ist, dass in der Gemeinde Kirchheim nur ein Drogeriemarkt im Räter Einkaufszentrum ansässig ist. Die kleinteiligen, inhabergeführten Sortimente wie Blumen, Optiker, Schmuck, Papier- und Schreibwaren sind vor allem in den faktischen zentralen Versorgungsbereichen vorzufinden. Bei den Sortimenten Bücher und zoologischer Bedarf fällt der Besatz am geringsten aus. Jeder zentrale Versorgungsbereich der Gemeinden, ausgenommen Kirchheim, besitzt eine oder mehrere Apotheken. Die Sortimente Gesundheit, Schuhe, Bekleidung, Geschenkartikel- und Haushaltswaren sowie Fahrrad und Sport sind neben den faktischen zentralen Versorgungsbereichen auch an Fachmarktstandorten und in den restlichen Gemeindeteilen vorzufinden.

Tabelle 2: Angebotssituation nach Sortimenten und untersuchten Lagen

	Nahrungs- und Genussmittel		Drogeriewaren		Blumen		Apotheke		Gesundheit ¹⁾	
	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz
	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €
Kirchheim										
faktischer ZVB	90	0,5			40	0,2			50	0,6
Brunnen-Center	300	0,9					40	1,6		
NVZ Räter EKZ	2.300	12,1	750	4,7	60	0,2	80	2,8	120	1,3
Campus	1.980	11,0								
restliches Gemeindegebiet	200	0,8							120	1,2
Pliening										
faktischer ZVB	90	0,5					30	0,9		
restliches Gemeindegebiet	2.315	10,2								
Aschheim										
faktischer ZVB	145	0,5					80	3,2		
restliches Gemeindegebiet	2.815	11,0								
Dornach	2.370	14,5	600	4,5						
FMZ GE Südost	2.650	19,3	680	5,1						
Feldkirchen										
faktischer ZVB	290	1,2					50	1,8		
restliches Gemeindegebiet	2.900	13,1			210	0,6				
FMZ Parsdorf	4.700	23,3	700	4,6	40	0,2				
Poing										
faktischer ZVB	3.750	21,5	650	4,9	30	0,2	240	8,4	180	1,9
restliches Gemeindegebiet	3.300	17,8								
NVZ Seewinkel	1.850	9,4	650	4,7						
SUMME	32.045	167,8	4.030	28,4	380	1,3	520	18,7	470	5,0

1) Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte.

	Optiker		Schmuck		Schuhe		Bekleidung		Papier- und Schreibwaren	
	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz
	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €
Kirchheim										
faktischer ZVB	60	0,4	40	0,4			50	0,2		
Brunnen-Center									30	0,1
NVZ Räter EKZ	100	0,6	50	0,6	120	0,4	430	0,9	50	0,2
Campus										
restliches Gemeindegebiet							900	3,2		
Pliening										
faktischer ZVB									20	0,1
restliches Gemeindegebiet							1.340	1,6		
Aschheim										
faktischer ZVB	50	0,3	40	0,4					40	0,2
restliches Gemeindegebiet									120	0,4
Dornach							1.900	3,8		
FMZ GE Südost					700	1,5	1.150	1,5		
Feldkirchen										
faktischer ZVB	60	0,4	40	0,4					30	0,1
restliches Gemeindegebiet							1.000	1,4		
FMZ Parsdorf										
Poing										
faktischer ZVB	130	0,8			450	0,9	920	1,4		
restliches Gemeindegebiet										
NVZ Seewinkel										
SUMME	400	2,6	170	1,9	1.270	2,8	7.690	14,0	290	1,1

Auswirkungsanalyse den Einzelhandelsentwicklungen im Rahmen der Quartiersentwicklung Campus Kirchheim

	Bücher		Geschenkartikel/ Haushaltswaren		Fahrrad und Sport		Zoologischer Bedarf	
	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz
	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €	m ²	Mio. €
Kirchheim								
faktischer ZVB	50	0,3	100	0,2				
Brunnen-Center								
NVZ Räter EKZ			50	0,1	600	1,9		
Campus								
restliches Gemeindegebiet			30	0,1				
Pliening								
faktischer ZVB			30	0,1	40	0,1		
restliches Gemeindegebiet					300	0,9		
Aschheim								
faktischer ZVB			30	0,1	300	0,9		
restliches Gemeindegebiet								
Dornach								
FMZ GE Südost			1.800	4,4			550	0,8
Feldkirchen								
faktischer ZVB								
restliches Gemeindegebiet					1.000	2,5		
FMZ Parsdorf							500	1,0
Poing								
faktischer ZVB	30	0,2			100	0,3		
restliches Gemeindegebiet								
NVZ Seewinkel							600	0,9
SUMME	80	0,5	2.040	4,9	2.340	6,7	1.650	2,7

Quelle: BBE Handelsberatung 2022/2023, eigene Erhebung und Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich.

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet des geplanten Campus Kirchheim umfasst den Raum, aus dem dieses den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch einen hohen Marktanteil erreicht. Es markiert somit denjenigen Teilraum, in dem das Vorhaben eine hohe Bedeutung für die wohnungsnahе Versorgung übernehmen wird.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird gutachterlicherseits das Einzugsgebiet für das Ansiedlungsvorhaben prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung vor allem folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁴
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität des Vorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Standortkommune.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden.

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Projektstandortes, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Vorhabens lässt sich ein Einzugsgebiet mit zwei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen:

- **Kerneinzugsgebiet (Zone I):** Das Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Marktdurchdringung ist deckungsgleich mit der Gemeinde Kirchheim. Das Einwohnerpotenzial in dieser Zone beträgt rd. 13.740 Einwohner, davon rd. 13.140 in der Gemeinde Kirchheim plus der rd. 600 Einwohner, die im Rahmen des Wohnungsneubaus hinzukommen.
- **Erweitertes Einzugsgebiet (Zone II):** Das erweiterte Einzugsgebiet erstreckt sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Aschheim (ohne Ortsteil Dornach) sowie Pliening und den Ortsteil Grub in Poing. In dieser Zone leben insgesamt rd. 14.990 Einwohner.

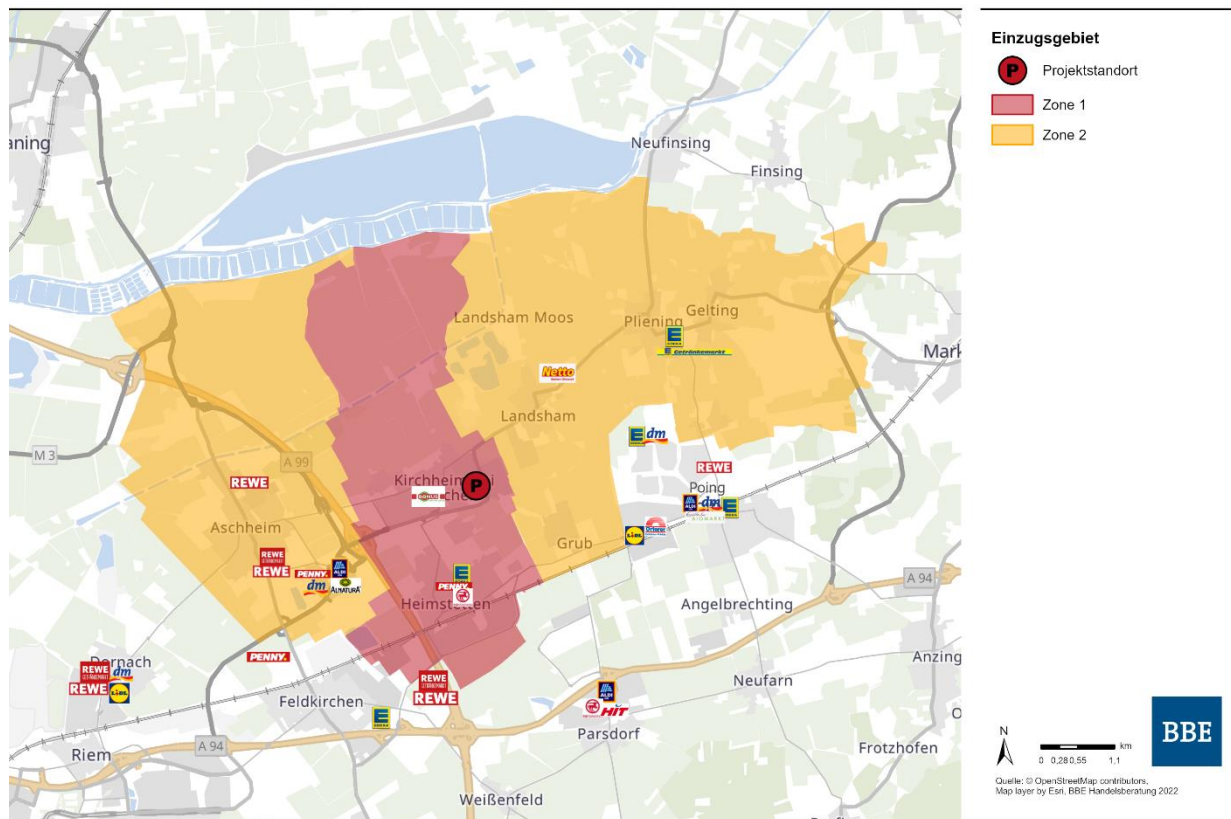
Das Einzugsgebiet weist insgesamt ein **Bevölkerungspotenzial** von aktuell **rd. 28.730 Einwohnern** auf.

⁴ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind insbesondere aufgrund der Lage innerhalb des Gewerbegebiets und der verkehrlichen Erreichbarkeit zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Einwohner aus weiteren Umlandkommunen sowie Berufspendler aus dem erweiterten Umland.

Die Umsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „diffuse Umsatzzuflüsse“ berücksichtigt.

Abbildung 20: Einzugsgebiet des Campus Kirchheim



Quelle: BBE Handelsberatung

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben⁵ von aktuell ca. 2.753 € p.a. für Nahrungs- und Genussmittel, davon 352 € p.a. für Drogerie- und Parfümeriewaren. Im Hinblick auf den kleinteiligen Einzelhandel sind zudem die Sortimente Apotheke (804 € p.a.), Sanitätsbedarf (116 € p.a.), Bekleidung (482 € p.a.), Schuhe (78 € p.a.), Zeitungen/ Bücher (102 € p.a.), Papier-, Büro- und Schreibwaren (78 € p.a.), Glas, Porzellan, Haushaltswaren (65 € p.a.), Bettwaren (42 € p.a.), Optik (40 € p.a.), Uhren/Schmuck (57 € p.a.), Fahrrad und Zubehör (120 € p.a.) sowie zoologischer Bedarf (72 € p.a.) relevant. Das Sortiment Bettwaren wird qualitativ untersucht, da in den faktischen zentralen Versorgungsbereichen kein Bettwaren-Bestand vorliegt und die Auswirkungen unmerklich auf umliegende Möbelgeschäfte (Mömax, XXXLutz in Aschheim, Flamme in Feldkirchen, Segmüller in Parsdorf) fallen.

⁵ BBE Handelsberatung, IFH Verbrauchsausgaben 2022.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten ein Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt rd. 166,4 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Hiervon entfallen rd. 81,8 Mio. € p.a. auf Zone I und rd. 84,5 Mio. € p.a. auf Zone II des abgegrenzten Einzugsgebietes. Den größten Anteil des Nachfragevolumens nimmt im gesamten Einzugsgebiet das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel mit insgesamt rd. 83,5 Mio. € p.a. ein. Beim aperiodischen Bedarf liegt das Sortiment Bekleidung mit rd. 19,6 Mio. € p.a. an erster Stelle.

Tabelle 3: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

	Warengruppenspezifisches Nachfragevolumen nach Zonen		
	Zone I ¹⁾	Zone II	Gesamt
Einwohner absolut	13.739	14.993	28.732
Sortimente	in Mio. €	in Mio €	in Mio €
Nahrungs- u. Genussmittel/ Bäcker/ Metzger	41,0	42,5	83,5
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik	5,9	6,2	12,1
Apotheken	10,7	10,3	21,1
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	1,9	1,8	3,7
Bekleidung/ Wäsche	9,6	10,1	19,6
Schuhe (ohne Sportschuhe)	1,7	1,8	3,5
Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher	1,8	1,8	3,6
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,4	1,5	2,9
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1,1	1,2	2,4
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	0,7	0,8	1,5
Optik	1,0	0,9	1,9
Uhren/ Schmuck	1,5	1,7	3,2
Fahrrad und Sport	1,5	1,7	3,1
Blumen	1,1	1,2	2,3
Zoologischer Bedarf	1,0	1,1	2,1
Gesamt	81,8	84,5	166,4

Quelle: BBE Handelsberatung 2022, Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau gesamt (IfH 2022), eigene Berechnung.

Während im periodischen Bedarfsbereich keine potenzielseitigen Restriktionen erkennbar sind, ist das Potenzial in einzelnen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs punktuell als knapp bemessen zu etikettieren, was sich auch in der folgenden Umsatzschätzung des geplanten Flächenprogramms widerspiegelt.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen

Die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bemisst sich nach den Regelungen im § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

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

Weiter heißt es dazu: „Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschoßfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschoßfläche nicht vorliegen.“

Es sind somit mögliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in der Gemeinde Kirchheim b. München oder in anderen Kommunen abzuwägen.

Dabei spielen insbesondere die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.⁶ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.⁷

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

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

Tabelle 4: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

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

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

Die vorstehend ausgewiesenen 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 müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.⁸

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. der Anteil der neu geschaffenen Verkaufsfläche an der projektrelevanten Bestandsfläche, die Entfernung des Vorhabenstandortes zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Vorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.⁹

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.¹⁰

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

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

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

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

6.2 Marktabschöpfung und Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsentwicklung

Die Einschätzung der durch die geplante Neuaufstellung des Campus Kirchheim zu erwartenden (Mehr-) Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen in Kirchheim und im weiteren Umland werden die von der geplanten Einzelhandelsentwicklung innerhalb der Teilräume des Einzugsgebietes realisierbaren Marktanteile (Kaufkraftbindungsquoten) prognostiziert und auf dieser Basis die zu erwartenden Umsätze abgeleitet. Die Umsatzerwartung hängt dabei zunächst von der Marktbedeutung der zu betrachtenden Betriebsformen sowie der Betreiber ab. Darüber hinaus nehmen auch die Gesamtattraktivität des Standortes, das ansprechbare Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet sowie die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

Der Umsatzprognose des Vorhabens liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Der Umsatz der geplanten Neuaufstellung und Erweiterung des Campus Kirchheim wird unter Berücksichtigung der zu erwartenden Agglomerationseffekte prognostiziert. Hierbei entstehen Agglomerationseffekte innerhalb des Campus aus der Kombination von Lebensmittelfachmärkten, Drogeriemarkt, Getränkemarkt sowie kleinteiligem Einzelhandel.
- Ausgehend von der Annahme, dass auch nach der Neuaufstellung des Campus Kirchheim leistungsfähige und attraktive Angebotsformate als Mieter ansässig sind, wurden für die projektierten Nutzer überdurchschnittliche Flächenleistungen angenommen. In Bezug auf das Ausmaß der Umsatzumlenkung wird somit eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

Das Nutzungskonzept wird wie folgt definiert:

- | | |
|--------------------------------|---|
| ■ Lebensmitteldiscountmarkt: | max. 1.350 m ² VKF (inkl. Erweiterung um 550 m ² VKF) |
| ■ Lebensmittelvollsortimenter: | max. 1.440 m ² VKF (inkl. Erweiterung um 645 m ² VKF) |
| ■ Biomarkt: | max. 600 m ² VKF |
| ■ Getränkemarkt: | max. 740 m ² VKF (inkl. Erweiterung um 355 m ² VKF) |
| ■ Weinhandlung: | max. 210 m ² VKF |
| ■ Drogeriemarkt: | max. 800 m ² VKF |
| ■ Kleinteiliger Einzelhandel: | drei Einheiten mit insgesamt max. 515 m ² VKF |

6.3 Umsatzprognose

Zur Berechnung einer Umsatzprognose werden die Umsätze auf Basis durchschnittlicher branchenüblicher Flächenleistungen berechnet. Die Raumleistung basiert hier auf Durchschnittswerten, die durch den Gutachter auf Basis der Standortrahmenbedingungen angepasst werden müssen.

6.3.1 Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel sowie Getränke werden im Rahmen der Neuaufstellung des Campus Kirchheim von einem Lebensmitteldiscountmarkt, einem Lebensmittelvollsortimenter, einem Biomarkt, einem Getränkemarkt sowie einer Weinhandlung als Kernsortimente geführt. Ein Drogeriemarkt soll das Nahversorgungsangebot ergänzen.

Für den prospektiven **Drogeriemarkt** mit rd. 800 m² Verkaufsfläche wird eine Flächenproduktivität von rd. 5.000 € je m² Verkaufsfläche p.a. angesetzt, was einem Umsatzvolumen von rd. 4,0 Mio. € p.a. entspricht. Die Flächenproduktivität befindet sich im unteren Durchschnittsbereich, wird aufgrund der verhältnismäßig großen Verkaufsfläche jedoch als realistisch erachtet.

Der **Lebensmittelvollsortimenter** mit rd. 795 m² Verkaufsfläche erwirtschaftet aktuell rd. 4,0 Mio. € p. a. Nach erfolgter Neuaufstellung, Verlagerung und Erweiterung auf rd. 1.440 m² Verkaufsfläche kann am Standort nach BBE-Prognose unter Berücksichtigung der potenzial- und wettbewerbsseitigen Rahmenbedingungen eine Umsatzgröße von ca. 6,9 Mio. € p.a. (brutto) erreicht werden, was einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität von ca. 4.800 € je m² Verkaufsfläche p.a. entspricht. Gemäß den Vergleichswerten der BBE Markt- und Strukturdaten 2020 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Lebensmittelvollsortimentern bei rd. 3.600 € je m² Verkaufsfläche p.a., wobei dieser Wert eine Spanne zwischen dem Minimalwert von rd. 3.300 und dem Maximalwert von rd. 4.100 € je m² Verkaufsfläche überdeckt. Der wettbewerbswirksame Zusatzumsatz beläuft sich damit auf rd. 2,9 Mio. € p.a.

Die **bestehende Lebensmitteldiscountmarkt-Filiale** erzielt vor dem Hintergrund des ansprechbaren Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet und der lokalen Wettbewerbssituation einen Umsatz von ca. 6,4 Mio. € p.a. Damit erzielt der Markt bereits aktuell eine Flächenleistung von rd. 8.000 € je m² Verkaufsfläche, die weit über dem Durchschnitt dieser Vertriebsform liegt. Gemäß den Vergleichswerten der BBE Markt- und Strukturdaten liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Lebensmitteldiscountmärkten bei rd. 4.800 € je m² Verkaufsfläche. Hierbei liegt der Minimalwert bei rd. 3.800 und der Maximalwert bei rd. 5.800 € je m² Verkaufsfläche.¹¹ Durch die projektierte Verkaufsflächenerweiterung um rd. 695 m² auf max. 1.350 m² wird im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes von einem Umsatzzuwachs ausgegangen, der aus der mit der Erweiterung einhergehenden Attraktivitätssteigerung resultiert. Demzufolge wird im Folgenden ein Umsatz von max. 9,7 Mio. € p.a. für den Lebensmitteldiscountmarkt nach erfolgter Verkaufsflächenerweiterung berücksichtigt. Dies entspricht einem jährlichen Mehrumsatz von max. 3,3 Mio. € p.a. (brutto). Mit einem Gesamtumsatz von rd. 9,7 Mio. € p.a. wird auch für den erweiterten Lebensmitteldiscountmarkt eine weit überdurchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 7.185 € je m² VKF unterstellt.

Für den bereits am Standort bestehenden **Getränkemarkt** wird derzeit ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € p.a. angenommen. Nach der geplanten Erweiterung und Verlagerung an den aktuellen Edeka-Standort beläuft sich der wettbewerbswirksame Mehrumsatz bei gleichbleibender Flächenleistung von rd. 1.700 € je m² Verkaufsfläche auf rd. 0,6 Mio. € p.a. (brutto)

Für den **Biomarkt** mit einer geplanten Verkaufsfläche von rd. 600 m² ist von einer prospektiven Raumleistung von rd. 5.000 € je m² Verkaufsfläche auszugehen, was einem Jahresumsatz von rd. 3,0 Mio. € p.a. entspricht. Bei der **Weinhandlung** ist bei einer Verkaufsfläche von rd. 210 m² von einer Raumleistung von rd. 2.500 € je m² Verkaufsfläche auszugehen. Höhere Umsatzwerte sind aufgrund des limitierten Einzugsgebiets und der Wettbewerbssituation nicht zu erwarten.

Nachfolgend wird die prospektive Raumleistung und die daraus resultierende Umsatzprognose für die aktuellen sowie die geplante Betriebsflächen am Vorhabenstandort vorgestellt.

¹¹ Vgl. BBE-Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2020, von der BBE erarbeitet im Auftrag des Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

Tabelle 5: Prospektive Raumleistung und wettbewerbswirksamer Umsatz Drogeriewaren / NuG

Teilflächen	VK in m ²	€ pro m ² p.a.	max. Umsatz in Mio. € p.a.	wettbewerbswirksamer Umsatz in Mio. € p.a.
Drogerie- und Parfümeriewaren	800	5.000	4,0	4,0
Nahrungs- und Genussmittel				
Lebensmittelvollsortimenter				
<i>Bestand</i>	795	5.000	4,0	
<i>Erweiterung</i>	645	4.500	2,9	2,9
Lebensmitteldiscounter				
<i>Bestand</i>	800	8.000	6,4	
<i>Erweiterung</i>	550	6.000	3,3	3,3
Biomarkt	600	5.000	3,0	3,0
Getränkemarkt				
<i>Bestand</i>	385	1.700	0,7	
<i>Erweiterung</i>	355	1.700	0,6	0,6
Weinhandlung	210	2.500	0,5	0,5
Nahrungs- und Genussmittel				
Gesamt	4.340		21,4	10,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet.

In Summe beläuft sich der theoretische (rechnerische) Mehrumsatz des Vorhabens im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf rd. 10,3 Mio. € p.a. (brutto).

Eine darüber hinaus gehende Umsatzausweitung ist insbesondere hinsichtlich der Wettbewerbssituation und dem damit zusammenhängenden erreichbaren Marktanteil auszuschließen.

In diesem Sinne handelt es sich um einen **Worst-Case-Ansatz**. Insofern ist davon auszugehen, dass im Folgenden eine Überzeichnung der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen erfolgt. Mit anderen Worten: der gewählte Ansatz garantiert, dass ein ausreichender Sicherheitspuffer besteht. Die tatsächliche Umsatzleistung der Betriebe wird aufgrund der dargestellten Marktsituation unter der Umsatzprognose liegen.

6.3.2 Ergänzende Sortimente für den kleinteiligen Einzelhandel

Die aktuelle Planung sieht am Vorhabenstandort - neben den bereits festgelegten Verkaufsflächen für die Anbieter aus den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren – drei weitere kleinteilige Einzelhandelsflächen vor unterschiedlicher Größenordnung vor. Bei der Umsatzprognose wird die größtmögliche Verkaufsfläche von 231 m² zu Grunde gelegt. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Wettbewerbssituation und den potenziellseitigen Rahmenbedingungen ergeben sich folgende Umsatzprognosen:

Tabelle 6: Prospektive Raumleistung und max. Umsatz kleinteiliger Einzelhandel

Teilflächen	VK in m ²	€ pro m ² p.a.	max. Umsatz in Mio. € p.a.
Apotheke	231	25.000	5,8
Sanitätshäuser, mediz./orthop. Artikel, Hörgeräte	231	6.000	1,4
Optiker	231	6.400	1,5
Uhren, Schmuck	231	6.000	1,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren	231	2.000	0,5
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	231	2.000	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	231	2.300	0,5
Bekleidung	231	3.300	0,8
Schuhe	231	3.300	0,8
Fahrräder und Sport	231	3.000	0,7
Blumen	231	3.000	0,7
zoologischer Bedarf	231	2.500	0,6
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten) ¹⁾	231	1.700	0,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet; 1) Qualitative Untersuchung.

Bei einer maximalen Verkaufsfläche von 231 m² wird bei einer Apotheke von der durchschnittlichen Flächenleistung von 25.000 € aus den Struktur- und Marktdaten ausgegangen, wobei diese einen Gesamtumsatz von rd. 5,8 Mio. € p.a. generieren würde. Bei den Warengruppen Optiker, Geschenk- und Haushaltswaren, Bekleidung, Schuhe, Fahrräder und Sport, zoologischer Bedarf sowie Bettwaren werden ebenfalls die durchschnittlichen Raumleistungen der Struktur- und Marktdaten herangezogen. Unter Berücksichtigung der potenzielseitigen Rahmenbedingungen und im Hinblick auf die z.T. überdimensionierten Verkaufsflächengrößen wurde bei einigen Sortimenten (u.a. Uhren/Schmuck, Bücher, Papier- und Schreibwaren) die Flächenleistung reduziert. Somit wird der Realitätsfall als auch der Worst-Case-Ansatz betrachtet.

6.4 Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung / -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher Umsatzumlenkungsprozesse, welche aus zentralen Versorgungsbereichen induziert werden könnten, von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, welche durch die Vorhaben hervorgerufen werden.

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

- die bestehenden sortimentspezifischen 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.

Nach der Umsetzung der Vorhaben wird sich das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum nicht wesentlich verändern. Dennoch werden sich in Folge der hinzutretenden Verkaufsfläche Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (quantitative Analyse), welche dann in einem zweiten Schritt auf Grundlage der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen (qualitative Analyse). Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt somit eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Projektes i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO.

Es ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, bei einer Erweiterung von Bestandsbetrieben nur den Zusatzumsatz zu betrachten, da die am Standort bereits ansässigen Betriebe (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Getränkemarkt) seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in diesem Gebiet ist. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt.¹² Demnach ist für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der jeweiligen geplanten Erweiterung grundsätzlich nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des jeweiligen erweiterten Lebensmittelmarkts der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist fachlich geboten, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil von 12.02.2009 ausgeführt, dass „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.“¹³

Es handelt sich demnach bei dem Lebensmittelvollsortimenter, dem Lebensmitteldiscounter sowie dem Getränkemarkt nicht um eine betriebliche Neuansiedlung. Vielmehr soll im Zuge der angestrebten Erweiterungen bei gleichzeitiger Optimierung der Verkaufsfläche diese um insgesamt rd. 1.550 m² erweitert werden. Somit ist davon auszugehen, dass die derzeitigen Bestandsumsätze mit rd. 11,1 Mio. € p.a. als Sockel vollständig in den Planumsatz (21,4 Mio. € p.a.) eingehen werden. Damit ergibt sich ein wettbewerbswirksamer zusätzlicher Planumsatz in Höhe von rd. 10,3 Mio. € p.a. für den gesamten Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

¹² 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).

In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „...im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmittel-Discountgeschäft 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). Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil 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).

¹³ Vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12. Februar 2009, RN 6

6.5 Umsatzumlenkungseffekte / Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Für die Betrachtung der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind die vom Vorhaben ausgehenden Umlenkungseffekte für die in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in anderen Gemeinden zu erwarten sind. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnaher Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

6.5.1 Nahrungs- und Genussmittel / Drogerie

Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Lebensmittelanbietern bzw. Drogeriemärkten. Dies bedeutet, dass bei einer Realisierung des vorliegenden Konzeptes vergleichbare Märkte durch Auswirkungen betroffen sind. Erst nachfolgend werden andere Lebensmittelanbieter (u.a. Lebensmittelhandwerker) und Fachgeschäfte Auswirkungen unterliegen.

Für die nachfolgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des geplanten Vorhabens ist im Falle einer Erweiterung grundsätzlich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des zu erweiterten Betriebs der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird. Bei einer Neuansiedlung wird der gesamte prognostizierte Umsatz berücksichtigt.

Die zu Grunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von rd. 9,3 Mio. € p.a. (Planumsatz [rd. 21,4 Mio. € p.a.] abzgl. des Bestandsumsatzes [rd. 11,1 Mio. € p.a.] abzgl. des Streuumsatzes [rd. 1,0 Mio. € p.a.]) umgelenkt wird.

Die Auswirkungen auf die einzelnen Standortlagen sind in Tabelle 7 modelltheoretisch berechnet.

Tabelle 7: Umsatzumlenkung Nahrungs- und Genussmittel

	Nahrungs- und Genussmittel		
	Umsatz	Umverteilung	
	Mio. €	%	Mio. €
Kirchheim			
faktischer ZVB	0,5	(*)	(*)
Brunnen-Center	0,9	(*)	(*)
NVZ Räter EKZ	12,1	8,3%	1,0
restliches Gemeindegebiet	0,8	(*)	(*)
Pliening			
faktischer ZVB	0,5	(*)	(*)
restliches Gemeindegebiet	10,2	11,8%	1,2
Aschheim			
faktischer ZVB	0,5	(*)	(*)
restliches Gemeindegebiet	11,1	6,3%	0,7
Dornach	14,5	4,1%	0,6
FMZ GE Südost	19,3	7,3%	1,4
Feldkirchen			
faktischer ZVB	1,2	(*)	(*)
restliches Gemeindegebiet	13,1	7,6%	1,0
FMZ Parsdorf	23,3	3,9%	0,9
Poing			
faktischer ZVB	21,5	6,0%	1,3
restliches Gemeindegebiet	17,8	3,4%	0,6
NVZ Seewinkel	9,4	5,3%	0,5
<i>Streuumsatz/ diffuse Umsatzuflüsse</i>			1,0
SUMME	156,7		10,3

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; (*) keine Angabe (Werte kleiner 0,1 Mio. € bzw. unter 1 %; Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2022, Rundungsdifferenzen möglich)

Die Modellrechnung kommt zu dem Ergebnis, dass der durch das Vorhaben erzeugte Umsatz im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von rd. 9,3 Mio. € p.a. (10,3 Mio. € p.a. abzüglich Streuumsatz) vollständig innerhalb des Untersuchungsgebiets umgelenkt wird und zu Umsatzverlusten für den dortigen Einzelhandel führt.

Auswirkungen innerhalb des Einzugsgebietes:

- Innerhalb des Einzugsgebietes ist der Standort Räter-Einkaufszentrum (REZ) in Kirchheim von den Umsatzumverteilungen betroffen. Der Standort stellt neben dem Planstandort im Gewerbegebiet den stärksten Nahversorgungsstandort in Kirchheim dar und weist mit den Anbietern Edeka und Penny systemgleiche Wettbewerber auf. In erster Linie ergänzen sich die Standorte in Kirchheim, denn während Edeka und Lidl im Gewerbegebiet für den Ortsteil Kirchheim einen wichtigen Nahversorgungsstandort bilden, sichern Edeka und Penny im REZ für den Ortsteil Heimstetten die Nahversorgung. Dennoch stehen die Standorte auch miteinander in Konkurrenz, weswegen ein Umsatzverlust

von rd. 1,0 Mio. € p.a. bzw. 8,3 % im Worst-Case zu erwarten ist. Die bestehenden Lebensmittelanbieter sind als wettbewerbsfähige Nahversorger für die umliegende Bevölkerung einzuordnen. Zudem profitieren die Anbieter aufgrund des Branchenmixes im REZ von Kopplungspotenzialen untereinander. Die Umverteilungen sind aus Gutachtersicht als verträglich einzustufen und werden keine städtebaulich schädlichen Beeinträchtigungen durch Wegfall eines Anbieters bewirken.

- Im **restlichen Gemeindegebiet von Kirchheim** befinden sich keine systemgleichen Lebensmittelanbieter, weswegen die Wettbewerbswirkung so gering ist, dass keine Umverteilungen zu erwarten sind bzw. diese unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle von 0,1 Mio. € p.a. liegen.
- Der Bonus-Markt im **Brunnen-Center** steht aufgrund seiner gemeinnützigen Ausrichtung und limitierten Verkaufsfläche kaum im Wettbewerb zum Vorhaben. Durch die geringe Sortimentstiefe fungiert der Bonus-Markt als Nahversorger für die umliegende Wohnbevölkerung. Innerhalb von 800 m ist fast vollständig die Wohnbevölkerung des Ortsteils Kirchheim zu erreichen. Auch nach der Realisierung des Vorhabens werden die Bewohner den Bonus-Markt weiterhin aufsuchen. Eine städtebauliche Schädigung des Standortbereichs durch Wegfall eines Anbieters kann somit ausgeschlossen werden.
- Weiter werden aufgrund systemgleicher Anbieter sowie der Nähe zum Projektstandort die Angebotslagen im übrigen Gemeindegebiet von **Pliening** von Umverteilungen in Höhe von rd. 1,2 Mio. € p.a. bzw. 11,8 % betroffen sein. Die Umlenkungsquote liegt damit geringfügig über dem Abwägungsschwellenwert, dennoch ist hier nicht davon auszugehen, dass ein Betrieb in seiner Existenz gefährdet wird und die wohnortnahe Grundversorgung beeinträchtigt wird. Die Auswirkungen werden in erster Linie die Anbieter Netto (Ortsteil Landsham) und Edeka tangieren. Beide Lebensmittelanbieter sind attraktiv aufgestellt und als wettbewerbsfähig zu bewerten. Es ist zudem darauf hinzuweisen, dass sich beide Anbieter in einer nicht schützenswerten Standortlage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs befinden.
- Die Auswirkungen in Aschheim betreffen in erster Linie das **Fachmarktzentrum im Gewerbegebiet (GE) Südost in Aschheim** (Aldi, Penny, Alnatura als Hauptwettbewerber) mit einer Umsatzumverteilung von rd. 1,4 Mio. € p.a. Dies entspricht einer Umlenkungsquote von rd. 7,3 % und bewegt sich damit unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10 %, ab dem schädliche Auswirkungen vermutet werden. Zudem handelt es sich bei der betroffenen Lage um einen attraktiven und leistungsfähigen Verbundstandort, der von Kopplungspotenzialen zwischen den Betrieben profitieren kann.
- Gegenüber dem **restlichen Gemeindegebiet von Aschheim** werden rd. 0,7 Mio. € p.a. (rd. 6,3 %) umverteilt. Hier werden vor allem die beiden Rewe-Supermärkte von den Auswirkungen betroffen sein, wobei darauf hinzuweisen ist, dass die Filiale in der Saturnstraße im Juli 2023 schließen wird. Das wird zur Folge haben, dass derzeit dort generierten Umsätze den übrigen in Aschheim und Umgebung ansässigen Lebensmittelbetrieben, insbesondere die verbleibende Rewe-Filiale, zufließen werden. Diese präsentiert sich modern mit einem marktgängigen Konzept, sodass eine Betriebsaufnahme auszuschließen ist.
- Rund 0,6 Mio. € p.a. werden gegenüber dem Aschheimer Ortsteil **Dornach** umgelenkt. Das entspricht einer Umlenkungsquote von rd. 4,1 % und liegt damit deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes, ab dem schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Die betroffenen Anbieter sind vor allem systemgleiche Wettbewerber (Rewe, Lidl), die an einem Verbundstandort agieren und als leistungsfähig einzustufen sind.
- Gegenüber den **faktischen zentralen Versorgungsbereichen** der Gemeinden innerhalb des Einzugsgebiets (**Kirchheim, Pliening, Aschheim**) liegen die Umsatzlenkungen unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Die kleinteiligen Siedlungsstrukturen, die einerseits prägend für das dörflich-ländliche Erscheinungsbild des Ortes sind, verhindern andererseits im Umkehrschluss die Ansiedlung eines marktüblich dimensionierten Lebensmittelmarktes. So ist die Ansiedlung eines Lebensmit-

telmarktes innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches i.e.S. aus Gutachtersicht auszuschließen. Die dort ansässigen kleinflächigen Betriebe des Lebensmittelhandwerks stehen nicht im Wettbewerb zum Vorhaben. Insbesondere, da heute schon der relevante Wettbewerb außerhalb der Ortskerne angesiedelt ist. Die in den Ortskernen ansässigen Betriebe dienen der Nahversorgung und werden auch nach der Umsetzung des Vorhabens aufgrund ihrer Versorgungsfunktion weiterhin von den Kunden aufgesucht werden. Eine wirtschaftliche Existenzgefährdung der dort ansässigen Betriebe ist nicht abzuleiten.

Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes:

- Außerhalb des Einzugsgebietes werden vorwiegend die Standortlagen betroffen sein, die ein ähnliches Angebot aufweisen und somit im direkten Wettbewerb zum Vorhaben stehen.
- In der Gemeinde **Feldkirchen** werden gegenüber den Anbietern im **restlichen Gemeindegebiet** rd. 1,0 Mio. € p.a. umverteilt, was einer Umlenkungsquote von rd. 7,6 % entspricht. Es handelt sich hier nahezu ausschließlich um systemgleiche Wettbewerber (Edeka, Rewe, Penny), die in erster Linie die Grundversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung sicherstellen.
- Rd. 1,3 Mio. € p.a. (rd. 6,0 %) gehen zu Lasten der Anbieter im faktischen zentralen Versorgungsbereich von Poing, wobei hier in erster Linie die Wettbewerber im **City-Center in Poing** tangiert werden. Hier befinden sich die Hauptwettbewerber Aldi, Edeka und Eschlbacher Biomarkt. Diese sind als leistungsfähiger zu bewerten, da sie zum einen vom Kopplungspotenzial des City-Centers und zum anderen von der verkehrsgünstigen Lage unmittelbar am S-Bahnhof profitieren. Schädliche Auswirkungen auf die Betriebe sowie auf die gesamte Standortlage sind demnach auszuschließen.
- In den weiteren Standortlagen in **Poing** wird mit Umsatzzumlenkungen von rd. 0,6 Mio. € p.a. (**restliches Gemeindegebiet**) bzw. 0,5 Mio. € p.a. (**NVZ Seewinkel**) zu rechnen sein. Es handelt sich bei beiden Standortlagen um integrierte Nahversorgungsstandorte, die über ein hohes Nahbereichspotenzial verfügen und vorrangig der Grundversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung dienen. Die Umlenkungsquoten bewegen sich mit rd. 3,4 % und rd. 5,3 % deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10 %, sodass schädliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können.
- Mit einer Umsatzzumlenkung von rd. 0,9 Mio. € p.a. (rd. 3,9 %) ist gegenüber den Anbietern im **Fachmarktzentrum Parsdorf** zu rechnen (insbesondere HIT und Aldi). Die prozentualen Umsatzverluste bewegen sich auf einem niedrigen Niveau, das für den Standortbereich keine bedeutenden Wettbewerbsschwächungen oder Attraktivitätsverluste erwarten lässt. Zudem ist der Standort aufgrund des hohen Kopplungspotenzials mit den umliegenden Einzelhändlern sowie seiner überregionalen Strahlkraft als sehr leistungsfähig einzustufen.

Im Sortimentsbereich **Drogerie** wird davon ausgegangen, dass der wettbewerbswirksame Umsatz im Bereich in Höhe von rd. 3,1 Mio. € p.a. (Planumsatz [rd. 4,0 Mio. € p.a.] abzgl. abzgl. des Streuumsatzes / LEH- Umverteilung [rd. 0,9 Mio. € p.a.]) umgelenkt wird.

Die Auswirkungen auf die einzelnen Standortlagen sind in Tabelle 8 modelltheoretisch berechnet.

Tabelle 8: Umsatzumlenkung Drogerie

	Drogeriewaren		
	Umsatz	Umverteilung	
	Mio. €	%	Mio. €
Kirchheim			
faktischer ZVB			
Brunnen-Center			
NVZ Räter EKZ	4,7	8,5%	0,4
restliches Gemeindegebiet			
Pliening			
faktischer ZVB			
restliches Gemeindegebiet			
Aschheim			
faktischer ZVB			
restliches Gemeindegebiet			
Dornach	4,5	11,1%	0,5
FMZ GE Südost	5,1	15,7%	0,8
Feldkirchen			
faktischer ZVB			
restliches Gemeindegebiet			
FMZ Parsdorf	4,6	11,0%	0,5
Poing			
faktischer ZVB	4,9	8,2%	0,4
restliches Gemeindegebiet			
NVZ Seewinkel	4,7	8,5%	0,4
<i>Streuumsatz/ LEH-Umverteilung</i>			0,9
SUMME	28,4		4,0

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; (*) keine Angabe (Werte kleiner 0,1 Mio. € bzw. unter 1 %; Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2022, Rundungsdifferenzen möglich

Die Modellrechnung kommt zu dem Ergebnis, dass der durch das Vorhaben erzeugte Umsatz im Sortiment Drogerie in Höhe von rd. 3,1 Mio. € p.a. vollständig innerhalb des Untersuchungsgebiets umgelenkt wird und zu Umsatzverlusten für den dortigen Einzelhandel führt.

- Die größten Auswirkungen sind mit einer Umsatzumlenkung von rd. 0,8 Mio. € p.a. gegenüber dem dm-Markt **Fachmarktzentrum im GE Südost in Aschheim** zu erwarten. Weitere 0,5 Mio. € p.a. werden gegenüber dem dm-Markt im Aschheimer Ortsteil **Dornach** umverteilt. In beiden Standortlagen liegt die Umverteilungsquote mit 15,7 % bzw. 11,1 % leicht über dem Abwägungsschwellenwert von 10 %. Da sich jedoch beide Anbieter in einem attraktiven Standortverbund mit weiteren Fachmärkten befinden, sind diese als äußerst leistungsfähig einzustufen, sodass schädliche Auswirkungen an beiden Standorten bzw. Standortaufgaben auszuschließen sind.

- Ebenfalls rd. 0,5 Mio. € p.a. (rd. 11,0 %) werden gegenüber dem **Fachmarktzentrum** in **Parsdorf** umverteilt. Aufgrund der Attraktivität des Standortes sowie der überregionalen Strahlkraft durch die dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe (HIT, Segmüller, Parsdorf City) ist auch hier eine Betriebsaufnahme auszuschließen.
- Jeweils rd. 0,4 Mio. € p.a. werden gegenüber den Anbietern im **Räter Einkaufszentrum** in **Heimstetten**, dem **faktischen zentralen Versorgungsbereich** in **Poing** sowie dem **Nahversorgungszentrum Seewinkel** in **Poing** umverteilt. Die Umverteilungsquoten bewegen sich hier zwischen 8,2 % und 8,5 % und liegen damit unterhalb dem Abwägungsschwellenwert von 10 %, ab dem schädliche Auswirkungen angenommen werden. Insbesondere der Rossmann-Drogeriemarkt im REZ in Heimstetten ist als leistungsstark einzustufen, da dieser derzeit den einzigen Drogeriemarkt in der Gemeinde Kirchheim darstellt und über ein hohes Nahbereichspotenzial verfügt. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie deren Entwicklungsfähigkeit sind demnach auszuschließen.

Insgesamt zeigt sich in den betrachteten Lagen in Kirchheim b. München sowie in den Nachbarkommunen eine stabile Nahversorgung. Einzelne Standortlagen werden durch das geplante Ansiedlungsvorhaben nicht gefährdet. Grundsätzlich ist für alle tangierten Zentren im Untersuchungsgebiet zu beachten, dass diese sich in einem stabilen Marktumfeld befinden. Die Bevölkerung ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und wird dies in den nächsten Jahren auch weiterhin tun.

Existenzbedrohungen sind aus den einzelnen örtlichen Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, sodass lediglich mit einer Intensivierung des Wettbewerbes zu rechnen ist. Eine Veränderung der Angebotslandschaft ist daher nicht auf die Realisierung des Vorhabens zurückzuführen. Ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand) ist daher auszuschließen.

Eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO kann somit sowohl im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel als auch im Sortimentsbereich Drogerie ausgeschlossen werden.

6.5.2 Kleinteiliger Einzelhandel

In den vorliegenden Tabellen werden die Umverteilungen für 12 erhobene Warengruppen für den kleinteiligen Einzelhandel dargestellt. Anzumerken ist, dass bei allen 12 Warengruppen Umsätze, die an nicht betrachteten Standorten wie etwa der Stadt München, getätigt werden, nicht berücksichtigt werden. Durch ihre zentralörtliche Funktion als Metropole und bayerische Landeshauptstadt fungiert die Stadt München als Einkaufsstandort in allen Sortimentsbereichen mit Ausnahme Apotheke und Gesundheit für die umliegenden Gemeinden. Ergänzend nimmt das Parsdorf-Cityoutlet durch seine überörtliche Strahlkraft einen Umsatzanteil für das **Bekleidungssegment** ein.

Bei den Warengruppen Apotheke, Gesundheit, Optiker und Schmuck sind im dargestellten Szenario insgesamt sehr hohe, kritische Umsatzverteilungen in den faktischen zentralen Versorgungsbereichen festzustellen.

Beim Sortiment **Apotheke** erfolgt die höchste Umverteilung auf zwei Apotheken im Räter Einkaufszentrum sowie auf eine Apotheke im Brunnenzentrum in Kirchheim. Anzumerken ist, dass im faktischen zentralen Versorgungsbereich in der Ortsmitte Kirchheims keine Apotheke ansässig ist. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation liegt in Zone I (Gemeinde Kirchheim) bei 41 % für Apotheken. Bei einer möglichen Ansiedlung einer Apotheke im Zuge des Projektvorhabens wäre somit genug Umsatz-Kaufkraft-Potenzial vorhanden, um eine weitere Apotheke in der Ortsmitte Kirchheims zu realisieren.

Beim Sortiment **Gesundheit** ist eine kritische Umsatzverteilung von rd. 42% beim faktischen zentralen Versorgungsbereich in Kirchheim zu erwarten. Im restlichen Gemeindegebiet Kirchheims ist zudem ein Rolli-World-Laden ansässig, dessen jährlicher Umsatz jedoch durch sein spezialisiertes Segment und Angebot nicht durch das Projektvorhaben negative Auswirkungen erfährt.

Sowohl beim Sortiment **Optiker** als auch bei der Warengruppe **Schmuck/Uhren** liegen die Umsatzverteilungen bei kritischen Werten zwischen 26 und 52 %, wodurch negative Auswirkungen auf die faktischen zentralen Versorgungsbereiche bei einer Verkaufsfläche von 231 m² zu erwarten sind. Bei der Warengruppe Schuhe erfährt der faktische zentrale Versorgungsbereich in Poing eine kritische Umsatzverteilung von rd. 11 %.

Die anderen Sortimente **Bekleidung, Papier- und Schreibwaren, Bücher, Geschenkartikel/Haushaltswaren, Blumen, Fahrrad und Sport, Zoologischer Bedarf** sind aus gutachterlicher Sicht mit 231 m² Verkaufsfläche als verträglich einzustufen. Es bestehen nur marginale Umverteilungen in den faktischen zentralen Versorgungsbereichen sowie verträgliche Auswirkungen auf die Fachmarktstandorte und Nahversorgungszentren.

Hinsichtlich der Warengruppe **Geschenkartikel/ Haushaltswaren** wurde ein Verkaufsflächenanteil bei den Möbelmärkten XXXLutz und Mömax in Aschheim berücksichtigt, wobei dort ebenfalls nur geringe Umverteilungen von maximal 8 % zu erwarten sind.

Bei einer möglichen Realisierung eines **Fahrradgeschäftes** von 231 m² VK sind beim Radsport Lang im Räter-Einkaufszentrum sowie beim Cube Store in Feldkirchen Umverteilungen von max. 8 bzw. 12 % zu erwarten und somit als verträglich einzustufen.

Der Besitz an **Blumen oder zoologischem Bedarf** ist gar nicht oder nur sehr geringfügig in der Gemeinde Kirchheim vorhanden, weshalb hier auch keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind und ein hohes Nachfragepotenzial durch die geringe Umsatz-Kaufkraft-Relation von 33 % bzw. 0 % besteht.

Tabelle 9: Umsatzumlenkung kleinteiliger Einzelhandel (231 m²)

	Apotheke			Gesundheit ¹⁾			Optiker			Schmuck		
	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung
	Mio. €	%		Mio. €	Mio. €		%	Mio. €		%	Mio. €	
Kirchheim												
faktischer ZVB				0,6	41,7%	0,3	0,4	52,1%	0,2	0,4	45,5%	0,2
Brunnen-Center	1,6	50,0%	0,8									
NVZ Räter EKZ	2,8	42,9%	1,2	1,3	27,3%	0,4	0,6	46,9%	0,3	0,6	45,5%	0,3
restliches Gemeindegebiet				1,2	(*)	(*)						
Pöning												
faktischer ZVB	0,9	22,2%	0,2									
restliches Gemeindegebiet												
Aschheim												
faktischer ZVB	3,2	12,5%	0,4				0,3	31,3%	0,1	0,4	34,1%	0,2
restliches Gemeindegebiet												
Dornach												
FMZ GE Südost												
Feldkirchen												
faktischer ZVB	1,8	28,6%	0,5				0,4	26,0%	0,1	0,4	34,1%	0,2
restliches Gemeindegebiet												
FMZ Parsdorf												
Poing												
faktischer ZVB	8,4	23,8%	2,0	1,9	21,1%	0,4	0,8	36,1%	0,3			
restliches Gemeindegebiet												
NVZ Seewinkel												
<i>Streuumsatz/ diffuse Umsatzzufüsse</i>			0,7			0,4			0,5			0,6
SUMME	18,7		5,8	5,0		1,4	2,6		1,5	1,9		1,4

Auswirkungsanalyse den Einzelhandelsentwicklungen im Rahmen der Quartiersentwicklung Campus Kirchheim

	Schuhe			Bekleidung			Papier- und Schreibwaren			Bücher		
	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung
	Mio. €	%		Mio. €	%		Mio. €	%		Mio. €	%	
Kirchheim												
faktischer ZVB				0,2	(*)	(*)				0,3	(*)	(*)
Brunnen-Center							0,1	(*)	(*)			
NVZ Räter EKZ	0,4	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet				3,2	(*)	(*)						
Pliening												
faktischer ZVB							0,1	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet				1,6	6,2%	0,1						
Aschheim												
faktischer ZVB							0,2	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet							0,4	(*)	(*)			
Dornach				3,8	(*)	(*)						
FMZ GE Südost	1,5	13,6%	0,2	1,5	(*)	(*)						
Feldkirchen												
faktischer ZVB							0,1	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet				1,4	(*)	(*)						
FMZ Parsdorf												
Poing												
faktischer ZVB	0,9	10,6%	0,1	1,4	7,0%	0,1				0,2	(*)	(*)
restliches Gemeindegebiet												
NVZ Seewinkel												
<i>Streuumsatz/ diffuse Umsatzzufüsse</i>			0,5			0,5			0,4			0,4
SUMME	2,8		0,8	14,0		0,8	1,1		0,5	0,5		0,5

	Geschenkartikel/ Haushaltswaren			Blumen			Fahrrad und Sport			Zoologischer Bedarf		
	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung	Umsatz		Verteilung
	Mio. €	%		Mio. €	%		Mio. €	%		Mio. €	%	
Kirchheim												
faktischer ZVB	0,2	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)						
Brunnen-Center												
NVZ Räter EKZ	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,9	8,1%	0,2			
restliches Gemeindegebiet	0,1	(*)	(*)									
Pliening												
faktischer ZVB	0,1	(*)	(*)				0,1	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet							0,9	(*)	(*)			
Aschheim												
faktischer ZVB	0,1	(*)	(*)				0,9	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet												
Dornach												
FMZ GE Südost	4,4	8,0%	0,4							0,8	12,1%	0,1
Feldkirchen												
faktischer ZVB												
restliches Gemeindegebiet				0,6	(*)	(*)	2,5	12,0%	0,3			
FMZ Parsdorf				0,2	(*)	(*)				1,0	15,0%	0,2
Poing												
faktischer ZVB				0,2	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)			
restliches Gemeindegebiet												
NVZ Seewinkel										0,9	16,7%	0,2
<i>Streuumsatz/ diffuse Umsatzzufüsse</i>			0,1			0,6			0,1			0,1
SUMME	4,9		0,5	1,3		0,7	6,7		0,7	2,7		0,6

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; (*) keine Angabe (Werte kleiner 0,1 Mio. € bzw. unter 1 %; Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2022, Rundungsdifferenzen möglich.

Anzumerken ist, dass das vorgestellte Szenario für den kleinteiligen Einzelhandel einem theoretischen Worst-Case-Ansatz entspricht und daher nicht realitätsgetreu ist. Ziel der vorgelegten Umlenkungseffekte ist eine Annäherung an das nachfolgende, als verträglich einzustufende Flächenprogramm.

6.5.3 Flächenprogramm

Aus den Ergebnissen der erläuterten Umverteilungen ergibt sich folgendes, als verträglich einzustufendes Flächenprogramm, welches auf einer Flächenreduktion und damit einhergehenden niedrigeren, verträglichen Umsatzperspektive möglicher kleinteiliger Anbieter im Campus Kirchheim fußt:

Tabelle 10: Flächenprogramm kleinteiliger Einzelhandel

Flächenprogramm	VK in m ²	€ pro m ² p.a.	max. Umsatz in Mio. € p.a.
Drogerie- und Parfümeriewaren	800	5.000	4,0
Nahrungs- und Genussmittel Gesamt	4.340	4.900	21,4
Apotheke	75	25.000	1,9
Sanitätshäuser, mediz./orthop. Artikel, Hörgeräte	30	12.000	0,4
Optiker	85	6.400	0,5
Uhren, Schmuck	60	10.000	0,6
Papier-, Büro-, Schreibwaren	231	2.000	0,5
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	231	2.000	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	231	2.300	0,5
Bekleidung	231	3.300	0,8
Schuhe	180	3.300	0,6
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten) ¹⁾	231	1.700	0,4
Fahrräder und Sport	231	3.000	0,7
Blumen	231	3.000	0,7
zoologischer Bedarf	231	2.500	0,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet.

Beim Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ist die Verkaufsfläche von insgesamt 4.340 m² und einem Gesamtumsatz von 21,4 Mio. p.a. als verträglich einzustufen. Beim geplanten Drogeriemarkt mit 800 m² und einem Gesamtumsatz von 4,0 Mio. p.a. ist ebenfalls verträglich.

Beim kleinteiligen Einzelhandel geht aus den erläuterten Umsatzverteilungen hervor, dass bei acht Warengruppen (Papier- und Schreibwaren, Zeitungen/Bücher, Haushaltswaren/ Geschenkartikel), Bekleidung, Fahrräder und Sport, Blumen, Zoologischer Bedarf und Bettwaren) negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bei einer Verkaufsfläche bis zu 231 m² ausgeschlossen werden können.

Hingegen bei den Warengruppen Apotheke, Gesundheit (Sanitätshäuser, Hörgeräte), Optiker, Uhren/Schmuck sowie Schuhe werden negative Auswirkungen auf die faktischen zentralen Versorgungsbereiche bei einer maximalen Verkaufsfläche von 231 m² ausgeübt. Die Verkaufsflächengröße wurde entsprechend so angepasst, dass keine negativen Auswirkungen auf faktische zentrale Versorgungsbereiche und

andere Nahversorgungsstandorte vorliegen. Für das Sortiment Apotheke ist eine Verkaufsflächengröße von maximal 75 m², für das Sortiment Gesundheit maximal 30 m², für das Optikergeschäft maximal 85 m², für den Uhren- bzw. Schmuckladen max. 60 m² sowie für das Schuhgeschäft maximal 180 m² als verträglich einzustufen.

6.5.4 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung

Tabelle 11: Prognose der Marktanteile

Warengruppe	Zone I			Zone II			Gesamt Einzugsgebiet			Umsatz	
	Einzelhandelskaufkraft ¹⁾	Umsatzrekutierung	in %	Einzelhandelskaufkraft ¹⁾	Umsatzrekutierung	in %	Einzelhandelskaufkraft ¹⁾	Umsatzrekutierung	in %	Streuumsatz	Objekt gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio €	in €	in %	in Mio €	in €	in %	in Mio €	in Mio €
Nahrungs- u. Genussmittel/ Bäcker/ Metzger	41,0	15,0	36,6	42,5	4,5	10,6	83,5	19,5	23,4	1,9	21,4
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik	5,9	2,5	42,3	6,2	1,1	17,7	12,1	3,6	29,7	0,4	4,0
Apotheken	10,7	1,7	15,8	10,3	0,2	1,9	21,1	1,9	9,0	0,0	1,9
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	1,9	0,3	15,9	1,8	0,1	5,5	3,7	0,4	10,8	0,0	0,4
Bekleidung/ Wäsche	9,6	0,7	7,6	10,1	0,1	0,7	19,6	0,8	4,1	0,0	0,8
Schuhe (ohne Sportschuhe)	1,7	0,5	32,5	1,8	0,1	3,3	3,5	0,6	17,4	0,0	0,6
Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher	1,8	0,5	25,2	1,8	0,1	2,7	3,6	0,5	13,9	0,0	0,5
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,4	0,4	29,3	1,5	0,1	5,5	2,9	0,5	17,3	0,0	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1,1	0,5	41,8	1,2	0,0	1,6	2,4	0,5	21,0	0,0	0,5
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	0,7	0,4	52,7	0,8	0,0	2,6	1,5	0,4	26,9	0,0	0,4
Optik	1,0	0,5	47,0	0,9	0,1	5,5	1,9	0,5	26,7	0,0	0,5
Uhren/ Schmuck	1,5	0,5	34,9	1,7	0,1	3,6	3,2	0,6	18,7	0,0	0,6
Fahrrad und Sport	1,5	0,6	44,1	1,7	0,1	3,6	3,1	0,7	22,4	0,0	0,7
Blumen	1,1	0,6	57,1	1,2	0,1	6,6	2,3	0,7	30,4	0,0	0,7
Zoologischer Bedarf	1,0	0,5	53,8	1,1	0,1	5,6	2,1	0,6	29,0	0,0	0,6
Sortiment gesamt	81,8	25,3	30,9	84,5	6,5	7,7	166,4	31,8	19,1	2,1	33,9
Rundungsdifferenzen möglich											

Wie der vorstehenden Tabelle zu entnehmen ist, ist beim Vorhaben insgesamt auszugehen, dass dieser seinen Umsatz von rd. 34 Mio. € p.a. zu mehr als 70 % mit Kunden aus Zone I (Gemeinde Kirchheim) generieren wird. Dabei wird über alle Warengruppen hinweg in Zone I rd. 31 % der Kaufkraft gebunden, in Zone II rd. 8 %. Beim kleinteiligen Einzelhandel wird das Gros der Kaufkraft in Zone I gebunden, da die Sortimente keine überörtliche Strahlkraft besitzen, sondern perspektivisch hauptsächlich Kunden aus der Gemeinde Kirchheim ansprechen.

Insgesamt sind in der Zone I, insbesondere bei den vorgesehenen kleinteiligen Sortimenten hohe, jedoch machbare Abschöpfungen zur Umsatzerreichung notwendig. Diese hohen, punktuell über 50% liegenden Abschöpfungsquoten dokumentieren den von den Gutachtern gewählten Worst-Case-Ansatz sehr deutlich. Im periodischen Bedarfsbereich sind ebenfalls hohe, jedoch unter besonderer Würdigung der Wettbewerbssituation, absolut machbare Abschöpfungsquoten in Zone I und II notwendig.

Insgesamt zeigen die Berechnungen zur räumlichen Umsatzrekutierung, dass der von den Gutachtern gewählte flächen- und umsatzseitige Ansatz in der Analyse zum verträglichen Flächenprogramm dem geforderten Worst-Case-Ansatz gerecht wird. Insofern bleibt festzuhalten, dass das erarbeitete, als verträglich einzustufende Flächenprogramm sowohl unter wettbewerblichen als auch absatzseitigen Gesichtspunkten einem Worst-Case-Ansatz entspricht.

7 Landesplanerische Einschätzung

7.1 Regelungen im Landesentwicklungsprogramm

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung von Einzelhandelsbetrieben. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen wird die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtigerungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Für die Einschätzung zur Genehmigungsfähigkeit aus landes- und regionalplanerischer Sicht ist das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP BY 2020) zu berücksichtigen. Gemäß LEP BY 2020 - Kap. 5.3 - „Einzelhandelsgroßprojekte“ sind für das Vorhaben die nachfolgend genannten Ziele relevant.

■ **„5.3.1 - Lage im Raum**

(Z) Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der BauNVO sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden.

Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- *für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,*
- *für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.*

■ **5.3.2 - Lage in der Gemeinde**

(Z) Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen.

Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

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

■ 5.3.3 - Zulässige Verkaufsflächen

Gemäß der Begründung zu Z 5.3.1 „sind aufgrund analoger räumlicher Wirkungen auch Agglomerationen von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben in räumlich funktionalem Zusammenhang, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, als Einzelhandelsgroßprojekte erfasst.“¹⁴

(Z) Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- *soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v. H.,*
- *soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30 v. H., für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v. H.*

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“¹⁵

7.2 Abgleich mit dem Vorhaben

Ein Abgleich der projektrelevanten landesplanerischen Ziele mit dem Vorhaben zeigt folgende Ergebnisse:

■ Zu Kap. 5.3.1 - Lage im Raum (Z):

Gemäß Regionalplan München ist die Gemeinde Kirchheim bei München als Grundzentrum eingestuft. Somit wird das landesplanerische Ziel 5.3.1 vom Vorhaben gewahrt.

■ Zu Kap. 5.3.2 - Lage in der Gemeinde (Z):

„Städtebaulich integrierte Lagen sind Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen.“

Im Umfeld des Planareals befindet sich in einer fußläufigen Entfernung von bis zu 800 m Entfernung Wohnbebauung und mehrere Haltestellen des ÖPNV. Das Areal ist als städtebaulich integriert einzustufen, denn der Standort

- ist räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet,
- liegt im Zusammenhang mit einer bestehenden Bebauung bzw. gliedert sich in diese ein,
- liegt für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage,
- verfügt über qualifizierte Wohnanteile innerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes (Nahbereich) und
- über eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung.

Somit wird auch dem landesplanerischen Ziel 5.3.2 entsprochen.

■ zu Kap. 5.3.3 - Zulässige Verkaufsflächen (Z):

Gemäß der Begründung zu Z 5.3.1 „sind aufgrund analoger räumlicher Wirkungen auch Agglomerationen

¹⁴ Landesentwicklungsprogramm Bayern (Stand: 1. Januar 2020), S. 76

¹⁵ Landesentwicklungsprogramm Bayern (Stand: 1. Januar 2020), S. 74f.

- von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben
- in räumlich funktionalem Zusammenhang,
- die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind

als Einzelhandelsgroßprojekte erfasst.“¹⁶

Beim Vorhaben handelt es sich um eine Ansiedlung von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben, sodass dieses Kriterium einer landesplanerischen Agglomeration erfüllt ist. Hinsichtlich des räumlich funktionalen Zusammenhangs ist jedoch der Discountermarkt Lidl als separat behandelter Einzelhandelsbetrieb zu sehen, da die zur Erweiterung vorgesehene Bestandsfiliale nicht Teil des gemeinschaftlich geplanten Campus Kirchheim zählt und als ein eigenständiges Vorhaben gesehen werden muss. Aus Kapitel 6.5.4 hinsichtlich der Marktanteile wurde verdeutlicht, dass bei den Sortimenten des kleinteiligen Einzelhandels mindestens 90 % des prospektiven Umsatzes in der Gemeinde Kirchheim (Zone I) generiert werden. Auch bei Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren bindet das Vorhaben durch das geringe Angebot in Kirchheim ebenfalls 70 bzw. 63 % des Umsatzes innerhalb Kirchheims, wodurch keine überregionale Bedeutung abzuleiten ist.

Da das Vorhaben keine erhebliche, überregionale Bedeutung erfüllt, kann entsprechend nicht von einer Agglomeration im Sinne der Landesplanung gesprochen werden. Somit sind im Rahmen der landesplanerischen Beurteilung des Vorhabens die sortimentspezifischen Verkaufsflächenspielräume auf Grundlage maximaler Abschöpfungen im einschlägigen Bezugsraum nicht anzuwenden und das Vorhaben insgesamt als landesplanerisch zulässig zu bewerten.

¹⁶ Landesentwicklungsprogramm Bayern (Stand: 1. Januar 2020), S. 76

8 Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in der Gemeinde Kirchheim b. München geplanten Einzelhandelsentwicklung keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind, sofern die Verkaufsflächen für die Sortimente Apotheke, Sanitätshäuser, Optiker, Uhren/Schmuck sowie Schuhe auf ein verträgliches Maß reduziert werden.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Die Wilhelm Radmer Verwaltung GmbH plant die Quartiersentwicklung Campus Kirchheim in Kirchheim b. München. Für die Quartiersentwicklung sind für Nahrungs- und Genussmittel ein Lebensmittelvollsortimenter, ein Lebensmittel-discounter, ein Biomarkt, ein Getränkemarkt sowie eine Weinhandlung geplant. Die zulässige Verkaufsfläche wird auf insgesamt max. 4.340 m² beschränkt, wovon 1.550 m² die zu erweiternden Verkaufsflächen der beiden Supermärkte sowie des Getränkemarktes darstellen. Neben Nahrungs- und Genussmittel ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit 800 m² vorgesehen sowie drei weitere kleinteilige Einzelhandelsvorhaben mit einer max. Verkaufsfläche von insgesamt 515 m².
- Vor diesem Hintergrund ist die Neuansiedlung und Erweiterung der dargestellten Strukturen am Standort genehmigungsfähig, wenn die Regelfallvermutung im Sinne des § 11 (3) (BauNVO) widerlegt wird.

Im Zuge des Genehmigungsverfahrens ist daher mit vorliegender Auswirkungsanalyse der Nachweis zu erbringen, dass durch die geplante Einzelhandelsentwicklung keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung in der Gemeinde Kirchheim und in den Nachbargemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgelöst werden. Das im Untersuchungsgebiet vorgehaltene nahversorgungsrelevante Sortiment wird flächenseitig bereits heute vorwiegend durch filialisierte Anbieter offeriert. Die Lebensmittelanbieter differenzieren sich hinsichtlich ihrer Ausrichtung auf Zielgruppe, Sortimentsgestaltung bzw. Preisausrichtung, können sich aber in der Gesamtbetrachtung gegenseitig ergänzen.

- Das Planareal befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, ist jedoch als städtebaulich integriert zu bewerten. Dennoch kommt dem Nahversorgungsstandort, an dem das Projektvorhaben geplant ist, bereits zum jetzigen Zeitpunkt eine wichtige Versorgungsfunktion mit Gütern des täglichen Bedarfs für den Ortsteil Kirchheim zu.
- Aufgrund der Siedlungs- und Wettbewerbssituation sowie der Dimensionierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung umfasst das Einzugsgebiet des Vorhabens im Wesentlichen die Gemeinde Kirchheim. Darüber hinaus wird der Campus eine gewisse Ausstrahlungskraft auf die Nachbargemeinden Aschheim, Feldkirchen, Pliening, Poing und den Gemeindeteil Parsdorf in Vaterstetten entfalten.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt auf, dass die als Worst-Case-Szenario berechneten wettbewerblichen Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsentwicklung innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern und Wettbewerbern mit größeren Sortimentsüberschneidungen im Untersuchungsraum zum Tragen kommen werden.
- Zudem wurde dargelegt, dass bei den Umsatzumlenkungen in den Sortimentsbereichen Apotheke, Sanitätshäuser, Optiker, Uhren/Schmuck sowie Schuhe gegenüber zentralen Versorgungsbereichen in Kirchheim sowie in den umliegenden Gemeinden kritische Werte erreicht werden, sodass eine Beeinträchtigung der Funktionalität sowie der wohnortnahen Versorgung nicht auszuschließen ist, wenn die im Worst-Case angesetzte Verkaufsfläche von 231 m² je Sortiment realisiert werden würde.

- Um die Auswirkungen in den genannten Standortlagen auf ein verträgliches Maß abzuschmelzen, ist eine Reduktion der Verkaufsfläche in den Sortimentsbereichen Apotheke, Sanitätshäuser, Optiker, Uhren/Schmuck sowie Schuhe erforderlich. Unter dieser Prämisse können bei der Realisierung der geplanten Ansiedlung des Campus negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung in Kirchheim b. München und die Umlandkommunen mit folgendem Flächenprogramm aus Gutachtersicht ausgeschlossen werden:
 - Nahrungs- und Genussmittel mit max. 4.340 m² VKF
 - Drogerie mit max. 800 m² VKF
 - Sanitätshäuser, mediz./ orthop. Artikel, Hörgeräte mit max. 30 m² VKF
 - Uhren, Schmuck mit max. 60 m² VKF
 - Apotheke mit max. 75 m² VKF
 - Optiker mit max. 85 m² VKF
 - Schuhe mit max. 180 m² VKF
 - Papier-, Büro-, Schreibwaren mit max. 231 m² VKF
 - Zeitungen, Zeitschriften, Bücher mit max. 231 m² VKF
 - Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel mit max. 231 m² VKF
 - Bekleidung mit max. 231 m² VKF
 - Fahrräder und Sport mit max. 231 m² VKF
 - Blumen mit max. 231 m² VKF
 - zoologischer Bedarf mit max. 231 m² VKF
 - Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten) mit max. 231 m² VKF



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

BBE Handelsberatung GmbH

Handwritten signature of Timm Jehne in blue ink.

i.A. Timm Jehne
Teamleiter Standort und Immobilie

Projektleitung
BBE Standortforschung

Handwritten signature of Eva Hauke in blue ink.

i.A. Eva Hauke
Consultant

Bearbeitung
BBE Standortforschung

Handwritten signature of Laura Wimmer in blue ink.

i.A. Laura Wimmer
Consultant

Bearbeitung
BBE Standortforschung

München, 3. Mai 2023