

## Ergänzende Stellungnahme

# Ergänzende Stellungnahme zu verträglichen Verkaufsflächenobergrenzen im Rahmen der Quartiersentwicklung Campus Kirchheim in Kirchheim b. München

---

für die

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

### Ihr Ansprechpartner

**Timm Jehne**  
Head of Real Estate Consulting

**Tel** +49 40 1804 106 34  
**E-Mail** [jehne@bbe.de](mailto: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

Hamburg, 25. April 2024



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Angebotssituation (Stand 05/2023)</b> .....	<b>4</b>
2.1	Zusammenfassung zur Angebotssituation .....	4
<b>3</b>	<b>Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b> .....	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Flächenansatz und Marktanteilsberechnung</b> .....	<b>8</b>
4.1	Einzelhandelszentralität in Kirchheim .....	8
4.2	Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsentwicklung .....	9
4.3	Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung .....	9
<b>5</b>	<b>Auswirkungsanalyse</b> .....	<b>11</b>
5.1	Methodische Vorgehensweise .....	11
5.2	Umsatzumlenkungseffekte / Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche .....	11
<b>6</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>13</b>

## 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. Aktuell erfolgt die Abwägung der im Rahmen der Beteiligung Träger öffentlicher Belange vorgebrachten Einwände zum Bebauungsplan Nr. 14/K „Campus Kirchheim“ durch die Gemeinde Kirchheim bei München.

**Abbildung 1: Entwurf des geplanten Quartiers Campus Kirchheim**



Quelle: Auftraggeber

Das geplante 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 sowie der erneuten Auslage des Bebauungsplans sowie für das weitere Genehmigungsverfahren benötigt der Auftraggeber eine gutachterliche Stellungnahme zu den maximal möglichen Verkaufsflächen ausgewählter Sortimente für die Festsetzungen im Bebauungsplan, für die städtebaulich negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3. BauNVO zu erwarten sind.

Die nachstehenden Ausführungen und Berechnungen basieren hierbei auf der Einzelhandelserfassung vom Dezember 2022 sowie der erstellten Auswirkungsanalyse zum Vorhaben (05/2023) sowie den dazu gehörigen Stellungnahmen.

## 2 Angebotssituation (Stand 05/2023)

Das nachfolgende Kapitel zeigt zusammenfassend die Angebotssituation in den untersuchungsrelevanten Warengruppen im Untersuchungsgebiet.

### 2.1 Zusammenfassung zur Angebotssituation

Im dargestellten Untersuchungsgebiet herrscht eine vielfältige Angebotsstruktur vor. Für die Untersuchung relevant sind die Warengruppen:

- Blumen
- Papier und Schreibwaren
- Geschenkartikel/Haushaltswaren
- Fahrrad und Sport
- Zoologischer Bedarf
- Bettwaren.

Während in den Warengruppen Blumen und Papier- und Schreibwaren eine eher geringe Verkaufsflächenausstattung festzustellen ist, ist in den übrigen relevanten Warengruppe eine hohe Verkaufsflächenausstattung festzuhalten. Gleichwohl konzentriert sich das Angebot im Bereich Geschenkartikel/Haushaltswaren auf das Fachmarktzentrum GE Südost in Aschheim. Im Segment Fahrräder und Sport konzentriert sich das Angebot auf die Fachmarktzentren, ist punktuell auch in zentralen Versorgungsbereichen (NVZ Räter EKZ, Aschheim, Poing) zu konstatieren. Im zoologischen Bedarfsbereich agieren alle Wettbewerber außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Bettwaren sind innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen nicht festzustellen.

**Tabelle 1: Angebotssituation nach Sortimenten und untersuchten Lagen**

	Blumen		Papier- und Schreibwaren		Geschenkartikel/ Haushaltswaren		Fahrrad und Sport		Zoologischer Bedarf	
	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz
	m <sup>2</sup>	Mio. €	m <sup>2</sup>	Mio. €	m <sup>2</sup>	Mio. €	m <sup>2</sup>	Mio. €	m <sup>2</sup>	Mio. €
<b>Kirchheim</b>										
faktischer ZVB	40	0,2			100	0,2				
Brunnen-Center			30	0,1						
NVZ Räter EKZ	60	0,2	50	0,2	50	0,1	600	1,9		
Campus					30	0,1				
restliches Gemeindegebiet										
<b>Pliening</b>										
faktischer ZVB			20	0,1	30	0,1	40	0,1		
restliches Gemeindegebiet							300	0,9		
<b>Aschheim</b>										
faktischer ZVB			40	0,2	30	0,1	300	0,9		
restliches Gemeindegebiet			120	0,4						
Dornach										
FMZ GE Südost					1.800	4,4			550	0,8
<b>Feldkirchen</b>										
faktischer ZVB			30	0,1						
restliches Gemeindegebiet	210	0,6					1.000	2,5		
<b>FMZ Parsdorf</b>	40	0,2							500	1,0
<b>Poing</b>										
faktischer ZVB	30	0,2					100	0,3		
restliches Gemeindegebiet										
NVZ Seewinkel									600	0,9
<b>SUMME</b>	<b>380</b>	<b>1,3</b>	<b>290</b>	<b>1,1</b>	<b>2.040</b>	<b>4,9</b>	<b>2.340</b>	<b>6,7</b>	<b>1.650</b>	<b>2,7</b>

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

### 3 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,<sup>1</sup>
- 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.

---

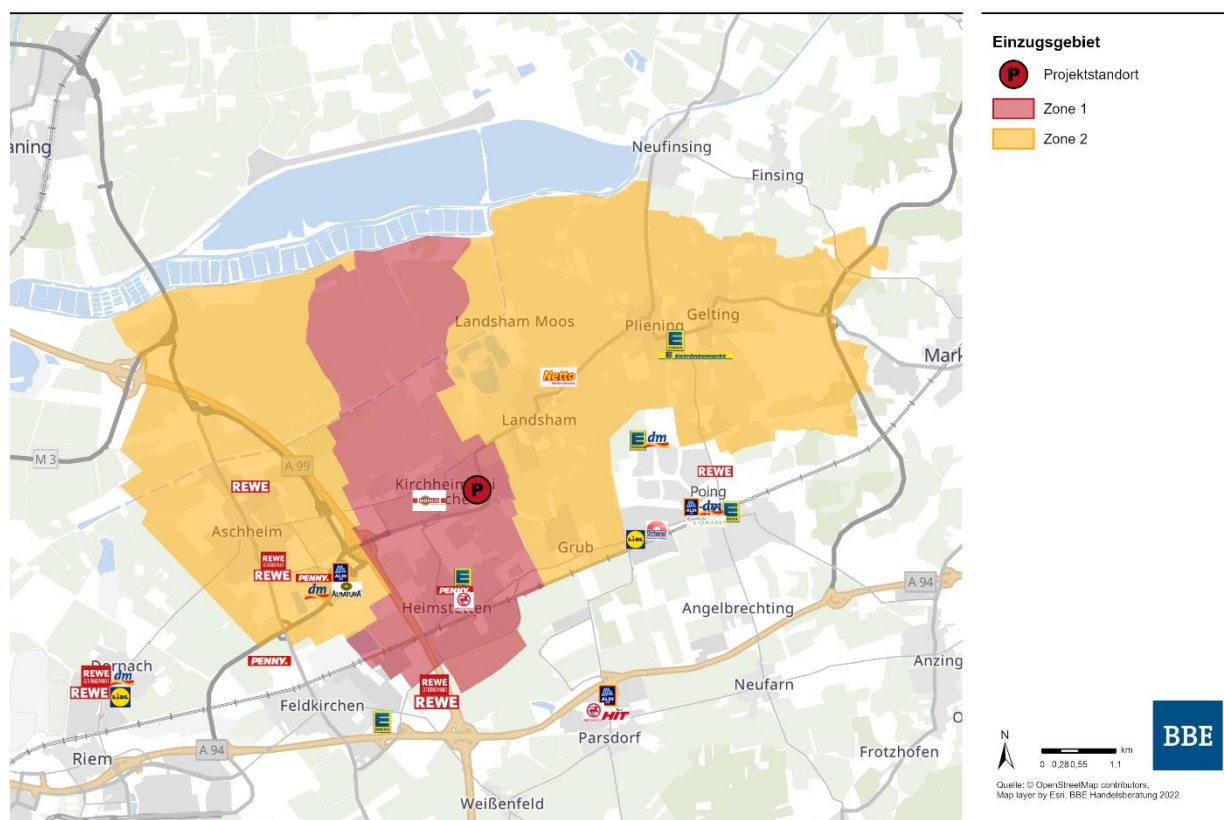
<sup>1</sup> Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (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 2: Einzugsgebiet des Campus Kirchheim**



Quelle: BBE Handelsberatung

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben<sup>2</sup> bei den Warengruppen Papier-, Büro- und Schreibwaren (78 € p.a.), Glas, Porzellan, Haushaltswaren (65 € p.a.), Bettwaren (42 € p.a.), Fahrrad und Zubehör (120 € p.a.), Blumen (26 € 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.

<sup>2</sup> BBE Handelsberatung, IFH Verbrauchsausgaben 2022.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten ein Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt rd. 14,2 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Hiervon entfallen rd. 6,8 Mio. € p.a. auf Zone I und rd. 7,4 Mio. € p.a. auf Zone II des abgegrenzten Einzugsgebietes.

**Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten**

	Warengruppenspezifisches Nachfragevolumen nach Zonen		
	Zone I <sup>1)</sup>	Zone II	Gesamt
<b>Einwohner absolut</b>	<b>13.739</b>	<b>14.993</b>	<b>28.732</b>
<b>Sortimente</b>	<b>in Mio. €</b>	<b>in Mio €</b>	<b>in Mio €</b>
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
Fahrrad und Sport	1,5	1,7	3,1
Blumen	1,1	1,2	2,3
Zoologischer Bedarf	1,0	1,1	2,1
<b>Gesamt</b>	<b>6,8</b>	<b>7,4</b>	<b>14,2</b>

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

Insgesamt ist das Potenzial den relevanten Warengruppen des aperiodischen Bedarfs eher als knapp bemessen zu bewerten, was sich auch in den nachfolgenden Berechnungen zu den maximalen Verkaufsflächen zeigt.

## 4 Flächenansatz und Marktanteilsberechnung

### 4.1 Einzelhandelszentralität in Kirchheim

Als Grundlage zur Berechnung verträglicher Verkaufsflächen hilft ein Blick auf die aktuellen Zentralitäten in den ausgewählten Sortimenten. Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten, die auch Aussagen zur Versorgungsbedeutung des Einzelhandels zulässt. Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Kirchheimer Einzelhandels und örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial dar.

**Tabelle 3: Handelszentralität Kirchheim bei München**

Warengruppe	Marktpotenzial NuG	Realisierter Umsatz	Handelszentralität
	in Mio. €	in Mio. €	Index
Blumen	1,4	0,3	23
Papier/ Schreibwaren	1,8	0,3	17
Geschenkartikel/Haushaltswaren	1,1	0,4	35
Fahrrad und Sport	1,5	1,9	128
Zoologischer Bedarf	1,1	0,4	33

Quelle: BBE Handelsberatung 2024, eigene Berechnungen, Werte gerundet.

Die Analyse zeigt, dass mit Ausnahme im Segment Fahrräder und Sport in allen Warengruppen sehr niedrige Handelszentralitäten festzustellen sind, sprich ein nicht unerheblicher Anteil der Kaufkraft in umliegende Zentren abfließt, sodass gewisse Rückholpotenziale festzuhalten sind. Gleichwohl dürften sich diese unter Berücksichtigung der absoluten Höhe des vorhandenen Potenzials in Grenzen halten.



## 4.2 Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsentwicklung

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der originären Auswirkungsanalyse für das Vorhaben vom Mai 2023, der aktuellen Ausstattung in der relevanten Warengruppen in Kirchheim, der jeweiligen Wettbewerbssituation sowie den potenzielseitigen Rahmenbedingungen ergeben sich folgende Flächen-/Umsatzprognosen:

**Tabelle 4: Prospektive Raumleistung und max. Umsatz kleinteiliger Einzelhandel**

Flächenprogramm	VK in m <sup>2</sup>	€ pro m <sup>2</sup> p.a.	max. Umsatz in Mio. € p.a.
Blumen	240	3.000	0,7
Papier-, Büro-, Schreibwaren	231	2.000	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	231	2.300	0,5
Fahrräder und Sport	231	3.000	0,7
zoologischer Bedarf	231	2.500	0,6
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten) <sup>1)</sup>	320	1.700	0,5

Quelle: BBE Handelsberatung 2024, eigene Berechnungen, Werte gerundet. <sup>1)</sup> Qualitative Untersuchung.

Im Vergleich zur Auswirkungsanalyse vom Mai 2023 sind nur geringfügige Verkaufsflächenerhöhungen festzustellen. Zur Modellierung des Worst-Case-Szenarios wurde von den durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Struktur- und Marktdaten Bayern ausgegangen. Um den potenzielseitigen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen, wurden in einzelnen Warengruppen abweichende Flächenleistungen zu Grunde gelegt. Die angesetzten Flächenproduktivitäten werden mittels der nachfolgenden Berechnung der Marktanteile überprüft.

## 4.3 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung

**Tabelle 5: Prognose der Marktanteile**

Warengruppe	Zone I			Zone II			Gesamt Einzugsgebiet			Umsatz	
	Einzelhandelskaufkraft <sup>1)</sup>	Umsatzrekutierung	in %	Einzelhandelskaufkraft <sup>1)</sup>	Umsatzrekutierung	in %	Einzelhandelskaufkraft <sup>1)</sup>	Umsatzrekutierung	in %	Streuumsatz	Objekt gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in €	in %	in Mio. €	in €	in %	in Mio. €	in Mio. €
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,4	0,4	29,3	1,5	0,1	4,1	2,9	0,5	16,6	0,0	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1,1	0,5	41,8	1,2	0,1	4,1	2,4	0,5	22,3	0,0	0,5
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	0,7	0,4	55,5	0,8	0,1	18,3	1,5	0,5	36,3	0,0	0,5
Fahrrad und Sport	1,5	0,6	44,1	1,7	0,1	3,0	3,1	0,7	22,1	0,0	0,7
Blumen	1,1	0,6	57,1	1,2	0,1	8,2	2,3	0,7	31,3	0,0	0,7
Zoologischer Bedarf	1,0	0,5	51,8	1,1	0,1	5,6	2,1	0,6	28,0	0,0	0,6
<b>Sortiment gesamt</b>	<b>6,8</b>	<b>3,1</b>	<b>45,0</b>	<b>7,4</b>	<b>0,5</b>	<b>6,2</b>	<b>14,2</b>	<b>3,5</b>	<b>24,9</b>	<b>0,0</b>	<b>3,5</b>
Rundungsdifferenzen möglich											

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet;

Wie der vorstehenden Tabelle zu entnehmen ist, ist bei den unterstellten Umsätzen insgesamt auszugehen, dass dieser zu mehr als 85 % mit Kunden aus Zone I (Gemeinde Kirchheim) generieren wird. Dabei wird über alle Warengruppen hinweg in Zone I rd. 45 % der relevanten Kaufkraft gebunden, in Zone II rd. 6 %. 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. Insgesamt zeigen die Berechnungen zur räumlichen Umsatzrekrutierung, dass der von den Gutachtern gewählte flächen- und umsatzseitige Ansatz in der Analyse zum verträglichen Flächenprogramm dem geforderten Worst-Case-Ansatz gerecht wird.

## 5 Auswirkungsanalyse

### 5.1 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 Vorhabens.

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.

### 5.2 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. Die Sortimente **Bekleidung, Papier- und Schreibwaren, Bücher, Geschenkartikel/Haushaltswaren, Blumen, Fahrrad und Sport, Zoologischer Bedarf** sind aus gutachterlicher Sicht mit 231 m<sup>2</sup> respektive

240 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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.

**Tabelle 6: Umsatzumlenkung kleinteiliger Einzelhandel**

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

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH 2024, eigene Berechnung; (\*) keine Angabe (Werte kleiner 0,1 Mio. € bzw. unter 1 %). Rundungsdifferenzen möglich.

Der Besatz 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.

Im Segment der **Bettwaren** ist aktuell kein Wettbewerb innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche festzustellen, sodass negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können. Gleichwohl setzen die potenzielseitigen Rahmenbedingungen in Kirchheim und dem Einzugsgebiet dem prospektiven Verkaufsflächenumfang deutliche Grenzen.

## 6 Fazit

**Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass die berechneten Verkaufsflächenobergrenzen mit keinen städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen einhergehen.**

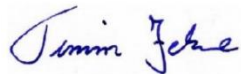
Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Die Analyse der Bestandssituation zeigt, dass im Untersuchungsraum in die Warengruppen Blumen und Papier- und Schreibwaren eine eher geringe Verkaufsflächenausstattung festzustellen ist. In den übrigen Warengruppen sind teilweise hohe Verkaufsflächenausstattungen zu konstatieren, die gleichwohl überwiegend in den umliegenden Fachmarktzentren, sprich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche lokalisiert sind. Im zoologischen Bedarfsbereich agieren alle Wettbewerber außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Bettwaren sind ebenfalls nicht innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen festzustellen.
- Im zu Grunde gelegten Einzugsgebiet ist in den untersuchungsrelevanten Warengruppen eine limitierte Nachfrageplattform zu konstatieren, was den prospektiven Verkaufsflächenumfang in der Projektentwicklung einschränkt.
- Das unter Berücksichtigung der wettbewerblichen und potenzielseitigen Rahmenbedingungen unterstellte Flächenprogramm entspricht in etwa den bereits geprüften Verkaufsflächen aus der Auswirkungsanalyse vom Mai 2023. Der Prüfungsumfang der relevanten Warengruppen rangiert zwischen 231 m<sup>2</sup> und 240 m<sup>2</sup>, lediglich im Segment der Bettwaren ist eine höhere Verkaufsflächenausstattung von 320 m<sup>2</sup> überprüft worden. Ein Abgleich der unterstellten Umsatzeleistungen mit dem vorhandenen Potenzial zeigt, dass zur Umsatzerreichung ambitionierte, noch machbare Abschöpfungen im Einzugsgebiet erzielt werden müssen, wobei das Gros des Umsatzes in der Zone I, sprich der Gemeinde Kirchheim bei München, generiert werden muss. Insofern wird in dieser Analyse dem geforderten Worst-Case-Ansatz Rechnung getragen. Auch die aus den unterstellten Obergrenzen resultierenden Handelszentralitäten liegen auf einem für ein Grundzentrum realistischem Niveau.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt auf, dass die berechneten wettbewerblichen Auswirkungen der unterstellten Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern und Wettbewerbern mit größeren Sortimentsüberschneidungen im Untersuchungsraum zum Tragen kommen werden.
- Die als verträglich einzustufenden Verkaufsflächenobergrenzen am Standort Campus Kirchheim gliedern sich wie folgt:
  - Papier-, Büro-, Schreibwaren mit max. 240 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel mit max. 231 m Verkaufsfläche
  - Fahrräder und Sport mit max. 231 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - Blumen mit max. 240 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - zoologischer Bedarf mit max. 231 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten) mit max. 320 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

---

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

A handwritten signature in blue ink that reads 'Timm Jehne'.

i.A. Timm Jehne

Teamleiter Standort und Immobilie

Projektleitung

BBE Standortforschung

Hamburg, 25. April 2024