

Auswirkungsanalyse

Möbelstandort im Gewerbe- und Industriepark Bingen-Sponsheim/ Grolsheim

- Aktualisierung 2019 -

für

Kleinpoppen Projekte e.K.
Neuenhofer Straße 39
42657 Solingen

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Senior Consultant)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.
München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Köln, im August 2019

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise.....	4
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung.....	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	5
2	Standortbewertung und Projektbeschreibung	8
2.1	Makrostandort.....	8
2.2	Mikrostandort.....	12
2.3	Projektskizze	17
3	Wettbewerbssituation	20
3.1	Methodische Vorgehensweise	20
3.2	Strukturprägende Möbelanbieter in der Region.....	22
3.3	Zentrale Versorgungsbereiche.....	27
3.3.1	Zentrale Versorgungsbereiche Bingen	28
3.3.2	Haupt- und Nebenzentren der umliegenden Kommunen	30
3.3.3	Fazit	48
4	Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen	50
4.1	Einzugsgebiet.....	50
4.2	Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet	55
5	Exkurs: Aktuelle Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum (vor Projektrealisierung).....	58
6	Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen.....	59
6.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	59
6.2	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	64
6.3	Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens	75
6.4	Bewertung der Übereinstimmung mit den landesplanerischen Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV).....	80
7	Fazit.....	84
8	Anhang.....	86

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Zentralörtliche Gliederung der Region.....	9
Abbildung 2	Zentren- und Standortstruktur der Stadt Bingen	11
Abbildung 3	Luftbild zum Standortumfeld des Planvorhabens	12
Abbildung 4	Regionaler Raumordnungsplan (Ausschnitt).....	13
Abbildung 5	Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim des Einzelhandelskonzeptes	15
Abbildung 6	Flächennutzungsplan der Stadt Bingen.....	16
Abbildung 7	Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses und Möbel-Mitnahmemarktes	18
Abbildung 8	Wettbewerbsrelevante Möbelanbieter im Untersuchungsraum.....	25
Abbildung 9	Möbelanbieter ab 2.500 m ² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum	26
Abbildung 10	Zentraler Versorgungsbereich Bingen-Innenstadt.....	29
Abbildung 11	Untersuchungsrelevante zentrale Versorgungsbereiche	31
Abbildung 12	Projektrelevanter Einzelhandel im Untersuchungsraum	43
Abbildung 13	Einzugsgebiet	54
Abbildung 14	Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet	56
Abbildung 15	Projektrelevantes Nachfragevolumen nach Sortimenten	57
Abbildung 16	Kaufkraftbewegungen bei Möbeln (vor Projektrealisierung).....	58
Abbildung 17	Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens.....	60
Abbildung 18	Einordnung der Planumsätze in den Vergleich der Flächenleistungen ausgewählter Möbelhändler in Deutschland.....	61
Abbildung 19	Umsatzerwartung nach Sortimenten	63
Abbildung 20	Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte	67
Abbildung 21	Kaufkraftbewegungen bei Möbeln nach Projektrealisierung	74
Abbildung 22	Zentrenrelevanz der untersuchten Sortimente in den Umlandkommunen mit entsprechender Sortimentsliste	86

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die KPP Kleinpoppen Projektentwicklung (Solingen) beabsichtigt, im Gewerbe- und Industriepark Bingen-Sponsheim/ Grolsheim einen Möbelstandort der XXXL-Gruppe zu errichten. Nach der aktuellen Planung sollen ein Möbelhaus (XXXL) und ein Mitnahmemarkt (Mömax) mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 35.000 m² errichtet werden. Der Anteil der innenstadtrelevanten Randsortimente gemäß Binger Sortimentsliste soll bei insgesamt max. rd. 6 % (2.250 m²) liegen.

Auf Basis der ursprünglichen Planung mit rund 45.000 m² Verkaufsfläche hat die BBE Handelsberatung im April 2014 eine vorhabenbezogene Auswirkungsanalyse vorgelegt, die im Zusammenhang mit einer von 2014 bis 2019 geführten rechtlichen Auseinandersetzung zwischen der Stadt Bingen und dem Land Rheinland-Pfalz durch eine von der SGD Süd eingeholte Stellungnahme in Teilen in Frage gestellt wurde. Das OVG Rheinland-Pfalz hat die SGD Süd mit Urteil vom 14.11.2018 (Az. 1 A 10105/18.OVG) verpflichtet, die von der Stadt Bingen beantragte Zielabweichung (Ziel 58 LEP IV) "unter Beachtung der Rechtsauffassung des OVG" neu zu prüfen und zu bescheiden.

Nach dem Urteil ist vor allem die vollständige Ermittlung der "tatsächlichen Grundlagen der anzustellenden Prognose" durchzuführen. Das bedeutet: die der Prognoserechnung zugrunde zu liegende Bestandsanalyse der Angebotsstrukturen ist räumlich und inhaltlich deutlich über den bisherigen Umfang auszuweiten. Weiterhin ist es angezeigt, die seither eingetretenen zahlreichen Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation zu ermitteln und zu berücksichtigen.

Gegenüber der ursprünglich geplanten Verkaufsfläche und Sortimentsaufteilung haben sich einige Veränderungen ergeben. Auch kann nunmehr bei der Bewertung der Wettbewerbswirkungen und der zu erwartenden Umsatzleistung des Vorhabens Berücksichtigung finden, dass mit XXXL/ Mömax ein konkreter Betreiber feststeht.

Auf Basis der aktualisierten und entsprechend umfassender durchgeführten absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Analyse ist dann erneut zu bewerten, inwieweit es infolge der Umsatzumverteilung zu städtebaulich oder landesplanerisch relevanten Auswirkungen kommen kann.

Auf Basis einer Standort- und Marktanalyse sollen dabei zunächst der Makro- und Mikrostandort, das Verkaufsflächen- und Sortimentskonzept, die Wettbewerbssituation, das potenzielle Einzugsgebiet und die erzielbare Umsatzleistung untersucht werden.

Weiterhin ist auf Basis einer Prognose der zu erwartenden Umsatzumverteilungen gegenüber Wettbewerbsstandorten zu beurteilen, ob die Innenstädte und Nebenzentren (zentralen Versorgungsbereiche) der Städte und Gemeinden in der Region von nicht nur unwesentlichen Auswir-

kungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO betroffen sein werden. Auf dieser Basis ist auch zu bewerten, ob das Vorhaben hinsichtlich seiner Dimension und seiner regionalen Ausstrahlung mit den Vorgaben der Regional- und Landesplanung kompatibel ist.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Auswirkungsanalyse basiert auf der Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten und auf Vor-Ort-Recherchen in der Stadt Bingen sowie den umliegenden Städten und Gemeinden. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen durchgeführt bzw. Quellen verwendet:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
 - Vollständige Erhebung aller projektrelevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet, insbesondere
 - in den zentralen Versorgungsbereichen
 - an Ergänzungsstandorten
 - an sonstigen Einzelhandelsstandorten.
- Dabei erfolgt eine Differenzierung nach Sortimenten, Betriebsformen und Haupt-/ Randsortimenten.
- Städtebauliche Analyse aller zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet, in denen projektrelevante Angebotsstrukturen vorhanden sind bzw. aufgrund der zentralörtlichen Versorgungsfunktion vorhanden sein sollten. Zu betrachten sind damit alle Haupt- und Nebenzentren von ober- und mittelzentralen Kommunen bzw. entsprechende Verbünde mehrerer Kommunen,
 - Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
 - Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte und Gemeinden, soziodemografische Kennzahlen),
 - Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten,
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens
- Prognose der erreichbaren Marktanteile im Einzugsgebiet und Ableitung des Planumsatzes.

Darauf aufbauend werden folgende gutachterlichen Bewertungsschritte im Rahmen der Auswirkungsanalyse vorgenommen:

- Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen,
- Prüfung der landes- und regionalplanerischen Rahmenbedingungen sowie der Aussagen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.

In Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"¹) werden die derzeitigen und die durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet,
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet,
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit,

¹ In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.²

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Einzugsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“ für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird er möglicherweise an einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkraftherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandelsansiedlungen auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet geeignet ist.

² Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität gewichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfes (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

2 Standortbewertung und Projektbeschreibung

2.1 Makrostandort

Lage, Verkehrsanbindung und Siedlungsstruktur

Die Stadt Bingen am Rhein ist eine große kreisangehörige Stadt im Landkreis Mainz-Bingen in Rheinland-Pfalz. Sie übernimmt Versorgungsfunktionen als monozentrales Mittelzentrum. Der Mittelbereich umfasst neben der Stadt Bingen die Verbandsgemeinden Rhein-Nahe und Sprendlingen-Gensingen. Die Ortsgemeinden Münster-Sarmsheim, Waldalgesheim, Weiler bei Bingen (alle Verbandsgemeinde Rhein-Nahe) sind gleichzeitig dem übergemeindlichen Nahbereich der Stadt Bingen zugeordnet.³

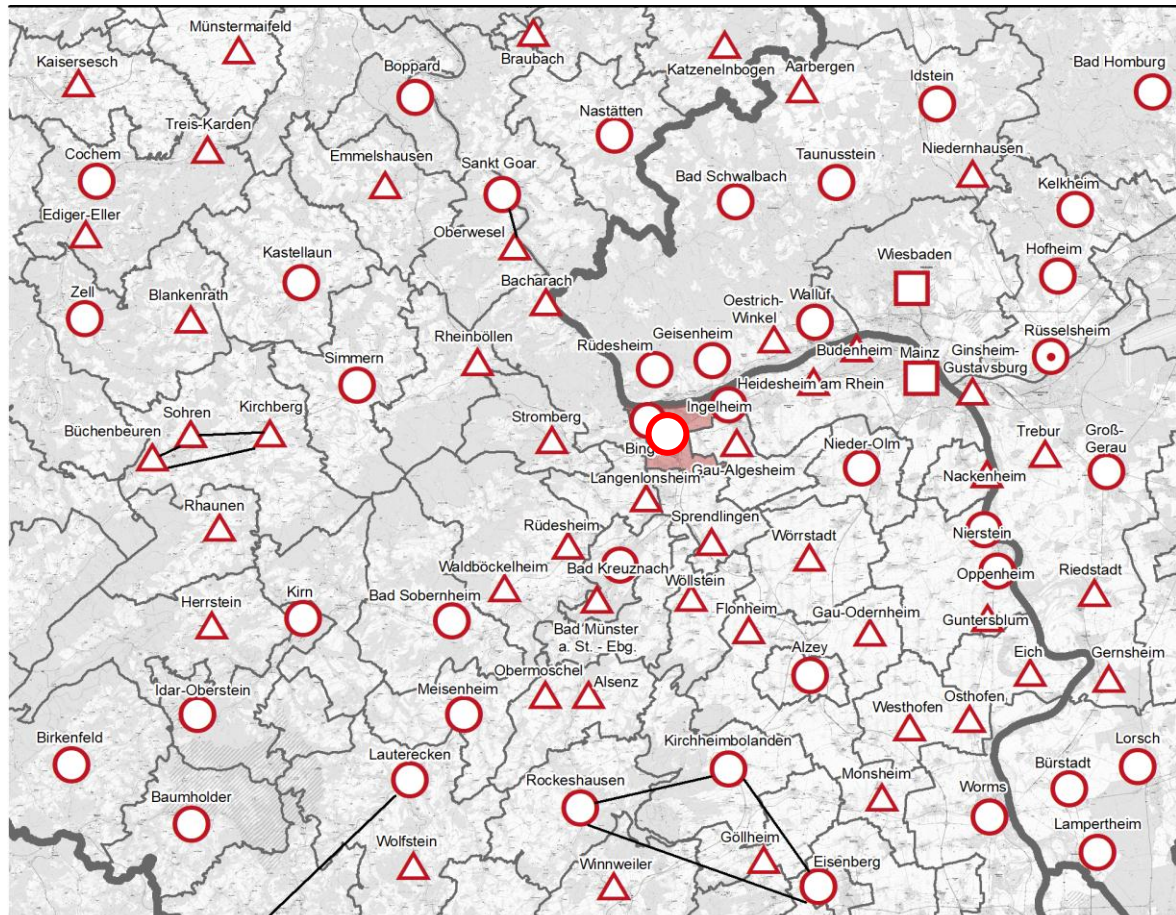
Die Stadt grenzt an die Städte und Ortsgemeinden Ingelheim, Gau-Algesheim, Ockenheim und Appenheim im Osten, Aspisheim, Horrweiler, Gensingen und Grolsheim im Süden, Laubenheim, Münster-Sarmsheim, Weiler und Trechtingshausen im Westen an. Im Norden von Bingen liegt die rechtsrheinische Stadt Rüdesheim am Rhein (Rheingau-Taunus-Kreis). Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Bad Kreuznach, Ingelheim, Nieder-Olm, Simmern und Sankt Goar (vgl. Abbildung 1). Die nächsten Oberzentren Mainz und Koblenz sind ca. 30 bzw. 60 km entfernt. Die Stadt Bingen ist auf den Großraum Mainz und den Ballungsraum Rhein-Main ausgerichtet.

Traditionell ist Bingen durch den Weinbau der umgebenden Weinanbaugebiete Rheinhessen, Mittelrhein, Nahe und Rheingau geprägt. Darüber hinaus weist die Binger Wirtschaftsstruktur einen hohen Dienstleistungsanteil auf. Einen Impuls für die Region liefert auch die technisch-naturwissenschaftlich ausgerichtete Fachhochschule Bingen. Mit mehr als einer Million Gästen pro Jahr stellt der Tourismus einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Aufgrund der überregional günstigen Verkehrsinfrastruktur ist Bingen ein gefragter Logistikstandort. Einen wichtigen Entwicklungsstandort stellt der 120 ha große Gewerbe- und Industriepark im Stadtteil Sponsheim dar, der durch einen Zweckverband der Stadt Bingen, der Verbandsgemeinde Sprendlingen-Gensingen und der Ortsgemeinde Grolsheim entwickelt wird.

Für die überregionale Anbindung der Stadt Bingen sind die Bundesautobahnen A 61 Koblenz - Speyer und A 60 in Richtung Mainz von Bedeutung. Die Bundesstraßen 9, 41 und 50 sowie die Landesstraßen 419, 417, 414 und 214 stellen die wichtigsten Verkehrsachsen dar, welche die Stadt mit den benachbarten Städten und Gemeinden verbinden.

³ Vgl. Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe, Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014 (inkl. Teilfortschreibung 2016)

Abbildung 1 Zentralörtliche Gliederung der Region



Zentralörtliche Gliederung

- Grundzentrum
- Mittelzentrum
- Mittelzentrum mit Oberzentraler Funktion
- Oberzentrum

- Verbandsgemeinden
- Gemeinde Bingen
- Kooperierende Zentren



Kartengrundlage: © BKG 2019,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Quelle: BBE-Darstellung 2019

Die Bahnhöfe Bingen (Rhein) Hauptbahnhof, Bingen-Stadt und Bingen-Gaulsheim stellen den Anschluss an den schienegebundenen Nah- und Fernverkehr her (Nahetalbahn, Regionalverkehr entlang der linken Rheinstrecke und einzelne IC- und EC-Züge). Der öffentliche Personennahverkehr wird mit 7 Stadtbuslinien bedient. Eine Personen-/ Autofähre verbindet Bingen mit der rechtsrheinischen Stadt Rüdesheim.

Das Stadtgebiet von Bingen setzt sich aus den Stadtteilen Büdesheim, Dietersheim, Kempten, Gaulsheim, Bingerbrück, Dromersheim, Sponsheim sowie der Kernstadt zusammen. Die Stadt weist im Jahr 2019 rd. 26.600 Einwohner mit einer starken Konzentration auf die Kernstadt und den Stadt-

teil Büdesheim (zusammen knapp 60 % der Einwohner) auf.⁴ Der Landkreis Mainz-Bingen weist aktuell ca. 209.800 Einwohner auf und hat in den letzten Jahren wie die Stadt Bingen eine positive Einwohnerentwicklung (2007 – 2017: LK +4,1 %, Stadt + 3,5 %) vollzogen.

In der Perspektive bis 2040 wird für den Landkreis Mainz-Bingen entgegen dem landesweiten demografischen Trend (- 2,6 %) eine weiterhin positive Bevölkerungsentwicklung (+ 2,9 %) prognostiziert.⁵

Einzelhandelsstrukturen

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Bingen aus dem Jahr 2014 (Stadtratsbeschluss April 2014) wurden neben dem Hauptzentrum Innenstadt das Nahversorgungszentrum Büdesheim sowie die Ergänzungsstandorte für nicht-innenstadt-relevante Sortimente Fachmarktzentrum Scharlachberg und Gewerbepark Bingen/ Grolsheim (letzterer vor allem Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf) abgegrenzt (vgl. Abbildung 2).⁶

Der Binger Innenstadt kommt eine gesamtstädtische bzw. teilweise übergemeindliche Versorgungsfunktion zu. Das Nahversorgungszentrum Büdesheim ist vor allem auf die Versorgung des Stadtteils Büdesheim ausgerichtet. Die Ergänzungsstandorte übernehmen die Funktion, als Agglomerationsstandorte des nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels eine ergänzende gesamtstädtische und mittelzentrale Versorgung sicherzustellen.

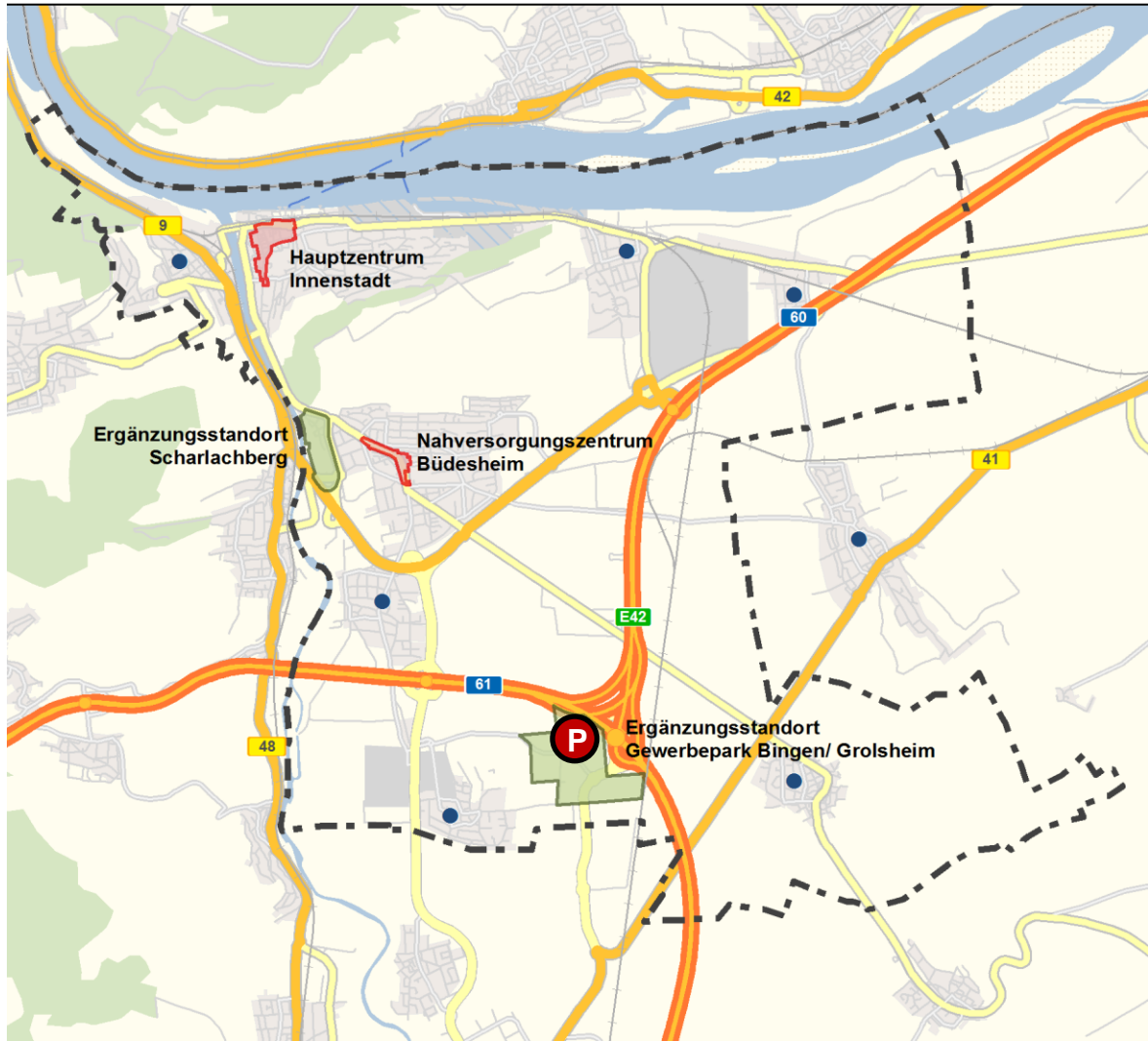
Der Planstandort ist dem ausgewiesenen Ergänzungsstandort „Gewerbepark Bingen/ Grolsheim“ zugeordnet und damit unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des LEP IV als Entwicklungsstandort für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel vorgesehen.

⁴ Stadt Bingen, Stand: 01.06.2019 (nur Hauptwohnsitz)

⁵ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Demografischer Wandel in Rheinland-Pfalz, Fünfte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2017), Mittlere Variante

⁶ Vgl. BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein 2014, S. 51 ff.

Abbildung 2 Zentren- und Standortstruktur der Stadt Bingen



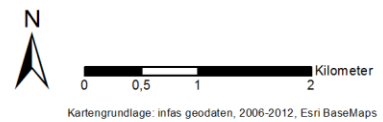
Zentrenkonzept

- Zentraler Versorgungsbereich

- Ergänzungsstandort für nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel

- Nahversorgungsstandort

- Stadtgrenze Bingen



Quelle: BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein 2014, S. 52

2.2 Mikrostandort

Das Projektareal im Gewerbepark Bingen/ Grolsheim nimmt eine Lage im südlichen Binger Stadtteil Sponsheim – ca. 6,5 km von der Innenstadt entfernt – ein. Im Umfeld des aktuell ungenutzten Geländes befinden sich ein Autohof mit Tankstelle und Gastronomiebetrieben, ein Lebensmittel Cash- & Carry-Handel, ein Großhandel für Malerbedarf, Kfz-Handwerksbetriebe und die Kfz-Zulassungsstelle Bingen. Im weiteren Umfeld des durch das Autobahndreieck Nahetal geprägten Standortes sind zahlreiche Betriebs- und Lagerstätten von Logistikunternehmen ansässig. Zur Entwicklung, Erschließung und Vermarktung des Gewerbeparks wurde ein Zweckverband von der Stadt Bingen, der Verbandsgemeinde Sprendlingen-Gensingen und der Ortsgemeinde Grolsheim gegründet.

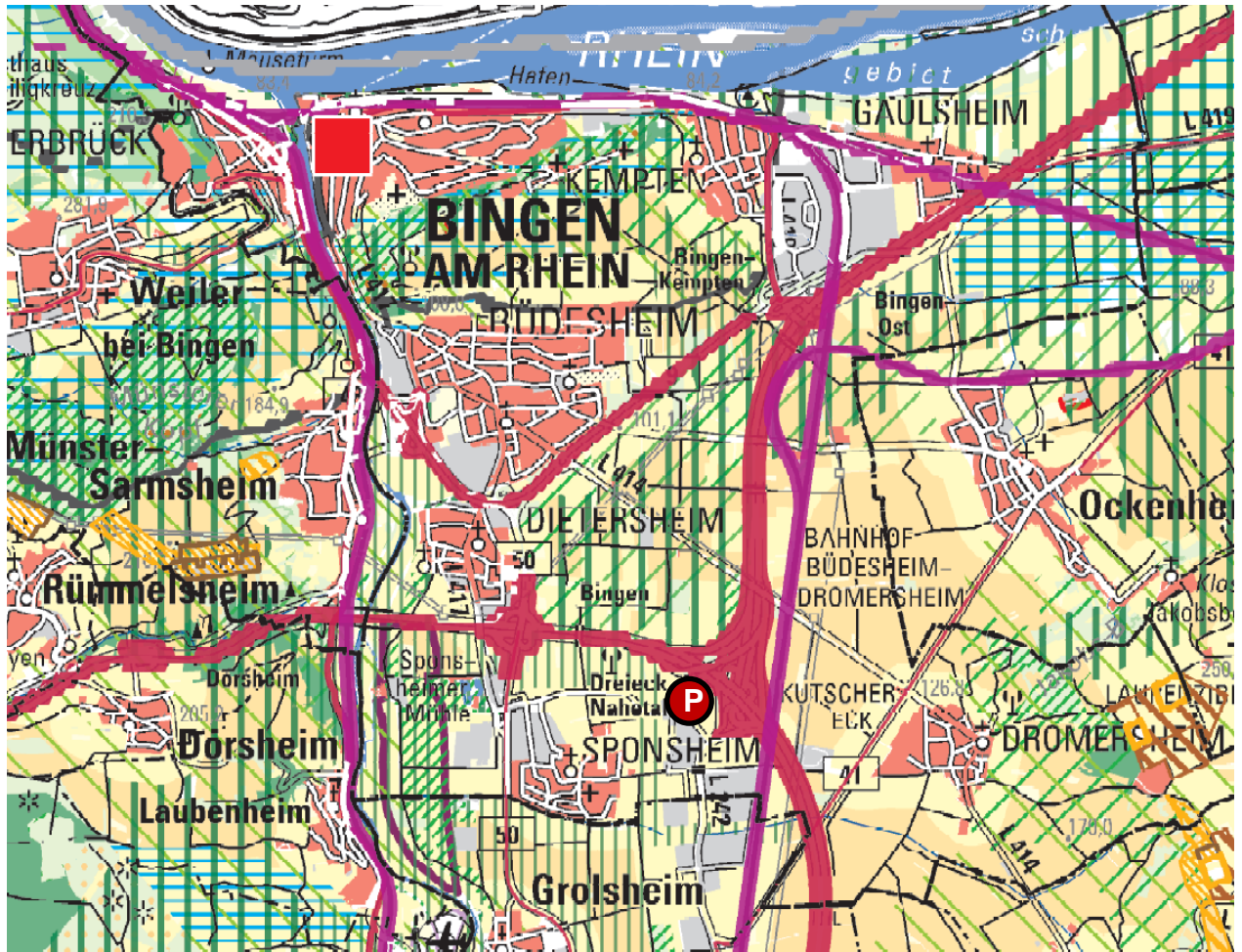
Abbildung 3 Luftbild zum Standortumfeld des Planvorhabens



Quelle: ArcGIS Online, BBE-Darstellung 2019

Die Verkehrserschließung des Projektstandortes an der Gustav-Stresemann-Straße erfolgt über die Anschlussstelle Nahetal der Autobahnen A 60 und A 61. Alternativ ist der Standort von der Bundesstraße B 50/ L 400 (Gau-Bickelheim – Bingen) über die Gustav-Stresemann-Straße erreichbar. Die Landesstraße L 242 schafft eine weitere Verbindung aus Richtung Ingelheim. Die nächstgelegene Bushaltestellen „Sponsheim Zulassungsstelle“ ist ca. 250 m entfernt. Aufgrund der direkten Anbindung und Sichtbeziehung, insbesondere zu den Autobahnen A 60 und A 61, verfügt der Planstandort über eine hohe Verkehrsgunst.

Abbildung 4 Regionaler Raumordnungsplan (Ausschnitt)



Quelle: Karte zum ROP Rheinhessen-Nahe 2014/ Teilfortschreibung 2016

Der Regionale Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe weist die Stadt Bingen als „regionalbedeutende Gemeinde mit der besonderen Funktion Gewerbe“ aus. In diesem Zusammenhang wird der Gewerbepark Bingen/ Grolsheim aufgrund der unmittelbaren Lage an den Autobahnen A 60/ A 61 als „Wirtschaftsachse mit überregionaler sowie regionaler Bedeutung“ definiert.⁷ In der Begründung zu dem ergänzenden Grundsatz 19 wird im regionalen Raumordnungsplan ausgeführt, dass „in der Besiedlung von Gewerbegebieten (...) der Logistikbereich und der großflächige Einzelhandel (dominieren), deren Entwicklungen sich zum Teil gegenseitig bedingen und die einen besonders starken Flächenverbrauch verursachen. Um die Entwicklungsmöglichkeiten der Gemeinden langfristig zu sichern, ist es mittelfristig erforderlich flächensparende Konzepte zu entwickeln. Einzelhandel

⁷ Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe, Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe, 2014, Kapitel 2.2.3 Besondere Funktion Gewerbe, Ziel 16 und 17

mit innenstadtrelevantem Sortiment soll in Gewerbegebieten keinen Platz finden und auf verbrauchernähere Standorte verwiesen werden. Bebauungspläne sollen dies berücksichtigen, bestehende Bebauungspläne sind ggf. anzupassen.“⁸

Damit ist die Ansiedlung eines großflächigen Möbelhauses mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment grundsätzlich mit den raumordnerischen Zielen zur gewerblichen Funktion vereinbar.

Der Sonderstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim stellt einen Ergänzungsstandort der Stadt Bingen dar, dem im Einzelhandelskonzept die Funktion als Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevantem Einzelhandel (vor allem Möbel/ Einrichtungsbedarf und Bau- und Gartenbedarf) zugewiesen wird. Hierbei handelt es sich um Sortimente/ Betriebstypen, die einen hohen Flächenbedarf aufweisen, der an den bestehenden Standorten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und des Ergänzungsstandortes Fachmarktzentrum Scharlachberg nicht gedeckt werden kann.

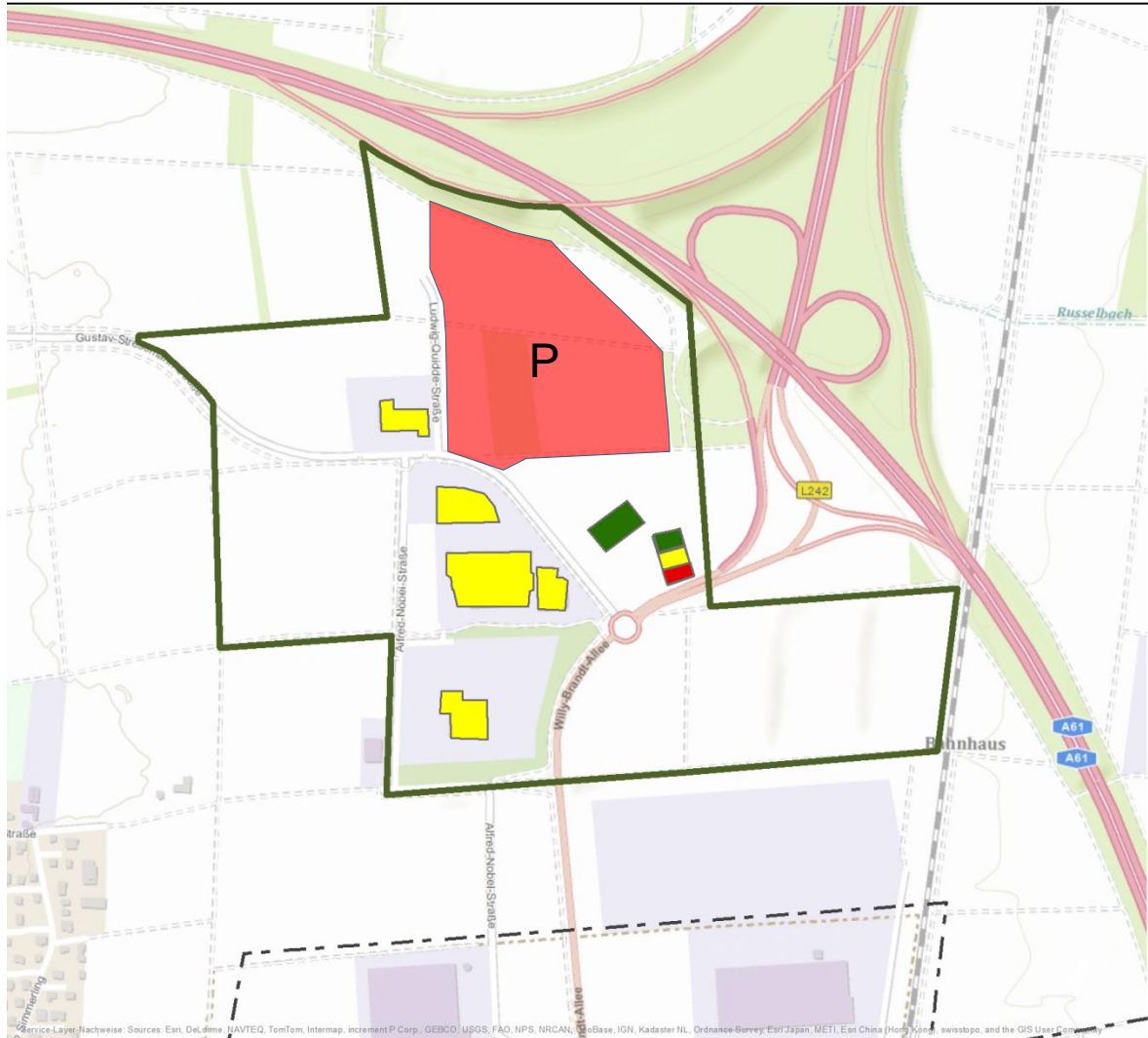
Damit wird der Standort im Einzelhandelskonzept als neuer Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten gemäß LEP IV-Ziel 59 empfohlen (vgl. Abbildung 5), da er eine optimale Verkehrserschließung und eine zentrale Lage im Mittelbereich (Bingen, VG Rhein-Nahe, VG Sprendlingen-Gensingen) aufweist, während im Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Scharlachberg nur noch geringe Entwicklungsflächen im Rahmen einer überwiegend bestandsorientierten Entwicklung vorhanden sind.

Das zulässige Angebotsspektrum soll nach den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes auf die Kernsortimente Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf beschränkt werden. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind hinsichtlich Art und Umfang im Rahmen des Raumordnungsverfahrens/ Zielabweichungsverfahrens festzulegen. Sie stellen eine Auflage des Zielabweichungs-Bescheides dar. Als Vorbereitung sind die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens zu untersuchen.

Der Stadtrat der Stadt Bingen hat in seiner Sitzung am 10.04.2014 das vorliegende Einzelhandelskonzept als Grundlage für weitergehende Planungsentscheidungen beschlossen. Die Standortentwicklung lässt sich somit aus dem Einzelhandelskonzept ableiten.

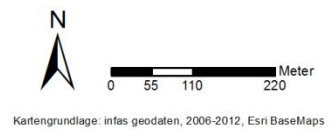
⁸ Ebenda, Begründungen und Erläuterungen zu G 19, Seite 20

Abbildung 5 Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim des Einzelhandelskonzeptes



**Ergänzungsstandort
Gewerbepark Bingen/ Grolsheim**

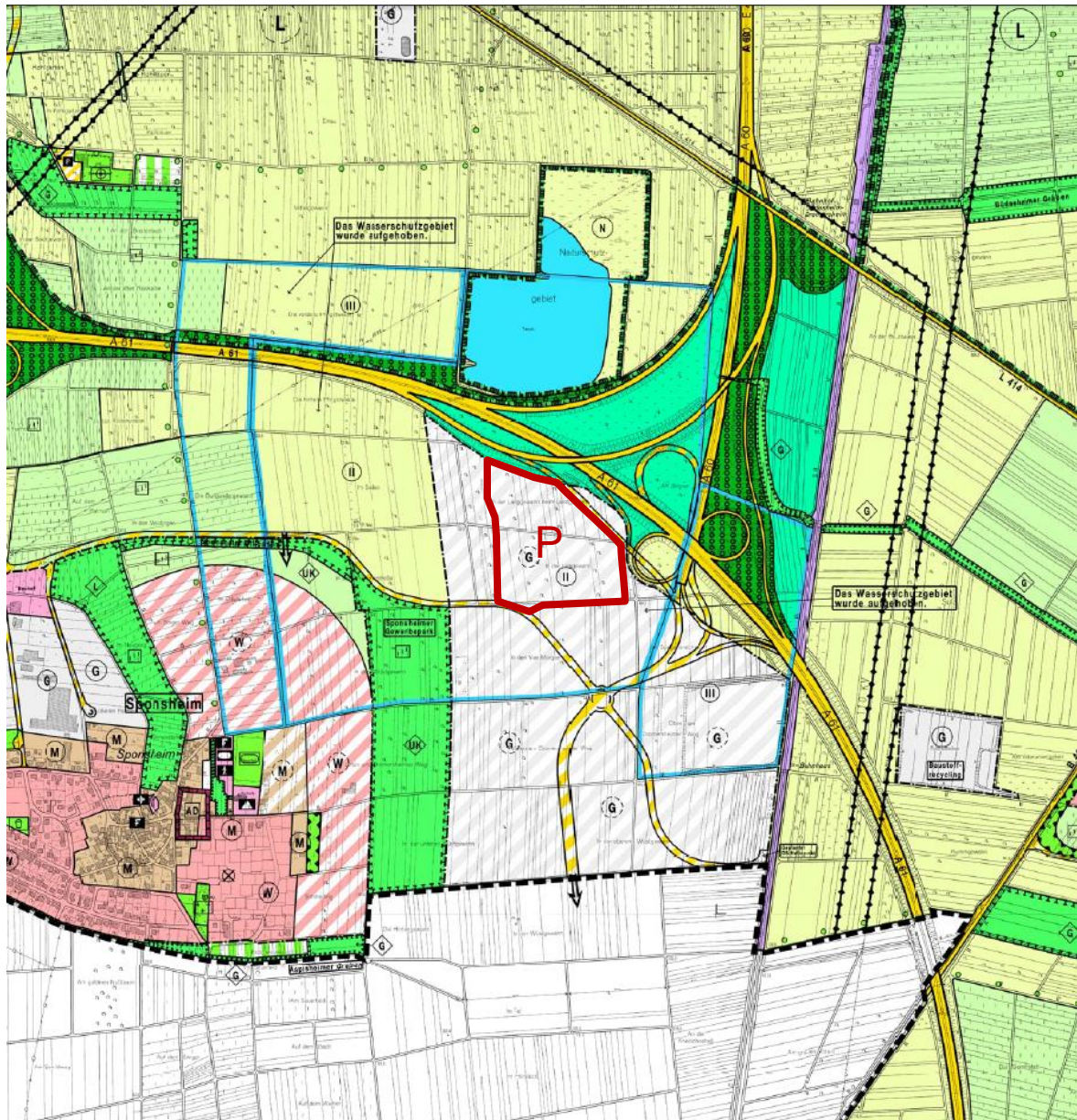
- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Ergänzungsstandort
- Stadtgrenze Bingen



Quelle: BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein 2014, S. 63, BBE-Darstellung 2019

Im Flächennutzungsplan (Stand: 1998) ist der Projektstandort als gewerbliche Baufläche dargestellt (vgl. Abbildung 6). Vor diesem Hintergrund wird eine Änderung des Flächennutzungsplanes und die Aufstellung eines Bebauungsplanes gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (Bau-NVO) erforderlich.

Abbildung 6 Flächennutzungsplan der Stadt Bingen



Quelle: Stadt Bingen, Stand:1998

2.3 Projektskizze

Am Standort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim ist die Errichtung eines Möbelhauses mit rd. 27.000 m² Verkaufsfläche und eines Möbel-Mitnahmemarktes mit rd. 8.000 m² Verkaufsfläche geplant. Das geplante Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept sieht den Sortimentsschwerpunkt bei Möbeln/ Küchen mit ca. 83 % der Verkaufsfläche vor. Darüber hinaus ist eine Reihe von einrichtungsbezogenen Randsortimenten projektiert, die das Möbelangebot in marktüblicher Form abrunden und hinsichtlich der Dimensionierung von untergeordneter Bedeutung sind.

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde die Binger Sortimentsliste beschlossen, die aufbauend auf den Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente für die Stadt Bingen festlegt. Dabei wurden die innenstadtrelevanten Leitsortimente des LEP IV berücksichtigt. Innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Dagegen sind als nicht-innenstadtrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Gemäß der Binger Sortimentsliste sind folgende Sortimente der projektierten Möbelanbieter als **nicht-innenstadtrelevant** zu bewerten:⁹

- Möbel (inkl. Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Garten- und Campingmöbel, Korbwaren)
- Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)
- Teppiche
- Farben, Tapeten, Vorhänge und Bodenbeläge
- Kinderwagen/ Kindersitze.

⁹ Vgl. BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein, Februar/ März 2014, S. 66 ff, abweichend von den innenstadtrelevanten Leitsortimenten des LEP IV werden für die Stadt Bingen Teppiche, Baby- und Kinderartikel (insbesondere Kinderwagen, Autositze etc., nicht Bekleidung, Spielwaren) als nicht-innenstadtrelevant bewertet.

Dagegen sind folgende projektrelevante Sortimente gemäß Binger Sortimentsliste als **innenstadt-relevant** zu bewerten:

- Haushaltstextilien (inkl. Haus-, Tisch- und Bettwäsche)
- Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
- Keramische Erzeugnisse, Glaswaren (GPK), Haushaltsgegenstände (inkl. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)
- Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel
- Babyausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren).

Das Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des Planvorhabens im Bereich Wohnen und Einrichten stellt sich unter Berücksichtigung der **Binger Sortimentsliste** der innenstadt- bzw. nicht-innenstadtrelevanten Sortimente wie folgt dar:

Abbildung 7 Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses und Möbel-Mitnahmemarktes

Sortimente	Möbelhaus	Möbel-Mitnahmemarkt	Planvorhaben gesamt	
	Verkaufsfläche in m ²			in %
Möbel, Küchen	22.524	6.410	28.934	83
Bettwaren	1.215	240	1.455	4
Teppiche	950	300	1.250	4
Farben, Vorhänge, Bodenbeläge	461	200	661	2
Kinderwagen/ Kindersitze	400	50	450	1
Nicht-innenstadtrelev. Sortimente ges.	25.550	7.200	32.750	94
Haus- und Heimtextilien	375	200	575	2
Lampen, Leuchten	350	150	500	1
GPK*, Haushaltswaren	350	220	570	2
Bilder/ Rahmen, Deko-/Geschenkartikel	150	130	280	1
Babyausstattung	125	-	125	(*)
Aktionsfläche**	100	100	200	(*)
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	1.450	800	2.250	6
Gesamt	27.000	8.000	35.000	100

* Glas, Porzellan, Keramik
 - nicht geplant; (*) im Jahresverlauf wechselnde Sortimente
 (***) < 1 %
 Quelle: BBE-Berechnungen 2019 unter Berücksichtigung der Angaben des Auftraggebers und der Binger Sortimentsliste (Werte gerundet)

Die projektierte Gesamtverkaufsfläche beider Möbelmärkte beträgt 35.000 m². Den Schwerpunkt des Planvorhabens bilden mit rd. 83 % bzw. rd. 28.934 m² Verkaufsfläche die Möbel- und Küchensortimente (vgl. Abbildung 7). Die Möbelbetriebe werden neben dem Möbelkernsortiment weitere einrichtungsbezogene Sortimente führen. Die sonstigen nicht-innenstadtrelevanten Sortimente (Bettwaren, Teppiche, Farben/ Vorhänge/ Bodenbeläge und Kinderwagen/ Kindersitze) nehmen hierbei eine Verkaufsfläche von 3.030 m² bei dem projektierten Möbelhaus (ca. 11 % der Verkaufsfläche) und ca. 790 m² bei dem Möbelmitnahmemarkt (ca. 10 %) ein. Auf die innenstadtrelevanten Sortimente entfallen nach dem vorgelegten Sortimentskonzept insgesamt ca. 6 % der projektierten Gesamtverkaufsfläche (ca. 2.250 m² Verkaufsfläche). Im Möbelhaus belegen die innenstadtrelevanten Sortimente max. 1.450 m² Verkaufsfläche (ca. 5 %), im Möbelmitnahmemarkt max. 800 m² (ca. 10 %). Dabei liegen die Angebotsschwerpunkte bei Haus- und Heimtextilien, Lampen/ Leuchten und Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK)/ Haushaltswaren (je 500 – 570 m²). Darüber hinaus werden Bilder/ Rahmen/ Deko-/ Geschenkartikel und Babyausstattungsartikel auf Verkaufsflächen von ca. 125 – 280 m² angeboten. Für eine Aktionsfläche (wechselnde Nebensortimente) sind insgesamt ca. 200 m² projektiert.

Im Verhältnis zu anderen Möbelhäusern weist das Planvorhaben damit eine sehr geringe Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente auf.¹⁰

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente des Planvorhabens – unabhängig von der Zentrenrelevanz gemäß Binger Sortimentsliste – bezüglich ihrer wettbewerblichen Auswirkungen untersucht.¹¹ Somit können die durch die geplanten Ansiedlungen induzierten Umverteilungseffekte und die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen für jedes untersuchungsrelevante Sortiment aufgezeigt werden.

¹⁰ Vgl. hierzu auch die Verkaufsflächenaufteilung der strukturprägenden Möbelanbieter in der Region in Kapitel 3.2

¹¹ Die Einstufung der Sortimente hinsichtlich der Innenstadtrelevanz unterscheidet sich zwischen den Gemeinden. Vgl. zur Bewertung der Innenstadtrelevanz der Projektsortimente in den untersuchungsrelevanten Kommunen (vgl. Abbildung 22 im Anhang)

3 Wettbewerbssituation

3.1 Methodische Vorgehensweise

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens und die Ableitung der zu untersuchenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der Wettbewerbsbesatz im räumlichen Umfeld des Projektstandortes von maßgeblicher Bedeutung. Denn die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens hängen in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber ab. Damit ist zunächst die Wettbewerbssituation zu analysieren, um im Anschluss aufbauend auf der Angebots- und Nachfragesituation das betriebliche Einzugsgebiet abgrenzen zu können (vgl. Kapitel 4.1).

Nachstehend wird der Fokus zunächst auf die größeren Möbelanbieter als Hauptwettbewerber der geplanten Möbelhäuser gelegt. Anschließend erfolgt eine Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld. Bei der Erhebung der zentralen Versorgungsbereiche stehen die Innenstädte und Ortsteilzentren im Vordergrund, da bei den Haupt- und Nebenzentren die größten Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben zu erwarten sind.¹²

Die Bestimmung des Untersuchungsraums für die Wettbewerbsanalyse orientiert sich an Fahrzeit-zonen, die aus der Ausstrahlung der geplanten Möbelanbieter (= langfristiger Bedarf), der geplanten Dimensionierung (Gesamtgröße von ca. 35.000 m² Verkaufsfläche) und den Standortrahmenbedingungen (u. a. gute Verkehrserreichbarkeit) resultieren.

Auf Basis zahlreicher eigener empirischer Studien für den Möbeleinzelhandel kann festgestellt werden, dass abhängig von der Wettbewerbssituation mit systemgleichen Betrieben (größeren Möbel- und Einrichtungshäusern) die höchsten Wettbewerbswirkungen für die nächstgelegenen vergleichbaren Angebotsstrukturen eintreten. Die größte Marktbedeutung kann ein Möbelanbieter innerhalb des engeren Einzugsgebietes bei einer Fahrzeit von bis zu 30 Minuten entfalten. In der vorliegenden Wettbewerbsanalyse wird über diesen engeren Bereich auch die angrenzende Fahrzeitzone von bis zu 45 Minuten einer differenzierten Analyse unterzogen, während für den weiteren Umlandbereich nur deutlich geringere Marktwirkungen zu erwarten sind, die sich im Wesentlichen auf die systemgleichen Anbieter beziehen.¹³

¹² Die Nahversorgungszentren können grundsätzlich bei der Betrachtung ausgeklammert werden, da aufgrund der zugewiesenen Versorgungsfunktionen (= Nahversorgung) nur geringe Angebotsüberschneidungen mit den projektieren Möbelmärkten gegeben sind.

¹³ Der Untersuchungsraum orientiert sich an einer maximalen Fahrzeitentfernung von 45-Minuten, naturräumlichen Zäsuren (u. a. Rhein) und der Ausstrahlungskraft vergleichbarer Möbelstandorte (u. a. Wiesbaden, Mannheim, Koblenz, Kaiserslautern und sonstiger Rhein-Main-Raum).

Die Wettbewerbsanalyse bezieht sich somit auf die projektrelevanten Angebotsstrukturen in allen zentralen Orten des Einzugsgebietes (vgl. hierzu auch Kapitel 4.1). Im Einzelnen sind dies

- das **Oberzentrum** Mainz,
- die **Mittelzentren** Bingen, Ingelheim, Nieder-Olm, Oppenheim, Nierstein (LK Mainz-Bingen), Bad Kreuznach, Kirn, Meisenheim, Bad Sobernheim (LK Bad Kreuznach), Alzey (LK Alzey-Worms), Boppard, Sankt Goar¹⁴, kooperierend: Simmern/ Hunsrück – Kastellaun (Rhein-Hunsrück-Kreis), kooperierend: Kirchheimbolanden – Rockenhausen¹⁵ (Donnersbergkreis), Eltville/ Rhein, Geisenheim, Rüdesheim/ Rhein (Rheingau-Taunus-Kreis),
- die **Grundzentren** Budenheim, Nackenheim, Bodenheim, Gau-Algesheim, Guntersblum, Heidesheim/ Rhein, Bacharach, Spredlingen (LK Mainz-Bingen), Langenlonsheim, Waldböckelheim, Rüdesheim, Stromberg (LK Bad Kreuznach), Gau-Odernheim, Flonheim, Westhofen, Wöllstein, Wörrstadt (LK Alzey-Worms), Herrstein, Rhaunen (LK Birkenfeld), Emmelshausen, Oberwesel¹⁶, Rheinböllen, kooperierend: Kirchberg/ Hunsrück – Sohren – Büchenbeuren (Rhein-Hunsrück-Kreis), kooperierend: Alsenz – Obermoschel (Donnersbergkreis), Blankenrath (LK Cochem-Zell), das Unterzentrum Oestrich-Winkel (Rheingau-Taunus-Kreis) und
- die Kleinzentren Kiedrich und Walluf (Rheingau-Taunus-Kreis)

Hier wurde eine vollständige Erhebung aller projektrelevanten Angebotsstrukturen (d. h., auch die untersuchungsrelevanten Teilsortimente von Betrieben mit einem anderen Umsatz- und Verkaufsfächenschwerpunkt) insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstädten und Nebenzentren), an den Ergänzungsstandorten sowie sonstigen Einzelhandelsstandorten durchgeführt. Dabei erfolgt eine Differenzierung nach Sortimenten, Betriebsformen und Haupt-/ Randsortimenten.

Mit Blick auf einen größeren Verflechtungsraum, der vermutlich nicht mehr das perspektivische Einzugsgebiet der Vorhaben abdecken wird, wurden außerdem große Möbelhäuser (ab 10.000 m² Verkaufsfläche) erhoben. Hierzu wurden insbesondere die angrenzenden Bereiche der Region Rhein-Main (vor allem Wiesbaden, Hofheim, Weiterstadt) und der Metropolregion Rhein-Neckar

¹⁴ Der mittelzentrale Verbund umfasst zusätzlich St. Goarshausen und Nastätten, die aufgrund der großen Entfernung nicht mehr zum Untersuchungsraum zählen.

¹⁵ Der mittelzentrale Verbund umfasst zusätzlich die Stadt Eisenberg, die aufgrund der großen Entfernung nicht mehr zum Untersuchungsraum zählt.

¹⁶ im grundzentralen Verbund mit dem Mittelzentrum St. Goar

(vor allem Mannheim, Ludwigshafen, Frankental) sowie die Großstädte Kaiserslautern und Koblenz betrachtet.

Die Größe des Untersuchungsraumes erlaubt es somit auch, die Fernwirkungen der Vorhaben in der Analyse darzustellen. Dabei wird berücksichtigt, dass sich – im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung – die größten Auswirkungen auf das engere Umfeld beziehen. Über den Untersuchungsraum hinausreichende Auswirkungen werden im Rahmen von Streuumsätzen einbezogen.

Aufbauend auf der Erhebung der projektrelevanten Betriebe und Verkaufsflächen erfolgt eine betriebsbezogene Umsatzschätzung (vgl. Abbildung 9 und Abbildung 12).

3.2 Strukturprägende Möbelanbieter in der Region

Die großen Möbelanbieter in der Region sind sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Möbelmärkte von maßgeblicher Bedeutung (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 9).

Die nächstgelegenen **regional bedeutsamen Möbelhäuser ab 10.000 m² Verkaufsfläche** sind in der Rhein-Main-Region vorzufinden. Zu den größten Anbietern im Untersuchungsraum zählen die Einrichtungshäuser Segmüller in Weiterstadt (ca. 50.000 m²), Möbel Martin in Mainz (knapp 45.000 m²), XXXL Mann Mobilia in Wiesbaden (mit Mömax, ca. 42.000 m²) und in Mannheim (mit Mömax, ca. 45.000 m²), Möbel Martin in Kaiserslautern (ca. 30.600 m²), Ikea in Hofheim-Wallau, Mannheim, Kaiserslautern und Koblenz (jeweils ca. 16.500 - 23.500 m²) und Möbel Preiss in Kastellaun (mit Preiss Küchenwelt, ca. 24.000 m²). Diese Anbieter besitzen aufgrund ihrer Größe und ihrer Bekanntheit eine große regionale Ausstrahlungskraft, sodass sie aktuell trotz der großen räumlichen Entfernung auch eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bevölkerung in Bingen und im Umland einnehmen.

Weitere Wettbewerber in der Region sind die Möbelhäuser Segmüller in Mannheim (ca. 13.000 m²), das Einrichtungshaus Ehrmann in Frankental (ca. 13.000 m²) und Möbel Martin in Meisenheim (knapp 10.000 m²). In den Nachbarstädten Ingelheim und Bad Kreuznach sind mit dem Möbelhaus Schwaab – Opti Wohnwelt (mit Küchenwelt Schwaab, ca. 11.000 m²) bzw. Möbel Mayer (ca. 7.200 m²), die Möbelfundgrube (ca. 6.500 m²) mittelgroße Anbieter vorhanden.

Das preisorientierte Wettbewerbsangebot wird u. a. durch die **Möbeldiscountmärkte** Sconto in Simmern/ Hunsrück (ca. 5.300 m²), Roller in Alzey (ca. 6.300 m²) und Mainz-Mombach (ca. 5.700 m²), Ludwigshafen (ca. 7.300 m²) und Mannheim (ca. 6.600 m²), SB Möbel Boss in Mainz-Hechtsheim (ca. 5.000 m²) und in Ludwigshafen (ca. 5.850 m²) und in Worms (ca. 6.000), Poco in Mainz-Bretzenheim (5.700 m²) und Mannheim (4.100 m²) bestimmt.

In der Region Rheinhessen-Nahe wird das Möbelangebot durch kleinere, zumeist **inhabergeführte Möbelgeschäfte** geprägt. Großformatige Einrichtungshäuser – wie die genannten Anbieter vor allem in den Großstädten – sind bisher in der Region Rheinhessen-Nahe nicht ansässig. So übernehmen u. a. die in Ingelheim und Bad Kreuznach ansässigen Möbelanbieter Schwaab – Opti Wohnwelt (mit Küchenwelt Schwaab, ca. 11.000 m²) bzw. Möbel Mayer (ca. 7.200 m²), die Möbelfundgrube (ca. 6.500 m²) eine spezialisierte Möbelversorgung der örtlichen Bevölkerung. Darüber hinaus besteht ein spezialisiertes Küchenangebot (u. a. Plana Küchenland in Ingelheim sowie Küchen Kleie, Küche creativ in Bad Kreuznach).

Auch in den sonstigen Umlandkommunen sichern die wenigen Möbelgeschäfte nur eine durchschnittliche Möbelversorgung. Von Bedeutung sind u. a. die Anbieter Möbel Fuchs in Langenlonsheim, Möbel Erfurth in Nieder-Olm, Küchen Cubi Culina in Gau-Algesheim, Einrichtungshaus Holz in der Mainzer Innenstadt, Küchen Kleie in Mainz-Mombach, Küchen Plus in Mainz-Bretzenheim Wohnraum Mainz und Möbelum in Mainz-Mombach, Küchen Gradinger in Oppenheim.

Für die nördlich angrenzenden Gemeinden in der Region Rheingau übernimmt vor allem der Möbelanbieter Henrich in Geisenheim entsprechende Versorgungsfunktionen, während der Leistungsaustausch über den Rhein hinweg relativ gering ist.

Angesichts der großräumlichen Angebotsstrukturen sind damit zusammenfassend die größten Angebotsüberschneidungen für die Möbelanbieter der Region – Möbel Martin in Mainz, Opti Wohnwelt in Ingelheim und Möbel Mayer bzw. Die Möbelfundgrube in Bad Kreuznach – zu erwarten.

Das Möbelhaus Martin befindet sich gut 30 km östlich von Bingen im Gewerbegebiet Mainz-Hechtsheim. Das Möbelhaus wurde im Jahre 2012 eröffnet und hat sich am Markt etabliert. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage am Autobahnkreuz Mainz-Süd (A 60/ A 63) kann der Anbieter ein räumlich ausgedehntes Marktgebiet erreichen. Der mehrgeschossige Verkaufsraum umfasst eine Verkaufsfläche von knapp 45.000 m² (inkl. Instore – Junges Wohnen) und weist ein umfassendes Möbelsortiment in unterschiedlichen Preislagen und mit verschiedenen Zielgruppenbezügen auf. Im unmittelbaren Umfeld wird das Angebot durch den Möbel-Mitnahmemarkt SB-Möbel Boss ergänzt. Weitere Fachmärkte vor allem mit innenstadtrelevanten Sortimenten sollen im Standortumfeld jedoch nicht mehr realisiert werden.

Nach der Verlagerung von dem innenstadtnahen Traditionsstandort an der Bahnhofstraße belegt das Möbelhaus Schwaab mit dem Haupthaus Opti Wohnwelt und der separaten Küchenwelt zwei Ladenlokale im Ingelheimer Gewerbegebiet Nahering. Der Ergänzungsstandort ist durch eine Vielzahl von Fachmärkten geprägt (u. a. Real, Dänische Bettenlager). Durch die unmittelbare Anbindung an die Autobahn 60 über die Anschlussstelle Ingelheim-West können die Möbel- und Küchenhäuser mit zusammen ca. 11.000 m² Verkaufsfläche ebenfalls eine regionale Ausstrahlungskraft entfalten.

In der Stadt Bad Kreuznach nehmen Möbel Mayer und Die Möbelfundgrube eine Versorgungsbedeutung für die benachbarten Gemeinden ein. Dabei belegt der Anbieter Möbel Mayer einen Standort im Gewerbegebiet Bad Kreuznach-Ost (Bad Schwabenheimer Straße), das als städtebaulich nicht-integrierter Ergänzungsstandort eine Vielzahl von Fachmärkten mit innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten umfasst. Im Umfeld sind u. a. auch spezialisierte Küchen- und Gartenmöbelanbieter vorhanden. Mit ca. 7.200 m² Verkaufsfläche weist das Möbelhaus Mayer auf zwei Etagen ein begrenztes, überwiegend höherpreisiges Angebot auf.

Die Möbelfundgrube belegt einen isolierten Standort in Randlage des Ortsteils Planig und bietet ein eher preisorientiertes Möbelangebot auf ca. 6.500 m² Verkaufsfläche. Beide Standorte sind über die Bundesstraße 41 bzw. 428 verkehrlich gut angebunden. Eine unmittelbare Autobahnanbindung fehlt hingegen.

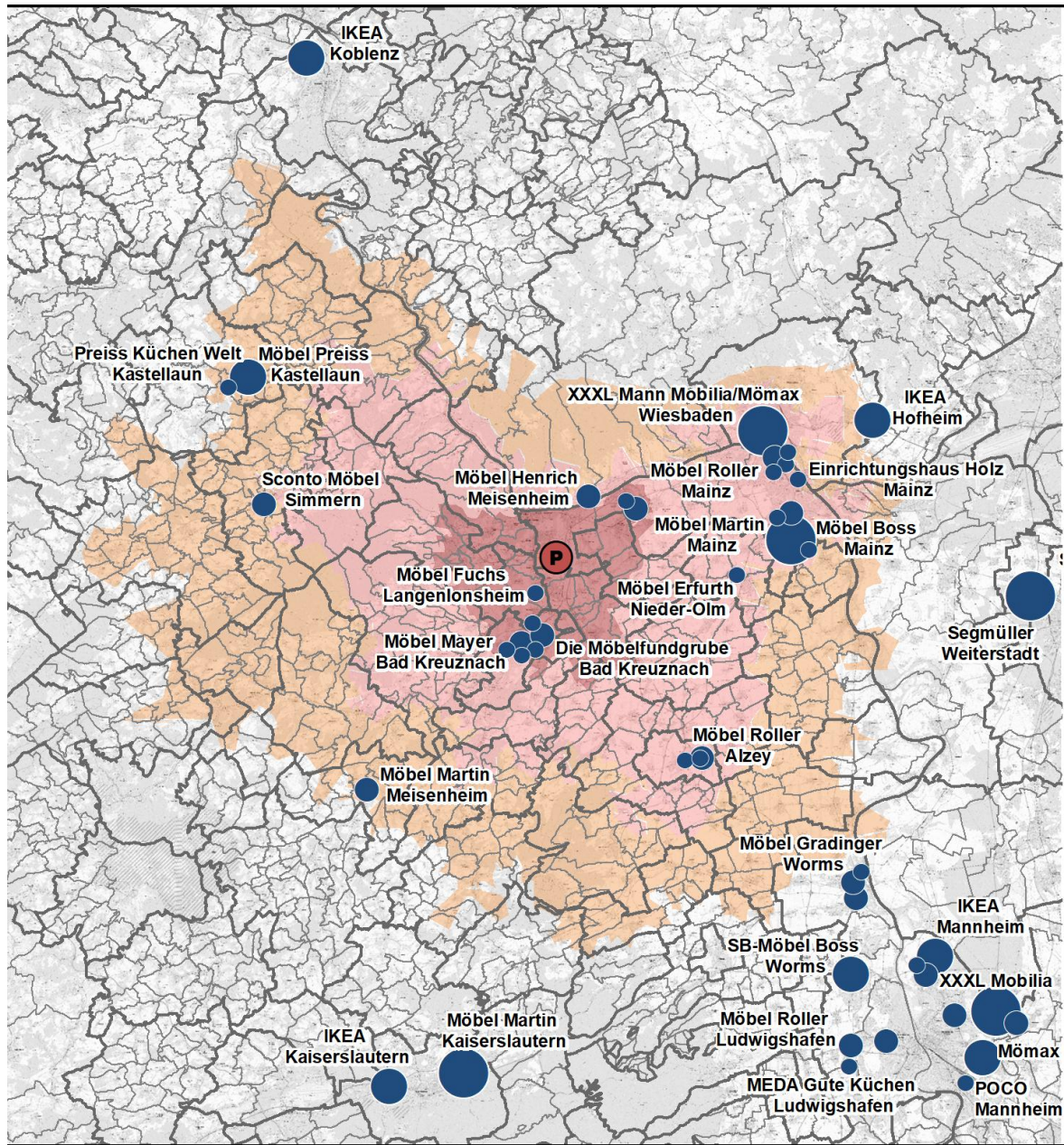
Die genannten drei Anbieter sind in der Region Rheinhessen-Nahe die größten Möbelanbieter mit einem umfassenden Möbelsortiment in den Bereichen Wohnen, Essen, Schlafen und Arbeiten sowie Küchen. Ergänzt wird das Angebot durch die üblichen Randsortimente Hausrat, GPK, Wohneinrichtungsartikel und Heimtextilien. Entsprechend ihrer Größe und des Sortimentsaufbaus sowie der Zielgruppenansprache lassen sich große Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Planvorhaben erwarten.

Weitere wichtige Wettbewerber sind die kleineren Möbelanbieter in Mainz, XXXL Mann-Mobilia in Wiesbaden (ca. 42.000 m²) an der Äppelallee mit unmittelbarer Anbindung über die A 643 (Schiefersteiner Brücke) von Mainz aus sowie Möbel Preiss in Kastellaun (ca. 24.000 m² inkl. separatem Küchenmarkt), der im Jahre 2010 den Geschäftsstandort im Gewerbegebiet Kastellaun-Ost konzentriert hat und insbesondere in die nördliche Hunsrück-Region ausstrahlt.

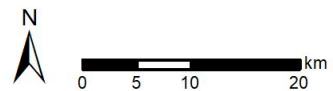
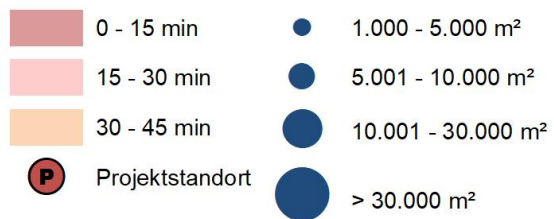
Dagegen ist eine eingeschränkte Wettbewerbsrelevanz für die Möbelanbieter in der Region zu erwarten, die hinsichtlich Attraktivität, Sortimentsausrichtung und Zielgruppenansprache deutlich vom Planvorhaben abweichen. Die Anbieter Möbel Fuchs in Langenlonsheim (ca. 1.000 m²) und Möbel Erfurth in Nieder-Olm (2.800 m²) weisen nur eine lokale Versorgungsbedeutung auf. Auch für die Möbelhäuser Martin in Meisenheim und Henrich in Geisenheim sind nur eingeschränkte Wettbewerbswirkungen zu erwarten.

In der folgenden Abbildung werden die wichtigsten Wettbewerber und Wettbewerbsstandorte kartografisch dargestellt:

Abbildung 8 Wettbewerbsrelevante Möbelanbieter im Untersuchungsraum



Wettbewerbsrelevante Möbelanbieter im Untersuchungsraum



Kartengrundlage: © BKG 2019,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Quelle: BBE-Erhebung 2019

Eine Übersicht der strukturprägenden Wettbewerber im Untersuchungsraum stellt Abbildung 9 dar.

Abbildung 9 Möbelanbieter ab 2.500 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum

Wettbewerber		Erreichbarkeit	Verkaufsfläche	Umsatz (Prognose)
Möbelhaus	Ort	in Min.	in m ²	in Mio. €
Möbelhaus Schwaab - Opti Wohnwelt/ Schwaab Opti Küchenwelt	Ingelheim	< 15	11.000	20,3
Möbel Mayer	Bad Kreuznach	< 15	7.200	11,8
Die Möbelfundgrube	Bad Kreuznach	< 15	6.500	7,7
Sconto Möbel	Simmern/ Hunsrück	< 30	5.300	7,0
Möbel Roller	Alzey	< 30	6.300	8,0
Möbel Martin	Mainz	< 30	44.900	75,2
Möbel Boss	Mainz	< 30	5.000	6,8
Poco Einrichtungsmarkt	Mainz	< 30	5.700	7,5
Küchen Kleie	Mainz	< 30	3.100	7,7
Wohnraum-Mainz	Mainz	< 30	2.800	4,3
Möbelum-Naturholzmöbel	Mainz	< 30	3.200	5,3
Möbel Roller	Mainz	< 30	7.300	9,3
Möbel Erfurth	Nieder-Olm	< 30	2.800	5,4
XXXL Mann Mobilia / Mömax	Wiesbaden	< 30	42.000	73,5
Möbel Henrich	Geisenheim	< 30	5.400	9,2
Möbel Preiss/ Preiss Küchen Welt	Kastellaun	< 45	24.000	43,6
Möbel Martin	Meisenheim	< 45	9.500	17,1
IKEA	Hofheim-Wallau	> 45*	19.000	90,0
Segmüller	Weierstadt	> 45*	50.000	190,0
XXXL Mann Mobilia/ Mömax	Mannheim	> 45*	44.800	95,1
IKEA	Mannheim	> 45*	17.500	82,0
Segmüller	Mannheim	> 45*	13.000	42,9
Einrichtungshaus Ehrmann	Frankenthal	> 45*	13.000	28,4
Möbel Martin	Kaiserslautern	> 45*	30.600	60,0
IKEA	Kaiserslautern	> 45*	23.500	100,0
IKEA	Koblenz	> 45*	16.500	80,0

* außerhalb 45-minütiger Fahrzeit nur Möbelhäuser ab 10.000 m² Verkaufsfläche
 Quelle: BBE-Erhebung 2019 (Werte gerundet)

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich das prägende Angebot großer Möbelhäuser auf die Großstädte der Regionen Rhein-Main und Rhein-Neckar beziehen. Mittelständische Unternehmen sind darüber hinaus u. a. in den benachbarten Mittelzentren Ingelheim, Bad Kreuznach und Kastellaun vorhanden. Insbesondere die großen Einrichtungshäuser in Mainz und Wiesbaden werden

nach der die vollständige Markteinführung als Hauptwettbewerber fungieren. Auch im Süden des Untersuchungsraums ist eine starke Fokussierung auf große regional ausstrahlende Einrichtungshäuser festzustellen (u. a. Mannheim). Dagegen ist insbesondere die westliche Region Rheinhessen-Nahe und der Hunsrück noch durch kleinere, teilweise inhabergeführte Möbelanbieter geprägt (u. a. Möbel Preiss in Kastellaun), die vor allem aufgrund der großen Entfernung zu den Großmöbelhaus-Standorten, Versorgungsfunktionen für ländlich geprägte Einzugsgebiete übernehmen können.

Die großen Einrichtungshäuser im Rhein-Main-Neckar-Raum mit ihrer regionalen Ausstrahlungskraft werden das Marktgebiet der Planvorhaben auf den Kernraum Region Rheinhessen-Nahe und angrenzende Bereiche des Hunsrücks und der Pfalz begrenzen. Diese strukturprägenden Anbieter befinden sich überwiegend in verkehrszentraler Lage in der Nähe zu Bundesstraßen und Autobahnen, sodass eine gute Erreichbarkeit und damit auch eine regionale Attraktivität gegeben sind.

3.3 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche bezieht sich auf die Innenstädte/ Ortskerne der Städte und Gemeinden im Umland (vgl. Abbildung 11). Dabei wurde Bezug auf die vorliegenden kommunalen Einzelhandelskonzepte genommen.¹⁷ In Gemeinden, in denen kein Einzelhandelskonzept vorliegt, wurde der faktische zentrale Versorgungsbereich zugrunde gelegt.¹⁸

Im Rahmen einer Vor-Ort-Begehung wurde innerhalb der Innenstädte/ Ortskerne bzw. Stadtteilzentren (zentralen Versorgungsbereiche) der Städte/ Gemeinden in der Region der gesamte projektrelevante Einzelhandel erhoben, sodass auch untersuchungsrelevante Teilsortimente von Betrieben mit anderem Umsatz- und Verkaufsflächenschwerpunkt Berücksichtigung finden. Die Betrachtung der projektrelevanten Angebotssituation nach Sortimenten stellt die Grundlage zur Ermittlung der möglichen Umverteilungseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen dar.

¹⁷ Quelle: Einzelhandels- und sonstige Entwicklungskonzepte der Städte und Gemeinden Alzey, Bad Kreuznach, Bodenheim, Boppard, Emmelshausen, Ingelheim, Kastellaun, Kirchheimbolanden, Mainz, Meisenheim, Nieder-Olm, Rheinböllen, Rockenhausen, St. Goar-Oberwesel, Simmern, Waldböckelheim, Wörrstadt sowie Regionalplan Südhessen

¹⁸ Für die Gemeinden ohne planerisch abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche werden die zu untersuchenden zentralen Versorgungsbereiche anhand der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse (Hauptgeschäftsbereiche) zugrunde gelegt.

3.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche Bingen

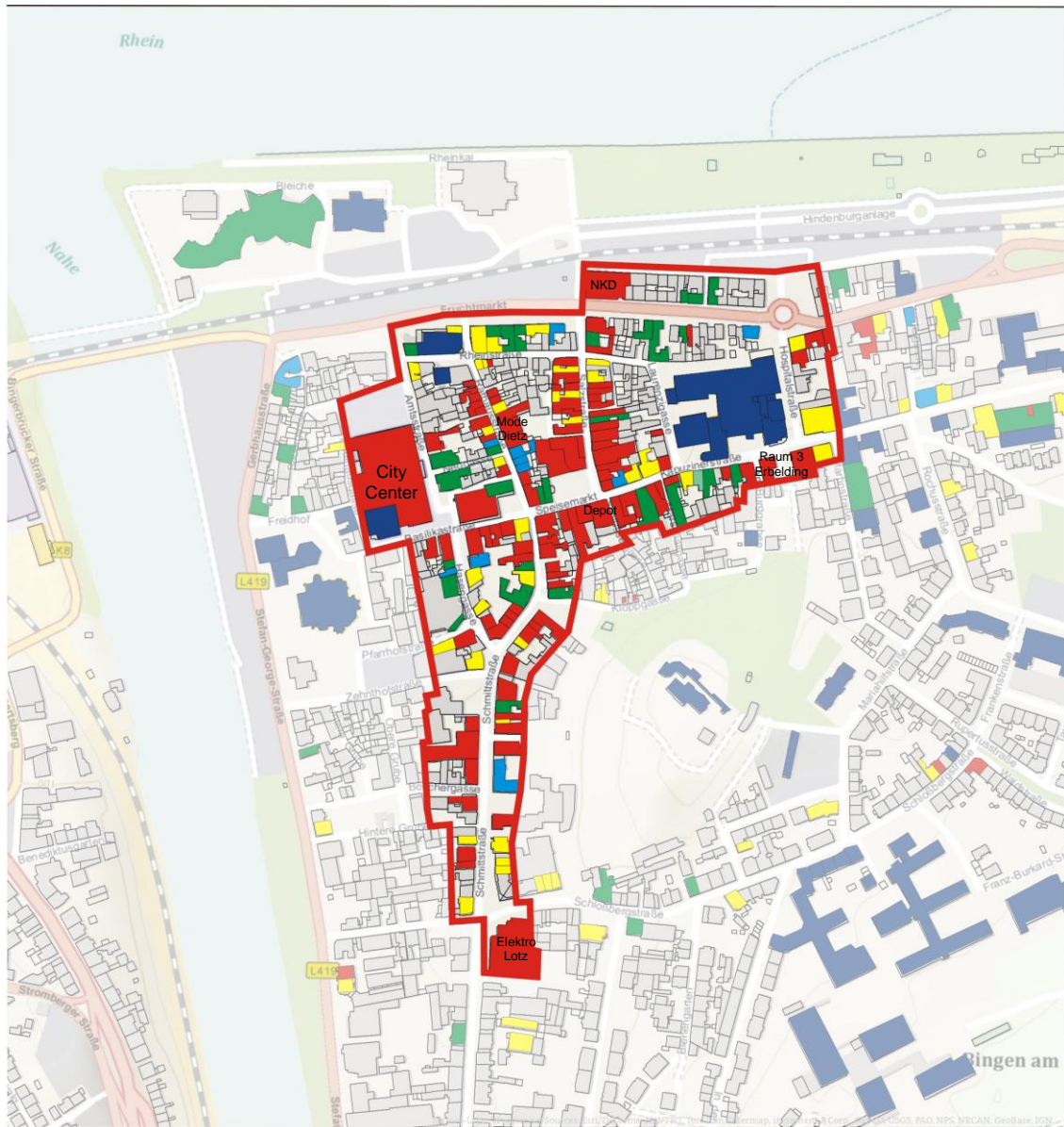
Der zentrale Versorgungsbereich der **Binger Innenstadt** umfasst den gewachsenen Stadtkern und erstreckt sich entlang der Achse Basilikastraße, Speisemarkt, Kapuzinerstraße und der Querachsen Salzstraße, Rathausstraße und Schmittstraße. Im Westen begrenzt das innerstädtische Einkaufszentrum City Center (am Standort des ehem. Binger Kaufhauses, Eröffnung: 2016), im Westen die Hospitalstraße sowie im Norden der Straßenzug Fruchtmarkt/ Vorstadt das Zentrum. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich Richtung Süden entlang der Schmittstraße bis zur Schloßbergstraße.

Die Basilikastraße und der Speisemarkt bilden die **Haupteinkaufslage** innerhalb der Binger Innenstadt. Die in Richtung Rhein und Richtung Schmittstraße abzweigenden Straßenzüge sind als Nebenlage einzuordnen. Innerhalb der Innenstadt besteht ein dichter Einzelhandelsbesatz mit einer Mischung aus filialisierten und inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzender Dienstleistungen, Gastronomieangebote sowie öffentlicher Einrichtungen. Das City Center (u. a. Inter-sport Brendler & Klingler, Olymp & Hades, Woolworth, Drogerie Müller, Schuh Görtz und Rewe) stellt einen wichtigen Kristallisationspunkt der Einkaufsinnenstadt dar.

Die Binger Innenstadt übernimmt **mittelzentrale Versorgungsfunktionen** mit einem guten Betriebstypenmix und Angeboten aller Fristigkeitsstufen bzw. aller Bereiche der Bedarfsdeckung. Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, Sport) sowie Unterhaltungselektronik. Wesentliche **Magnetbetriebe** für die Innenstadt sind die vorgenannten Fachmärkte im City Center sowie das Modehaus Dietz, das Elektrofachgeschäft Lotz und der Dekorationsfachmarkt Depot.

Bei den **projektrelevanten Sortimenten** des Möbel- und Einrichtungsbedarfs besteht nur ein vergleichsweise geringes Angebot in der Binger Innenstadt. Das Kernsegment **Möbel** wird von dem Einrichtungsgeschäft Lanz-Interior Design und als deutlich untergeordnetes Randsortiment bei einzelnen kleineren Fachgeschäften geführt. Mit R 3 Wohnidee Erbeling besteht ein Fachgeschäft für **Teppiche, Fußbodenbeläge, Tapeten und Raumdekoration**. Darüber hinaus bezieht sich das projektrelevante Einzelhandelsangebot vor allem auf die Sortimente **Haus- und Heimtextilien** und **GPK, Haushaltswaren und Dekorationsartikel**, die neben Depot, Woolworth und NKD als Teilflächen von einer Vielzahl von Fachgeschäften angeboten werden. **Bilder/ -Rahmen** werden von verschiedenen Galerien angeboten, die nur einen eingeschränkten Wettbewerbsbezug zu dem möbelhaustypischen Angebot aufweisen. Die **Babyausstattung** bezieht sich vor allem auf Spielwaren und Bekleidung. Bei **Kinderwagen** ist innerhalb der Innenstadt von Bingen kein Besatz festzustellen. Mit dem Lichthaus Henrich besteht bei **Lampen/ Leuchten** ein spezialisiertes Einzelhandelsangebot.

Abbildung 10 Zentraler Versorgungsbereich Bingen-Innenstadt



Zentraler Versorgungsbereich in der Innenstadt von Bingen

- | | | | |
|--|------------------------------|--|-------------------------|
| | Zentraler Versorgungsbereich | | Gastronomie |
| | Einzelhandel | | öffentliche Einrichtung |
| | Dienstleistung | | Leerstand |

N
0 100 m
Kartengrundlage: WorldTopoMap

Quelle: BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen 2014, S. 54, BBE-Darstellung 2019

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche der projektrelevanten Einrichtungssortimente in der Binger Innenstadt auf ca. 1.800 m² und nimmt mit rd. einem Zehntel der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche nur eine deutlich untergeordnete Bedeutung ein. Lediglich bei den innenstadtrelevanten

ten Sortimenten GPK/ Haushaltswaren ist erwartungsgemäß ein größeres Angebot in der Innenstadt vorhanden, das sich auf eine Mehrzahl von Geschäften mit unterschiedlichem Qualitäts- und Preisniveau bezieht. Bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten sind hingegen die Angebotsstrukturen außerhalb der Innenstadt prägend (u. a. Fachmärkte im Gewerbegebiet Scharlachberg).

Im **Nebenzentrum Budesheim** der Stadt Bingen sind ein Küchenfachgeschäft sowie zwei kleinere Fachgeschäfte für Raumausstattung und Wohnaccessoires vorhanden.

3.3.2 Haupt- und Nebenzentren der umliegenden Kommunen

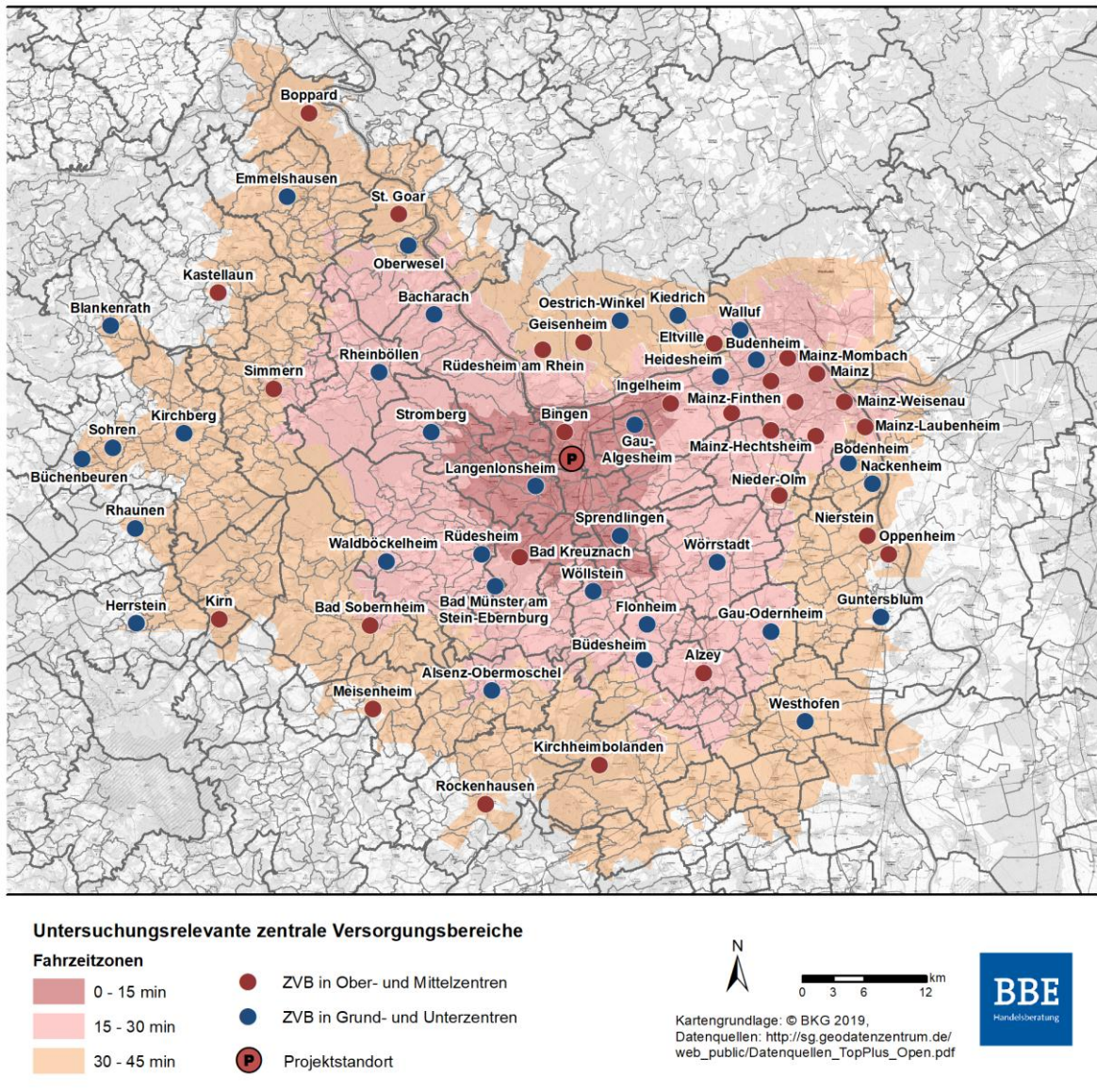
Analog zum Angebot der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Bingen werden die Haupt- und Nebenzentren der Nachbarstädte im Hinblick auf ihre projektrelevanten Angebotsstrukturen dargestellt und bewertet (vgl. Abbildung 10). Die städtebaulichen Angebotsstrukturen in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen sind wie folgt zu charakterisieren:

Die Stadt **Ingelheim** am Rhein ist durch einen zentralen Versorgungsbereich entlang der Binger Straße geprägt. Mit dem Einkaufszentrum Neue Mitte wurde zu Beginn der 2010er Jahre eine große Innenstadtentwicklungsmaßnahme umgesetzt, mit der es gelungen ist, wichtige Magnetbetriebe (u. a. Rewe, Drogerie Müller und diverse Fachmärkte) in den bestehenden Hauptgeschäftsbereich zu integrieren und damit die Grundlage für eine solide Innenstadtentwicklung zu legen. Projektrelevante Angebote sind u. a. bei Drogerie Müller, Woolworth, Kerzenschein Ingelheim und verschiedenen Raumausstattern vorzufinden.

Zentrale Versorgungsbereiche mit einem Nahversorgungsbezug wurden darüber hinaus in Frei-Weinheim (Rheinstraße), Ingelheim-West (Binger Straße/ Rheinstraße), Nieder-Ingelheim (Mainzer Straße) und Ober-Ingelheim (Marktplatz/ Bahnhofstraße) abgegrenzt. Ergänzungsstandorte sind in den SO-Gebieten Gewerbegebiet Nahering (u. a. Real, Opti-Wohnwelt Schwaab, diverse Fachmärkte) und Konrad-Adenauer-Straße (u. a. Aldi, Bauzentrum Struth, ergänzende Fachgeschäfte/ -märkte) vorhanden.

In der Ortsgemeinde **Budenheim** erstreckt sich der innerörtliche Geschäftsbereich entlang der Binger Straße, ohne dass sich eine für einen zentralen Versorgungsbereich typische Verdichtung unterschiedlicher Nutzungen ergibt. Die Angebotsstrukturen sind von einer ausschnittweisen Grundversorgung geprägt, Angebotsüberschneidungen der projektierten Möbelhäuser ergeben sich vor allem mit einem Küchen- und einem Bettenfachgeschäft.

Abbildung 11 Untersuchungsrelevante zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: BBE-Darstellung 2019

Die Ortsgemeinde **Bodenheim** weist einen historischen Ortskern mit grundzentralen Versorgungsfunktionen auf, der durch eine gewachsene kleinteilige Straßen- und Grundstücksstruktur geprägt ist, sodass sich ein Großteil der Versorgungseinrichtungen auf den Bereich östlich der Bahntrasse konzentriert (Nahversorgung, Fachmärkte an den Standorten Lange Ruthe sowie Hilgestraße/ Am Kuemmerling). Die projektrelevanten Angebote (u. a. Küchen Atelier, Raiffeisenmarkt, Sonderpostenmarkt) beziehen demgemäß auch vor allem auf die Fachmarktstandorte.

Die Ortsgemeinde **Nackenheim** weist einen nur wenig verdichteten Geschäfts- und Dienstleistungsbereich in der Mainzer Straße/ Langgasse/ Carl-Zuckmayer-Straße auf. Ein projektrelevantes Angebot bietet ein Gardinenstudio.

In der Ortsgemeinde **Gau-Algesheim** besteht ein (faktischer) zentraler Versorgungsbereich in der Ortsmitte mit der Langgasse, dem Marktplatz und der Kloppgasse. Neben einem auf die Nahversorgung und den persönlichen Bedarf ausgerichteten Angebot sind auch verschiedene kleinere Fachgeschäfte mit Einrichtungsaccessoires und Geschenkartikeln vorhanden. In Ortsrandlagen befinden sich zwei Küchenspezialisten. Auch die größeren Fachmarktangebote sind der nördlichen Rheinstraße zugeordnet.

In der Ortsgemeinde **Heidesheim am Rhein** sind in der Ortsmitte entlang der Binger Straße/ Mainzer Straße nur wenige kleinteilige Einzelhandelsangebote vorhanden. Magnetfunktionen übernimmt der in südlicher Randlage befindliche Lebensmittelmarkt Treff 3000.

Der Versorgungskern in der Stadt **Nieder-Olm** erstreckt sich entlang der Pariser Straße/ Oppenheimer Straße. Während im Norden ein kleinteiliger Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz vorhanden ist, belegen die größeren Magnetbetriebe mit Nahversorgungsschwerpunkt überwiegend Standorte im Süden (Oppenheimer Straße) und Westen (Am Woog) des Geschäftszentrums. Das projektrelevante Angebot beschränkt sich auf T 2 Möbel & Wohnaccessoires, die Polsterei Preis und sonstige Randsortimente.

In einer nördlichen Ortsrandlage sind u. a. das Möbelhaus Erfurth und der Toom Baumarkt ansässig.

Die Stadt **Bacharach** weist entlang der Oberstraße/ Blücherstraße in der Altstadt einen kleinteiligen Geschäftsbereich mit stark touristisch geprägter Besatzstruktur auf (u. a. Gastronomie). Projektrelevante Angebote werden vor allem von zwei Porzellangeschäften angeboten.

Gleiches gilt für die Ortsgemeinde **Guntersblum** mit einem innerörtlichen, wenig verdichteten Geschäftsbereich entlang der Hauptstraße und einem Lebensmittelverbundstandort in nördlicher Ortsrandlage. Auf einer geringen Verkaufsfläche besteht ein kleinteiliges Haushaltswarenangebot in der Ortsmitte.

Die Innenstadt des Mittelzentrums **Oppenheim** wird wesentlich durch die Mainzer Straße und Krämerstraße als Hauptgeschäftsbereich mit kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen geprägt. Mit dem Fachmarktzentrum am Sant' Ambrogio-Ring (u. a. SBK-Einkaufsmarkt, Rewe, Lidl, NKD, Sport Ecke, Opp Session Bekleidung, heia Matratzenmarkt) und der im Jahre 2017 eröffneten Landskronalerie (u. a. Kaufland, dm, Jeans Fritz, AWG Mode, Ernsting's Family, Deichmann, Das Futterhaus, Dänisches Bettenlager) bestehen dezentrale Agglomerationsstandorte mit großer Aus-

strahlungskraft. Das projektrelevante Innenstadtangebot bezieht sich vor allem auf das Einrichtungsfachgeschäft RW Raumwelt sowie auf kleinere Verkaufsflächen für Dekorationsaccessoires.

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt **Nierstein** ist vor allem auf eine Grundversorgung ausgerichtet, während keine projektrelevanten Sortimente angeboten werden. Die größte Einzelhandelskonzentration ist im Fachmarktstandort Freyburger Allee im südlichen Stadtgebiet vorhanden, während in integrierter Lage nur wenige Geschäfte vorhanden sind.

In **Sprendlingen** erstreckt sich der innerörtliche Geschäftsbereich entlang der Schmittstraße/ Gertrudenstraße mit kleinteiligen Fachgeschäften, ohne dass ein Angebot in den projektrelevanten Sortimenten (Ausnahme: Babyartikel) vorhanden ist.

Die Ortsgemeinde **Gensingen** weist im Gewerbegebiet am Kieselberg eine Fachmarkttagglomeration (u. a. Globus SB-Warenhaus und Baumarkt) auf, die als regional ausstrahlende Einkaufsdestination fungiert. Die projektrelevanten Sortimente beschränken sich im Wesentlichen auf Teilsortimente des SB-Warenhauses und der Fachmärkte.

Die Innenstadt von **Bad Kreuznach** erstreckt sich entlang der Mannheimer Straße zwischen Hochstraße und Baumgartenstraße und den Querachsen zwischen Wilhelmstraße und Schlossstraße. Hauptfunktionsachsen sind die weitgehend als Fußgängerzone gestaltete Mannheimer Straße mit dem Kornmarkt und der Kreuzstraße. Ein designorientiertes Möbel- und Einrichtungs-sortiment bietet das Unternehmen Casa Due. Innerstädtisch werden Küchen von der Küchen Galeria angeboten. Weitere Fachgeschäfte sind das Teppichhaus Fuchs, Raumausstattung Böhm, die Galerie K. am Dienheimer Hof und der Dekorationsanbieter Nanu Nana. Darüber hinaus bieten eine Vielzahl von Betrieben Haus- und Heimtextilien sowie GPK/ Haushaltswaren und Dekorationsartikel auf Teilflächen an (u. a. Drogerie Müller, Galeria Karstadt Kaufhof/ ehem. Kaufhof, Woolworth, Modehaus Stenger). Damit belegen auch in Bad Kreuznach die projektrelevanten Sortimente nur relativ geringe Verkaufsflächen in der Innenstadt, die wesentlich durch Bekleidungs- und Schuhanbieter geprägt ist.

Dabei steht die Innenstadt in starkem Wettbewerb zu den östlich angrenzenden Gewerbegebietslagen Ost (Bosenheimer Straße/ Schwabenheimer Straße) und Planig, die durch Agglomerationen zahlreicher Fachmärkte nahezu aller Sortimente geprägt sind. Projektrelevant sind hier u. a. Möbel Mayer, verschiedene Küchen- und sonstige Möbelspezialanbieter, Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord, Betten Winkler, verschiedene Baumärkte, Hammer Heimtextilien, Tedox, Depot sowie Rofu Spielwaren hervorzuheben.

Bad Münster am Stein-Ebernburg ist zwischenzeitlich ein Stadtteil der Stadt Bad Kreuznach. Das Mineralheilbad weist als heilklimatischer Kurort eine starke touristische Ausstattung auf. Demgemäß steht gleichermaßen in den Geschäftsbereichen Berliner Straße/ Kurhausstraße (Bad Münster

am Stein) wie Burgstraße (Ebernburg) das einrichtungsbezogene Einzelhandelsangebot nicht im Vordergrund.

Das Mittelzentrum **Kirn** weist einen (faktischen) zentralen Versorgungsbereich auf, der sich zwischen der Nahe, dem Burgberg und der Kirner Privatbrauerei erstreckt. Entlang der Nahegasse, Übergasse und dem Steinweg ist ein differenzierter Fachgeschäftsbesatz mit innenstadttypischen Sortimenten vorhanden. Magnetfunktionen übernimmt darüber hinaus der innerstädtische Edeka-Markt. Das projektrelevante Angebot bezieht sich auf kleine Fachgeschäfte und Randsortimentsangebote in den Bereich Haushaltswaren, Geschenkartikel sowie Haus- und Heimtextilien.

Die Fachmärkte konzentrieren sich an der Kallenfelder Straße in nördlicher Ortsrandlage (u. a. Lebensmittel- und Drogeriemärkte, Dänisches Bettenlager) und entlang der Binger Landstraße/ Bahnhofstraße (u. a. Bettenhaus-Corneli).

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt **Bad Sobernheim** wird von der Ringerschließung (Ringstraße/ Poststraße/ Bahnhofstraße) begrenzt. Die Hauptgeschäftslage erstreckt sich entlang der Großstraße, dem Marktplatz und der Saarstraße. Das innerstädtische Einzelhandelsangebot ist durch kleinere und mittlere Betriebe mit Angebotsschwerpunkt bei Bekleidung/ Schuhen/ Sport geprägt. Die größeren Betriebe sind dem Nahversorgungsangebot (Lebensmittel, Drogeriewaren) zuzurechnen (u. a. Melsbach-Gelände). Die projektrelevanten Sortimente beschränken sich auf Eisen Schmidt (Geschenke, Haushaltswaren, Porzellan), Raum & Design Müller (Raumausstattung) sowie Randsortimenter anderer Fachgeschäfte. Eine große Verkaufsfläche ist darüber hinaus dem Nahversorgungszentrum West (u. a. Real, Lidl) zugeordnet. Unmittelbar südlich angrenzend befindet sich der Ergänzungsstandort Westtangente (u. a. Bauzentrum Beinbrech).

In **Langenlonsheim** ist als Wettbewerber das hochwertige Möbelhaus Fuchs in zentraler Lage des Geschäftsbereiches entlang der Naheweinstraße von Bedeutung. Der Geschäftsbereich ist durch eine Mischung von kleinteiligem Einzelhandel, Dienstleistungsangeboten und Gastronomie geprägt.

Die Stadt **Meisenheim** weist einen innerörtlichen zentralen Versorgungsbereich zwischen Unter- und Obergasse sowie den Straßenzügen An der Bleiche und Amtsgasse auf. Hier sind kleinteilige Versorgungsstrukturen (u. a. Ladenhandwerk, Apotheke, Blumen, Bekleidung, Schuhe, Sport, Uhren/ Schmuck) vorhanden. Projektrelevante Angebotsüberschneidungen beziehen sich auf Raumausstatter, das Deko-Geschäft Augenweide und Randsortimenter anderer Anbieter. Darüber hinaus wird die Ortsmitte durch ein umfassendes Gastronomieangebot geprägt, während sich die großflächigen Betriebe (insbesondere Möbel Martin und Lebensmittelmärkte) in nördlicher Ortsrandlage im Umfeld der B 420 befinden.

Der innerörtliche Geschäftsbereich der Ortsgemeinde **Rüdesheim/ Nahe** weist eine achsenbezogene Ausprägung entlang der Nahestraße auf, wobei die größeren Lebensmittel- und sonstigen

Fachmärkte sich in einer östlichen Ortsrandlage (Industriestraße/ Am Wiesenberg) befinden. Die Angebotsüberschneidungen des Planvorhabens mit den örtlichen Versorgungsstrukturen beschränken sich auf untergeordnete Randsortimente der ansässigen Betriebe außerhalb der Ortsmitte.

Der zentrale Versorgungsbereich in der Ortsgemeinde **Waldböckelheim** erstreckt sich entlang der Hauptstraße. Neben nahversorgungsbezogenen Geschäften besteht das kleinere Möbelgeschäft Schmidt (ca. 200 m²).

In der Ortsgemeinde **Stromberg** erstreckt sich das innerörtliche Zentrum um den Marktplatz und die angrenzenden Straßenabschnitte. Das überwiegend auf die lokale Versorgung ausgerichtete Angebot weist nur im Hinblick auf ein Haushaltwarenfachgeschäfte begrenzte Überschneidungen mit dem Planvorhaben auf.

Die Innenstadt von **Boppard** erstreckt sich zwischen Rhein und der parallel verlaufenden Bahntrasse entlang der Oberstraße/ Heerstraße. Der Marktplatz stellt den städtebaulichen Kristallisationspunkt dar. Wichtige Innenstadtanbieter sind das Modehaus Stammer und der Drogeriemarkt Rossmann, die Magnetfunktionen für den überwiegend kleinteiligen Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz übernehmen. Südlich des Bahnhofs ist mit dem Rewe-Markt ein innerstädtischer Ergänzungsbereich gelegen. Das projektrelevante Angebot beschränkt sich im Wesentlichen auf die Anbieter Brockamp Haushaltswaren & Geschenkartikel und Möbel & vieles mehr sowie verschiedene Raumausstatter und Geschenkartikelgeschäfte.

Neben der Innenstadt weist die Stadt Boppard die Nahversorgungszentren Bad Salzig, Buchholz und Buchenau (Ergänzungsstandort Innenstadt) auf.

Innerhalb der Stadt **Emmelshausen** erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich entlang der Rhein-Mosel-Straße und im Bereich Am Markt. Wichtige Magnetbetriebe sind die Lebensmittelmärkte in nördlicher Randlage (Hunsrückhöhenstraße). Das Einzelhandelsangebot ist darüber hinaus durch Bekleidungsangebote und ergänzende Sortimente des persönlichen Bedarfs geprägt. Projektrelevant ist vor allem das Angebot der innerstädtischen Anbieter Dänisches Bettenlager und Betten Studio Wisser von Bedeutung.

Nördlich schließt sich an der Hunsrückhöhenstraße auch ein nicht-integrierter Ergänzungsstandort (u. a. Raiffeisenmarkt) an.

Die Stadtmitte von **Kastellaun** stellt sich als verzweigter Innenstadtbereich rund um den Marktplatz und den Kirchplatz mit den Straßenzügen Marktstraße, Bopparder Straße und Hasental dar. Die größte Angebotskonzentration ist rund um den Kirchplatz u. a. mit Rewe Center, Netto, X-Sport vorzufinden. Die benachbarten Geschäftslagen sind durch kleinteilige Angebotsstrukturen geprägt. Projektrelevante Fachgeschäfte sind aufgrund der großen Sogwirkung des Möbelhauses Preiss im

Industriegebiet Kastellaun in der historischen Stadtmitte nicht vorhanden. Einzig die Randsortimente einzelner Anbieter (Centershop, NKD) weisen einen begrenzten Angebotsbezug auf.

Das Nebenzentrum Bahnhofstraße weist ein innenstadtypisches Sortiment mit Lebensmittelmarkt (Edeka Convenda) und zahlreichen Fachmärkten (u. a. dm, Takko, Ernstings's Family, Deichmann) auf. Der ehemalige Standort des Möbelhauses Preiss an der Bahnhofstraße weist keine Einzelhandelsnutzungen mehr auf.

Der Ergänzungsstandort Industriegebiet Kastellaun wird wesentlich durch das Möbelhaus Preiss, eine Lidl-Filiale in Verbindung mit einem Getränkemarkt und einen Bekleidungsfachmarkt sowie durch verschiedene Baumarkt- und Baustoffangebote (u. a. Henrich, Raiffeisenmarkt) geprägt.

Die Ortsgemeinde **Kirchberg** (Hunsrück) weist einen (faktischen) zentralen Versorgungsbereich innerhalb der ehemaligen Befestigungsanlage entlang der Hauptstraße auf. Hier sind kleinteilige Geschäfte mit Nahversorgungsangeboten ansässig. Als projektrelevant ist die Firma Trapp Raumausstattung hervorzuheben. Eine Ergänzungsfunktion kommt dem Fachmarktstandort Freiherr-von-Drais-Straße zu.

Auch in der Ortsgemeinde **Sohren** sind im Ortskern nur kleinteilige Einzelhandelsangebote entlang der Hauptstraße vorhanden. Mit dem Porzellanhaus Kaefer besteht jedoch ein relativ großes Fachgeschäft für GPK und Haushaltswaren.

Die Ortsgemeinde **Büchenbeuren** verfügt über ein nahezu ausschließlich auf die Nahversorgung bezogenes Einzelhandelsangebot. Projektrelevante Sortimente werden nicht angeboten.

Der zentrale Versorgungsbereich **Rheinböllen** erstreckt sich entlang der Bahnhofstraße mit dem Marktplatz im Norden und der Simmerner Straße im Süden. Neben dem Lebensmittelmarkt Norma umfasst der Geschäftsbereich nur wenige, kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit Nahversorgungsbezug.

In südlicher Randlage besteht ein Nahversorgungszentrum Am Müllergraben (u. a. Lebensmittelmärkte Wasgau, Netto). Das Einzelhandelskonzept weist zudem einen Ergänzungsstandort für nicht-innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe im Industriepark Soonwald/ Gewerbegebiet Fischlerbach aus. Ein projektrelevantes Einzelhandelsangebot ist nicht vorhanden.

Die Ortsmitte von **St. Goar** weist einen zentralen Versorgungsbereich entlang der Heerstraße zwischen Rathaus und Casinogasse auf. Das Angebot ist ausschließlich durch kleinteilige Angebote geprägt, die sich in starkem Maße an der touristischen Funktion der Gemeinde am Rhein orientieren. Es bestehen nur sehr begrenzte projektbezogene Angebotsüberschneidungen mit den überwiegend auf Touristen ausgerichteten Fachgeschäften.

Der zentrale Versorgungsbereich **Oberwesel** umfasst den Bereich Koblenzer Straße/ Rathausstraße/ Liebfrauenstraße. Trotz der großen räumlichen Ausdehnung sind nur wenige kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig, die eine ausschnittsweise Grundversorgung sicherstellen können. Projektrelevant sind nur wenige Angebote im Bereich Raumausstattung und Geschenkartikel vorhanden.

Eine ergänzende Funktion kommt dem zentralen Versorgungsbereichs „Im Tuchscheren“ südlich der Ortsmitte mit den Lebensmittelmärkten Rewe und Lidl, dem Drogeriemarkt Rossmann sowie dem Baumarkt Stockmanns zu.

Die Innenstadt von **Simmern** (Hunsrück) weist mit den Marktstraße/ Schlossstraße und der Oberstraße zwei teilweise als Fußgängerzone gestaltete Geschäftsstraßen mit einem überwiegend kleinteiligen Geschäftsbesatz auf. Das Angebot bezieht sich vor allem auf Nahversorgung, Bekleidung/ Schuhe/ Sport und Optik/ Schmuck. Mit Rüdinger besteht ein Fachgeschäft für Haushaltswaren, Matratzen Concord belegt einen Standort in Innenstadtrandlage. Darüber hinaus ist ein kleinteiliger Geschäftsbesatz mit Raumausstattungs-, Geschenkartikeln und Spielwaren vorhanden.

Außerhalb der Innenstadt sind als wesentliche Möbelanbieter der Mitnahmemarkt Sconto, der Fachmarkt Dänisches Bettenlager sowie verschiedene Küchenanbieter zu benennen.

Die Stadt **Alzey** weist einen innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich entlang der Antonierstraße, St.-Georgen-Straße und der Spießgasse auf, der damit den Obermarkt, den Fischmarkt, den Rossmarkt und den Kronenplatz umfasst. Wichtige Magnetbetriebe der Innenstadt sind das Bekleidungshaus Schönenberger und der Sportanbieter Intersport Schäfer. Das projektrelevante Angebot beschränkt sich auf die Fußbodenzentrale (Teppiche, Bodenbeläge, Farben/ Tapeten), die Galerie für schönes Wohnen (GPK, Dekorationsartikel, Haus- und Heimtextilien), das Trendhaus (Porzellan, Geschenke, Taschen), Decker Büroeinrichtung, das Gardinen Atelier Leistner und Randsortimente von Fachgeschäften.

Im Gewerbegebiet Ost sind neben dem Real SB-Warenhaus und ergänzenden Fachmärkten mit Möbel Roller, dem Dänischen Bettenlager und den Fachmärkten Tedox, Depot und Jawoll auch projektrelevante Anbieter vorhanden. Der Ergänzungsstandort kann eine große räumliche Ausstrahlungskraft entfalten.

Die Ortsgemeinde **Flonheim** weist rund um den Marktplatz ein ausschnittweises Einzelhandelsangebot im Bereich Langgasse/ Obergasse und Wassergasse/ Alzeyer Straße auf. Projektrelevante Sortimente werden dabei nicht angeboten. Die größeren Ladengeschäfte (u.a. Edeka Wollny) sind in östliche Randlage an der Landesstraße 408 gelegen.

Der kleinteilige Geschäftsbereich der Ortsgemeinde **Gau-Odernheim** erstreckt sich entlang der Mainzer Straße/ Wormser Straße, ohne dass ein einrichtungsbezogenes Einzelhandelsangebot

vorhanden ist. Außerhalb der Ortsmitte belegen die Lebensmittelmärkte nördliche und südliche Ortsrandlagen.

In der Ortsgemeinde **Wöllstein** konzentriert sich der innerörtliche Geschäftsbereich entlang der Kreuznacher Straße/ Alzeyer Straße und den angrenzenden Straßenabschnitten. Neben einem Penny-Markt ist ein Fachgeschäftsangebot mit hohem Nahversorgungsbezug vorhanden. Die Angebotsüberschneidungen beschränken sich auf Teilflächen der örtlichen Betriebe mit Geschenkartikeln/ Haushaltswaren sowie Farben/ Tapeten/ Bodenbeläge.

In der Ortsgemeinde **Westhofen** ist nur ein sehr geringer Einzelhandelsbesatz zu verzeichnen, der sich vor allem auf die Nahversorgung bezieht. Ein projektrelevantes Angebot weist der Raiffeisenmarkt am Ortsrand auf.

Ein weiterer zentraler Versorgungsbereich besteht in der Ortsgemeinde **Saulsheim** im Bereich Raiffeisenplatz, Ober-Saulsheimer Straße und Ritter-Hundt-Straße. Auch hier bezieht sich das Angebot auf einen Lebensmittelmarkt (Netto) und ergänzende kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe mit hohem Nahversorgungsbezug.

In der Ortsgemeinde **Wörrstadt** stellt die Friedrich-Ebert-Straße den Hauptgeschäftsbereich dar. Das Angebot des zentralen Versorgungsbereiches ist durch Lebensmittelmärkte als Magnetbetriebe (u. a. Rewe, Netto) und einer relativ hohen Dichte an Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt. Das projektrelevante Angebot bezieht sich auf Raumaustatter und Randsortimente weniger sonstiger Fachgeschäfte. Das Gewerbegebiet Ober-Saulsheimer-Straße ist als ergänzende Versorgungslage der Stadt und der Verbandsgemeinde Wörrstadt etabliert (u. a. Aldi, Lidl, dm, diverse Fachmärkte).

Das **Oberzentrum Mainz** weist eine differenzierte Zentrenstruktur mit der City, 5 Stadtteilzentren, 6 Quartierzentren (davon ein geplantes Zentrum) und verschiedenen Nahversorgungszentren auf.

Die **Mainzer Innenstadt** erstreckt sich innerhalb des Altstadtquartiers zwischen Kaiserstraße, Rheinstraße, dem Hauptbahnhof und der ehem. mittelalterlichen Stadtmauer. Im Süden markiert die Malakoff-Passage den Abschluss des Hauptzentrums. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird der Innenstadt-Kern im Bereich zwischen der Großen Bleiche, der Schillerstraße, dem Dom und der Rheinstraße ausgewiesen. Die Mainzer Innenstadt weist Einkaufsschwerpunkte in den Bereichen Ludwigstraße/ Gutenbergplatz/ Markt/ Fischtorstraße, Am Brand, Schusterstraße/ Schöffnerstraße/ Leichhoch/ Augustinerstraße, Stadthausstraße/ Römerpassage und Schillerstraße/ Schillerplatz auf.

Von über 630 innerstädtischen Betrieben weisen 74 Einzelhandelsanbieter ein projektrelevantes Angebot auf. Wichtige Magnetfunktionen übernehmen die beiden Warenhäuser Galeria Karstadt Kaufhof, die vor allem bei Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextili-

en Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben haben. Darüber hinaus weist die Mainzer Innenstadt im Bereich der Möbel/ Küchen 16 Betriebe mit einem Spezialangebot (u. a. Antiquitäten, Wirth Der Kinderladen) bzw. einem hochpreisige Sortiment (u. a. Einrichtungshaus Holz, Inside Planung & Einrichtung, Einrichtung Jung, Mondo Möbel, Küchen Schmidt, Küchenstudio Magenheimer) auf.

Das Sortiment Teppiche wird in der Mainzer Innenstadt von zwei spezialisierten Betrieben angeboten (Teppich Galerie Sascha, Orientteppichhaus Peseschkian). Auch Bettwaren und Farben/ Tapeten/ Bodenbeläge sind im Mainzer Innenstadtangebot nur auf kleinen Flächen vorhanden. Im Bereich der Babyausstattung ist vor allem das Fachgeschäft Wirth Der Kinderladen prägend, die neben innenstadtrelevanten Sortimenten der Babytextilien, -Spielwaren auch Kinderwagen, Autositze und sonstige großformatige Babyeinrichtungsgegenstände anbieten.

Im Bereich der Haus- und Heimtextilien sind in der Mainzer Innenstadt nur begrenzte Verkaufsflächenkontingente vorzufinden (ca. 1.500 m²), davon entfallen ca. 800 m² auf die beiden Warenhäuser Galeria Karstadt Kaufhof.

Lampen und Leuchten werden in der Innenstadt von drei Fachgeschäften (Lichthaus Lerch, Notsiros Lichtstudio, Grob & Hoffmann) sowie als Randsortimente der Einrichtungsanbieter auf relativ kleinen Flächen angeboten.

Die Sortimente Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren sowie Bilder/ -Rahmen/ Deko-/ Geschenkartikel werden von einer Vielzahl von Betrieben (ca. 5.450 m²) geführt. Dabei sind neben den innerstädtischen Warenhäusern (zusammen ca. 1.700 m²) vor allem kleinere und mittlere Anbieter (u. a. Depot, WMF, Moritz Haushaltswaren, Cook mall!) prägend, sodass ein relativ vielfältiges Angebot vorhanden ist.

Im **Stadtteilzentrum Bretzenheim-Ortskern** (Auf der Wied, Zaybachstraße, Wilhelmstraße, Rathausstraße) sind u. a. mit dem Möbel- und Bestattungshaus Betz, dem Wohnaccessoires-Anbieter Wohnsinn kleinteilige Spezialanbieter vorhanden.

Ein umfangreiches Möbelangebot besteht dagegen im Gewerbegebiet Bretzenheim (u. a. Poco, Küchen Kleie und weitere Küchenanbieter, Betten Winkler, Tavoli).

Das **Stadtteilzentrum Breite Straße in Mainz-Gonsenheim** weist einen umfangreichen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit erweitertem Nahversorgungsbezug auf. Projektrelevant liegt der Angebotsschwerpunkt bei GPK, Haushaltswaren. Mit dem Anbieter Interior Design ist auch ein höherpreisiges Möbelangebot vorhanden.

Das **Quartierszentrum Hechtsheim** befindet sich an der Alten Mainzer Straße und weist u. a. mit Tabula Porzellan & Geschenke sowie Mooi - Boutique & Cafe nur ein geringes projektrelevantes Angebot auf.

Der wichtigste Möbelangebotsstandort in der Stadt Mainz ist im Wirtschaftspark Rhein-Main/ Gewerbegebiet Hechtsheim vorhanden (Möbel Martin, SB-Möbel Boss sowie weitere Fachmärkte).

Auch in **Mainz-Laubenheim** ist dem Nahversorgungszentrum mit einem Teppich-Fachgeschäft nur ein geringes Angebot vorhanden.

Im **Stadtteilzentrum Mainz-Mombach** (Hauptstraße) sind vor allem zwei Küchenanbieter als Wettbewerber zu berücksichtigen. Das Stadtteilzentrum weist einen differenzierten Geschäfts- und ergänzenden Dienstleistungsbesatz auf.

Im Gewerbegebiet Mombach (Rheinallee) konzentrieren sich zahlreiche Fachmärkte (u. a. Möbel Roller, Wohnraum Mainz, Möbelum, Indien Hau, Polsterland, Dänisches Bettenlager).

Das (geplante) **Quartierszentrum Rheinallee** (Mainzer Neustadt) weist neben Nahversorgern und Badmöbel-Outlet auf.

In **Mainz-Waisenau** beschränkt sich das projektrelevante Angebot im Zentrum auf einen Fliesenanbieter und Randsortimente ansässiger Anbieter der Nahversorgung und des persönlichen Bedarfs.

Im Gewerbegebiet Waisenau sind neben einem Bauhaus und einem E-Center Fachanbieter vorhanden (u. a. Lampen/ Leuchten, Depot).

In den anderen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Mainz besteht kein bedeutsames projektrelevantes Einzelhandelsangebot.

In der Stadt **Obermoschel** bezieht sich das Einzelhandelsangebot auf einen Bekleidungs- und ein Schuhfachgeschäft sowie wenige Ladenhandwerksbetriebe im Bereich der Luitpoldstraße/ Wilhelmstraße.

Auch im Ortskern von **Alsens** ist das Einzelhandelsangebot vergleichsweise gering ausgeprägt. Ergänzungsfunktionen übernimmt der im Kreuzungsbereich der Bundesstraßen B 48/ B 420 gelegene Verbundstandort (u. a. Norma, Apotheke, Kik). Die Angebotsüberschneidung beschränkt sich auf ein Fachgeschäft für Bettwaren (Speltex).

Die Stadt **Kirchheimbolanden** verfügt über einen innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, der die teilweise als Fußgängerzone gestaltete Vorstadt, die historische Altstadt (Schlossstraße) und den durch Lebensmittelmärkte geprägten Bereich Hitzfeldstraße umfasst. Das Einzelhandelsangebot ist neben den Lebensmittelmärkten Hit/ Lidl vorwiegend durch kleinere Fachgeschäfte und Fachmärkte geprägt.

Der Ergänzungsstandort Am Bahndamm/ Industrie- und Freizeitpark ist wesentlich durch Lebensmittel- und Drogeriemärkte sowie durch den EMMEL Garten-/ Tier-/ Handwerkermarkt geprägt.

Neben der innerstädtischen Küchen Galeria und dem Fachmarkt Dänisches Bettenlager (Mannheimer Straße) sind nur wenige kleinteilige projektrelevante Angebote vorhanden.

Die Innenstadt von **Rockenhausen** ist wesentlich durch die Geschäftsstraßen Luitpoldstraße und Kreuznacher Straße geprägt. Es sind nur kleinteilige Angebotsstrukturen vorhanden, ohne dass größere Magnetbetriebe eine Ausstrahlungskraft entfalten können. Nahversorgungsschwerpunkte sind an der Kaiserslauterer Straße und an der Landesstraße 386 (An der Linde) vorhanden. Das einrichtungsbezogene Angebot beschränkt sich auf den Anbieter Dänisches Bettenlager an der L 386 sowie wenige kleinteilige innerörtliche Anbieter.

Der Einzelhandelsbesatz in der Ortsgemeinde **Blankenrath** konzentriert sich entlang der Hunsrückstraße sowie den anliegenden Straßenzügen. Neben einem überwiegend nahversorgungsbezogenen Einzelhandelsangebot besteht das Möbelhaus Hansen (inkl. Küchenstudio, ca. 360 m²) in der Ortsmitte.

Die Ortsgemeinde **Rhaunen** weist entlang der Hauptstraße ein ausschnittweises Nahversorgungsangebot und wenige kleinteilige Raumausstatter auf. Die Ortsgemeinde **Herrstein** weist in der Ortsmitte (Hauptstraße) kein projektrelevantes Einzelhandelsangebot auf.

Die Altstadt von **Eitville am Rhein** erstreckt sich zwischen dem Rhein und der Bahntrasse. Die als Fußgängerzone gestaltete Schwalbacher Straße stellt gemeinsam mit der Rheingauer Straße und der Marktstraße die Hauptfunktionsachsen im zentralen Versorgungsbereich dar. Das Einzelhandelsangebot ist in starkem Maße auf Touristen ausgerichtet. Größere Fachmärkte (Rewe, Takko, Deichmann) sind an der westlichen Ringerschließung ansässig. Das einrichtungsbezogene Angebot der Innenstadt bezieht sich auf einen Küchenspezialisten sowie Geschenkartikelläden. Außerhalb ist ein Bettwarenspezialist ansässig.

In der Innenstadt von **Geisenheim** weist rund um den Rheingauer Dom die Hauptfunktionsachsen die Rüdesheimer Straße und die Prälat-Werthmann-Straße auf. Das projektrelevante Angebot bezieht sich auf wenige kleinteilige Geschäfte bzw. kleinteilige Randsortimentsflächen. Dagegen sind außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit dem Möbelhaus Henrich und dem Porzellan- und Glasanbieter Plock regional ausstrahlende Fachanbieter vorhanden.

Der zentrale Versorgungsbereich von **Rüdesheim am Rhein** erstreckt sich zwischen Rheinstraße und Oberer Straße und ist wesentlich durch die historische Altstadt mit der Drosselgasse und der Marktstraße geprägt. Neben zahlreichen Gastronomieangeboten sind kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte mit starkem Souvenirbezug vorhanden, sodass nur eine geringe Angebotsüberschneidung mit einem möbelhaustypischen Angebot ablesbar ist.

In westlicher Ortsrandlage ist eine Filiale von Matratzen Concord ansässig. Eine Konzentration von Lebensmittel- und sonstigen Fachmärkten befindet sich im Bereich der Europastraße (u. a. Küchen Viertler).

Die Stadt **Oestrich-Winkel** weist Geschäftsbereiche in den Stadtteilen Oestrich, Mittelheim und Winkel auf. Im Stadtteil Oestrich liegt der Geschäftsbereich rund um den Marktplatz und umfasst die Rheingaustraße und die angrenzenden Seitenstraße. Im Stadtteil Mittelheim ist nur ein geringer Einzelhandelsbesatz festzustellen. Im Stadtteil Winkel ist eine straßenachsenbezogene Ausprägung entlang der Hauptstraße zu verzeichnen. Projektrelevante Angebote beschränken sich auf wenige Fachgeschäfte für Raumausstattung, Geschenkartikel, Bettwaren und Küchen.

Die Ortsmitte von **Walluf** rund um die Hauptstraße weist keine projektrelevanten Einzelhandelsangebote auf. Auch in der Gemeinde **Kiedrich** mit einem innerörtlichen Geschäftsbereich an der Oberstraße und Sonnenlandstraße sind keine Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben gegeben.

Abbildung 12 Projektrelevanter Einzelhandel im Untersuchungsraum

Standort	Möbel, Küchen		Bettwaren		Teppiche		Farbe, Tapeten Boden		Kinderwagen		nicht-innen- stadtr. ges.	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
ZVB Bingen	70	0,1	30		40	0,1	120	0,1			260	0,3
Bingen sonst. Gebiet	890	1,6	280	0,4	70	0,2	770	0,8			2.010	3,0
ZVB Ingelheim	10		10								20	
Ingelheim sonst. Gebiet	10.770	20,0	600	1,0	130	0,4	1.520	1,5	170	0,5	13.190	23,4
ZVB Budenheim	300	0,8	80	0,1							380	0,9
ZVB Bodenheim												
Bodenheim sonst.	230	0,6	10				10				250	0,6
ZVB Nackenheim												
ZVB Gau-Algesheim	30		10								40	
Gau-Algesheim sonst.	980	2,5									980	2,5
ZVB Heidesheim/Rhein												
ZVB Nieder-Olm	10						10				20	
Nieder-Olm sonst. Geb.	2.670	4,7	90	0,2	110	0,2	780	1,2			3.650	6,3
ZVB Bacharach	10										10	
ZVB Guntersblum												
Nierstein												
ZVB Oppenheim	230	0,3	20								250	0,3
Oppenheim sonst.	890	2,0	500	0,9							1.390	2,9
ZVB Sprendlingen												
Gensingen	200	0,3			50	0,1	700	0,7			950	1,1
ZVB Bad Kreuznach	500	0,9	20		260	1,0	40		20		840	1,9
Bad Kreuznach sonst.	19.410	29,9	1.050	1,8	410	1,0	7.430	7,8	70	0,3	28.370	40,8
ZVB Bad Münster am Stein-Ebersburg							140	0,1			140	0,1
ZVB Kirn	40		50	0,1			180	0,2			270	0,3
Kirn sonst. Gebiet	250	0,4	260	0,4							510	0,8
ZVB Bad Sobernheim	20		10								30	
ZVB Langenlonsheim	1.180	1,8	60	0,1							1.240	1,9
ZVB Meisenheim	80	0,1	10				320	0,3			410	0,4
Meisenheim sonst.	7.740	11,6	260	0,5	480	1,4	250	0,3			8.730	13,8
Rüdesheim/Nahe	10		10				20				40	
ZVB Waldböckelheim	80	0,1									80	0,1
Stromberg												
ZVB Boppard	70	0,1	10								80	0,1
ZVB Emmelshausen	320	0,4	330	0,5							650	0,9
ZVB Kastellaun	20		10				20				50	
Kastellaun sonst. Geb.	20.040	32,7	730	1,3	470	1,4					21.240	35,4
ZVB Büchenbeuren												
ZVB Kirchberg/Hunsr.	40	0,1	40	0,1			70	0,1			150	0,3
ZVB Sohren												
ZVB Rheinböllen												
ZVB Oberwesel					10		90	0,1			100	0,1
Oberwesel sonst. Geb.							250	0,4			250	0,4
ZVB St. Goar												

Fortsetzung folgt

Auswirkungsanalyse • Möbelstandort Bingen-Sponsheim / Grolsheim

Standort	Möbel, Küchen		Bettwaren		Teppiche		Farbe, Tapeten Boden		Kinderwagen		nicht-innen- stadtr. ges.	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
ZVB Simmern/Hunsr.	30										30	
Simmern sonst. Gebiet	6.400	10,0	1.000	1,5	880	3,2	2.600	3,7			10.880	18,4
ZVB Alzey	70	0,1	10		80	0,2	890	0,9			1.050	1,2
Alzey sonst. Gebiet	6.080	8,2	720	1,1	60	0,1	2.000	2,0			8.860	11,4
ZVB Flonheim												
ZVB Gau-Odernheim												
ZVB Wöllstein							250	0,3			250	0,3
ZVB Westhofen	20										20	
ZVB Saulheim												
ZVB Wörrstadt	20		20		10		70	0,1			120	0,1
ZVB Mainz-Innenstadt	3.440	10,3	320	0,6	290	1,4	70	0,1	150	0,5	4.270	12,9
ZVB MZ-Bretzenheim	100	0,2					30				130	0,2
GW MZ-Bretzenheim	8.870	16,3	320	0,5	360	0,9	2.000	2,4			11.550	20,1
ZVB MZ-Gonsenheim	110	0,2									110	0,2
ZVB Mainz-Hechtsheim												
GW MZ-Hechtsheim	44.340	66,4	1.240	2,0	900	2,6	650	0,8			47.130	71,8
ZVB MZ-Laubenheim					40	0,1					40	0,1
GW MZ-Mombach	14.150	19,3	510	0,8	330	0,9	4.360	4,3			19.350	25,3
ZVB Mainz-Mombach	310	0,8									310	0,8
ZVB Mainz-Rheinallee	40	0,1									40	0,1
ZVB Mainz-Weisenau							160	0,2			160	0,2
GW MZ-Weisenau	940	1,4			10		1.640	1,6			2.590	3,0
ZVB Mainz-sonst. ST												
Mainz sonst. Gebiet	1.240	2,2	360	0,6			240	0,2			1.840	3,0
Alsenz-Obermoschel			30	0,1							30	0,1
ZVB Kirchheimbolanden	90	0,3									90	0,3
Kirchheimbolan. sonst.	320	0,4	280	0,4							600	0,8
ZVB Rockenhausen												
Rockenhausen sonst.	250	0,3	260	0,4							510	0,7
ZVB Blankenrath	350	0,5									350	0,5
ZVB Herrstein												
ZVB Rhaunen	10						10				20	
ZVB Eltville/Rhein	150	0,5									150	0,5
Eltville/Rhein sonst.			100	0,3							100	0,3
ZVB Geisenheim												
Geisenheim sonst.	5.160	8,6	200	0,4			60	0,1			5.420	9,1
Kiedrich												
ZVB Winkel			100	0,2			20				120	0,2
Oestrich-Winkel sonst.	330	0,8					20				350	0,8
ZVB Rüdesheim a.R.												
Rüdesheim/Rh sonst.	550	1,0	100	0,2			320	0,5			970	1,7
Walluf												

Quelle: BBE-Erhebung 2019 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel im Untersuchungsraum

Standort	Haus-/ Heimtextilien		Lampen/ Leuchten		GPK, Haus- haltswaren		Bilder/ Dekoartikel		Babyaus- stattung		innenstadtl. gesamt		Gesamt	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	VK in m ²	Ums. in Mio. €	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
ZVB Bingen	310	0,7	170	0,8	510	1,1	380	0,9	210	0,5	1.580	4,0	1.840	4,3
Bingen sonst. Gebiet	410	0,7	230	1,0	330	0,5	70	0,1			1.040	2,3	3.050	5,3
ZVB Ingelheim	240	0,5			410	1,0	100	0,2	490	1,2	1.240	2,9	1.260	2,9
Ingelheim sonst. Gebiet	350	0,8	150	0,7	460	1,1	260	0,5	910	2,3	2.130	5,4	15.320	28,8
ZVB Budenheim					20						20		400	0,9
ZVB Bodenheim	60	0,1					10				70	0,1	70	0,1
Bodenheim sonst.	70	0,1			350	0,4	90	0,1	20		530	0,6	780	1,2
ZVB Nackenheim	60	0,1									60	0,1	60	0,1
ZVB Gau-Algesheim	310	0,7	10		20	0,1	60	0,1			400	0,9	440	0,9
Gau-Algesheim sonst.													980	2,5
ZVB Heidesheim/Rhein														
ZVB Nieder-Olm	110	0,2			80	0,2	80	0,2			270	0,6	290	0,6
Nieder-Olm sonst. Geb.	310	0,7	180	0,6	40	0,1	30				560	1,4	4.210	7,7
ZVB Bacharach	10		10		120	0,3	20				160	0,3	170	0,3
ZVB Guntersblum					10		10				20		20	
Nierstein														
ZVB Oppenheim	40	0,1			20		10				70	0,1	320	0,4
Oppenheim sonst.	200	0,4			30	0,1	20				250	0,5	1.640	3,4
ZVB Sprendlingen									20		20		20	
Gensingen					1.000	2,0	200	0,4			1.200	2,4	2.150	3,5
ZVB Bad Kreuznach	690	1,6	30	0,1	1.320	3,1	340	0,7	670	1,6	3.050	7,1	3.890	9,0
Bad Kreuznach sonst.	2.160	4,6	1.170	4,2	1.150	2,6	600	1,3	130	0,3	5.210	13,0	33.580	53,8
ZVB Bad Münster am Stein-Ebersburg					10		20				30		170	0,1
ZVB Kirn	230	0,5	20	0,1	280	0,5	90	0,2	20		640	1,3	910	1,6
Kirn sonst. Gebiet	190	0,4			30	0,1	20				240	0,5	750	1,3
ZVB Bad Sobernheim	110	0,2			260	0,6	100	0,2	90	0,1	560	1,1	590	1,1
ZVB Langenlonsheim	10		10		50	0,1	30	0,1			100	0,2	1.340	2,1
ZVB Meisenheim	230	0,5			50	0,1	30		20		330	0,6	740	1,0
Meisenheim sonst.	180	0,5	310	1,5	480	1,5	70	0,1			1.040	3,6	9.770	17,4
Rüdesheim/Nahe	40				110	0,1	30				180	0,1	220	0,1
ZVB Waldböckelheim	50	0,1			50	0,1	20				120	0,2	200	0,3
Stromberg	10				50	0,1					60	0,1	60	0,1
ZVB Boppard	110	0,2	10		300	0,7	150	0,3	110	0,2	680	1,4	760	1,5
ZVB Emmelshausen	160	0,3			80	0,1	30		50		320	0,4	970	1,3
ZVB Kastellaun	40	0,1			110	0,1	30		40	0,1	220	0,3	270	0,3
Kastellaun sonst. Geb.	680	1,6	730	3,3	1.190	3,0	110	0,2	30		2.740	8,1	23.980	43,5
ZVB Büchenbeuren														
ZVB Kirchberg/Hunsr.	110	0,2			10		10		50	0,1	180	0,3	330	0,6
ZVB Sohren	120	0,3			800	2,0	50	0,1			970	2,4	970	2,4
ZVB Rheinböllen														
ZVB Oberwesel	110	0,2			10		40	0,1			160	0,3	260	0,4
Oberwesel sonst. Geb.					10	0,1					10	0,1	260	0,5
ZVB St. Goar					60	0,1	40	0,1			100	0,2	100	0,2

Fortsetzung folgt

Auswirkungsanalyse • Möbelstandort Bingen-Sponsheim / Grolsheim



Standort	Haus-/Heimtextilien		Lampen/Leuchten		GPK, Haushaltswaren		Bilder/Dekoartikel		Babyausstattung		innenstadtr. gesamt		Gesamt	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	VK in m ²	Ums. in Mio. €	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
ZVB Simmern/Hunsr.	150	0,3			380	0,9	20		70	0,1	620	1,3	650	1,3
Simmern sonst. Gebiet	1.190	2,5	520	1,3	240	0,5	120	0,3	140	0,4	2.210	5,0	13.090	23,4
ZVB Alzey	330	0,7	10		250	0,6	90	0,2	140	0,3	820	1,8	1.870	3,0
Alzey sonst. Gebiet	970	1,9	460	1,2	670	1,3	700	1,5	40	0,1	2.840	6,0	11.700	17,4
ZVB Flonheim														
ZVB Gau-Odernheim														
ZVB Wöllstein					50	0,1	20				70	0,1	320	0,4
ZVB Westhofen					30	0,1					30	0,1	50	0,1
ZVB Saulheim														
ZVB Wörrstadt	60	0,1			200	0,5	100	0,2	30	0,1	390	0,9	510	1,0
ZVB Mainz-Innenstadt	1.500	3,6	390	2,0	4.100	10,9	1.350	3,4	870	2,2	8.210	22,1	12.480	35,0
ZVB MZ-Bretzenheim	10				10		10				30		160	0,2
GW MZ-Bretzenheim	450	0,9	360	0,9	840	2,0	60	0,1	20		1.730	3,9	13.280	24,0
ZVB MZ-Gonsenheim	30	0,1	10		60	0,1	10		40	0,1	150	0,3	260	0,5
ZVB Mainz-Hechtsheim	50	0,1			80	0,2	30	0,1			160	0,4	160	0,4
GW MZ-Hechtsheim	1.010	2,3	1.120	4,6	1.880	4,6	270	0,5	250	0,6	4.530	12,6	51.660	84,4
ZVB MZ-Laubenheim					10						10		50	0,1
ZVB Mainz-Mombach													310	0,8
GW MZ-Mombach	570	1,2	590	2,2	530	1,0	230	0,4	90	0,2	2.010	5,0	21.360	30,3
ZVB Mainz-Rheinallee					20						20		60	0,1
ZVB Mainz-Weisenau	10				20						30		190	0,2
GW MZ-Weisenau	100	0,2	840	4,0	640	1,6	170	0,4			1.750	6,2	4.340	9,2
ZVB Mainz sonstige ST														
Mainz sonst. Gebiet	10		10	0,2	10	0,4	20	0,1		0,1	50	0,8	1.880	3,8
Alsensz-Obermoschel	10										10		40	0,1
ZVB Kirchheimbolanden	20				120	0,3	60	0,1	50	0,1	250	0,5	340	0,8
Kirchheimbolan. sonst.	140	0,3			30	0,1	10	0,1			180	0,5	780	1,3
ZVB Rockenhausen	700	0,1			40	0,1	60	0,1	40	0,1	210	0,5	210	0,5
Rockenhausen sonst.	190	0,4			30		20	0,1			240	0,4	750	1,2
ZVB Blankenrath					10		10				20		370	0,5
ZVB Herrstein														
ZVB Rhaunen	90	0,2			10						100	0,2	120	0,2
ZVB Eltville/Rhein	40	0,1			40	0,1	40	0,1			120	0,3	270	0,8
Eltville/Rhein sonst.													100	0,3
ZVB Geisenheim	60	0,1	40	0,2	70	0,2	10		100	0,3	280	0,8	280	0,8
Geisenheim sonst.	220	0,6	20		460	1,1	20	0,1			720	1,8	6.140	10,9
Kiedrich														
ZVB Winkel	20	0,1			40	0,1					60	0,2	180	0,4
Oestrich-Winkel sonst.	50	0,1					40	0,1			90	0,2	440	1,0
ZVB Rüdesheim a.R.	120	0,3			260	0,6	200	0,4	40	0,1	620	1,4	620	1,4
Rüdesheim/Rh sonst.	40		50	0,1							90	0,1	1.060	1,8
Walluf														

Quelle: BBE-Erhebung 2019 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Zusammenfassend ist für die projektrelevanten Sortimente folgende Angebotssituation gegeben:

Das **Kernsortiment Möbel/ Küchen** ist in den untersuchten Innenstädten/ Ortskernen – aufgrund des hohen Flächenbedarfs und der Transportbedürftigkeit der Artikel – nur in geringem Maße vorzufinden. In den untersuchten Zentren sind die spezialisierten Anbieter Casa Due - planen/einrichten (ca. 350 m²) in Bad Kreuznach, das Dänische Bettenlager in Emmelshausen (ca. 800 m²), das Einrichtungshaus Holz (ca. 1.400 m²), Inside Planung & Einrichtung (ca. 500 m²) und Mondo Einrichtungen (ca. 300 m²) in der Mainzer Innenstadt und das Möbelhaus Hansen (ca. 360 m²) in Blankenrath neben kleinteiligen Anbietern bzw. Randsortimenten im Bereich Möbel/ Küchen vorzufinden. In den meisten Zentren werden Möbel/ Küchen – wenn überhaupt – nur auf geringen Verkaufsflächen und überwiegend als Randsortimente angeboten.

Das Segment **Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)** wird in den meisten zentralen Versorgungsbereichen nicht oder nur als kleinteiliges Angebot angeboten.

Die Sortimente **Teppiche** finden sich lediglich in den Innenstädten von Mainz (Orientteppichhaus Peseschkian, Teppich Galerie Sascha zusammen ca. 290 m²) und Bad Kreuznach (Teppichhaus Fuchs ca. 260 m²) auf größerer Fläche. Auch ein differenziertes Angebot bei **Kinderwagen/ Kindersitzen** findet sich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur in der Mainzer Innenstadt (Der Kinderladen Wirth).

Das Sortiment **Farben/ Tapeten/ Bodenbeläge** wird in einer Reihe von Innenstädten/ Ortskernen durch Fachgeschäfte (teilweise in Verbindung mit Handwerksleistungen) angeboten. Die großflächigen Angebote befinden sich hingegen an Ergänzungsstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Insgesamt werden die für die Möbelhäuser geplanten **nicht-innenstadtrelevanten Kern- und Randsortimente** in den untersuchten zentralen Versorgungszentren des Untersuchungsraumes nur auf vergleichsweise geringen Verkaufsflächen angeboten. Dabei stellen neben wenigen Fachgeschäften vor allem die Randsortimente der Filialbetriebe das Angebot. Damit haben die untersuchten nicht-innenstadtrelevanten Sortimente in den Zentren der Region überwiegend keinen zentrenprägenden Charakter.

Haus- und Heimtextilien werden in fast allen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen angeboten, wenngleich zumeist auf (Teil-)Verkaufsflächen von < 100 m². Das Angebot konzentriert sich vor allem auf Randsortimente von Anbietern im Einrichtungssegment und Warenhäuser sowie auf weiteren Fachgeschäften, die auf Raumausstattung spezialisiert sind.

Ein nennenswertes Angebot bei **Lampen/ Leuchten** ist innerhalb der untersuchten Zentren ist nur in den Innenstädten von Bingen (Lichthaus Henrich ca. 160 m²) und Mainz (Lichthaus Lerch, No-

sotros Lichtstudio, Grob & Hoffmann zusammen ca. 330 m²) vorhanden. Auch als Randsortimente werden diese nur in sehr geringem Maße auf (Teil-)Verkaufsflächen geführt.

Die typischerweise innenstadtrelevanten Sortimente **Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Haushaltswaren** zählen ebenfalls in nahezu allen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen zum Angebot. Größere Angebote sind dabei insbesondere bei den Warenhäusern und Fachgeschäften in den Innenstädten von Mainz und Bad Kreuznach, bei den filialisierten Anbietern Depot, Nanu-Nana, WMF, Drogerie Müller sowie auch in einzelnen Fachgeschäften (z. B. Porzellanhaus Kaefer in Sohren, Brockamp in Boppard, Rüdinger in Simmern, Eisen Schmidt in Bad Sobernheim) vorzufinden.

Die Sortimentsgruppe **Bilder/ Rahmen, Kunstgegenstände, Wohneinrichtungsartikel** ist in beinahe allen zentralen Versorgungsbereichen vorzufinden und wird überwiegend in kleinteiligen Einzelhandelsgeschäften (unter 50 m² Verkaufsfläche) sowie als Randsortiment in Fotogeschäften, Geschenkartikelläden und einer Reihe von Filialisten im Bereich Einrichtungsbedarf angeboten.

Größere Fachgeschäfte für **Babyausstattung** sind – abgesehen von dem Kinderladen Wirth in der Mainzer Innenstadt – in den untersuchten Zentren nicht vorhanden. Darüber hinaus wird das Sortiment auf kleinen Verkaufsflächen – häufig als Randsortiment (u. a. Drogerie Müller) angeboten.

Die Angebotsüberschneidungen zwischen dem Planvorhaben und den zentralen Versorgungsbereichen beziehen sich damit vor allem auf die **innenstadtrelevanten Sortimente Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK)/ Haushaltswaren** sowie Haus- und Heimtextilien. Das projektrelevante Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen ist hinsichtlich Betriebstypen, Verkaufsflächendimensionierung, Zielgruppenansprache etc. überwiegend darauf ausgerichtet, eine Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung im näheren Umfeld zu entfalten, während eine regionale Versorgungsfunktion nur den Innenstadt-Angeboten von Mainz und Bad Kreuznach zukommt. Gleichzeitig sind im Untersuchungsraum auch differenzierte Angebotsstrukturen innenstadtrelevanter Sortimente (Fachmärkte, Randsortimente einrichtungsbezogener Anbieter) an Ergänzungsstandorten vorhanden, sodass sich diesbezüglich die Wettbewerbswirkungen auch auf die größeren Angebote an dezentralen Standorten beziehen werden.

3.3.3 Fazit

Zusammenfassend lässt sich die Wettbewerbssituation wie folgt charakterisieren:

- Die Einzelhandelsausstattung weist in den Innenstädten/ Ortskernen im Untersuchungsraum eine vergleichsweise geringe Sortimentsüberschneidung mit dem Planvorhaben auf. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die projektrelevanten Möbel- und Einrichtungsanbieter zumeist Standorte außerhalb der Zentren belegen.

- Angebotsüberschneidungen zwischen den Planvorhaben und den zentralen Versorgungsbereichen beziehen sich vor allem auf die Sortimente Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien. Bedeutsame Angebote bei den übrigen Sortimenten sind lediglich vereinzelt in den untersuchten Zentren vorzufinden und somit auch nicht als zentrenprägend zu bewerten.
- Insbesondere das Möbelkernsegment wird in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen nur auf relativ geringen Verkaufsflächen angeboten. Das innerstädtische Angebot bezieht sich vor allem auf Spezialanbieter oder Anbieter, die Möbel als untergeordnetes Randsortiment führen. Diese entfalten geringe Angebots- und Zielgruppenüberschneidungen mit dem geplanten Möbelhaus bzw. Möbel-Mitnahmemarkt. Es dominieren gegenwärtig an dezentralen Standorten außerhalb der Innenstädte/ Ortskerne ansässige Anbieter. In den zentralen Versorgungsbereichen kann keine umfassende Möbelversorgung hergestellt werden.
- Das projektrelevante Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen ist hinsichtlich Betriebstypen, Verkaufsflächendimensionierung, Zielgruppenansprache etc. überwiegend darauf ausgerichtet, eine Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung im näheren Umfeld zu entfalten.
- Insgesamt lässt sich festhalten, dass die projektrelevante Angebotsstruktur vor allem bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten durch Fachmärkte in dezentralen Standortlagen geprägt wird. Auch bei den projektierten innenstadtrelevanten Sortimenten sind nur geringe Angebotsüberschneidungen mit den innerstädtischen Fachgeschäften und Warenhäusern gegeben.
- Die größeren Möbelanbieter sind somit sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Möbel-Mitnahmemarktes von vorrangiger Bedeutung. Das aktuelle Wettbewerbsgefüge im Umland des Planvorhabens wird derzeit im Wesentlichen von diesen Anbietern geprägt.

4 Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen

4.1 Einzugsgebiet

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben sind folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegaufwand,¹⁹
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, das durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, verkehrlichen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt Bingen bzw. Versorgungsfunktion des Ergänzungsstandortes Gewerbepark Bingen/ Grolsheim.

Der Einzugsbereich eines Standortes wird somit nicht nur durch die Attraktivität des Planvorhabens sowie durch die Siedlungsstruktur und die Verkehrsanbindung beeinflusst, sondern auch wesentlich durch die Ausstrahlung von Wettbewerbern vergleichbarer Größenordnung und Zielgruppenorientierung begrenzt. Denn die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens hängen in hohem Maße von der eigenen Attraktivität im Verhältnis zur Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber ab.

¹⁹ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Bau- und Gartenmarkt- sowie Möbelsortiment).

Für die Einzugsgebietsabgrenzung der geplanten Möbelanbieter in Bingen sind folgende Aspekte rahmengebend:

- Der Standort ist dem Großraum Mainz/ Wiesbaden mit einer großen regionalen Ausstrahlung zugeordnet. Auch die direkte Anbindung an die Autobahnen A 60 und A 61 ist für die räumliche Marktdurchdringung von Bedeutung.
- Die geplanten Sortimente sind überwiegend dem langfristigen Bedarf zuzurechnen, sodass die Kunden grundsätzlich bereit sind, größere Entfernungen für den Einkauf zurückzulegen.
- Die geplante Größe von insgesamt 35.000 m² Verkaufsfläche für ein Möbelhaus mit angeschlossenem Möbel-Mitnahmemarkt und das umfassende Möbelsortiment mit einer breiten Zielgruppenansprache bestimmen die Attraktivität des Planvorhabens.
- Für das projektierte Möbelhaus sind neben in Ingelheim und Bad Kreuznach ansässigen Möbelgeschäften als wesentliche Wettbewerber die regional bedeutsamen Möbelhäuser u. a. in den Städten Mainz, Wiesbaden und der weiteren Regionen Rhein-Main und Rhein-Neckar, Pfalz und Mittelrhein zu berücksichtigen.

Die Zielgruppenausrichtung auf vorwiegend jüngere Kunden lässt für den projektierten Möbel-Mitnahmemarkt in erster Linie ähnlich konzipierte Anbieter als Hauptwettbewerber identifizieren (insb. Ikea).

- Der Stadt Bingen kommt als Mittelzentrum der Region eine hohe regionale Bedeutung zu, sodass starke Einkaufsverflechtungen für die unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen im ländlichen Raum zu erwarten sind, während die Marktdurchdringung in Richtung Mainz/ Wiesbaden/ Rheingau aufgrund der hohen Wettbewerbspräsenz bzw. Angebotsalternativen deutlich geringer sein wird.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren lässt sich ein Einzugsgebiet mit drei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensität abgrenzen.

In der **Zone 1** mit der Stadt Bingen und den umliegenden Kommunen (u. a. Mittelzentren Ingelheim, Sankt Goar, Bad Kreuznach, Simmern) sind die höchsten Marktanteile zu erwarten, die aus der räumlichen Nähe, den teilweise bereits bestehenden Einkaufsorientierungen und der geringen (eigenen) Einzelhandelsausstattung in den projektrelevanten Angeboten resultieren.

In der **Zone 2** ist der Planstandort innerhalb von max. 30 Minuten Pkw-Fahrzeit erreichbar. Aufgrund der Nähe und guten Erreichbarkeit bietet das Planvorhaben eine attraktive Einkaufsalternative zu den hier ansässigen, überwiegend kleineren inhabergeführten Wettbewerbern (u. a. Möbel Preiss in Kastellaun, Möbel Erfurth in Nieder-Olm) und discountorientierten Anbietern (u. a. Möbel

Roller in Alzey) sowie zu den deutlich weiter entfernten Möbelhäusern der Städte Mainz, Wiesbaden und Mannheim, sodass in dieser Zone ebenfalls höhere Marktanteile zu unterstellen sind.

Für das Ferneinzugsgebiet (**Zone 3**) können für Einkaufsfahrten im Möbeleinzelhandel – nach den Ergebnissen zahlreicher empirischer Studien der BBE für diese Branche – Fahrtzeiten von bis zu 45 Minuten unterstellt werden. Da in der Zone 3 bedeutsame Anbieter (verschiedene Möbelanbieter in Mainz, sowie u. a. Möbel Martin in Meisenheim) ansässig sind und aufgrund der großräumlichen Wettbewerbssituation in der angrenzenden Metropolregion Rhein-Main bzw. Rhein-Neckar (mit u. a. Wiesbaden, Ludwigshafen, Mannheim, Worms) deutlich überlagernde Einzugsgebiete bestehen, können hier nur begrenzte Einkaufsverflechtungen (bzw. Marktanteile) in Ansatz gebracht werden.

Vor diesem Hintergrund ergibt die Prognoseberechnung ein perspektivisches Einzugsgebiet, das sich in drei Zonen unterschiedlich ausgeprägter Einkaufsintensitäten abgrenzen lässt (vgl. Abbildung 13):

Zone 1: Das Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Einkaufsintensität bezieht sich auf die

- Städte Bingen und Ingelheim, die Verbandsgemeinden Rhein-Nahe, Sprendlingen-Genzingen, Gau-Algesheim (tw.) im LK Mainz-Bingen
- die Stadt Bad Kreuznach, die Verbandsgemeinden Bad Kreuznach (tw.), Langenlonsheim, Rüdesheim/ Nahe (tw.), Stromberg im LK Bad Kreuznach
- die Verbandsgemeinden Emmelshausen (tw.), Rheinböllen (tw.), Sankt Goar-Oberwesel, Simmern/ Hunsrück (tw.), im LK Rhein-Hunsrück
- die Verbandsgemeinden Wöllstein (tw.), Wörrstadt (tw.) im LK Alzey-Worms

Es ergibt sich ein Einwohnerpotenzial von rd. 228.600 Personen.

Zone 2: Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst

- die Stadt Budenheim, die Verbandsgemeinden Gau-Algesheim (Rest), Heidesheim, Nieder-Olm und Rhein-Selz (tw.) im LK Mainz-Bingen
- die Verbandsgemeinden Bad Kreuznach (Rest), Bad Sobernheim (tw.) und Rüdesheim/ Nahe (Rest) im LK Bad Kreuznach
- die Verbandsgemeinden Emmelshausen (tw.), Kastellaun (tw.), Kirchberg (tw.), Rheinböllen (Rest) und Simmern/ Hunsrück (Rest) im LK Rhein-Hunsrück

Auswirkungsanalyse • Möbelstandort Bingen-Sponsheim / Grolsheim

- die Stadt Alzey, die Verbandsgemeinden Alzey-Land (tw.), Wöllstein (Rest) und Wörrstadt (Rest) im LK Alzey-Worms
- die Verbandsgemeinde Zell (tw.) im LK Cochem-Zell
- die Verbandsgemeinde Alsenz-Obermoschel (tw.) im LK Donnersberg.

In Zone 2 leben rd. 207.900 Einwohner.

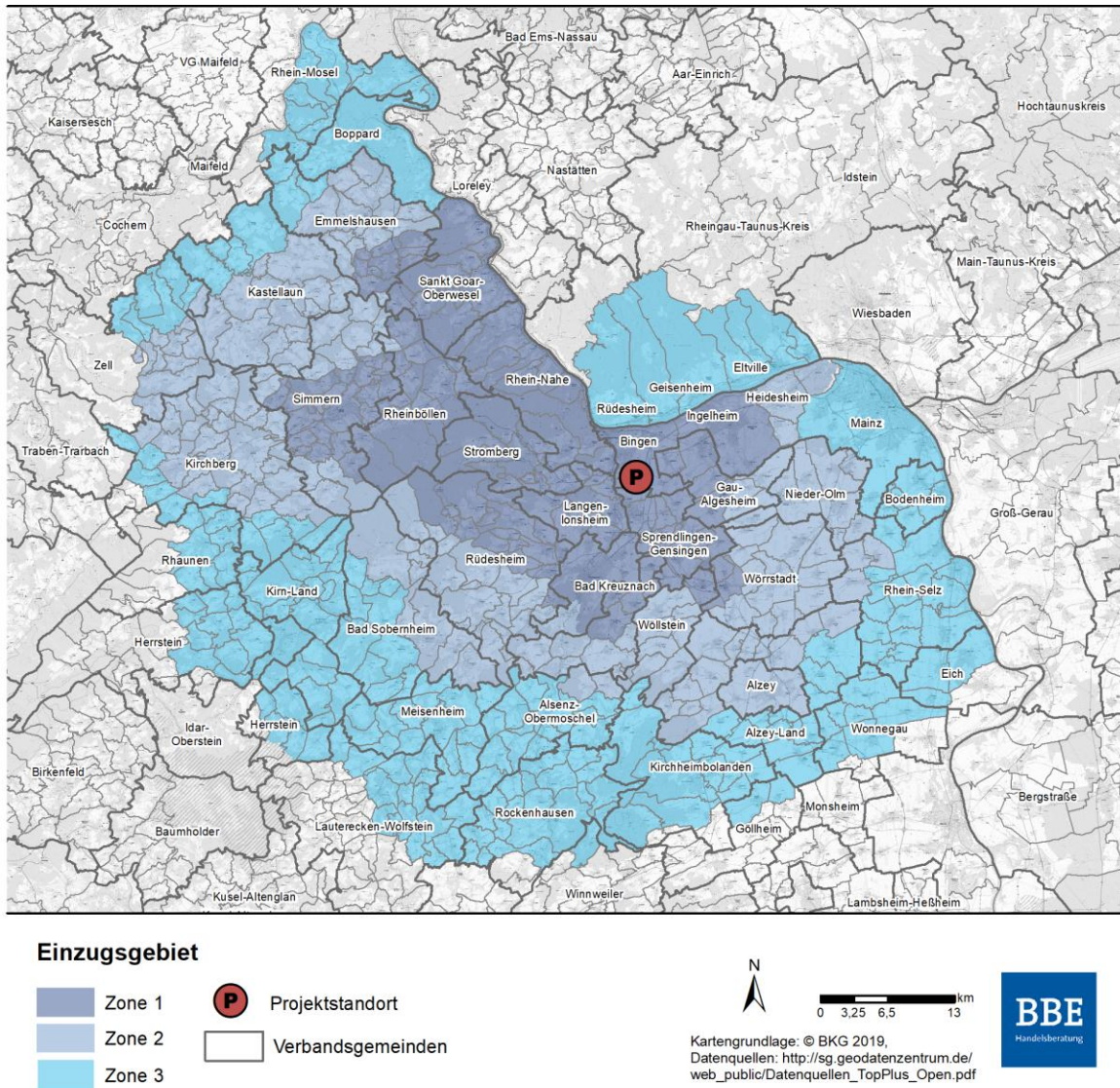
Zone 3: Zum Ferneinzugsgebiet zählen folgende Städte und Verbandsgemeinden:

- die Stadt Mainz
- die Verbandsgemeinden Bodenheim und Rhein-Selz (Rest) im LK Mainz-Bingen
- die Stadt Kirn, die Verbandsgemeinden Bad Sobernheim (Rest), Kirn-Land und Meisenheim im LK Bad Kreuznach
- die Verbandsgemeinde Kirchberg (Rest) im LK Rhein-Hunsrück
- die Verbandsgemeinden Alzey-Land (Rest), Eich (tw.) und Wonnegau (tw.) im LK Alzey-Land
- die Verbandsgemeinden Herrstein (tw.), Rhaunen (tw.) im LK Birkenfeld
- die Verbandsgemeinde Zell (tw.) im LK Cochem-Zell
- die Verbandsgemeinde Alsenz-Obermoschel (Rest), Göllheim (tw.) und Kirchheimbolanden (tw.), Rockenhausen (tw.) und Winnweiler (tw.) im LK Donnersberg
- die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein (tw.) im LK Kusel
- die Verbandsgemeinde Rhein-Mosel (tw.) im LK Mayen-Koblenz
- die Städte Eltville am Rhein, Geisenheim, Kiedrich, Oestrich-Winkel, Rüdesheim und Walluf im Rheingau-Taunus-Kreis.

In Zone 3 leben rd. 475.200 Einwohner.

Die Stadt Wiesbaden zählt nicht (mehr) zum Einzugsgebiet des Planvorhabens, da im Jahre 2015 ein vergleichbares XXXLutz Mann Mobilia-Möbelhaus mit Mömax-Mitnahmemarkt in zentraler Lage (Äppelallee) eröffnet wurde, sodass die Ausstrahlungskraft des Planvorhabens nach Wiesbaden wesentlich durch die Häuser aus dem eigenen Vertriebsnetz eingeschränkt wird.

Abbildung 13 Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung 2019

Das vorgenannte Einzugsgebiet weist somit ein Bevölkerungspotenzial von aktuell rd. 911.700 Einwohnern auf.²⁰ Darüber hinaus kann das Planvorhaben nur eine begrenzte räumliche Ausstrah-

²⁰ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz und Hessisches Statistisches Landesamt (Stand 30.06.2018)

lungskraft entfalten, die im Rahmen von sog. Streuumsätzen mit Kunden aus einem erweiterten Marktgebiet berücksichtigt wird.

4.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet

Das für das Planvorhaben zur Verfügung stehende Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation

- der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit
- den sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben von 482 € für die projizierten nicht-innenstadtrelevanten Sortimente sowie 202 € für die innenstadtrelevanten Sortimente²¹
- gewichtet mit den sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern.²²

²¹ Für die die projektrelevanten Sortimente werden folgende Pro-Kopf-Ausgabe-Beträge in Ansatz gebracht:
nicht-innenstadtrelevant: Möbel/ Küchen 353 €, Bettwaren 39 €, Teppiche 22 €, Fußbodenbeläge/ Tapeten/ Anstrichmitte 57 €, Kinderwagen/ Kindersitze 11 €
innenstadtrelevant: Haus- und Heimtextilien 45 €, Lampen/ Leuchten 33 €, Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK), Haushaltswaren 59 €, Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel 20 €, Babyausstattung 45 €
(Quelle: BBE-Marktforschung auf Basis von IfH-Daten 2019)

²² Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2019

Abbildung 14 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet

Kundenherkunftsgebiet	Landkreis	Einwohner	Nicht-zentrenrelev. Sortimente	Zentrenrelev. Sortimente	Projektrelev. Sortimente gesamt
		abs.	Kaufkraftpotenzial in Mio. €		
Zone 1	Mainz-Bingen	92.553	53,8	21,4	75,2
	Bad Kreuznach	96.195	46,3	19,2	65,5
	Rhein-Hunsrück-Kreis	35.467	17,0	7,1	24,1
	Alzey-Worms	4.396	2,3	0,9	3,2
Zone 1 Gesamt		228.611	119,4	48,6	168,0
Zone 2	Mainz-Bingen	62.129	36,1	14,4	50,5
	Bad Kreuznach	29.359	14,2	5,8	20,0
	Rhein-Hunsrück-Kreis	44.100	21,1	8,8	29,9
	Alzey-Worms	67.171	34,8	14,2	49,0
	Cochem-Zell	4.725	2,2	0,9	3,1
	Donnersbergkreis	403	0,2	0,1	0,3
Zone 2 Gesamt		207.887	108,6	44,2	152,7
Zone 3	Stadt Mainz	200.957	104,5	42,8	147,3
	Mainz-Bingen	55.736	32,4	12,9	45,3
	Bad Kreuznach	32.270	15,5	6,4	21,9
	Rhein-Hunsrück-Kreis	23.138	11,1	4,6	15,7
	Alzey-Worms	30.536	15,8	6,4	22,2
	Birkenfeld	11.040	4,7	2,0	6,7
	Cochem-Zell	1.627	0,7	0,3	1,0
	Donnersbergkreis	36.417	17,2	7,1	24,3
	Kusel	7.479	3,2	1,4	4,6
	Mayen-Koblenz	15.800	7,6	3,2	10,8
	Rheingau-Taunus-Kreis	60.237	33,0	13,6	46,6
Zone 3 Gesamt		475.237	245,7	100,7	346,4
Einzugsgebiet (Zone 1- 3) gesamt		911.735	437,7	193,5	667,2

Quelle: BBE-Berechnung 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)
auf Basis Statistische Landesämter 2018, IfH-Daten 2019, MBR-Kaufkraftkennziffern 2019

Insgesamt steht dem Planvorhaben ein einrichtungsrelevantes Nachfragevolumen im perspektivischen Einzugsgebiet in Höhe von 667 Mio. € im Jahr zur Verfügung (vgl.

Abbildung 14). Diese Summe setzt sich zusammen aus rd. 438 Mio. € Kaufkraft für die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente und rd. 193,5 Mio. € Kaufkraft für die innenstadtrelevanten Sortimente der geplanten Möbelhäuser. Auf das Kerneinzugsgebiet (Zone 1) entfallen rd. 25 % des Kaufkraftvolumens, auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone 2) rd. 23 % und auf das Ferneinzugsgebiet (Zone 3) rd. 52 % des Nachfragepotenzials.

Dem perspektivischen Einzugsgebiet (Zonen 1 - 3) werden alle Kommunen zugerechnet, in denen das Planvorhaben größere Marktanteile generieren kann. Streuumsätze beziehen sich auf einen darüber hinausreichenden Verflechtungsbereich, in dem das Planvorhaben keine nennenswerten Marktanteile erzielen wird.

Nach den jeweiligen Sortimenten differenziert, ergibt sich folgendes projektrelevantes Nachfragevolumen:

Abbildung 15 Projektrelevantes Nachfragevolumen nach Sortimenten

Sortiment	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamt
Kaufkraftpotenzial in Mio. €				
Möbel, Küchen	87,7	79,6	181,2	348,5
Bettwaren, Matratzen, Lattenroste	9,7	8,8	20,0	38,5
Teppiche	5,5	4,9	11,3	21,7
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	13,8	12,8	27,6	54,2
Kinderwagen/ Kindersitze	2,7	2,5	5,6	10,8
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	119,4	108,6	245,7	473,7
Haus- und Heimtextilien	10,6	9,6	22,1	42,3
Lampen, Leuchten	7,8	7,0	16,2	31,0
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	14,3	13,2	29,7	57,2
Bilder/ Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	4,9	4,4	10,1	19,4
Babyausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	11,0	10,0	22,6	43,6
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	48,6	44,2	100,7	193,5
Einrichtungssortimente gesamt	168,0	152,8	346,4	667,2

Quelle: BBE-Berechnung 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)
auf Basis Statistische Landesämter 2018, IfH-Daten 2019, MBR-Kaufkraftkennziffern 2019

5 Exkurs: Aktuelle Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum (vor Projektrealisierung)

Aufbauend auf der Bestandsanalyse im projektrelevanten Möbele Einzelhandel und der verfügbaren Kaufkraft im Einzugsgebiet werden nachfolgend die aktuellen Kaufkraftströme (vor Realisierung des Planvorhabens) dargestellt. Hierzu werden die Kaufkraftbewegungen für das **Möbelkernsortiment** nach Zonen simuliert.

Abbildung 16 Kaufkraftbewegungen bei Möbeln (vor Projektrealisierung)

Zone	Kaufkraft	Kaufkraftbindung		Kaufabfluss innerhalb EZG („Binnenwanderung“)		Kaufkraftabfluss außerhalb EZG	
	in Mio. €	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % der KK
Zone 1	87,7	53,0	60	18,0	21	16,7	19
Zone 2	79,6	45,6	57	20,0	25	14,0	18
Zone 3	181,3	117,2	65	4,0	2	60,1	33
Untersuchungsraum gesamt	348,6	215,8	62	42,0	12	90,8	26

Quelle: BBE-Berechnung 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)

Von der im abgegrenzten Einzugsgebiet (Zone 1 - 3) verfügbaren Kaufkraft für Möbel, Küchen (projektrelevantes Möbelkernsortiment) von ca. 348,6 Mio. € kann der ansässige Einzelhandel ca. 215,8 Mio. € binden. Darüber hinaus sind Kaufkraftbewegungen innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiet in Höhe von ca. 42,0 Mio. € zu verzeichnen, sodass insgesamt die Kaufkraftbindung inkl. „Binnenwanderung“ eine Bindung im Einzugsgebiet von ca. 74 % der Kaufkraft gewährleistet. Rund 90,8 Mio. € der verfügbaren Möbelkaufkraft fließen hingegen an Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zonen 1 - 3 ab. Hierbei handelt es sich vor allem um die regional ausstrahlenden Großmöbelhäuser in den Regionen Rhein-Main und Rhein-Neckar sowie in Kaiserslautern und Koblenz. Dies entspricht rund einem Viertel der Kaufkraft, das innerhalb des Einzugsgebietes nicht gebunden werden kann. In den Zonen 1 und 2 liegt der Kaufkraftabfluss bei jeweils ca. 18 - 19 % und im Ferneinzugsgebiet der Zone 3 bei ca. 33 %.

In der Gegenüberstellung von Möbelumsatz (ca. 67,1 Mio. €) und -Kaufkraft (ca. 87,7 Mio. €) wird in der Zone 1 einen Wert von 77 % erreicht. In Zone 2 liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation aktuell bei ca. 60 % und in der Zone 3 bei ca. 80 %, sodass im gesamten Einzugsgebiet per Saldo mehr Möbelkaufkraft abfließt als zufließt.

Damit wird deutlich, dass im Untersuchungsraum Rheinhessen-Nahe/ Hunsrück ein Angebotsdefizit im Möbele Einzelhandel besteht, das aktuell zu hohen Kaufkraftabflüssen an relativ weit entfernte Einkaufsstandorte in den angrenzenden Regionen Rhein-Main, Rhein-Neckar, Pfalz und Mittelrhein führt.

6 Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

6.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Die Prognose des Umsatzes, den das Planvorhaben mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 35.000 m² am Standort Gewerbegebiet Bingen/ Grolsheim erzielen wird, bildet die Grundlage für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zum einen von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung des Betriebes ab. Zum anderen nehmen aber auch das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, die Gesamtattraktivität des Standortes und die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Marktanteile für das Möbelvorhaben am Standort Bingen differenziert nach Herkunftsgebieten darstellt.²³ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Reichweite der Möbelanbieter vor allem von folgenden Faktoren abhängig ist:

- Betriebstyp, Sortimentsniveau, Sortimentsvielfalt
- Standort, Erreichbarkeit
- Wettbewerbsqualität
- Leistungsfähigkeit, Preispolitik
- Werbeintensität und Werbereichweite.

Bei der Prognose der Umsatzherkunft ist zu berücksichtigen, dass Konsumenten beim Einkauf von Möbeln und anderen aperiodischen Waren bereit sind, längere Fahrdistanzen auf sich zu nehmen, als bei der Deckung des periodischen Bedarfs. Wesentliche Gründe hierfür sind der vergleichsweise hohe Warenwert, die lange Nutzungsdauer von Möbeln und die daraus resultierende geringe Einkaufshäufigkeit.

Die großen Möbelhäuser (über 25.000 m² Verkaufsfläche, hierzu zählt auch das Planvorhaben) erreichen noch in 30 Minuten Fahrzeitzone relativ hohe Marktanteile, während kleinere Einrichtungshäuser keine nennenswerten Marktanteile oberhalb einer 20-Minuten-Zeitdistanz generieren. Mö-

²³ Die Marktanteile und die zu erwartenden Umsätze sind nicht gleichbedeutend mit der relativen bzw. absoluten Umsatzumverteilung. Eine Überschreitung von 10 % bei den Marktanteilen ist nicht mit einer Überschreitung des Schwellenwertes für städtebaulich relevante Auswirkungen zu verwechseln.

bel-Mitnahmemärkte und andere Selbstbedienungs-Konzepte haben i. d. R. deutlich begrenztere Einzugsgebiete (Ausnahme Ikea), profitieren bei Verbundstandorten mit Wohnkaufhäusern jedoch von deren Ausstrahlungskraft.

Bei der Umsatzprognose und der Prognose der Marktanteile wird eine hohe Leistungsfähigkeit der projektierten Anbieter zugrunde gelegt. Da das Möbelangebot neben mittelgroßen Einrichtungshäusern (u.a. in Bad Kreuznach, Ingelheim, Kastellaun) bisher vor allem von regional ausstrahlenden Wettbewerbern in den Großstädten (u. a. Mainz, Wiesbaden, Mannheim) geprägt ist. Zudem verfügt der Standort über eine sehr hohe Verkehrsgunst und regionale Ausstrahlungskraft und die Kunden sind bereit, für den Möbeleinkauf größere Fahrzeiten in Kauf zu nehmen. Demgemäß ist von einer überdurchschnittlichen Umsatzleistung und einer relativ hohen Kundenbindung gerade in den Umlandkommunen ohne eigenes Möbelangebot auszugehen. Dabei ist zu beachten, dass aufgrund der relativ geringen Bevölkerungsdichte die projektierten Möbelanbieter eine große räumliche Ausstrahlung entfalten müssen, um marktfähig zu sein.

Abbildung 17 Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens

Einzugsgebiet	Erwarteter Umsatz			Erwarteter Umsatz in %	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraftbindung in %
	nicht-innenstadt-relevante Sortimente	innenstadt-relevante Sortimente	gesamt			
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €			
Zone 1	28,0	4,3	32,3	49	168,0	19
Zone 2	15,7	2,3	18,0	27	152,8	12
Zone 3	10,9	0,9	11,8	18	346,4	3
Streuumsatz	3,5	0,4	3,9	6	./.	./.
Planvorhaben gesamt	58,1	7,9	66,0	100	667,2	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2019; Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

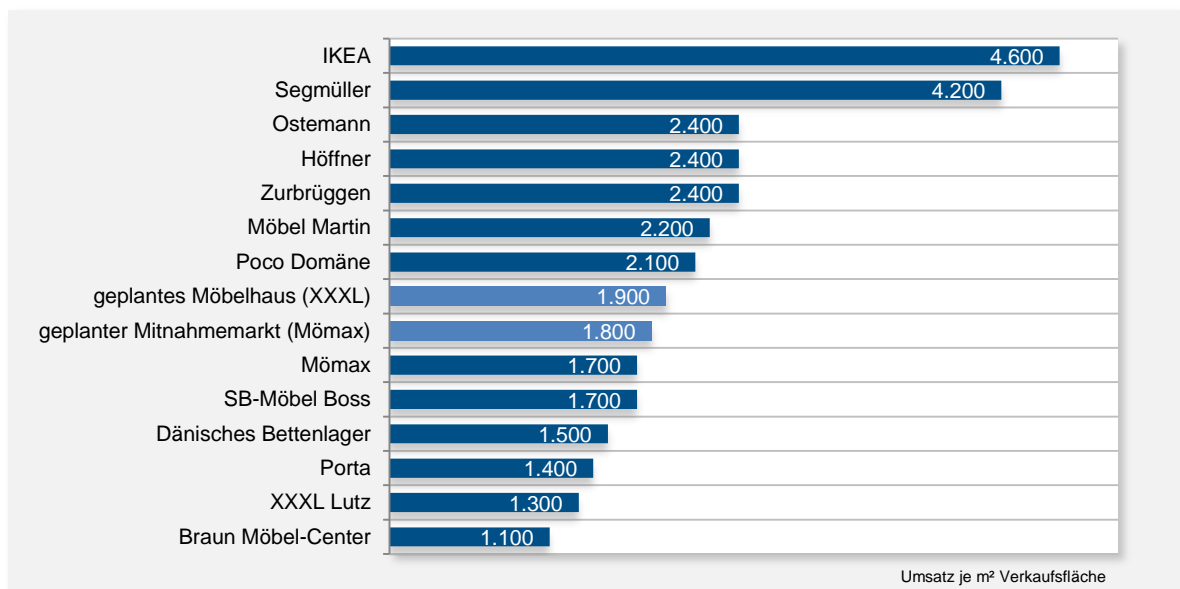
Unter Berücksichtigung dieser Faktoren und des vorhandenen Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet ist für die projektierten Möbelhäuser am Standort Bingen von einer maximalen Kaufkraftbindung in der Zone 1 (Kerneinzugsgebiet) von ca. 19 % auszugehen (vgl. Abbildung 17). Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) wird eine Kaufkraftbindung von max. 12 % prognostiziert, während die Marktdurchdringung im Ferneinzugsgebiet (Zone 3) mit ca. 3 % Kaufkraftbindung deutlich geringer ausfallen wird. Damit ist ein Planumsatz von max. 66,0 Mio. € unter Berücksichtigung der angebots- und nachfragebezogenen Rahmenbedingungen zu prognostizieren.

Insgesamt werden von dem zu erwartenden Gesamtumsatz ca. 49 % innerhalb des Kerneinzugsgebiets (Zone 1), 27 % innerhalb des erweiterten Einzugsgebietes (Zone 2) generiert. Weitere 18 % des Umsatzes werden mit Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet erwirtschaftet (Zone 3). Die Streuumsätze werden sich voraussichtlich auf ca. 6 % des Planumsatzes (ca. 4,0 Mio. €) belaufen, die aus der weitreichenden Ausstrahlungskraft des Standortes resultieren und sich räumlich auf einen großen Bereich beziehen, ohne eine bedeutsame Bindungsquoten zu ermöglichen.

Die geplanten Möbelhäuser werden voraussichtlich eine flächenbezogene Umsatzleistung von zusammen ca. 1.900 € je m² Verkaufsfläche erzielen (Möbelhaus ca. 1.900 € je m²; Mitnahmemarkt ca. 1.800 € je m²). Unter Berücksichtigung branchenüblicher Flächenleistungen und der Wettbewerbssituation im Großraum ist diese mittelfristige Umsatzerwartung als „Worst Case“-Ansatz zu bewerten.

Die im Durchschnitt im einrichtungsrelevanten Einzelhandel erreichte Flächenleistung (Umsatz je m² Verkaufsfläche) kann stark variieren. So erreichen laut einer Marktstudie der „Möbel Kultur“ – Möbelhandel 2010 die klassischen Möbel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von 5.000 - 20.000 m² die niedrigste durchschnittliche Flächenleistung mit ca. 700 € je m² Verkaufsfläche, die höchste dagegen die Küchenfachmärkte und Küchenstudios mit ca. 2.500 € je m² Verkaufsfläche. Das Mittelfeld mit einer durchschnittlichen Raumleistung von ca. 1.300 € je m² Verkaufsfläche belegt der Betriebstyp Wohnkaufhaus (über 20.000 m² Verkaufsfläche).

Abbildung 18 Einordnung der Planumsätze in den Vergleich der Flächenleistungen ausgewählter Möbelhändler in Deutschland



Quelle: BBE-Darstellung (auf Basis von EHI-Daten Stand: 2012)

Bei sehr erfolgreichen Möbelhäusern sind auch Flächenproduktivitäten in einer Größenordnung von rd. 2.000 bis 2.400 € je m² Verkaufsfläche möglich, bei Ikea und Möbel Segmüller liegen diese Werte noch deutlich darüber (vgl. Abbildung 18). Bei preisorientierten Möbel-Mitnahmemärkten werden in der Regel Flächenproduktivitäten von rd. 1.300 bis 1.700 € je m² Verkaufsfläche erreicht. Auch die Firma XXXL Lutz erreicht im Durchschnitt eine Flächenleistung von ca. 1.300 € je m² Verkaufsfläche, die Mömax-Märkte liegen im Durchschnitt bei ca. 1.700 € je m² Verkaufsfläche.

Die sortimentsbezogene Umsatzerwartung ist der folgenden Abbildung 19 zu entnehmen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass für die innenstadtrelevanten Sortimente eine höhere Flächenleistung zu prognostizieren ist als für die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente mit einer flächenintensiven Warenpräsentation.

Wie bereits dargestellt, wird mit rd. 94 % der größte Flächenanteil auf die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente (Kernsortiment und nicht-innenstadtrelevante Randsortimente) sowie ca. 6 % auf die innenstadtrelevanten Sortimente entfallen. In der hier dargestellten Maximalvariante (Worst-Case-Szenario) liegt die Umsatzerwartung bei rd. 66 Mio. €, davon entfällt ein Umsatzanteil von rd. 7,9 Mio. € (rd. 12 %) auf innenstadtrelevante Sortimente.

Der Vergleich mit den flächenbezogenen Umsätzen des Fachhandels (vgl. Abbildung 19) zeigt, dass im Rahmen des prognostizierten Worst-Case-Szenarios auch sortimentsbezogen für das projektierte Möbelhaus hohe Umsätze zugrunde gelegt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass aus der starken Beschränkung der „Fachabteilungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten“ des Möbelhauses eine – auch im Vergleich mit dem Fachhandel – hohe flächenbezogene Leistungsfähigkeit resultiert.

Im Fazit wird für das Planvorhaben im Rahmen einer Worst-Case-Betrachtung ein Gesamtumsatz von rd. 66 Mio. € prognostiziert. Hiermit wird für das Planvorhaben eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit unterstellt. Die angesetzten Flächenproduktivitäten liegen mit ca. 1.800 – 1.900 € je m² Verkaufsfläche auf dem Niveau von sehr erfolgreichen, großen Möbelhäusern bzw. Möbel-Mitnahmemärkten.

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in Bingen

Abbildung 19 Umsatzerwartung nach Sortimenten

Sortiment	Möbelhaus			Möbel-Mitnahmemarkt			Planobjekt gesamt			Zum Vergleich: VK-Leistung im Fachhandel ²
	Verkaufs- fläche	Umsatz	Flächen- leistung	Verkaufs- fläche	Umsatz	Flächen- leistung	Verkaufs- fläche	Umsatz	Flächen- leistung	
	in m ²	in Mio. €	in € je m ² VK	in m ²	in Mio. €	in € je m ² VK	in m ²	in Mio. €	in € je m ² VK	in € je m ² VK
Möbel, Küchen	22.524	39,9	1.800	6.410	10,6	1.700	28.934	50,5	1.700	1.100 - 1.400
Bettwaren, Matratzen, Lattenroste	1.215	2,2	1.800	240	0,4	1.700	1.455	2,6	1.800	s. u.
Teppiche	950	2,2	2.300	300	0,6	2.000	1.250	2,8	2.200	900 - 1.600
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	461	0,8	1.700	200	0,2	1.000	661	1,0	1.500	900 - 1.600
Kinderwagen/ Kindersitze	400	1,1	2.800	50	0,1	2.000	450	1,2	2.700	1.400 - 2.000
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	25.550	46,2	1.800	7.200	11,9	1.700	32.750	58,1	1.800	./.
Haus- und Heimtextilien	375	1,5	4.000	200	0,6	3.000	575	2,1	3.600	1.600 - 2.000 ³
Lampen, Leuchten	350	1,5	4.300	150	0,4	2.700	500	1,9	3.800	k. A.
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren	350	1,6	4.600	220	0,8	3.600	570	2,4	4.200	1.800 - 3.000
Bilder/ Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	150	0,7	4.700	130	0,3	2.300	280	1,0	3.600	1.800 - 3.000
Babyausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	125	0,5	4.000	-	-	-	125	0,5	4.000	1.400 - 2.000
Innenstadtrelevante Sortimente ge- samt¹	1.450	5,8	4.000	800	2,1	2.600	2.250	7,9	3.500	./.
Gesamt¹	27.000	52,0	1.900	8.000	14,0	1.800	35.000	66,0	1.900	./.

¹ inkl. 100 m² Verkaufsfläche Aktionsfläche je Betrieb (im Jahresverlauf wechselnde Sortimente)

² Vergleichswerte der Fachmärkte/ -geschäfte, Quelle: BBE-Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019, erstellt im Auftrag des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelstages

³ inkl. Bettwaren

Quelle: BBE-Prognosen und Berechnungen 2019 (Werte gerundet)

6.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde die Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens innerhalb des perspektivischen Einzugsgebietes prognostiziert. Auf Basis dieser Prognoseberechnungen konnte die zu erwartende Umsatzleistung des Planvorhabens ermittelt werden.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Ansiedlungsvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt wird. Für die Abschätzung der durch die geplanten Möbelanbieter induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden die projektrelevanten Umsätze der Anbieter innerhalb und außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche unterschieden.

Im Kerneinzugsgebiet (Zone 1) sind vor allem die Möbelanbieter in den benachbarten Mittelzentren Ingelheim, Bad Kreuznach und Simmern an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche prägend (u. a. Möbel Schwaab-Opi Welt (Ingelheim), Möbel Mayer und Die Fundgrube (Bad Kreuznach) und Sconto (Simmern)). Das Angebot wird ergänzt durch verschiedene Küchenanbieter, kleinere Möbelanbieter (u. a. Möbel Fuchs in Langenlonsheim), Fachmärkte im Einrichtungssegment (u. a. Dänisches Bettenlager in allen Mittelzentren, Hammer Heimtex in Bad Kreuznach), Baumärkte (u. a. Toom in Bingen, Globus in Gensingen, OBI und Bauhaus in Bad Kreuznach, OBI und Globus in Simmern) und sonstige Anbieter mit Sortimentsüberschneidungen zum Planvorhaben (u. a. Fachhandel für GPK, Heimtextilien, Lampen/ Leuchten, Babyausstattung).

Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) sind die Möbelhäuser Preiss in Kastellaun, Erfurth in Nieder-Olm und Möbel Roller in Alzey prägende Anbieter außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. In zentralen Versorgungszentren sind u. a. das Dänische Bettenlager in Emmelshausen, das Porzellanhaus Kaefer in Sohren und das kleine Möbelhaus Hansen in Blankenrath ansässig. Darüber hinaus ist nur im Gewerbegebiet Alzey-Ost ein differenziertes Einrichtungsangebot vorhanden (u. a. Depot, Tedox, Dänisches Bettenlager). Die zentralen Versorgungsbereiche weisen kleinteilige Fachgeschäfte in den projektrelevanten Sortimenten mit einem hohen lokalen Versorgungsbezug auf.

Im Ferneinzugsgebiet (Zone 3) sind vor allem die größeren Möbelanbieter in der Stadt Mainz (u. a. Möbel Martin, Möbel Boss im Gewerbegebiet Hechtsheim, Poco, Küchen Kleie im Gewerbegebiet Bretzenheim, Wohnraum Mainz, Möbelum, Möbel Roller im Gewerbegebiet Mombach) von Bedeutung. In den anderen Gemeinden sind größere Möbelangebote in Meisenheim (Möbel Martin) und Geisenheim (Möbel Henrich) vorhanden.

Die Mainzer Innenstadt weist ein differenziertes projektrelevantes Angebot mit unterschiedlicher Zielgruppenausrichtung auf. Im Möbelangebot dominieren hochpreisige Angebote, während bei

den innenstadtrelevanten Sortimenten Warenhäuser, Fachgeschäfte und kleinere Fachmärkte vorhanden sind. In den sonstigen Mainzer zentralen Versorgungsbereichen sind nur ausschnittweise Angebote mit Wettbewerbsbezug zum Planvorhaben vorhanden. Dagegen sind an den Gewerbegebietsstandorten neben den vorgenannten großen Möbelhäusern auch zahlreiche Fachmärkte mit Sortimentsüberscheidungen ansässig (u. a. Küchenanbieter, Bettenfachmärkte, Baumärkte).

In den anderen Gemeinden des Ferneinzugsgebietes sind verschiedene kleinere Möbel- und Einrichtungsanbieter sowie Fachgeschäftsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen mit eingeschränkter Wettbewerbsrelevanz zum Planvorhaben zu berücksichtigen.

Die nächstgelegenen großen, regional ausstrahlenden Möbelhäuser belegen Standorte in den Großstädten der Rhein-Main-Region (u. a. XXXL Mann Mobilia in Wiesbaden, Ikea in Hofheim-Wallau, Segmüller in Weiterstadt) sowie in der Region Rhein-Neckar (u. a. XXXL Mann Mobilia, Segmüller, Ikea in Mannheim, Einrichtungshaus Ehrmann in Frankenthal). In der Pfalz sind vor allem Möbel Martin und Ikea in Kaiserslautern wichtige Wettbewerber, während im nördlichen Bereich Koblenz u. a. Ikea zu berücksichtigen ist.

Im Folgenden werden die durch die Planvorhaben induzierten Umsatzumverteilungseffekte aufgezeigt, die für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen von Bedeutung sind. Anzunehmen ist dabei, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn ein neuer Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen, kann aber für die Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens eine Rolle spielen, wenn dadurch negative Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Die Marktbeobachtungen zeigen, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb gefestigter Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern, also bei größeren Möbelhäusern mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung, zum Tragen kommen. Zudem sind Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Spezialanbietern (z. B. Heimtextil- und Bettenfachmärkte, Küchenstudios) und Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser, Bau- und Heimwerkermärkte) im Untersuchungsgebiet zu erwarten. Vor allem bei den innenstadtrelevanten Randsortimenten werden auch Umverteilungen bei den innerörtlichen Angebotsstrukturen eintreten.

Ausgehend von der Ist-Situation werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer „Kaufkraftstrom-Modellrechnung“ simuliert. Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen zu den betroffenen Standorten und dem Umfang der Verdrängungseffekte bzw. zu Umsatzeinbußen getroffen werden.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende **Annahmen** zugrunde gelegt:

- Beim Möbelkauf akzeptieren die Konsumenten relativ große Fahrdistanzen und fokussieren ihre Nachfrage stärker als bei anderen Branchen auf regional bedeutsame Standorte. Hinzu kommen ausgeprägte Präferenzen für bestimmte Stilrichtungen und Preisniveaus, sodass sich für die Wettbewerber in der Region sehr große, einander überschneidende Einzugsgebiete ergeben.
- Für alle Sortimente gilt, dass für die Einzelhandelsstandorte bzw. Betriebe mit der größten Sortimentsüberschneidung (u. a. anhand der Kriterien Sortiment, Preisniveau, Zielgruppenansprache) auch die stärksten Umverteilungseffekte eintreten werden. Im Untersuchungsraum stehen die größeren Einrichtungshäuser sowie die Mitnahmemärkte im Vordergrund.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass vergleichbare Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Aufgrund der geringen Angebotsdichte im engeren Untersuchungsraum Rheinhessen-Nahe/ Hunsrück sind auch deutliche Wettbewerbswirkungen für die großen Möbelhäuser in den angrenzenden Regionen Rhein-Main, Rhein-Neckar, Pfalz und Koblenz zu erwarten, da diese aktuell wesentliche Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung des projektrelevanten Einzugsgebietes übernehmen.
- Ebenfalls ist zu berücksichtigen, dass bei Möbeln der Internet- und Versandhandel im Bundesdurchschnitt einen Marktanteil von rd. 9 % erreicht.²⁴

Für das Möbelvorhaben (Möbelhaus zzgl. Möbel-Mitnahmemarkt) in Bingen mit ca. 35.000 m² Verkaufsfläche wird im „Worst-Case“ ein Gesamtumsatz von max. 66,0 Mio. € prognostiziert. Hiervon entfallen rd. 58,1 Mio. € auf nicht-innenstadtrelevante und rd. 7,9 Mio. € auf die innenstadtrelevanten Einrichtungssortimente.

Das Planvorhaben wird vor allem mit den hinsichtlich der Sortimentsbreite und -tiefe sowie des Preisgenres vergleichbaren Einrichtungshäusern der Region in Wettbewerb treten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass durch die Ansiedlung der geplanten Möbelanbieter für die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung attraktive Einkaufsalternativen zu den in der (erweiterten) Region bestehenden Anbietern entstehen.

²⁴ Vgl. HDE, Online-Monitor 2019, Seite 11

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen
Abbildung 20 Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte

Sortiment	Möbel, Küchen			Bettwaren			Teppiche			Farben, Tapeten, Boden			Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt*		
	Umsatzherkunft	Umsatz	Umverteilung	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
ZVB Bingen Innenstadt	0,1	(*)	(*)				0,1	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)
Bingen sonstige Stadt	1,6	(*)	(*)	0,4	0,1	13	0,2	(*)	(*)	0,8	0,1	6	3,0	0,1	3
ZVB Ingelheim Innenstadt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingelheim sonstige Stadt	20,0	3,0	15	1,0	0,2	15	0,4	(*)	10	1,5	0,1	7	22,9	3,3	14
ZVB Bad Kreuznach Innenst.	0,9	0,1	6				1,0	0,1	8				1,9	0,1	7
Bad Kreuznach sonst. Stadt	29,9	3,6	12	1,8	0,3	16	1,0	0,1	8	7,8	0,4	5	40,5	4,3	11
Gensingen	0,3	0,1	17	-	-	-	0,1	(*)	10	0,7	0,1	7	1,1	0,1	10
ZVB Simmern Innenstadt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Simmern sonst.	10,0	0,4	4	1,5	0,2	13	3,2	0,2	6	3,7	(*)	(*)	18,4	0,8	4
ZVB in sonstigen Gemeinden	1,8	(*)	(*)	0,1	(*)	5	-	-	-	0,1	(*)	(*)	2,0	(*)	(*)
sonstige Standorte	2,5	0,2	8	-	-	-	-	-	-	0,4	(*)	(*)	2,9	0,2	7
Zone 1 gesamt	67,1	7,3	11	4,8	0,7	14	6,0	0,4	7	15,1	0,6	4	93,0	9,0	10
ZVB Nieder-Olm	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nieder-Olm sonstige Stadt	4,7	0,4	9	0,2	(*)	3	0,2	(*)	(*)	1,2	(*)	1	6,3	0,4	7
ZVB Alzey	0,1	(*)	(*)				0,2	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	1,2	(*)	(*)
Alzey sonstige Stadt	8,2	0,5	6	1,1	0,1	5	0,1	(*)	(*)	2,0	(*)	1	11,4	0,6	5
ZVB Kastellaun	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kastellaun sonstige Stadt	32,7	3,0	9	1,3	0,1	6	1,4	0,1	7	-	-	-	35,4	3,2	9
ZVB Bad Sobernheim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bad Sobernheim sonst. Stadt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ZVB in sonstigen Gemeinden	1,9	(*)	(*)	0,7	(*)	3	-	-	-	0,6	(*)	(*)	3,2	(*)	1
sonstige Standorte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zone 2 gesamt	47,6	3,9	8	3,3	0,2	5	1,9	0,1	5	4,7	(*)	(*)	57,5	4,2	7

Fortsetzung folgt

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen

Sortiment	Möbel, Küchen			Bettwaren			Teppiche			Farben, Tapeten, Boden			Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt*		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
Umsatzherkunft	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
ZVB Mainz Innenstadt	10,3	0,5	5	0,6	(*)	3	1,4	0,1	7	0,1	(*)	(*)	12,4	0,6	5
Sonstige ZVB in Mainz	1,3	(*)	(*)	-	-	-	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,6	(*)	(*)
GW-Standorte in Mainz	103,4	14,0	14	3,3	0,5	16	4,4	0,8	18	9,1	0,3	3	120,2	15,6	13
Mainz sonstige Stadt	2,2	(*)	(*)	0,6	0,1	17	-	-	-	0,2	(*)	(*)	3,0	0,1	3
ZVB Oppenheim	0,3	(*)	(*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	(*)	(*)
Oppenheim sonstige Stadt	2,0	(*)	(*)	0,9	(*)	2	-	-	-	-	-	-	2,9	(*)	1
ZVB Meisenheim	0,1	(*)	(*)	-	-	-	-	-	-	0,3	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)
Meisenheim sonstige Stadt	11,6	0,4	3	0,5	(*)	3	1,4	0,1	7	0,3	(*)	(*)	13,8	0,5	4
ZVB Geisenheim	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Geisenheim sonstige Stadt	8,6	0,1	1	0,4	(*)	3	-	-	-	0,1	(*)	(*)	9,1	0,1	1
ZVB in sonstigen Gemeinden	0,9	(*)	(*)	0,3	(*)	2	-	-	-	0,2	(*)	(*)	1,4	(*)	1
sonstige Standorte	3,5	(*)	(*)	1,8	0,1	3	-	-	-	0,5	(*)	(*)	5,8	0,1	1
Zone 3 gesamt	144,2	15,0	11	8,4	0,8	9	7,4	1,0	14	11,0	0,3	3	170,9	17,0	10
Möbelanbieter Rhein-Main	272,7	13,0	5	5,9	0,4	7	9,7	0,5	5	1,0	(*)	(*)	289,3	13,9	5
Möbelanbieter Rhein-Neckar	245,9	6,5	3	9,8	0,4	4	8,1	0,5	6	2,0	(*)	(*)	265,8	7,4	3
sonstige Möbelanbieter	176,0	3,5	2	3,3	(*)	(*)	8,1	0,1	1	0,5	(*)	(*)	187,9	3,6	2
Sonstige Standorte/ Versand	./.	1,4	./.	./.	0,2	./.	./.	0,2	./.	./.	0,1	./.	./.	1,9	./.
Umverteilung gesamt	953,5	50,5	./.	35,5	2,6	./.	41,2	2,8	./.	34,3	1,0	./.	1.064,4	56,9	./.

- kein Besatz; (*) marginal
* ohne Kinderwagen/ Kindersitze
Quelle: BBE-Erhebung 2019 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen

Fortsetzung: Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte

Sortiment	Haus- und Heimtextilien			Lampen, Leuchten			GPK, Haushalt, Deko*			Babyausstattung**			Innenstadtrelevante Sortimente gesamt			Möbelhaus-Sortimente gesamt		
	Umsatzherkunft	Umsatz	Umverteilung	Umsatz	Umverteilung	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Umsatz
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
ZVB Bingen Innenstadt	0,7	0,1	7	0,8	0,1	8	2,0	0,2	8	0,5	(*)	6	4,0	0,3	8	4,3	0,3	7
Bingen sonstige Stadt	0,7	0,1	7	1,0	(*)	4	0,6	(*)	(*)	-	-	-	2,3	0,1	4	5,3	0,2	4
ZVB Ingelheim Innenstadt	0,5	(*)	6	-	-	-	1,2	(*)	3	1,2	(*)	3	2,9	0,1	3	2,9	0,1	3
Ingelheim sonstige Stadt	0,8	0,1	6	0,7	0,1	7	1,6	0,1	5	2,8	0,2	8	5,9	0,4	7	28,8	3,7	13
ZVB Bad Kreuznach Innenst.	1,6	0,1	6	0,1	(*)	(*)	3,8	0,2	5	1,6	(*)	3	7,1	0,3	4	9,0	0,4	5
Bad Kreuznach sonst. Stadt	4,6	0,5	11	4,2	0,3	7	3,9	0,2	6	0,6	0,1	17	13,3	1,1	8	53,8	5,4	10
Gensingen	-	-	-	-	-	-	2,4	0,5	21	-	-	-	2,4	0,5	21	3,5	0,6	17
ZVB Simmern Innenstadt	0,3	(*)	(*)	-	-	-	0,9	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)
Simmern sonst.	2,5	0,2	8	1,3	(*)	2	0,8	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	5,0	0,2	4	23,4	1,0	4
ZVB in sonstigen Gemeinden	0,9	(*)	1	-	-	-	1,0	(*)	(*)	-	-	-	1,9	(*)	1	3,9	(*)	(*)
sonstige Standorte	-	-	-	-	-	-	0,3	(*)	(*)	-	-	-	0,3	(*)	(*)	3,2	0,2	6
Zone 1 gesamt	12,6	1,0	8	8,1	0,5	6	18,5	1,2	6	7,2	0,4	6	46,4	3,1	7	139,4	12,0	9
ZVB Nieder-Olm	0,2	(*)	(*)	-	-	-	0,4	(*)	(*)	-	-	-	0,6	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)
Nieder-Olm sonstige Stadt	0,7	(*)	(*)	0,6	(*)	3	0,1	(*)	(*)	-	-	-	1,4	(*)	1	7,7	0,4	6
ZVB Alzey	0,7	(*)	1	-	-	-	0,8	(*)	(*)	0,3	(*)	3	1,8	(*)	1	3,0	(*)	1
Alzey sonstige Stadt	1,9	(*)	2	1,2	(*)	3	2,8	0,1	4	0,1	(*)	(*)	6,0	0,2	3	17,4	0,7	4
ZVB Kastellaun	0,1	(*)	(*)	-	-	-	0,1	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)
Kastellaun sonstige Stadt	1,6	0,1	4	3,3	0,2	5	3,2	0,2	6	-	-	-	8,1	0,4	5	43,5	3,6	8
ZVB Bad Sobernheim	0,2	(*)	(*)	-	-	-	0,8	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)
Bad Sobernheim sonst. Stadt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ZVB in sonstigen Gemeinden	1,0	(*)	(*)	-	-	-	3,1	0,1	4	0,2	(*)	(*)	4,3	0,1	3	7,5	0,1	2
sonstige Standorte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zone 2 gesamt	6,4	0,1	2	5,1	0,2	4	11,3	0,4	4	0,8	(*)	1	23,6	0,8	3	81,1	4,9	6

Fortsetzung folgt

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen

Sortiment	Haus- und Heimtextilien			Lampen, Leuchten			GPK, Haushalt, Deko*			Babyausstattung**			Innenstadtrelevante Sortimente gesamt			Möbelhaus-Sortimente gesamt		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
Umsatzherkunft	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
ZVB Mainz Innenstadt	3,6	0,3	7	2,0	0,1	5	14,3	0,6	4	2,7	0,1	5	22,6	1,1	5	35,0	1,7	5
Sonstige ZVB in Mainz	0,2	(*)	(*)	-	-	-	0,4	(*)	(*)	0,1	(*)	5	0,7	0,0	1	2,3	(*)	(*)
GW-Standorte in Mainz	4,6	0,5	11	11,7	0,6	5	10,6	0,6	6	0,8	0,1	8	27,7	1,8	7	147,9	17,5	12
Mainz sonstige Stadt	-	-	-	0,2	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	3,8	0,1	3
ZVB Oppenheim	0,1	(*)	(*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)
Oppenheim sonstige Stadt	0,4	(*)	(*)	-	-	-	0,1	(*)	(*)	-	-	-	0,5	(*)	(*)	3,4	(*)	1
ZVB Meisenheim	0,5	(*)	2	-	-	-	0,1	(*)	(*)	-	-	-	0,6	(*)	2	1,0	(*)	1
Meisenheim sonstige Stadt	0,5	(*)	2	1,5	(*)	3	1,6	0,0	3	-	-	-	3,6	0,1	3	17,4	0,6	4
ZVB Geisenheim	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,3	(*)	3	0,8	(*)	1	0,8	(*)	1
Geisenheim sonstige Stadt	0,6	(*)	2	-	-	-	1,2	0,1	4	-	-	-	1,8	0,1	3	10,9	0,2	2
ZVB in sonstigen Gemeinden	1,7	(*)	1	0,1	(*)	(*)	3,7	(*)	(*)	0,5	(*)	8	6,0	0,1	1	7,4	0,1	1
sonstige Standorte	1,3	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	1,0	(*)	(*)	-	-	-	2,4	(*)	(*)	8,2	0,1	1
Zone 3 gesamt	13,6	0,8	6	15,8	0,8	5	33,7	1,3	4	4,5	0,3	6	67,6	3,1	5	238,5	20,2	8
Möbelanbieter Rhein-Main	13,3	0,2	1	18,7	0,2	1	27,8	0,4	1	4,6	0,3	5,9	64,4	1,0	2	353,7	14,9	4
Möbelanbieter Rhein-Neckar	16,3	0,1	(*)	19,8	0,1	1	28,0	(*)	(*)	-	-	-	64,1	0,2	(*)	329,9	7,6	2
sonstige Möbelanbieter	10,3	(*)	(*)	15,3	(*)	(*)	25,0	0,1	(*)	1,8	(*)	(*)	52,4	0,1	(*)	240,3	3,6	2
Sonstige Standorte/ Versand	./.	./.	./.	./.	0,2	./.	./.	0,1	./.	./.	0,7	./.	./.	1,0	./.	./.	2,8	./.
Umverteilung gesamt	72,5	2,1	./.	82,8	1,9	./.	144,3	3,4	./.	18,9	1,7	./.	318,5	9,1	./.	1.382,9	66,0	./.

- kein Besitz; (*) marginal

* inkl. Bilder/ Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel

** gem. Binger Sortimentsliste teils nicht-innenstadtrelevant (Kinderwagen/ Kindersitze u. a.)/ teils innenstadtrelevant (u. a. Spielwaren, Hygiene);

Quelle: BBE-Erhebung 2019 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Für die im **Kerneinzugsgebiet** (Zone 1) ansässigen Wettbewerber außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen werden sich die prognostizierten Umsatzeinbußen auf ca. 11,1 Mio. € belaufen. Dies entspricht ca. 9 % ihres derzeitigen Umsatzes. Besonders betroffen sind die Ergänzungsstandorte in Ingelheim (ca. 13 % Umsatzumverteilung) und Bad Kreuznach (ca. 10 %), während gleichermaßen die zentralen Versorgungsbereiche und die sonstigen Versorgungsstandorte im Kerneinzugsgebiet Umsatzverluste in Höhe von max. 3 - 6 % des projektrelevanten Umsatzes zu erwarten haben. Einzig für das sortimentsbezogene Teilangebot der Fachmärkte in Gensingen (Globus-Standort) ist eine höhere Umsatzumverteilung von ca. 17 % zu prognostizieren. Bezogen auf die Binger Innenstadt werden sich die Wettbewerbswirkungen (ca. 7 - 8 % des derzeitigen Innenstadtsatzes) vor allem auf die innenstadtrelevanten Sortimente GPK/ Haushaltswaren/ Dekoartikel, Lampen/ Leuchten und Haus- und Heimtextilien beziehen.

Wesentliche Angebotsüberschneidungen mit den Versorgungsstrukturen in der **Zone 2** bestehen vor allem mit den an dezentralen Standorten ansässigen Möbelanbietern in Kastellaun, Nieder-Olm und Alzey. Es lassen sich Umverteilungsquoten von ca. 6 - 8 % für die Möbelstandorte Nieder-Olm und Kastellaun prognostizieren. Für den Gewerbegebietsstandort Alzey-Ost werden sich die Umsatzverluste auf ca. 4 % des projektrelevanten Angebotes beziehen.

Für die zentralen Versorgungsbereiche in der Zone 2 sind aufgrund der räumlichen Entfernung sowie der geringen Überschneidung hinsichtlich der Zielgruppenansprache nur marginale Umsatzverluste zu erwarten.

Innerhalb der **Zone 3** (Ferneinzugsgebiet) ist zu unterscheiden zwischen den regional ausstrahlenden Angeboten im Oberzentrum Mainz und den eher auf den Nahbereich ausgerichteten Angeboten in den anderen Gemeinden des Untersuchungsraumes. So sind für die zentralen Versorgungsbereiche der Mittel- und Grundzentren in der Zone 3 – wenn überhaupt – nur marginale Wettbewerbswirkungen aufzuzeigen. Für die Mainzer Innenstadt beziehen sich dagegen die Umsatzumverteilungen vor allem auf die innenstadtrelevanten Sortimente. Dabei liegen die Umverteilungsquoten sortimentsbezogen bei max. 4 – 7 %. Die Wettbewerbswirkungen bei Möbeln, Bettwaren und Teppichen sind dagegen deutlich geringer ausgeprägt, da sich das innerstädtische Angebot hinsichtlich Angebots- und Preisniveau nur in geringem Wettbewerb zu den geplanten Möbelhäusern befindet.

Wesentliche Angebotsüberschneidungen sind hingegen mit den größeren Möbelhäusern und sonstigen einrichtungsbezogenen Fachmärkten an den nicht-integrierten Ergänzungsstandorten zu erwarten. Allen voran stellt der im Wirtschaftspark Rhein/Main (Gewerbegebiet Hechtsheim) ansässige Möbelanbieter Martin im geplanten Standortverbund mit Möbel Boss den wichtigsten Wettbewerbsstandort des Planvorhabens dar (Umsatzumverteilung ca. 16 %). Dies resultiert vor allem aus der räumlichen Nähe sowie der Überschneidungen hinsichtlich der Zielgruppenansprache, Verkaufsflächengröße und des Sortimentskonzeptes. Darüber hinaus weist die Stadt Mainz weitere Wettbewerbsbetriebe an dezentralen Standorten auf. Insgesamt werden sich die Umsatzverluste

für die Ergänzungsstandorte in der Stadt Mainz auf ca. 15,6 Mio. €, gleichbedeutend ca. 13 % des projektrelevanten Umsatzes belaufen.

Die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen auf die **regional ausstrahlenden großen Möbelhäuser** in den Großstädten der Rhein-Main-Region und der Rhein-Neckar-Region resultieren daraus, dass infolge der geringen Möbelausstattung im engeren Untersuchungsraum vor allem die nächstgelegenen großen Einrichtungshäuser u. a. in Wiesbaden, Hofheim, Weiterstadt und Mannheim heute eine starke Marktbedeutung im Untersuchungsraum haben. Bei Realisierung des projektieren, großen Möbelangebotes in Bingen werden Umsatzumverteilungen bei diesen Betrieben in Höhe von insgesamt ca. 25 Mio. € ausgelöst, dies ist gleichbedeutend mit einem Umsatzverlust von ca. 3 % des derzeitigen Umsatzes der großen Möbelhäuser. In der Einzelbetrachtung weisen die untersuchten größeren Möbelanbieter außerhalb des projektrelevanten Einzugsgebietes dabei maximale Umverteilungsquoten von max. 8 % (XXXL Mann Mobilia in Wiesbaden) auf.

Der Einzelhandel in städtebaulich integrierten Lagen (**zentrale Versorgungsbereiche**) ist insbesondere im näheren Umfeld des Planvorhabens von Umsatzumverteilungen betroffen. Dies resultiert vor allem daraus, dass die innenstadtrelevanten Sortimente auch von Zielkunden aus der näheren Umgebung nachgefragt werden, die die projektierten Möbelhäuser vorwiegend aufgrund des Randsortimentsangebotes aufsuchen werden.

Die zu erwartende Umsatzumverteilung in der Binger Innenstadt wird sich auf ca. 0,3 Mio. € (gleichbedeutend ca. 7 % des derzeitigen Umsatzes in den projektrelevanten Sortimenten) belaufen. Die höchsten Umsatzumverteilungen sind mit max. 8 % bei Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren/ Dekorationsartikel und Lampen/ Leuchten, max. 7 % bei Haus- und Heimtextilien sowie max. 6 % bei Babyausstattung zu prognostizieren. Für die sonstigen projektrelevanten Sortimente sind keine messbaren Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel in Bingen zu erwarten.

Auch in den sonstigen Innenstädten der Region (Zone 1 und 2) sind absolut und gemessen an der projektrelevanten Einzelhandelsausstattung nur geringe Umsatzverluste für die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten. So werden sich die Umsatzeinbußen für die zentralen Versorgungsbereiche von Bad Kreuznach auf ca. 0,4 Mio. € (ca. 5 %) und Ingelheim auf ca. 0,1 Mio. € (ca. 3 %) belaufen. Für die sonstigen Nachbarkommunen im engeren Einzugsgebiet sind aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen keine bedeutsamen Umsatzwirkungen abzulesen. Bei Umverteilungsquoten von max. 1 - 2 % sind unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit des regionalen Innenstadteinzelhandels keine Anhaltspunkte für betriebsgefährdende Auswirkungen gegeben. Angesichts der Versorgungsbedeutung der innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiche sind damit aus den prognostizierten Wettbewerbswirkungen keine städtebaulich bedeutsamen Auswirkungen abzuleiten.

Die untersuchten Gemeinden im Ferneinzugsgebiet (Zone 3) weisen in den Ortskernen ein ausschnittweises Angebot in den projektrelevanten Sortimenten mit hoher lokaler Versorgungsbedeutung auf, sodass nur eine geringe Umsatzumverteilung in den grund- und mittelzentralen Geschäftszentren infolge des projektierten Möbelangebotes in Bingen zu prognostizieren ist. Gleiches gilt auch für die Mainzer Stadtteilzentren, während die Mainzer Innenstadt eine oberzentrale Ausstrahlungskraft auf die Region entfaltet und damit auch stärker von den Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens betroffen sein wird. Auch für die Mainzer Innenstadt gilt jedoch, dass angesichts der Versorgungsbedeutung der Innenstadt und der Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels bei sortimentsbezogenen Umsatzverlusten von max. 5 - 7 % keine betriebsgefährdenden Auswirkungen ableiten lassen, die städtebaulich negative Auswirkungen auslösen könnten. Hierbei ist auch von Bedeutung, dass die innerstädtischen Betriebe überwiegend nur mit Teilsortimenten in projektrelevanten Wettbewerb treten werden. Bedeutsame Magnetbetriebe oder oberzentrale Versorgungsstrukturen werden daher nicht gefährdet, zumal die Mainzer Innenstadt bereits in Konkurrenz zu vergleichbaren Möbelhäusern an dezentralen Standorten steht (u. a. Möbel Martin in Mainz-Hechtsheim, XXXL Mann Mobilia am Standort Wiesbaden-Äppelallee).

Zusammenfassend lässt sich festhalten (vgl. Abbildung 20):

- Von Verlagerungseffekten in einer nachweisbaren Größenordnung werden vor allem die strukturprägenden Anbieter der Möbelbranche betroffen sein. Neben den Möbelgeschäften in Ingelheim und Bad Kreuznach sind dies vorrangig die großen Anbieter, d. h., regionalbedeutsame Möbelhäuser mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung (vor allem Möbel Martin in Mainz, XXXL Mann Mobilia in Wiesbaden und Mannheim, Möbel Segmüller in Weiterstadt und Mannheim).
- Die durch das Planvorhaben induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden sich infolge der zu erwartenden hohen Leistungsfähigkeit und der regionalen Ausstrahlung des Planvorhabens insgesamt auf eine Vielzahl von Betrieben und zentralen Versorgungsbereichen beziehen. Städtebaulich bedeutsame Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Region sind dabei auszuschließen. Die Wettbewerbswirkungen werden sich in erster Linie auf vergleichbare, regional bedeutsame Möbel- und Einrichtungshäuser an städtebaulich nicht-integrierten Standorten beziehen.
- Aufgrund der eingeschränkten Angebots- bzw. Zielgruppenüberschneidungen sind für den spezialisierten bzw. hochpreisigen Einrichtungsfachhandel in der Region Rheinhessen-Nahe/ Hunsrück nur relativ geringe Umsatzeinbußen zu erwarten.

In der Gesamtbilanz kann der im Untersuchungsraum ansässige Einzelhandel nach der Realisierung des Möbelprojektes ca. 232,5 Mio. € der Kaufkraft für Möbel/ Küchen (Möbelkernsortiment) (+ 16,7 Mio. €) direkt binden, weitere 47,2 Mio. € (+ 5,2 Mio. €) sind als Kaufkraftbewegungen innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiet zu verzeichnen (vgl. Abbildung 21). Damit können ca. 80 % der Kaufkraft im Einzugsgebiet (inkl. „Binnenwanderung“) gebunden werden (+ 6 %).²⁵ Der Kaufkraftabfluss an Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zonen 1 - 3 (vor allem regional ausstrahlende Großmöbelhäuser) kann gleichzeitig um ca. 21,9 Mio. € auf dann ca. 68,9 Mio. € reduziert werden. Damit kann der Kaufkraftabfluss von ca. 26 % (vor Projektrealisierung) auf dann 20 % reduziert werden.

Abbildung 21 Kaufkraftbewegungen bei Möbeln nach Projektrealisierung

Zone	Kaufkraft	Kaufkraftbindung		Kaufabfluss innerhalb EZG („Binnenwanderung“)		Kaufkraftabfluss außerhalb EZG	
	in Mio. €	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % der KK
Zone 1	87,7	73,2	83	7,5	9	7,0	8
Zone 2	79,6	43,2	54	27,2	34	9,2	12
Zone 3	181,3	116,1	64	12,5	7	52,7	29
Untersuchungsraum gesamt	348,6	232,5	67	47,2	13	68,9	20

Quelle: BBE-Berechnung 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)

Durch die Schaffung eines regional ausstrahlenden Möbelangebotes in der Stadt Bingen werden damit vor allem die Einkaufsfahrten der Bürger aus den Zonen 1 und 2 an die relativ weit entfernten Einkaufsstandorte der Großmöbelhäuser in der Regionen Rhein-Main-Neckar verringert. Demgemäß wird für die Zone 1 nach Projektrealisierung ein Kaufkraftabfluss von ca. 8 % (vorher ca. 19 %), in Zone 2 von ca. 12 % (vorher ca. 18 %) und im Ferneinzugsgebiet der Zone 3 von ca. 29 % (vorher ca. 33 %) prognostiziert.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation wird damit nach Realisierung der geplanten Möbelhäuser in Zone 1 bei ca. 126 % (vorher 77 %) liegen, sodass zukünftig mehr Kaufkraft zufließt als abfließt. In den Zonen 2 und 3 werden Umsatz-Kaufkraft-Relationen von ca. 56 % (vorher 60 %) bzw. 71 % (vorher 80 %) erzielt werden.

²⁵ Die aktuellen Kaufkraftbewegungen im Untersuchungsraum vor Projektrealisierung sind der Abbildung 16 zu entnehmen.

Das Möbelvorhaben in der Stadt Bingen ist geeignet, dass im Untersuchungsraum Rheinhessen-Nahe/ Hunsrück bestehende Angebotsdefizit im Möbeleinzelhandel zu beheben und die aktuell hohen Kaufkraftabflüsse an relativ weit entfernte Einkaufsstandorte in den Regionen Rhein-Main, Rhein-Neckar, Pfalz und Mittelrhein an einen zentralen Standort umzulenken und gleichzeitig die Einzelhandelsausstattung im Oberzentrum Mainz zu ergänzen.

6.3 Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens

Die projektierten Möbelvorhaben (Möbelhaus und Möbel-Mitnahmemarkt) stellen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten dar.

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Planvorhabens sind im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Bingen sowie den umliegenden Städten und Gemeinden zu bewerten. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche im Vordergrund.

Städtebaulich relevante Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich wären dann zu erwarten, wenn bestehende Einzelhandelsbetriebe infolge der Ansiedlung des Planvorhabens gefährdet würden, die für die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eine hohe Bedeutung haben.

Im Hinblick auf die Höhe des Schwellenwertes, ab wann nicht nur unwesentliche Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO auftreten können, hat sich als quantitative Orientierungsgröße in der Planungs- und Rechtsprechungspraxis etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant zu bewerten ist. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben.²⁶

Die „10%-Marke“ ist allgemein nur als Orientierungswert zu sehen. Die bloße Berechnung der Umsatzumlenkungen aus den zentralen Versorgungsbereichen ist kein alleiniger Ansatz zur Beurteilung der städtebaulichen Bedeutung der Auswirkungen. Es werden noch weitere qualitative Indikatoren geprüft, um die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens einordnen zu können (z. B. Vorschädigung von Geschäftsbereichen, Auswirkungen auf Magnetbetriebe).

²⁶ Vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung – Herausforderung Einzelhandel, in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 266; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur „standortgerechten Steuerung des Einzelhandels“, in: NVwZ, 2004, H. 9, S. 1031; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg

Innenstadt Bingen

Der Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Bingen verzeichnet einen hohen Anteil im Bekleidungssegment. Zusätzlich können die Segmente des persönlichen Bedarfs (u.a. Schuhe, Schmuck, Optik) sowie der Grundversorgung (Lebensmittel, Drogeriewaren) als prägende Angebotsschwerpunkte der Binger Innenstadt identifiziert werden. In den untersuchungsrelevanten Sortimenten besteht in der Innenstadt von Bingen nur ein begrenztes Angebot, das sich auf kleinteilige, spezialisierte Betriebe konzentriert oder als Randsortiment sonstiger Anbieter angeboten wird. Demgemäß sind die Sortimentsüberschneidungen relativ gering, sodass städtebaulich relevante Auswirkungen für die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt von Bingen infolge der Ansiedlung der projektierten Möbelhäuser auszuschließen sind.

Bei sortimentsbezogenen Umverteilungen von ca. 7 - 8 % bei Haus- und Heimtextilien, Lampen/ Leuchten bzw. GPK, Haushaltswaren/ Dekorationsartikel können strukturelle Auswirkungen für die Innenstadt ausgeschlossen werden. Dies resultiert vor allem daraus, dass die relevanten Sortimente zumeist als Randsortimente von Mehrbranchenanbieter bzw. von Anbietern mit hoher Dienstleistungsorientierung angeboten werden, die durch Angebotsanpassung reagieren können. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass das sortimentsbezogene überwiegend kleinteilige Einzelhandelsangebot nicht prägend für die Binger Innenstadt ist, sodass selbst bei Schließung einzelner kleinerer Wettbewerber keine wesentliche Verschlechterung der Versorgungsqualität und damit städtebaulich relevante Auswirkungen in Bingen eintreten würden.

Zentrale Versorgungsbereiche der Nachbarkommunen

Die sortimentsbezogenen Umsatzumverteilungen gegenüber Wettbewerbern in zentralen Versorgungsbereichen bewegen sich in allen untersuchten Haupt- und Nebenzentren der Region in Größenordnungen, die kein Umschlagen von wettbewerblichen Wirkungen in städtebaulich relevante Effekte erwarten lassen. Die höchsten Umverteilungseffekte sind mit rd. 5 - 7 % in den Innenstädten von Bad Kreuznach und Mainz zu erwarten. In den projektrelevanten Sortimenten ergeben sich in Bad Kreuznach nur teilweise Überschneidungen mit dem Einrichter Casa Due, der Küchen Galeria, dem Teppichhaus Fuchs sowie Galerien, Anbietern von Kunsthandwerk, Geschenkartikeln, Wohnaccessoires und Haus-/ Heimtextilien. In der Mainzer Innenstadt sind Wettbewerbswirkungen v. a. für die Möbelanbieter Einrichtungshaus Holz, Inside Planung & Einrichtung, Mondo Einrichtungen und Einrichtung Jung, verschiedene Küchenanbieter, Fachanbieter für Teppiche und Lampen/ Leuchten, GPK/ Haushaltswaren, Galerien und Babyausstattung sowie für Teilsortimente der beiden Warenhäuser Galeria Karstadt Kaufhof in Mainz zu erwarten, die hinsichtlich Sortiments- und Preisniveau nur teilweise mit dem Planvorhaben vergleichbar ist. Darüber hinaus sind lediglich Randsortimente sonstiger Anbieter von Auswirkungen betroffen. Dabei bewegen sich die Umvertei-

lungsquoten auch hier auf einem niedrigen Niveau, sodass die vorhandenen Versorgungsstrukturen nicht negativ beeinflusst werden.

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich **Bad Kreuznach-Innenstadt** ist durch eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Branchen geprägt. Als großflächige Magnetbetriebe fungieren das Warenhaus Galeria Karstadt Kaufhof/ ehem. Kaufhof, der Drogeriemarkt Müller, H & M und zahlreiche weitere Bekleidungsgeschäfte. Da sich mögliche Angebotsüberschneidungen nur auf einzelne, spezialisierte Anbieter mit geringen Überschneidungen in der Zielgruppenansprache beziehen werden, sind nur sehr eingeschränkte Wettbewerbseffekte und damit keine strukturell bedeutsamen Auswirkungen durch die projektierten Möbelhäuser zu erwarten. Dies gilt umso mehr, als zahlreiche fachmarktorientierte Angebote in den projektrelevanten Sortimenten an Ergänzungsstandorten der Stadt Bad Kreuznach vorhanden sind, die in einem starken Wettbewerb zu dem Planvorhaben treten werden

Auch der Angebotsschwerpunkt der **Mainzer Innenstadt** liegt im Bereich Bekleidung/ Schuhe/ Sport, persönlicher Bedarf und Elektrowaren. Wichtige Magnetbetriebe sind die beiden Warenhäuser Galeria Karstadt Kaufhof, Woolworth sowie diverse Bekleidungs-, Schuh- und Sporthäuser und der Elektronikfachmarkt Saturn. Damit sind - trotz der sortimentsbezogenen Angebotsüberschneidungen - keine städtebaulich relevanten Auswirkungen zu erwarten. Die Mainzer Innenstadt weist keine Anhaltspunkte einer Vorschädigung auf. Die betroffenen Fachgeschäfte sind als leistungsstarke Anbieter mit hoher Spezialisierung und Dienstleistungsorientierung zu bewerten, sodass selbst unter Berücksichtigung der zu erwartenden Umsatzeinbußen betriebsgefährdende Effekte auszuschließen sind.

In der **Ingelheimer Innenstadt** befinden sich nur wenige kleinteilige einrichtungsbezogenen Anbieter (Raumausstatter, Geschäft für Geschenk- und Dekorationsartikel). Darüber hinaus beschränken sich die innerstädtischen Angebotsüberschneidungen auf die Randsortimente von Woolworth und Drogerie Müller. Die Ingelheimer Innenstadt steht in starkem Wettbewerb zu den Fachmarktangeboten u. a. im Gewerbegebiet Nahering, sodass ein starker Nahversorgungsbezug des innerstädtischen Angebotes gegeben ist. Angesichts der Angebotsbedeutung vor allem des dezentralen Ergänzungsstandortes Nahering bei den projektrelevanten Sortimenten (u. a. Möbelhaus Schwaab-Opti Wohnwelt/ Küchenwelt, Plana Küchenland, Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord, Baby One Babyfachmarkt) sind städtebaulich bedeutsame Auswirkungen auf die Ingelheimer Innenstadt infolge der projektierten Möbelanbieter auszuschließen.

Dem Innenstadtzentrum **Simmern/ Hunsrück** ist neben den prägenden Angeboten des Fashion- und sonstigen persönlichen Bedarfs mit dem Fachgeschäft Rüdinger auch ein spezialisierter Haushaltswaren- und Porzellananbieter zugeordnet. Darüber hinaus bezieht sich das projektrelevante innerstädtische Einzelhandelsangebot vor allem auf einen Raumausstatter und kleinteilige Randsortimente anderer Anbieter. Die Wettbewerbseffekte erreichen insgesamt für die Innenstadt von Simmern aufgrund der geringen Überschneidungen hinsichtlich der Zielgruppen nur relativ ge-

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen

ringe Werte. Bedeutsame Wettbewerbswirkungen auf die Innenstadtangebote werden die geplanten Möbelhäuser daher nicht entfalten.

In **Kastellaun** weist die Innenstadt ein Einzelhandelsangebot mit starkem Nahversorgungsbezug auf. Die projektrelevanten Sortimente werden nur als Randsortimente von Mehrbranchenunternehmen angeboten. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind für den zentralen Versorgungsbereich auszuschließen. Wesentliche Wettbewerbseffekte werden sich hingegen auf die an dezentralen Standorten ansässigen Fachmärkte (u. a. Möbel/ Küchen Preiss) beziehen.

In den **übrigen zentralen Versorgungsbereichen** im Einzugsgebiet werden – wenn überhaupt – nur marginale Umsatzumverteilungen eintreten. Die Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben bestehen zumeist nur in Teilsortimenten. Darüber hinaus handelt es sich bei den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen vielfach um spezialisierte Anbieter mit Dienstleistungsbezug (u. a. Raumausstatter). Die Umsatzeinbußen für den dortigen Einzelhandel werden demnach nur marginal sein. Es kann davon ausgegangen werden, dass weder strukturprägende Betriebe noch die Angebotsstrukturen wesentlich vom Planvorhaben beeinträchtigt werden, sodass städtebaulich negative Auswirkungen für die Innenstädte und Nebenzentren ausgeschlossen werden können.

Eine Vorschädigung der Zentren kann ausgeschlossen werden, da alle Geschäftsbereiche eine der zentralörtlichen Funktion angemessene Einzelhandelsausstattung aufweisen, die ihren Schwerpunkt im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport (in den Mittelzentren) bzw. im nahversorgungsbezogenen Angebot (in den Grundzentren) hat.

„Verbrauchernahe Versorgung“

Städtebaulich relevante Auswirkungen könnten auch dann auftreten, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in einer der tangierten Nachbarkommunen durch das Planvorhaben gefährdet würde. Aufgrund der prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 10 - 16 % gegenüber den ansässigen Hauptwettbewerbern Möbel Martin in Mainz sowie den mittelständigen Möbelhäusern in Ingelheim und Bad Kreuznach, sind insbesondere die möglichen Auswirkungen gegenüber diesen Nachbarkommunen zu betrachten.

Trotz prognostizierter Umsatzumverteilungsquoten gegenüber einzelnen Betrieben von deutlich über 10 % ist nicht zu erwarten, dass in diesen Kommunen die branchenmäßige Versorgung mit Möbeln und Einrichtungsbedarf gefährdet wird. Die Betriebe weisen große, zum Teil sich überschneidende Marktgebiete auf und können gleichzeitig hohe Leistungsfähigkeiten erzielen, sodass sie betriebswirtschaftlich in der Lage sein sollten, dem erhöhten Wettbewerbsdruck standzuhalten. In diesem Zusammenhang ist auch von Bedeutung, dass die Möbelausstattung im engeren Unter-

suchungsraum relativ gering ist, sodass hohe Kaufkraftabflüsse in die Regionen Rhein-Main, Rhein-Neckar, Pfalz und Mittelrhein zu beobachten sind.

Bei der Bewertung der Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung mit Möbeln ist für den Untersuchungsraum jedoch auch zu berücksichtigen, dass selbst bei Aufgabe einer der an nicht-integrierten Standorten ansässigen, besonders betroffenen Wettbewerber die Angebotsdichte nur unwesentlich herabgesetzt wird. Hinzu kommt, dass die Kunden aus den betroffenen Nachbarkommunen auch weiterhin in zumutbaren Distanzen verschiedene Möbelanbieter zur Auswahl hätten.

Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sind nicht nur die möglichen Beeinträchtigungen auf den Bestand zu untersuchen, sondern es ist auch die Frage zu beantworten, ob durch die Realisierung des Planvorhabens die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt werden könnten.

Dies wäre dann der Fall, wenn das Planvorhaben im Marktsegment des innenstadtrelevanten Einrichtungsbedarfs in den Nachbarkommunen eine so hohe Kaufkraftabschöpfung generieren könnte, dass die Marktzutrittsmöglichkeiten für neue Angebotsformen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche spürbar eingeschränkt würden. Dies kann aber nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse ausgeschlossen werden.

Insbesondere Angebotskonzepte wie Depot und Nanu Nana, die speziell für integrierte City-Lagen entwickelt wurden, oder das Randsortiment von Drogerie Müller stehen zwar aufgrund ihrer Sortimentsstrukturen in Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben; aufgrund der anders gelagerten Zielgruppenansprache und der damit einhergehenden relativ geringen Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens werden die Möglichkeiten zur Realisierung dieser modernen City-Konzepte in geeigneten Zentrallagen durch das Planvorhaben nicht bedeutsam eingeschränkt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden:

- Wettbewerbswirkungen wird das Planvorhaben überwiegend gegenüber Angebotsstandorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entfalten. Ein „Wegbrechen“ des Möbeleinzelhandels im Untersuchungsraum kann für die Realisierung der projektierten Möbelanbieter in Bingen ausgeschlossen werden. Selbst Betriebsschließungen einzelner Möbelanbieter infolge des steigenden Wettbewerbsdrucks würden jedoch keine Beeinträchtigung der Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsgebiet verursachen.

- Existenzbedrohende Umverteilungseffekte gegenüber strukturprägenden Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sind dagegen auszuschließen. Alle vom Vorhaben tangierten zentralen Versorgungsbereiche können auch nach Realisierung des Planvorhabens ihrem Versorgungsauftrag hinsichtlich des Angebotes projektrelevanter Waren ohne Funktionseinschränkung nachkommen.
- Die Wettbewerbswirkungen gegenüber dem Einrichtungseinzelhandel im weiteren Umfeld (u. a. Kastellaun, Mainz, Wiesbaden, Weiterstadt, Mannheim, Kaiserslautern) entfalten keine existenzgefährdenden Auswirkungen. Dies resultiert daraus, dass es nur teilweise Überschneidungen bei den Marktgebieten geben wird und die projektierten Möbelanbieter in Bingen nur relativ geringe Marktanteile im Ferneinzugsgebiet erzielen können.
- Die prognostizierten Wettbewerbswirkungen lassen aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des Anteils am derzeitigen Umsatz sowie aufgrund der bestehenden Versorgungsbedeutung und der Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraums erkennen, da die Umverteilungsquoten gegenüber zentralen Versorgungsbereichen in Bingen oder anderen Kommunen keine städtebaulich relevante Dimensionen erreichen.

6.4 Bewertung der Übereinstimmung mit den landesplanerischen Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV)

Das **Landesentwicklungsprogramm IV** (LEP IV) formuliert Anforderungen an die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben, insbesondere an großflächige Einzelhandelsbetriebe. Diese Anforderungen stellen die zentralen Kriterien dar, welche bei der Beurteilung eines Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhabens zu prüfen sind.

Konkret stellen folgende Ge- und Verbote die wesentlichen raumordnerischen Kernregelungen bezogen auf die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar:

- System der zentralen Orte (Grundsatz 56):
Zur Sicherung einer angemessenen und wohnungsnahen Versorgung mit öffentlichen und privaten Angeboten ist auf das System der zentralen Orte und Mittelbereiche abzustellen.
- Zentralitätsgebot (Ziel 57):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind nur in zentralen Orten, Betriebe ab 2.000 m² nur in Mittel- und Oberzentren zulässig. Eine Ausnahme gilt für Betriebe der Grundversorgung mit max. 1.600 m² Verkaufsfläche und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit min. 3.000 Einwohnern.

- Städtebauliches Integrationsgebot (Ziel 58):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen (Innenstädten, Stadt- und Stadtteilzentren) errichtet werden.

Die zentralen Versorgungsbereiche sind im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes räumlich abzugrenzen und zu begründen. Welche Sortimente als innenstadtrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste können begründete Abweichungen vom Katalog der „innenstadtrelevante Leitsortimente“ vorgenommen werden.

- Ergänzungsstandorte (Ziel 59):
Großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten dürfen an festgelegten Ergänzungsstandorten der zentralen Orte angesiedelt werden. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen (i. d. R. max. 10 % der Verkaufsfläche).

Die Ergänzungsstandorte sind im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes räumlich abzugrenzen und zu begründen.

- Nichtbeeinträchtigungsgebot (Ziel 60):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen zentrale Versorgungsbereiche der Standortgemeinde und benachbarter zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigen.

- Agglomerationsverbot (Ziel 61):
Der Bildung von Einzelhandelsagglomerationen mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Bestehende Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sind über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen.

- ÖPNV-Einbindung (Grundsatz 62):
Auch Ergänzungsstandorte sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.

- Versorgungsmodelle für versorgungsschwache ländliche Räume (Grundsatz 63):
Es sollen alternative Versorgungsmodelle erprobt und weiterentwickelt werden, um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden (z. B. Einzelhandel mit Zusatzfunktionen, mobile Einrichtungen).

Der Regionale Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe²⁷ konkretisiert die landesplanerischen Ziele und Grundsätze, um die Funktion der räumlichen Steuerung raumbedeutsamer Vorhaben und Maßnahmen zu übernehmen (u. a. Grundzentren, Verflechtungsbereiche).

Nachfolgend werden die projektierten Möbelhäuser im Hinblick auf die projektrelevanten Ziele und Grundsätze bewertet:

Zentralitätsgebot

Die Stadt Bingen ist gemäß Landesentwicklungsprogramm IV als Mittelzentrum ausgewiesen. Vor diesem Hintergrund stellt die Stadt aus landes- bzw. regionalplanerischer Sicht einen privilegierten Standort zur Aufnahme von Betrieben mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche dar.

Die Grundvoraussetzungen für die Ansiedlung der Möbelhäuser in Bingen sind gegeben.

Gleichwohl überschreitet das Planvorhaben in seiner Versorgungsfunktion erheblich den Mittelbereich des Mittelzentrums Bingen, der neben der Stadt Bingen die Verbandsgemeinden Rhein-Nahe und Sprendlingen-Gensingen umfasst. Nur rd. 12 % des Planumsatzes wird voraussichtlich mit Kunden aus dem Mittelbereich erzielt werden, sodass deutlich wird, dass der geplante Möbelstandort eine regionale Bedeutung in Ergänzung zu den bestehenden Ober- und Mittelzentren erzielen würde.

Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot/ Ergänzungsstandorte

Die projektierten Möbelhäuser sind als großflächige Betriebe mit einem nicht-innenstadtrelevanten Kernsortiment (Möbel, Küchen) zu bewerten. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bingen wurden Ergänzungsstandorte für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel festgelegt und begründet.

Der projektierte Standort ist dem Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim zugeordnet, der sich räumlich auf den Bereich Gustav-Stresemann-Straße direkt angrenzend an das Autobahndreieck Nahetal bezieht. Das zulässige Angebotspektrum wird auf die Kernsortimente Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf beschränkt. Es handelt sich hierbei um Sortimente/ Betriebstypen, die einen hohen Flächenbedarf aufweisen, der an den bestehenden Standorten (Innenstadt, Gewerbegebiet Scharlachberg) perspektivisch nicht gedeckt werden kann. Damit wird dem Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim die Funktion der Sicherung der Versorgungsstrukturen im nicht-innenstadtrelevanten Angebotssegment zugeschrieben.

²⁷ Vgl. Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe, Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe, 2014.

Das Planvorhaben ordnet sich sinnvoll in das Zentrenkonzept der Stadt Bingen ein.

Nichtbeeinträchtigungsgebot

Wie die vorliegende Auswirkungsanalyse nachweisen konnte, werden bei der Ansiedlung der Möbelhäuser mit zusammen ca. 35.000 m² Verkaufsfläche die Versorgungsfunktionen der städtebaulich integrierten Bereiche der Stadt Bingen und der zentralen Orte im Versorgungsbereich nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Die Wettbewerbswirkungen werden sich überwiegend auf die großen Möbelhäuser der Region beziehen. Für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum können wesentliche Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Innenstädte bzw. Ortskerne ausgeschlossen werden.

Die projektierten innenstadtrelevanten Randsortimente sind als marktübliche Ergänzungssortimente des Einrichtungsbedarfs zu bewerten, die in einem inhaltlich-funktionalen Zusammenhang mit dem Möbel-Hauptsortiment stehen. Die Begrenzung der absoluten Größenordnung ist im Rahmen der raumordnerischen Prüfung vor dem Hintergrund möglicher Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche der zentralen Orte vorzunehmen. Für das vorliegende Sortimentskonzept konnten relevante Auswirkungen auf die integrierten Versorgungsstrukturen ausgeschlossen werden.

ÖPNV-Anbindung

Im Zuge der Projektrealisierung ist eine angemessene Einbindung in das ÖPNV-Netz herzustellen.

Das Einzelhandelsvorhaben hält somit die Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes ein.

7 Fazit

- In der Stadt Bingen ist am Standort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim die Ansiedlung eines Möbelhauses und eines Möbelmitnahmemarktes mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 35.000 m² geplant. Der Projektstandort ist dem Ergänzungsstandort „Gewerbepark Bingen/ Grolsheim“ zugeordnet, der als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten im Einzelhandelskonzept der Stadt Bingen ausgewiesen ist. Der Standort ist für die Ansiedlung eines Möbelhauses mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten geeignet.
- Der Vorhabenstandort befindet sich im südlichen Stadtgebiet von Bingen in Sichtbeziehung zum Autobahndreieck Nahetal A 60/ A 61. Durch die direkte Autobahnanbindung verfügt das Planareal über eine hohe Verkehrsgunst.
- Die Wettbewerbssituation ist durch großflächige Möbelanbieter in den benachbarten Städten und Gemeinden (vor allem Mainz, Ingelheim, Bad Kreuznach) bestimmt. In der Stadt Bingen ist nur ein ausschnittweises Möbelangebot vorhanden. Insgesamt ist in der Untersuchungsregion nur ein geringes Möbelangebot zu verzeichnen. Aufgrund des möbelbezogenen Versorgungsdefizits übernehmen regional bedeutsame Möbelhäuser im großräumigen Umfeld (u. a. Wiesbaden, Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz, Rhein-Main-Gebiet) ergänzende Versorgungsfunktionen für den Untersuchungsraum.
- Das perspektivische Einzugsgebiet wird rd. 912.000 Einwohner mit einem projektrelevanten Nachfragevolumen von rd. 667 Mio. € umfassen, vom dem das Planvorhaben ca. 9 % binden kann. Darüber hinaus können rd. 6 % des Umsatzes mit Kunden aus einem erweiterten Marktgebiet erzielt (Streuumsätze) werden.
- Für das Planvorhaben in Bingen wird vor dem Hintergrund der Angebots- und Nachfragesituation, der weiteren Standortrahmenbedingungen sowie der Dimensionierung der geplanten Möbelvorhaben ein Gesamtumsatz von ca. 66 Mio. € prognostiziert.
- Der Planumsatz wird zu ca. 4 % durch Umsatzumverteilungen gegenüber relevanten Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen und zu rd. 96 % durch Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben an Angebotsstandorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen generiert werden.
- Für die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche sind aufgrund der gefestigten Strukturen mit Schwerpunkten im Fashion- und sonstigen persönlichen Bereich bzw. in der Nahversorgung sowie aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben keine strukturgefährdenden Auswirkungen festzustellen.

Auswirkungsanalyse • Möbelhäuser in der Stadt Bingen

- Die Wettbewerbswirkungen werden sich hauptsächlich auf die strukturprägenden Möbelhäuser in der Region beziehen. Die Umsatzverluste werden insbesondere die Anbieter in Mainz, Ingelheim und Bad Kreuznach sowie die regional bedeutsamen Möbelhäuser in den Regionen Rhein-Main, Rhein-Neckar, Pfalz und Mittelrhein betreffen. Städtebaulich relevante Auswirkungen lassen sich aus der Wettbewerbsverschärfung jedoch nicht ableiten.

Auch eine Gefährdung der Versorgung der Bevölkerung im ländlichen Raum der Region Rheinhessen-Nahe/ Hunsrück kann ausgeschlossen werden, da die Verbraucher auch weiterhin verschiedene Möbelanbieter in zumutbaren Distanzen zur Auswahl haben werden.

- Der Ausbau des Möbelangebotes stellt aus gutachterlicher Sicht eine sinnvolle Weiterentwicklung des Versorgungsangebotes der Region dar, ohne wesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklungsfähigkeit der benachbarten zentralen Orte zu verursachen. Das Planvorhaben ist geeignet, das bestehende Angebotsdefizit bei Möbeln im Untersuchungsraum abzubauen.

Köln, im August 2019

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Jörg Lehnerdt

8 Anhang

Abbildung 22 Zentrenrelevanz der untersuchten Sortimente in den Umlandkommunen mit entsprechender Sortimentsliste

Sortimente Kommune	Möbel, Küchen	Bettwaren	Teppiche	Farben, Tapeten, Bodenbeläge	Kinderwagen	Haus- und Heim- textilien	Lampen, Leuchten	GPK, Haushalts- waren, Bilder, Dekoration	Baby- ausstattung
Alsenz-Obermoschel (BBE, 2019)	nzr	nzr	nzr	nzr	nzr	zr (Ausnahme: Vorhänge)	nzr	zr	zr
Alzey (Stadt, 2011)	nzr	k. A.	nzr	nzr	nzr	zr	nzr	zr	zr
Boppard (GMA, 2017)	nzr	nzr	nzr	nzr	nzr	zr	nzr	zr	zr
Budenheim (BBE, 2018)	nzr	nzr	nzr	nzr	nzr	zr (Ausnahme: Vorhänge)	nzr	zr	zr
Emmelshausen (Dr. Acocella, 2018)	nzr	k. A.	nzr	nzr	nzr	zr	nzr	zr	zr
Kastellaun (GfK, 2010)	nzr	nzr	zr	nzr	zr	zr	k. A.	zr	zr
St. Goar-Oberwesel (Futura Consult, 2017)	nzr	nzr	zr	nzr	zr	zr	zr	zr	zr
Wörrstadt (GMA, 2016)	nzr	nzr	nzr	nzr	zr	zr	nzr	zr	zr
Ingelheim/Rhein (CIMA, 2006)	nzr	k. A.	nzr	nzr	k. A.	zr	k. A.	zr	k. A.
Kirchheimbolanden (GMA, 2011)	nzr	nzr	nzr	nzr	zr	zr	k. A.	zr	zr
Mainz (Stadt, 2016)	nzr	k. A.	nzr	nzr	zr	zr	nzr	zr	zr
Nieder-Olm (Markt und Standort, 2007)	nzr	nzr	nzr	nzr	k. A.	nzr	k. A.	zr	k. A.
Rheinböllen (GMA, 2018)	nzr	nzr	nzr	nzr	zr	zr	zr	zr	zr
Rockenhausen (Markt und Standort, 2006)	nzr	k. A.	nzr	nzr	k. A.	nzr	nzr	zr	k. A.

nzr: nicht-innenstadtrelevant/ zr: innenstadtrelevant

Quelle: Einordnung der Zentrenrelevanz der untersuchten Sortimente gem. der jeweiligen Einzelhandelskonzepte

