



# Auswirkungsanalyse Erweiterung Norma in Bad Hersfeld, Ortsteil Asbach

---

**Auftraggeber:** Kreisstadt Bad Hersfeld  
**Ansprechpartner:** Herrn Johannes von Horrick  
**Projektleitung:** Dr. Stefan Holl

Ludwigsburg, am 22.01.2018

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: stefan.holl@gma.biz

Internet: www.gma.biz

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>4</b>
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	5
<b>II. Standortbeschreibung und -bewertung</b>	<b>9</b>
1. Mikrostandort Asbach, Alsfelder Straße	11
2. Positive und negative Standortfaktoren	12
<b>III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial</b>	<b>15</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	15
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
<b>IV. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel</b>	<b>20</b>
1. Die Angebotssituation im Einzugsgebiet	20
2. Die Angebotssituation im Umland	20
3. Kaufkraftbewegung und Umsatzumverteilung	25
4. Städtebauliche und nahversorgungsstrukturelle Auswirkungen	27
<b>V. Sonstige Auswirkungen</b>	<b>28</b>
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>29</b>

## I. Grundlagen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Seit August 2012 betreibt die Fa. Norma einen Lebensmitteldiscounter mit angeschlossener Bäckerei und Metzgerei in Bad Hersfeld. Es ist beabsichtigt, den Norma-Markt an der Alsfelder Straße um 380 m<sup>2</sup> auf 1.170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu vergrößern. Dies soll durch einen Anbau im nördlichen Teil des Grundstücks erfolgen.

Der Standort befindet sich in Solitärlage am nordöstlichen Teil des Siedlungsbereiches von Asbach. Der Bauantrag für das ursprüngliche Vorhaben mit max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wurde aufgrund der Einordnung des Marktes in einem Mischgebiet im Jahr 2011 genehmigt.

Insofern ergeben sich prinzipiell zwei Vorgehensmöglichkeiten:

- /// Die Erweiterung könnte im Rahmen einer Befreiung genehmigt werden.
- /// Es ist ein Bebauungsplan aufzustellen (SO-Gebiet für großflächigen Einzelhandel).

Selbstverständlich ist die zuerst genannte Variante (Befreiung) wesentlich schneller und einfacher zu realisieren. Ein Rechtsanspruch auf eine Befreiung besteht jedoch nicht, so dass zunächst untersucht werden soll, ob triftige Gründe für eine Befreiung vorliegen. Für die geplante Erweiterung des Marktes knapp 800 m<sup>2</sup> auf 1.170 m<sup>2</sup> ist zu prüfen, ob die Voraussetzungen nach **§ 31 BauGB** für eine Befreiung vorliegen.

Gemäß § 31 Abs. 2 BauGB kann

*„(2) Von den Festsetzungen des Bebauungsplans befreit werden, wenn die Grundzüge der Planung nicht berührt werden und*

- 1. Gründe des Wohls der Allgemeinheit die Befreiung erfordern oder*
- 2. die Abweichung städtebaulich vertretbar ist oder*
- 3. die Durchführung des Bebauungsplans zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde.*

*und wenn die Abweichung auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.“*

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung soll überprüft werden, ob die **Abweichung städtebaulich vertretbar** ist. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Auswirkungen des Vorhabens auf die Innenstadtentwicklung, die Nahversorgungsstrukturen und sonstige städtebauliche Belange in Bad Hersfeld zu prüfen<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Die Untersuchung stellt keine rechtliche Prüfung dar.

Vor diesem Hintergrund wurde die GMA beauftragt, die spezifische örtliche Situation in Bad Hersfeld im Hinblick auf mögliche Auswirkungen zu untersuchen. Dabei ist sowohl der konkrete Standort zu bewerten (z. B. im Hinblick auf seine Nahversorgungsfunktion) als auch die Situation in der Stadtmitte (zentraler Versorgungsbereich) zu würdigen. Für die Durchführung der Untersuchung waren folgende Schritte erforderlich:

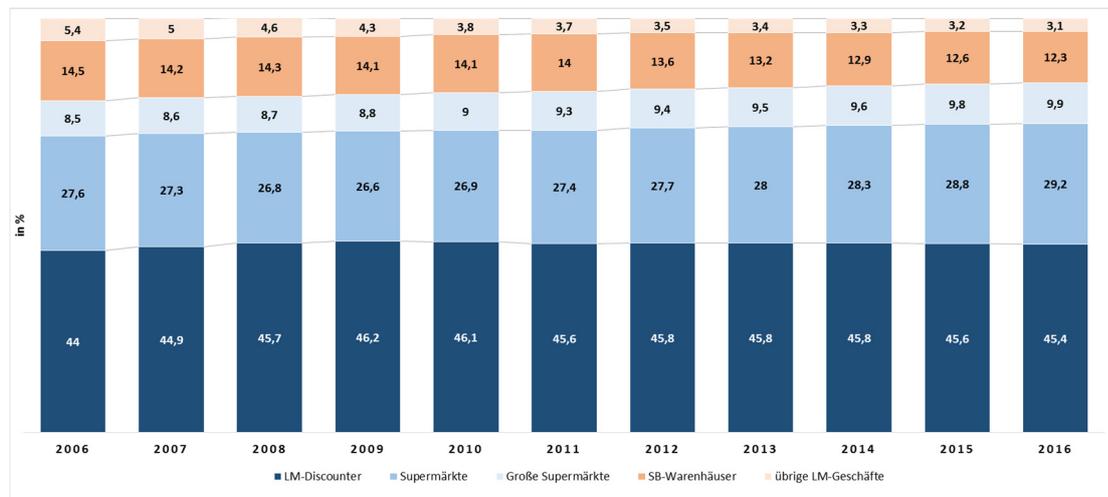
- /// Darstellung des Makrostandortes
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose für das Erweiterungsvorhaben anhand des Marktanteilkonzepts
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen durch die Erweiterung im Untersuchungsraum
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen.

Zur Bearbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Januar 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere von Wettbewerbsstandorten und des zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen. Außerdem wurde das von GMA verfasste Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Hersfeld herangezogen.

## 2. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche **Entwicklung** auf.

Während Lebensmitteldiscounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel  
2007 – 2015**


Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2016

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:<sup>2</sup>

#### **Kleines Lebensmittelgeschäft**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment<sup>3</sup> anbietet.

#### **Lebensmitteldiscounter**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>4</sup> führt.

#### **Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

#### **Großer Supermarkt**

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

<sup>2</sup> Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2016, S. 332.

<sup>3</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>4</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

### SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Lebensmitteldiscounter die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von rd. 770 m<sup>2</sup> auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 1.000 m<sup>2</sup> angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinere Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

Ziel der Erweiterungen ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraums und eine optimierte Warenpräsentation die Kundenfreundlichkeit der Märkte zu erhöhen. Es sollen v. a. an die demografische Entwicklung angepasste Märkte geschaffen werden. Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist damit hingegen nicht verbunden.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 25 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 13 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %).<sup>5</sup> Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.<sup>6</sup>

**Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel**

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 771 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 975 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.370 m <sup>2</sup> VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.584	75	8.760	76	15.740	63
Nonfood I	273	13	2.010	17	4.810	19
Nonfood II	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	24	9.290	37
<b>Insgesamt</b>	<b>2.121</b>	<b>100</b>	<b>11.610</b>	<b>100</b>	<b>25.030</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: Handelsdaten aktuell 2016.

<sup>5</sup> Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 %.

<sup>6</sup> Quelle: EHI handelsdaten 2013.

Entscheidend für die weitere Bewertung des konkreten Vorhabens in Bad Hersfeld sind folgende Punkte:

- /// Die Aktionsartikel wechseln mehrmals wöchentlich, ein kontinuierliches Angebot bestimmter Artikel ist nicht vorhanden.
- /// Alle Systemwettbewerber von Norma verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept stellt keine Sondersituation in Bad Hersfeld dar.
- /// Die Aktionsartikel werden überregional beworben, d. h., der spezielle Markt in Bad Hersfeld unterscheidet sich nicht von anderen Niederlassungen in der Region.

Insofern kann bei dem Norma-Markt in Bad Hersfeld von keinen Besonderheiten gegenüber anderen Standorten ausgegangen werden. Es handelt sich vielmehr um eine für den Betreiber typische Niederlassung. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Bad Hersfeld nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Standorte von Norma in der Region.

## II. Standortbeschreibung und -bewertung

Die Stadt Bad Hersfeld ist die Kreisstadt des Landkreises Bad Hersfeld-Rotenburg und ist im **Regionalplan der Region Nordhessen** als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums ausgewiesen. Die Stadt weist neben der Innenstadt elf Stadtteile mit insgesamt knapp 30.000 Einwohnern auf, wobei auf die Innenstadt etwa die Hälfte der Einwohner entfällt. Im Stadtteil Asbach, in dem sich der Planstandort befindet, leben 4 – 5 % der Bevölkerung (ca. 1.250 Einwohner).<sup>7</sup> Die einzelnen Stadtteile befinden sich in einer räumlich klar getrennten Lage, wobei sich im Umfeld des Planstandortes innerhalb des Fuldatals neben Asbach mit Beiershausen, Eichhof und Kohlhausen drei weitere Bad Hersfelder Stadtteile mit zusammen ca. 2.800 Einwohnern befinden. Der Abstand des Stadtteils Asbach zur Kernstadt beträgt ca. 7 km.

Die Stadt Bad Hersfeld verfügt durch die von Westen nach Osten verlaufende A 4 (A 5 / A 7 – Erfurt - Dresden), die unmittelbar westlich des Stadtgebiets verlaufende A 7 (Kassel – Würzburg) sowie die westlich von Niederaula anschließende A 5 (A 4 / A 7 – Gießen – Frankfurt am Main) über eine sehr gute überregionale verkehrliche Anbindung. Als Schnittpunkt der Bundesstraßen 27, 62 und 324 sowie mehrerer Landes- und Kreisstraßen, über die ebenfalls Durchgangsverkehr läuft, ist darüber hinaus eine gute Anbindung in der Region gegeben. Innerhalb der Stadt sichern zahlreiche Buslinien die Erreichbarkeit für die Stadt Bad Hersfeld mittels ÖPNV.

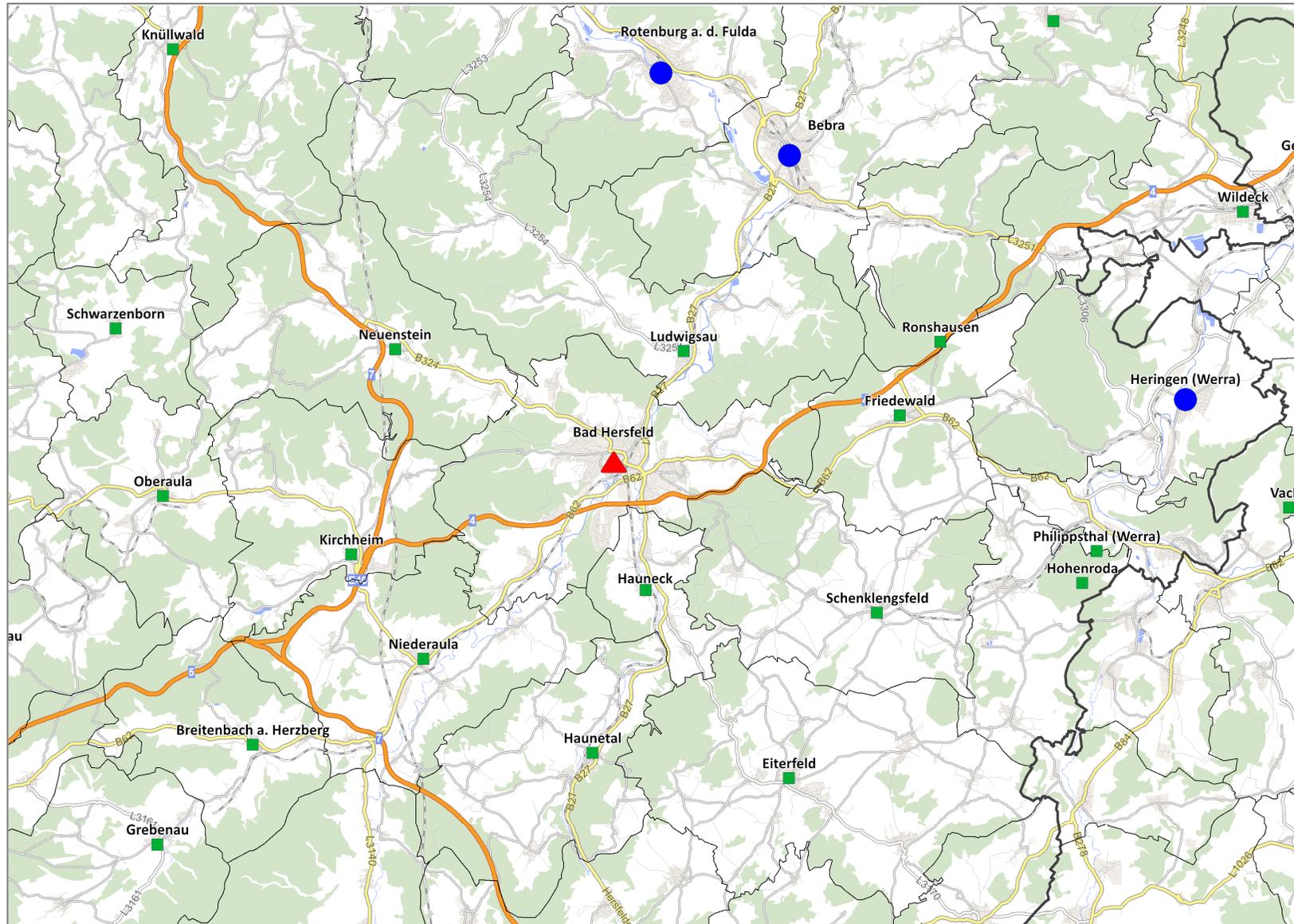
Im Jahr 2017 waren in Bad Hersfeld insgesamt ca. **20.363 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort tätig. Schwerpunkte der regionalen Wirtschaft ist der Bereich Handel, Gastgewerbe / Verkehr mit ca. 33 % sowie sonstige Dienstleistungen (ca. 28 %). Im Produzierenden Gewerbe waren im Jahr 2017 ca. 26 % der Beschäftigten im Landkreis tätig<sup>8</sup>. Aufgrund der zentralen Lage in Deutschland und den überregionalen Verkehrsanschlüssen kommt insbesondere dem Logistiksektor eine hohe Bedeutung zu. So verfügt z. B. der Online- / Versandhändler Amazon über einen Standort im Gewerbegebiet Eichhof, das ca. 1 km nördlich des Planstandortes liegt. Betrachtet man den positiven Pendlersaldo von 7.438, so zeigt sich, dass Bad Hersfeld als Arbeitsstandort innerhalb der Region eine gehobene Rolle spielt.

Die aktuelle Handelssituation des Gesamtstandortes ist im Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Hersfeld (2014) beschrieben, und soll an dieser Stelle nicht nochmals ausführlich vorgetragen werden.

<sup>7</sup> Quelle: Freundliche Auskunft der Stadt Bad Hersfeld, Stand: 16.01.2018.

<sup>8</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Kreiszahlen 2017.

**Karte 1: Lage von Bad Hersfeld und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum**



**Legende**

- Oberzentrum
- ▲ Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2018

## 1. Mikrostandort Asbach, Alsfelder Straße

Der Mikrostandort des bestehenden Norma-Lebensmitteldiscounters mit aktuell rund 800 m<sup>2</sup> VK befindet sich am nördlichen Ortsausgang des dörflich geprägten Stadtteils Asbach (vgl. Karte 2). Das Planareal liegt unmittelbar östlich der B 62 (Alsfelder Straße) und verfügt im Süden über Wohngebietsanschluss. Westlich der B 62 befinden sich eine Aral-Tankstelle sowie aufgelockerte Wohnbebauung, die etwa mit der nördlichen Seite des Planstandortes abschließt. Im Norden des Plangrundstücks befindet sich ein Feldweg (Hilgenweg), ein Grünstreifen sowie ein Sportplatz, im Osten wird das Plangrundstück durch einen Feldweg begrenzt. Südlich des Planstandortes dominiert aufgelockerte Wohnbebauung. Die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes für den MIV ist als gut zu bewerten; der Standort ist von der B 62 (Alsfelder Straße) auch direkt einsehbar. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV ist am Planstandort nicht gegeben. Der Standort als teilentegriert zu bezeichnen und hat die wesentliche Nahversorgungsfunktion auch im Sinne einer fußläufigen Versorgung für den Stadtteil Asbach übernommen.

**Foto 1:** Norma, Alsfelder Straße



GMA-Aufnahmen 2017

**Foto 2:** Aral-Tankstelle / Norma



In den Bad Hersfelder Stadtteile Beiershausen, Eichhof, die über die B 62 bzw. L 3431 gut an den Planstandort angebunden sind, ist kein leistungsfähiges Nahversorgungsangebot vorhanden. Auch die Niederaulaer Stadtteile Hilperhausen und Kerspenhausen, können über die L 3431 bzw. L 3432 ebenfalls schnell den Planstandort erreichen. Das Planvorhaben übt somit nicht nur Nahversorgungsfunktionen für den Bad Hersfelder Stadtteil Asbach aus, sondern übernimmt vor dem Hintergrund der räumlich deutlich voneinander getrennten Ortsteile im Fuldataal auch Versorgungsfunktionen für eine Reihe von Stadt- bzw. Ortsteilen im Umfeld, die insgesamt zusammen über eine Gesamtbevölkerung von ca. 3.750 Einwohnern verfügen, darunter ca. 2.800 Einwohner in den Bad Hersfelder Stadtteilen. Aufgrund der Lage an der B 62 bedient der Standort aktuell auch Kunden aus dem Durchgangsverkehr sowie des Gewerbestandes Eichhof (ca. 1 km nördlich); dieser Anteil beträgt nach vorsichtiger Schätzung zwischen 20 und 25 %.

## 2. Positive und negative Standortfaktoren

Der Bestandsstandort des Lebensmitteldiscounters in Bad Hersfeld-Asbach kann in Form einer Gegenüberstellung positiver und negativer Standortfaktoren wie folgt bewertet werden:

### Positive Standortfaktoren:

- + gute Verkehrsanbindung für MIV aufgrund der Lage an der B 62 und damit hohe Streukundenanteile
- + Topografie und Zuschnitt des Areals lassen eine Erweiterung zu
- + ausreichende Flächenverfügbarkeit
- + nach wie vor überschaubare Lebensmittelausstattung im Stadtteil Asbach und in umliegenden Stadt -/ Ortsteilen
- + Standort ist für die umliegenden Stadt-/ Ortsteilen verkehrlich gut erreichbar.

### Negative Standortfaktoren:

- Planstandort befindet sich nicht in Mittelpunktlage in Asbach
- vergleichsweise geringe Mantelbevölkerung im Standortumfeld

Aus **betrieblicher Sicht** ist der Betrieb gut eingeführt. Insbesondere die verkehrliche Lagegunst, die Möglichkeit der Erweiterung des Bestandsstandortes sind positiv für den Standort zu werten. Die Verkehrsanbindung für den Individualverkehr ist durch die Lage direkt an der B 62 gegeben, die Erreichbarkeit für die Bürger weiterer Bad Hersfelder Stadtteile (Eichhof, Beiershausen, Kohlhäuser) und von Ortsteilen Niederaulas (Hilperhausen, Kespershausen) ist ebenfalls gewährleistet. Trotz der Mantelbevölkerung von nur etwa 3.750 Einwohnern im Standortumfeld hat sich der Standort wirtschaftlich „durchgesetzt“, ohne dass es nach 2012 im Umfeld zu wesentlichen negativen Auswirkungen bei Bestandsanbietern der Nahversorgung kam (vgl. Kapitel zum Wettbewerb).

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich um einen etablierten Nahversorgungsstandort in Scharnierlage zum Ortsteil Asbach.

## Karte 2: Mikrostandort Asbach, Alsfelder Straße



### Legende

**P** Projektstandort

Kartengrundlage:  
OpenStreetMap;  
GMA-Bearbeitung 2018

### Karte 3: Lage des Planstandortes



#### Legende

**P** Planstandort

erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2018

### **III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial**

Die Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials bildet die Basis für die Umsatzprognose des Erweiterungsvorhabens.

#### **1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial**

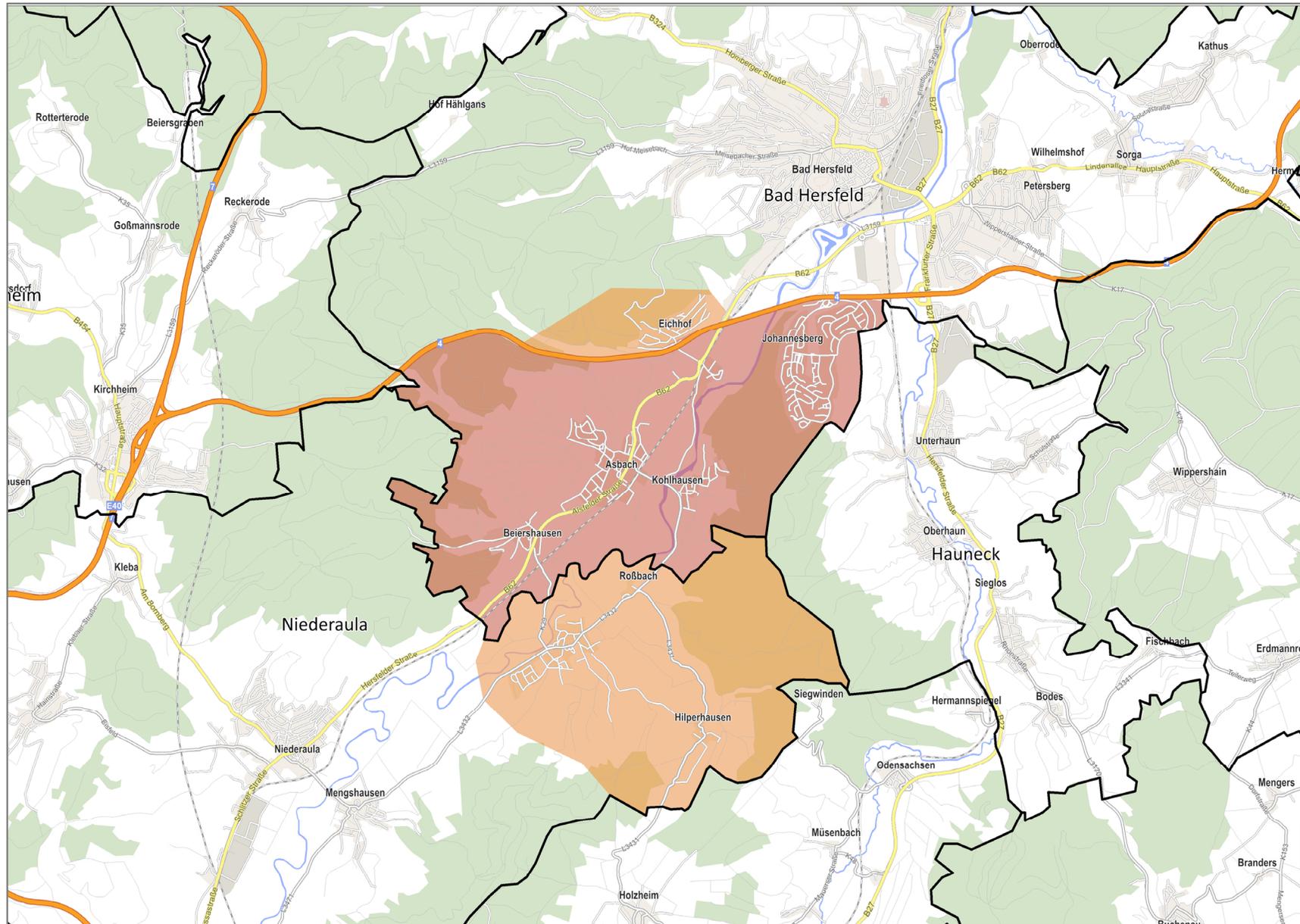
Für den erweiterten Norma Lebensmitteldiscounter konnte das bereits 2009 ermittelte Einzugsgebiet als Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft fortgeschrieben werden.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in der Standortgemeinde und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel IV.)
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Bad Hersfeld und der Region.

### Karte 4: Einzugsgebiet des Norma-Lebensmitteldiscounters



#### Legende

- Zone I
- Zone II

erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2018

Das Einzugsgebiet für den geplanten Lebensmitteldiscounter bezieht sich auf die südwestlichen Stadtteile der Stadt Bad Hersfeld sowie die unmittelbar angrenzenden Ortsteile der Gemeinde Niederaula. Diese Stadt- bzw. Ortsteile verfügen selbst über keine oder eine deutlich eingeschränkte Nahversorgung, so dass hier von deutlichen Kaufkraftzuflüssen an den Standort auszugehen ist.

Vor diesem Hintergrund lässt sich für das Planobjekt in Bad Hersfeld-Asbach folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

///	Zone I:	Bad Hersfeld (Stadtteile Asbach, Beiershausen, Kohlhausen)	1.800 Einwohner
///	Zone II:	Bad Hersfeld (Stadtteil Eichhof), Gemeinde Niederaula (Ortsteile Hilperhausen, Kerspenhausen)	1.950 Einwohner
///	<b>Einzugsgebiet</b>		<b>3.750 Einwohner<sup>9</sup></b>

Im Einzugsgebiet leben demnach gegenwärtig ca. **3.750 Einwohner**, davon sind ca. 48 % der Zone I (Stadtteile Asbach, Beiershausen, Kohlhausen) zuzurechnen. Die Einwohner der Ortsteile von Niederaula Hilperhausen und Kerspenhausen sind der Zone II zuzurechnen, da diese ebenfalls verkehrsgünstig an den Planstandort angebunden sind und sie das Angebot am Planstandort zeitlich schneller erreichen können als die Angebote in Niederaula. Nicht zuletzt wird auch der Bad Hersfelder Stadtteil Eichhof der Zone II zugerechnet, da von dort zwar ebenfalls schnell der Planstandort erreicht werden kann, aufgrund der Lage zwischen der Kernstadt und dem Stadtteil Asbach jedoch auch eine hohe Einkaufsorientierung auf die Kernstadt Bad Hersfeld und die dort ansässigen Lebensmittelangebote (ggf. Kopplungen mit anderen Erledigungen / Einkäufen) bestehen dürfte.

Von der Nachbargemeinde Niederaula werden ansonsten nur in geringem Maße Kaufkraftzuflüsse erwartet; Niederaula verfügt mit dem Rewe-Supermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter über leistungsfähige Nahversorgungsangebote. Allerdings werden einige Kunden ggf. in Abhängigkeit von speziellen Angeboten in Asbach aufsuchen. Aufgrund der stark autokundenorientierten Lage des Standortes an der B 62 sind auch Kundenströme von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten (z. B. durch Pendler etc.); diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung durch sogenannte Streuumsätze berücksichtigt.

<sup>9</sup> Quelle: GFK 2015

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

**ca. € 5.570.**<sup>10</sup>

Bezogen auf das konkrete Vorhaben aus dem Lebensmittelbereich sind folgende Pro-Kopf-Ausgaben anzunehmen:

**ca. € 2.035.**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>11</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in der Bad Hersfeld bei 96,4, für Niederaula bei 94,1. Für das Einzugsgebiet belaufen sich die Kaufkraftpotenziale somit auf rd. 12,2 Mio. €. Davon entfallen auf

/// Zone I	3,5Mio. €
/// Zone II	3,8 Mio. €

Zusätzlich werden bei Norma ebenfalls Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen bei ca. 20 %.

<sup>10</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>11</sup> Quelle: MB Research, 2016. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Für die Ermittlung des zu erwartenden Umsatzes wird das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt, das von einer Gegenüberstellung des geplanten Angebotes mit der für das Einzugsgebiet errechneten Nachfrage ausgeht. Für den Lebensmittelsektor lassen sich somit folgende Marktanteile und Umsätze ermitteln:

**Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Lebensmitteldiscounters im Lebensmittelsektor**

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %		Umsatz in Mio. €	
		Bestand	Erweiterung	Bestand	Erweiterung
Zone I	3,5	30	12 – 13	1,1	0,4
Zone II	3,8	20	7 – 8	0,8	0,3
<b>Zone I – II</b>	<b>7,3</b>			<b>1,9</b>	<b>0,7</b>
Streuumsätze (ca. 20 – 25 %)					0,6
<b>Gesamt Food</b>					<b>3,1</b>
<b>Nonfood</b>					<b>0,6</b>
<b>Insgesamt</b>					<b>3,7</b>

GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Im Nahrungs- und Genussmittelsektor wird für das Erweiterungsvorhaben eine Umsatzleistung durch Kunden aus dem Einzugsgebiet von ca. 2,6 Mio. € erwartet. Werden zudem die Umsätze im Nicht-Lebensmittelsektor (ca. 20 %) und die zu erwartenden Streuumsätze (ca. 20 – 25 %) addiert, errechnet sich eine **potenzielle Gesamtumsatzleistung von ca. 3,7 Mio. €**.

Bei einer Verkaufsfläche von 1.170 m<sup>2</sup> ergibt sich damit eine Flächenproduktivität von knapp 3.200 € / m<sup>2</sup>. Ein höherer Umsatzwert ist selbst bei der Annahme einer hohen Marktdurchdringung im gesamten Einzugsgebiet, die das Fehlen von systemgleichen Wettbewerbern (Lebensmitteldiscounter bzw. größere Lebensmittelmärkte allgemein) im Umkreis von mindestens 5 km berücksichtigt, nicht darstellbar.

## IV. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel

### 1. Die Angebotssituation im Einzugsgebiet

Zur Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum wurde von der GMA im Januar 2018 eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelsektor durchgeführt. Da der Untersuchungsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang vorrangig die wesentlichen Anbieter, d. h. Supermärkte, Discounter, Verbrauchermärkte bzw. SB-Warenhäuser berücksichtigt (siehe Karte 2).

Im Stadtteil Asbach ist die Nahversorgungssituation derzeit geprägt durch den Norma-Bestandsmarkt geprägt, der als Discounter im Standortverbund mit der Bäckerei Jäger operiert. Gegenüber hält die Aral-Tankstelle in eingeschränktem Maß auch Waren des täglichen Bedarfs vor. Am südlichen Ortsausgang befindet sich in einer Standorteinheit ein Bäcker (W. Brandau) sowie ein Metzger (Landmetzgerei Pomnitz).

In dem Bad Hersfelder Stadtteilen **Beiershausen** und **Eichhof** (Zone I) und in den Ortsteilen **Hilperhausen** und **Kespershausen** (beide Zone II) der Gemeinde Niederaula ist mit Ausnahme von kleinflächigen Hofdirektverkäufen kein Lebensmitteleinzelhandel vorhanden.

Aktuell erfolgt die Versorgung der Bevölkerung überwiegend über den bestehenden Norma, im Kernort Niederaula bzw. in der Kernstadt Bad Hersfeld.

Zusammenfassend ist für das Lebensmittelangebot im Einzugsgebiet des Norma-Marktes damit festzuhalten:

- /// Insgesamt beläuft sich damit die relevante Verkaufsfläche bei Lebensmitteln im Einzugsgebiet auf max. 1.000 m<sup>2</sup>.
- /// Nach Einschätzung der GMA erwirtschaften diese Betriebe einen jährlichen Brutto-Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel von max. 3,0 Mio. €.<sup>12</sup>

### 2. Die Angebotssituation im Umland

Im Folgenden werden die wesentlichen Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes dargestellt. Hier sind solche Betriebe zu erwähnen, die u. a. aufgrund ihrer vergleichsweise geringen Distanz zum Projektstandort als bisherige Versorgungsstandorte und damit als wesentliche Wettbewerber zu charakterisieren sind (vgl. Karte 5):

<sup>12</sup> Die Umsatzschätzung erfolgt auf Basis branchenüblicher Flächenproduktivitäten (= Umsatz je m<sup>2</sup> VK / Jahr) unter Berücksichtigung der konkreten Vor-Ort-Situation, d. h. der Leistungsfähigkeit der Betriebe.

- / **tegut Supermarkt**, Benno-Schilde-Platz, ca. 1.500 m<sup>2</sup> VK: moderner Anbieter in Innenstadtlage, ca. 7,5 km vom Planstandort entfernt; eingeschränkte Einsehbarkeit aufgrund der Lage abseits überörtlicher Verkehrsstraßen; Anschluss an den Innenstadtstraßenring gegeben, angegliedertes Parkhaus mit direktem Zugang zum Verkaufsraum; Shops im Vorkassenbereich (u. a. Allkauf Foto / Computer / Telekom, Bäcker, Blumen); direkt gegenüber Einkaufszentrum Bad Hersfeld (u. a. H & M, Rossmann, Espirit, Mexx), Anschluss an Fußgängerzone ebenfalls gegeben; insgesamt moderner und leistungsfähiger Marktauftritt.<sup>13</sup>
- / **tegut Supermarkt**, Heinrich-von-Stephan-Straße 4, ca. 3.000 m<sup>2</sup>: Fachmarktzentrum in dezentraler Lage, ca. 6 km vom Planstandort entfernt; ausreichende Pkw-Stellplatzkapazitäten; insgesamt zeitgemäßer Marktauftritt und gute Kundenakzeptanz.

**Foto 3: tegut, Bad Hersfeld**



GMA-Aufnahmen 2017

- / **Aldi Lebensmitteldiscountmarkt**, Heinrich-von-Stephan-Straße 26, ca. 1.000 m<sup>2</sup>VK: etablierter Anbieter in dezentraler Lage im Standortverbund mit dm, ca. 6 km vom Planstandort entfernt; Standorteinheit mit OBI Bau- und Heimwerkermarkt. Standortbereich wird aktuell neu geordnet.

**Foto 4: Aldi, Bad Hersfeld**



GMA-Aufnahmen 2017

<sup>13</sup> Aktuell Hauptwettbewerber in der Bad Hersfelder Innenstadt.

- **Edeka Supermarkt**, Stadtteil Johannesberg, Douglasienweg, 3 Kassen, ca. 1.600 m<sup>2</sup> VK: großflächiger Anbieter in Wohngebiets- / Solitär-lage, ca. 7 km vom Planstandort entfernt; kein direkter Anschluss an überörtliche Straße bzw. fehlende Sichtbeziehungen zu überörtlicher Verkehrsstraße, ausschließlich Nahversorgungsfunktionen für die am Hang gelegene Wohnsiedlung Johannesberg; trotz räumlicher Nähe bestehen keine Beziehungen zum Standort von Norma in Asbach.

**Foto 5: Edeka Neukauf, Bad Hersfeld**



GMA-Aufnahmen 2017

- **Rewe Supermarkt**, Niederaula, Schlitzer Straße, ca. 1.650 m<sup>2</sup> VK, 3 Kassen: etablierter Anbieter in Gemengelage, ca. 6,5 km vom Planstandort entfernt; gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Schlitzer Straße, eingeschränkte Sichtbeziehungen durch Lage rückwärtig zu einer Tankstelle; Getränkemarkt separat, Bäcker und Fleischerei in der Vorkassenzone; ausreichend dimensionierter Parkplatz; insgesamt leistungsfähiger Marktauftritt.

**Foto 6: Rewe, Niederaula**



GMA-Aufnahmen 2017

- **Lidl Lebensmitteldiscountmarkt**, Niederaula, Alsfelder Straße, ca. 900 m<sup>2</sup> VK, 3 Kassen: moderner Anbieter in Streulage am östlichen Ortsausgang, ca. 5,5 km vom Planstandort entfernt; gute Anfahrbarkeit und gute Sichtbeziehungen durch Lage unmittelbar an

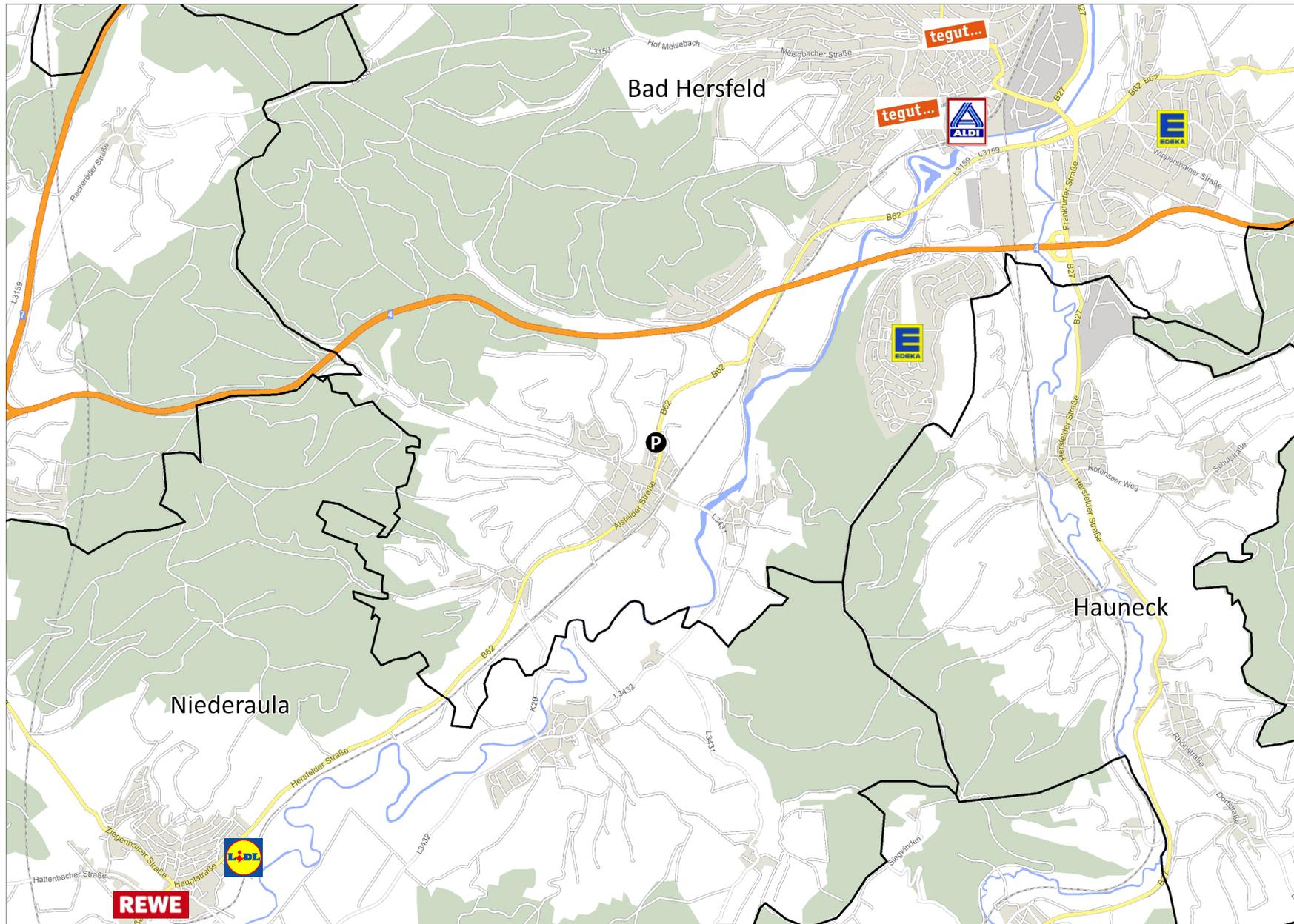
der B 62 (Hauptstraße); Standortunion mit logo Getränkemarkt, Fleischerei Schäfer sowie NKD Textilfachmarkt; ausreichend bemessener Parkplatz; insgesamt leistungsfähiger Marktauftritt.

**Foto 7: Lidl, Niederaula**



GMA-Aufnahmen 2017

### Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet



erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2018

Darüber hinaus sind innerhalb der Stadt Bad Hersfeld weitere Lebensmittelmärkte ansässig, die jedoch aufgrund ihrer Lage (nördlich bzw. östlich der Kernstadt) und aufgrund der Entfernung zum Projektstandort in der Wettbewerbsbetrachtung zu vernachlässigen sind. Dies gilt z. B. für die an der Friedloser Straße ansässigen Lebensmitteldiscountmärkte Aldi und Lidl.

Außerhalb des Einzugsgebietes konzentriert sich damit der Besitz im Lebensmittelsektor auf die Kernstadt Bad Hersfeld, wobei mit tegut vor allem der Betriebstyp Supermarkt dominiert. In Niederaula sind mit einem Rewe und einem Lidl sowohl ein Supermarkt als auch ein Lebensmitteldiscountmarkt vertreten.

Die Wettbewerbsentwicklung seit der Ansiedlung des Norma-Marktes 2012 verdeutlicht, dass die gutachterlich prognostizierten Wirkungen eintrafen. Insbesondere hat sich der Wettbewerb in der Nahversorgung als stabil erwiesen, der Marktaustritt von Herkules in Scharnierlage Alsfelder Innenstadt ist auf die dort schwierige Immobiliensituation zurückzuführen. 2014 wurden für **Bad Hersfeld** von der GMA im **Nahrungs- und Genussmittelsektor**

- /// 82 Betriebe (= ca. 27 % des Gesamtbestandes)
- /// ca. 19.350 m<sup>2</sup> VK (= ca. 20 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 79,8 Mio. € Bruttoumsatz (ca. 28 % des Gesamtumsatzes)

festgehalten.<sup>14</sup>

### 3. Kaufkraftbewegung und Umsatzumverteilung

Wie im voran gegangenen Kapitel ermittelt, ist für die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters am Standort mit einer zusätzlichen Verkaufsfläche von 380 m<sup>2</sup> eine Umsatzerwartung im Lebensmittelsektor von ca. 0,7 Mio. € anzusetzen. Die Marktanteile stellen die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

In der Modellrechnung zur Ermittlung der Umsatzumverteilung sind zu berücksichtigen:

- /// die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung der Standortlagen im Umfeld
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Umfeld
- /// die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

<sup>14</sup> Die für das Vorhaben prognostizierte Umsatzerweiterung von 0,7 Mio. € im Lebensmittelsektor erreicht damit ein knappes Prozent der Bestandsumsätze.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Standorte (v. a. der Versorgungsstandorte in der Kernstadt Bad Hersfeld und in Niederaula) als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Es wird angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung. Dabei ist davon auszugehen, dass die Umsatzerwartung des Lebensmitteldiscounters insbesondere gegen Systemwettbewerber, d. h. andere Lebensmitteldiscounter erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt. In der Berechnung der Umverteilungen werden folglich die sog. Systemwettbewerber stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

Die durch das Planvorhaben erwirtschaftenden Umsätze müssen ausschließlich zu Lasten von Betrieben außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets umverteilt, da dort derzeit keine wesentlichen projektrelevanten Wettbewerber vorhanden sind. Weiter sind folgende Punkte festzuhalten:

- /// Nahezu der gesamte Umsatz im Lebensmittelsektor i. H. v. ca. 0,5 Mio. € wird durch Kaufkraft erzielt, die bisher aus dem Einzugsgebiet an umliegende Einkaufsstandorte abgeflossen ist (erhöhte Kaufkraftbindung) sowie – in deutlich untergeordneter Größenordnung – durch Kaufkraft, die bisher nicht im Einzugsgebiet gebunden war (erhöhte Kaufkraftzuflüsse, z. B. durch Pendler).
- /// Die GMA erwartet stärkere Umverteilungswirkungen gegen den Lidl Lebensmitteldiscounter in Niederaula und den Aldi Lebensmitteldiscounter in der Heinrich-von-Stephan-Straße, welche derzeit die beiden nächstgelegenen Discounterstandorte für die Bevölkerung südwestlich der Kernstadt Bad Hersfeld darstellen.
- /// In geringem Umfang werden auch die Vollsortimenter in Niederaula (Rewe) bzw. am Standort Heinrich-von-Stephan-Straße (tegut) betroffen sein.
- /// Im südwestlich vom Planstandort gelegenen Kernort der Gemeinde Niederaula erreicht die Umverteilungsquote gegenüber den Anbietern Rewe und Lidl maximal 1 – 2 % (ca. 0,1 - 0,2 Mio. €).
- /// In der Heinrich-von-Stephan-Straße (tegut sowie Aldi) liegt die Umsatzumverteilung bei 0,3 – 0,4 Mio. € (= 1 – 2 % der Umsatzleistung), da hier die größten Überschneidungen des Einzugsgebietes des Norma-Standortes mit dem Einzugsgebiet dieser Standorte anzunehmen sind.
- /// Für die Märkte Rewe in der Frankfurter Straße, Edeka im Stadtteil Johannesberg oder Rewe in Hauneck-Unterhaun an der B 27 liegen die Umverteilungsquoten mit 0,1 Mio. € Umverteilung unterhalb der empirischen Nachweisgrenze. Gleiches gilt auch für den innerstädtischen Anbieter tegut am Benno-Schild-Platz, dem einzigen strukturprägenden Anbieter im zentralen Versorgungsbereich.

- / In den projektrelevanten Nonfoodsortimenten (v. a. Drogeriewaren) werden nur sehr geringe Umsatzumverteilungen ausgelöst. Davon werden in erster Linie die außerhalb des Einzugsgebiets ansässigen Lebensmittelanbieter und hier wiederum insbesondere die Lebensmitteldiscounter betroffen sein. Sonstige Anbieter projektrelevanter Nonfoodsortimente sind ausschließlich in sehr geringer Größenordnung von Umverteilungswirkungen betroffen.

Zusammenfassend ergeben sich folgende Umsatzumverteilungen durch das Planobjekt:

<span style="color: #0056b3;">/</span> Umsatzerwartung Food:	0,7 Mio. €, davon:
Umverteilung in Bad Hersfeld:	0,5 – 0,6 Mio. €
Umverteilung in Niederaula:	0,1 – 0,2 Mio. €.

#### 4. Städtebauliche und nahversorgungsstrukturelle Auswirkungen

Aus den modellhaften Betrachtungen lassen sich folgende städtebauliche und nahversorgungsstrukturelle Auswirkungen ableiten:

- / In den **Stadtteilen Asbach** und **Eichhof** sind keine Umverteilungen zu prognostizieren; aktuell ist hier kein weiterer Lebensmittelanbieter ansässig.
- / Die gegenüber den Lebensmittelmärkten in **Niederaula** (Rewe, Lidl) hervorgerufene Umsatzumverteilung beläuft sich auf ca. 1 – 2 % (ca. 0,1 – 0,2 Mio. €), wobei die Umsatzumverteilungen für den Lidl Lebensmitteldiscounter tendenziell etwas höher ausfallen werden als für den Rewe Supermarkt. Von negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen kann keinesfalls ausgegangen werden.
- / Ähnlich geringe Umsatzumverteilungen werden gegenüber den Lebensmittelmärkten in der **Heinrich-von-Stephan-Straße** in der Kernstadt von Bad Hersfeld hervorgerufen; diese belaufen sich auf ca. 1 – 2 % (ca. 0,3 – 0,4 Mio. €) und liegen damit ebenfalls nahe der Nachweisgrenze. Hier ist in erster Linie der Anbieter Aldi betroffen, der als Lebensmitteldiscounter als Systemwettbewerber des Planvorhabens zu klassifizieren ist.
- / Die Umverteilung gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich von Bad Hersfeld liegt unterhalb der empirischen Nachweisgrenze, gleiches gilt für die weiteren Nahversorgungslagen von Bad Hersfeld (insgesamt max. 0,1 – 0,2 Mio. € Umsatzumverteilung).

## V. Sonstige Auswirkungen

Das Vorhaben von Norma ist wie folgt zu bewerten:

- /// Da es sich bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung sondern um die Erweiterung eines bereits bestehenden Anbieters handelt, sind weitere Auswirkungen u. a. bei der Verkehrssituation, dem Orts- und Landschaftsbild, der infrastrukturellen Ausstattung und der Umwelt nicht zu erwarten.
- /// Wie zuvor in Kapitel V., 3. erläutert, sind keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Bad Hersfeld oder in anderen Kommunen im Umland zu erwarten. Die Erweiterung der Verkaufsfläche erfolgt durch einen Anbau bzw. eine Vergrößerung des Marktes. Allerdings sind damit geringfügige Veränderungen am äußeren Erscheinungsbild, den Emissionen oder sonstigen Faktoren verbunden.
- /// Der Anbieter ist derzeit für den motorisierten **Verkehr** gut zu erreichen. Eine gesteigerte Verkehrsbelastung von Wohngebieten ist nicht zu erwarten. Durch die Erweiterung des Marktes werden sich hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage sowie Anfahrts- und Anlieferungssituation die Verkehrsströme nicht wesentlich verändern oder erhöhen.
- /// Da es sich bei dem Vorhaben um die Erweiterung eines bereits seit Jahren in Bad Hersfeld ansässigen Anbieters auf demselben Grundstück handelt und die Erweiterung durch geringfügige Umbaumaßnahmen realisiert wird, können darüber hinaus auch keine Änderungen bei dem **Orts- und Landschaftsbild** und der **infrastrukturellen Ausstattung** abgeleitet werden.
- /// Vor dem Hintergrund der geringen Erweiterung werden auch keine Belange der **Umwelt** tangiert.

## VI. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

#### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standort an der B 62 im Mischgebiet, im Standortverbund mit Bäckerei</li> <li>▪ Erweiterung des bestehenden Norma-Lebensmitteldiscounters von ca. 800 m<sup>2</sup> auf ca. 1.170 m<sup>2</sup> VK</li> </ul>
<b>Standortrahmenbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Makrostandort: Mittelzentrum Bad Hersfeld: ca. 30.000 Einwohner</li> <li>▪ Bad Hersfeld als attraktiver Einzelhandelsstandort zwischen Fulda und Kassel. Attraktive Innenstadt mit breitem Branchenmix in ansprechendem Ambiente.</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kerneinzugsgebiet: Zone I: Asbach, Beiershausen, Kohlhausen; Zone II: Stadtteile Niederaula, Eichhof</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 3.750 Personen</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 7,3 Mio. €</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.170 m<sup>2</sup> VK: ca. 3,7 Mio. €, davon ca. 3,1 Mio. € Food und ca. 0,6 Mio. € Nonfood</li> </ul>
<b>Umsatzumverteilungseffekte in %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zentraler Versorgungsbereich Bad Hersfeld &lt; 1 %</li> <li>▪ sonstige Standorte in Bad Hersfeld und Niederaula max. 1 – 2 %</li> </ul>
<b>Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich von Bad Hersfeld werden Umsatzumverteilungseffekte besorgt, die eine maximale Größenordnung von 1 % erreichen können. Der zentrale Versorgungsbereich steht nur in sehr geringer Form (nahezu ausschließlich tegut) in Wettbewerb mit Norma. Es sind keine städtebaulichen Auswirkungen i. S. des BauGB sind zu erwarten.</li> </ul>
<b>Sonstige Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durch die geringfügige Erweiterung des Marktes sind keine negativen Auswirkungen auf die Verkehrssituation, Umwelt, Nahversorgung oder Landschaftsbild zu erwarten.</li> </ul>
<b>Fazit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufgrund fehlender städtebaulicher Auswirkungen ist eine Abweichung von den Festsetzungen des Bebauungsplans im Sinne von § 31 Abs. 2 Nr. 2 möglich.</li> </ul>

GMA-Aufstellung 2018

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage von Bad Hersfeld und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	10
Karte 2: Mikrostandort Asbach, Alsfelder Straße	13
Karte 3: Lage des Planstandortes	14
Karte 4: Einzugsgebiet des Norma Lebensmitteldiscounters	16
Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet	24
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel	7
Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Lebensmitteldiscounters im Lebensmittelsektor	19
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2015	6
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Norma, Alsfelder Straße	11
Foto 2: Aral-Tankstelle / Norma	11
Foto 3: tegut, Bad Hersfeld	21
Foto 4: Aldi, Bad Hersfeld	21
Foto 5: Edeka Neukauf, Bad Hersfeld	22
Foto 6: Rewe, Niestetal	22
Foto 7: Lidl, Niestetal	23