

# Auswirkungsanalyse

## Gemini Plaza in Limburg an der Lahn

---

für die

Müller + Müller GbR

Konrad-Kurzbold-Straße 7a

Limburg an der Lahn

**Ihre Ansprechpartner**

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.  
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth  
(Niederlassungsleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87 a  
50968 Köln  
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail [schulte@bbe.de](mailto:schulte@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 2020

**Inhaltsverzeichnis**

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>1</b>  | <b>Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise</b> .....                                   | <b>4</b>  |
| 1.1       | Aufgabenstellung und Zielsetzung .....   | 4         |
| 1.2       | Methodische Vorgehensweise .....   | 5         |
| <b>2</b>  | <b>Projektskizze und Prüfraumen</b> .....  | <b>6</b>  |
| <b>3</b>  | <b>Standortseitige Aspekte</b> .....   | <b>8</b>  |
| 3.1       | Makrostandort Limburg an der Lahn .....  | 8         |
| 3.1.1     | Lage und zentralörtliche Funktion  | 8         |
| 3.1.2     | Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdaten  | 9         |
| 3.1.3     | Erreichbarkeit und Verkehr   | 10        |
| 3.1.4     | Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg an der Lahn   | 11        |
| 3.2       | Mikrostandort .....  | 12        |
| 3.2.1     | Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld   | 12        |
| 3.2.2     | Verkehrliche Situation   | 12        |
| 3.2.3     | Funktionale Lage und Einordnung des Mikrostandorts in das Einzelhandelskonzept der Stadt Limburg an der Lahn | 12        |
| <b>4</b>  | <b>Wettbewerbssituation</b> .....  | <b>17</b> |
| 4.1       | Projektrelevante Angebotsstrukturen in Limburg an der Lahn .....   | 19        |
| 4.1.1     | Limburger Innenstadt   | 19        |
| 4.1.2     | Ergänzungsstandort Westerwaldstraße  | 20        |
| 4.1.3     | Fachmarktstandort an der Limburger Straße / Mundipharmastraße  | 21        |
| 4.1.4     | Angebotsstandort Kapellenstraße (Offheim)  | 21        |
| 4.1.5     | Sonstige Angebotsstandorte im Stadtgebiet  | 21        |
| 4.2       | Projektrelevante Angebotsstrukturen außerhalb von Limburg an der Lahn .....                                  | 22        |
| 4.3       | Fazit der Wettbewerbsanalyse.....  | 23        |
| <b>5</b>  | <b>Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b> .....   | <b>24</b> |
| 5.1       | Einzugsgebiet des Planvorhabens.....   | 24        |
| 5.2       | Relevantes Nachfragevolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet .....  | 27        |
| <b>6</b>  | <b>Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens</b> .....   | <b>28</b> |
| <b>7</b>  | <b>Umsatzumverteilungseffekte</b> .....  | <b>31</b> |
| <b>8</b>  | <b>Städtebauliche Bewertung der geplanten Einzelhandelsentwicklung</b> .....                                 | <b>35</b> |
| <b>9</b>  | <b>Einordnung des Vorhabens in die Ziele der Landes- und Regionalplanung</b> .....                           | <b>39</b> |
| <b>10</b> | <b>Fazit</b> .....   | <b>42</b> |

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Lageplan ..... 6

Abbildung 2: Gemini Plaza (bildliche Darstellungen)..... 7

Abbildung 3: Lage der Stadt Limburg an der Lahn und zentralörtliche Gliederung..... 8

Abbildung 4: Stadtteile von Limburg an der Lahn..... 10

Abbildung 5: Zentrenstruktur der Stadt Limburg..... 11

Abbildung 6: Mikrostandort ..... 14

Abbildung 7: Projektareal und Standortumfeld (Fotos)..... 15

Abbildung 8: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet..... 18

Abbildung 9: Hauptzentrum Innenstadt ..... 19

Abbildung 10: Einzugsgebiet des Planvorhabens ..... 26

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Einwohnerzahlen der Stadt Limburg an der Lahn nach Stadtteilen ..... 9

Tabelle 2: Sortimentsschwerpunkte der geplanten Einzelhandelsnutzungen ..... 13

Tabelle 3: Umsätze der Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet ..... 23

Tabelle 4: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten ..... 27

Tabelle 5: Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im periodischen Bedarf innerhalb des Einzugsgebietes..... 29

Tabelle 6: Maximale Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens ..... 33

# 1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

## 1.1 Aufgabenstellung und Zielsetzung

Die Müller & Müller Gruppe plant mit dem Gemini Plaza die Errichtung eines modernen Wohn- und Geschäftszentrums auf derzeit mindergenutzten Grundstücken nördlich der Bundesstraße B 8.

Die Planung sieht vor, westlich und östlich des Knotenpunktes Bischof-Blum-Straße/ Dieselstraße/ Siemensstraße zwei voneinander unabhängige Gebäude zu errichten, die in den Erdgeschossebenen neben Gastronomiebetrieben auch Handelsnutzungen aufnehmen sollen. Die Einzelhandelsnutzungen werden auf eine Gesamtverkaufsfläche von bis zu 2.000 m<sup>2</sup> projektiert.

Zwischen der Stadt Limburg an der Lahn und dem Investor wurde vereinbart, das Vorhaben über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gemäß § 13 a Baugesetzbuch (BauGB) planungsrechtlich zu sichern und zu ordnen.

Als Entscheidungsgrundlage wird im anstehenden Genehmigungsverfahren unter anderem eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse erforderlich. Hierbei ist insbesondere auf die Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsnutzungen auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung in der Stadt Limburg an der Lahn und in den Umlandkommunen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) abzustellen.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde mit der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse beauftragt, die im weiteren Genehmigungsverfahren als fundierte Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters im Untersuchungsraum, der sich auf die Stadt Limburg an der Lahn und die Gemeinde Elz bezieht. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen werden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte und Bio-Supermärkte im Untersuchungsgebiet,
- 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 Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.<sup>1</sup>

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

---

<sup>1</sup> Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

## 2 Projektskizze und Prüfrahmen

Wie in Kapitel 1 bereits einleitend beschrieben, plant die Müller & Müller Gruppe, Limburg, mit dem Gemini Plaza die Errichtung eines modernen Wohn- und Geschäftszentrums auf derzeit mindergenutzten Grundstücken nördlich der B 8. Hierbei sollen westlich und östlich des Knotenpunktes Bischof-Blum-Straße/ Dieselstraße/ Siemensstraße zwei voneinander unabhängige Gebäude errichtet werden, die in den Erdgeschosssebenen neben Gastronomiebetrieben auch Handelsnutzungen aufnehmen sollen.

**Abbildung 1: Lageplan**



Quelle: MESA Development BR GmbH, Stand: 25.03.2020

Das Gemini Plaza soll über eine Gesamtmietfläche von rd. 16.800 m<sup>2</sup> verfügen. Hiervon entfallen rd. 6.000 m<sup>2</sup> auf das Gemini Plaza West (Dieselstraße) und rd. 10.800 m<sup>2</sup> auf das Gemini Plaza Ost (Siemensstraße). Innerhalb des geplanten Mixed-Use-Konzeptes wird mit einer Mietfläche von rd. 11.000 m<sup>2</sup> der eindeutige Nutzungsschwerpunkt bei Wohnen und Büronutzungen liegen. Insgesamt sind ca. 75 Wohneinheiten geplant (ca. 50 Wohneinheiten in Form von Mikro-Appartements à 25 - 50 m<sup>2</sup> und rd. 25 Wohnungen à 51 - 65 m<sup>2</sup>). Auf einer Mietfläche von rd. 2.700 m<sup>2</sup> ist ein Fitness-/ Physiostudio geplant. Der Einzelhandel wird innerhalb des Projektes mit einer Verkaufsfläche von max. 2.000 m<sup>2</sup> deutlich untergeordnete Flächenanteile einnehmen. Rund 650 m<sup>2</sup> sollen zudem mit ergänzenden Gastronomieangeboten belegt werden.

**Abbildung 2: Gemini Plaza (bildliche Darstellungen)**



Quelle: MESA Development BR GmbH, Stand: 24.01.2020

Auf dem Projektgelände sind insgesamt 540 Pkw-Stellplätze vorgesehen. Hiervon entfallen 160 Pkw-Stellplätze auf das Gemini Plaza West und 380 Pkw-Stellplätze auf das Gemini Plaza Ost.

Wie oben dargestellt, hat das vorliegende Gutachten Einzelhandelsnutzungen mit einer Gesamtverkaufsfläche von bis zu 2.000 m<sup>2</sup> zu prüfen. Insgesamt sind folgende Nutzungen geplant:

#### Gemini Plaza West

- Bio-Supermarkt mit angeschlossenenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf und einer Verkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup>.

#### Gemini Plaza Ost

- Lebensmitteldiscountmarkt mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m<sup>2</sup>.

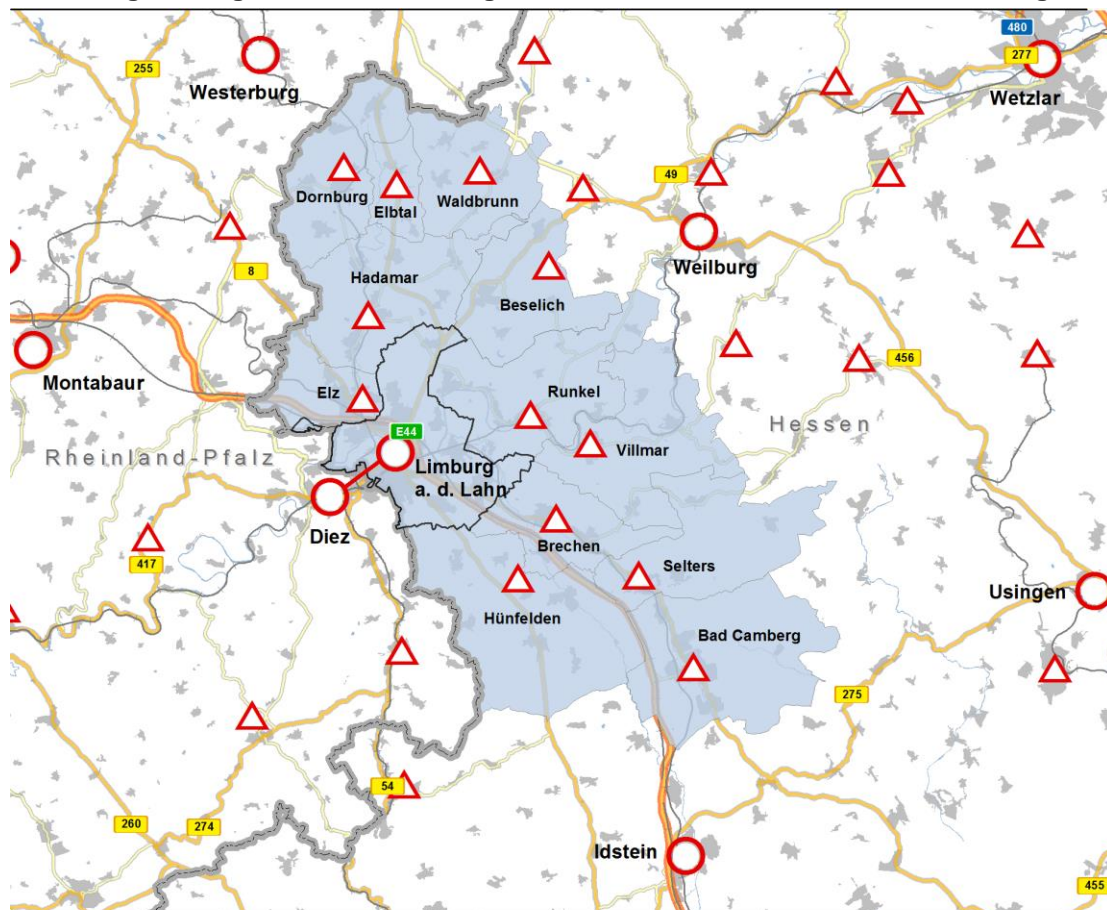
### 3 Standortseitige Aspekte

#### 3.1 Makrostandort Limburg an der Lahn






##### 3.1.1 Lage und zentralörtliche Funktion

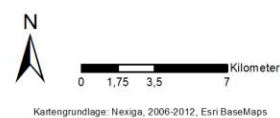
Die Stadt Limburg an der Lahn liegt im Westen des Landes Hessen im Landkreis Limburg-Weilburg. Die angrenzenden Städte sind im Norden Hadamar, im Osten Runkel, im Südosten die Gemeinde Brechen und im Süden die Gemeinde Hünfelden. Im Westen ist die Stadtgrenze identisch mit der Bundeslandgrenze von Rheinland-Pfalz und mit der Stadtgrenze von Diez.

**Abbildung 3: Lage der Stadt Limburg an der Lahn und zentralörtliche Gliederung**



**Zentralörtliche Gliederung**

-  Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums
-  Mittelzentrum
-  Unterzentrum
-  Limburg an der Lahn
-  Mittelbereich Limburg



Quelle: Eigene Darstellung

Im Landesentwicklungsplan Hessen (LEP Hessen) ist die Stadt Limburg an der Lahn als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums (mit Diez, Rheinland-Pfalz) eingestuft. Somit ist Limburg gemäß LEP Hessen als Standort für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Bereich sowie für weitere private Dienstleistungen vorgesehen; auch kann die Stadt aufgrund ihrer Größe, regionalen Bedeutung und Ausstattung mit oberzentralen Einrichtungen in Teilbereichen Versorgungsaufgaben für den Oberbereich erfüllen.

Der Einzugsbereich des Mittelzentrums Limburg („Mittelbereich“) umfasst folgende Kommunen: Waldbrunn, Elbtal, Dornburg, Hadamar, Beselich, Elz, Brechen, Hünfelden, Runkel, Villmar, Selters (Taunus) und Bad Camberg.

Bei den nächstgelegenen größeren Städten handelt es sich um die hessischen Mittelzentren Weilburg (rd. 23 km nordöstlich), Usingen (rd. 46 km östlich), Idstein (rd. 30 km südöstlich) sowie die rheinland-pfälzischen Städte Diez (rd. 5 km südwestlich) und Montabaur (rd. 25 km westlich).

### 3.1.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdaten

Die Stadt Limburg an der Lahn verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von rd. 35.240 Einwohnern.<sup>2</sup> Der einwohnerstärkste Stadtteil ist Limburg-Kernstadt, wo mehr als die Hälfte der Limburger Bevölkerung (rd. 18.300 Einwohner) wohnt, gefolgt von den eher ländlich geprägten Stadtteilen Lindenholzhausen, Linter, Eschhofen, Staffel, Offheim sowie Dietkirchen. Der Stadtteil Ahlbach weist die geringste Einwohnerzahl auf. Die Bevölkerungsverteilung auf die jeweiligen Stadtteile ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

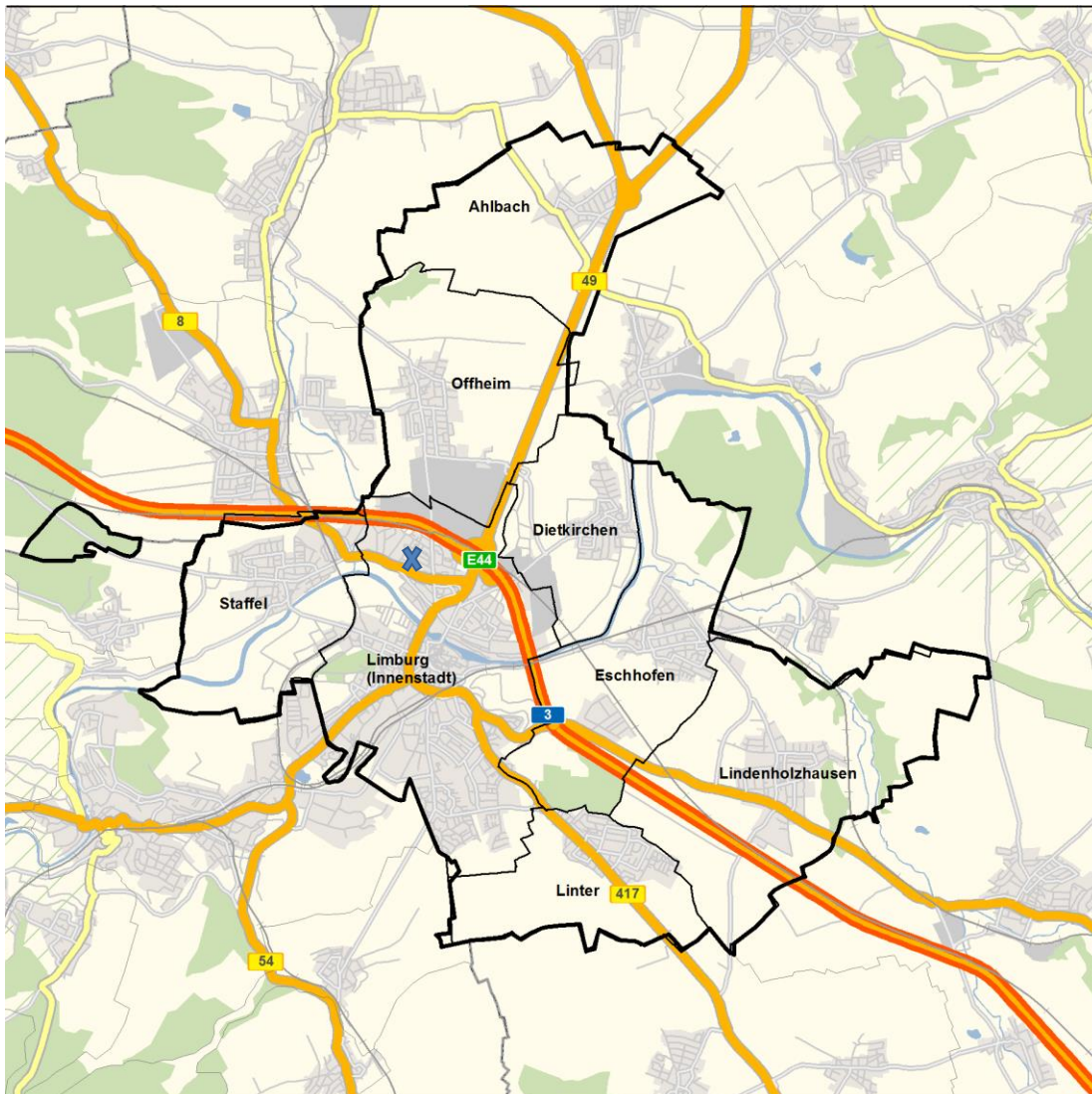
**Tabelle 1: Einwohnerzahlen der Stadt Limburg an der Lahn nach Stadtteilen**

| Stadtteil                        | Einwohner     |            |
|----------------------------------|---------------|------------|
|                                  | absolut       | in %       |
| Kernstadt                        | 18.274        | 52         |
| Offheim                          | 2.533         | 7          |
| Ahlbach                          | 1.208         | 3          |
| Dietkirchen                      | 1.706         | 5          |
| Eschhofen                        | 2.711         | 8          |
| Lindenholzhausen                 | 3.216         | 9          |
| Linter                           | 2.994         | 9          |
| Staffel                          | 2.601         | 7          |
| <b>Stadt Limburg an der Lahn</b> | <b>35.243</b> | <b>100</b> |

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt: Bevölkerungsstand am 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>2</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt: Bevölkerungsstand am 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze

Abbildung 4: Stadtteile von Limburg an der Lahn



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Nexiga, TomTom

### 3.1.3 Erreichbarkeit und Verkehr

Die Stadt Limburg an der Lahn weist eine sehr gute Anbindung an das überregional bedeutende Straßennetz auf. Diese erfolgt über die Bundesautobahn A 3 durch zwei Anschlussstellen (Limburg-Nord und Limburg-Süd). Die A 3 verbindet die Stadt Limburg mit dem Rhein-Main-Gebiet und dem Wirtschaftsraum Rhein-Ruhr.

Ergänzend zur A 3 fungieren die Bundesstraße B 8 (Frankfurt – Limburg an der Lahn – Köln), die parallel zur A 3 verläuft sowie die B 49 und B 54, die gemeinsam als Europastraße 44 in nordöstliche Richtung durch die Stadtteile Offheim und Ahlbach führen. Die E 44 bindet die Kreisstadt an den mittelhessischen Verdichtungsraum Wetzlar / Gießen sowie an den östlichen Bereich des Westerwaldkreises an.

Die Bundesstraße B 417 (Koblenz – Limburg an der Lahn – Wiesbaden) führt in südöstlicher Richtung nahezu parallel zur A 3 über Linter nach Wiesbaden. In südwestlicher Richtung - von Limburg an der Lahn nach Diez - stimmt der Verlauf der B 417 mit der B 54 überein und verläuft weiter nach Koblenz,

**Auswirkungsanalyse • Gemini Plaza • Limburg an der Lahn**

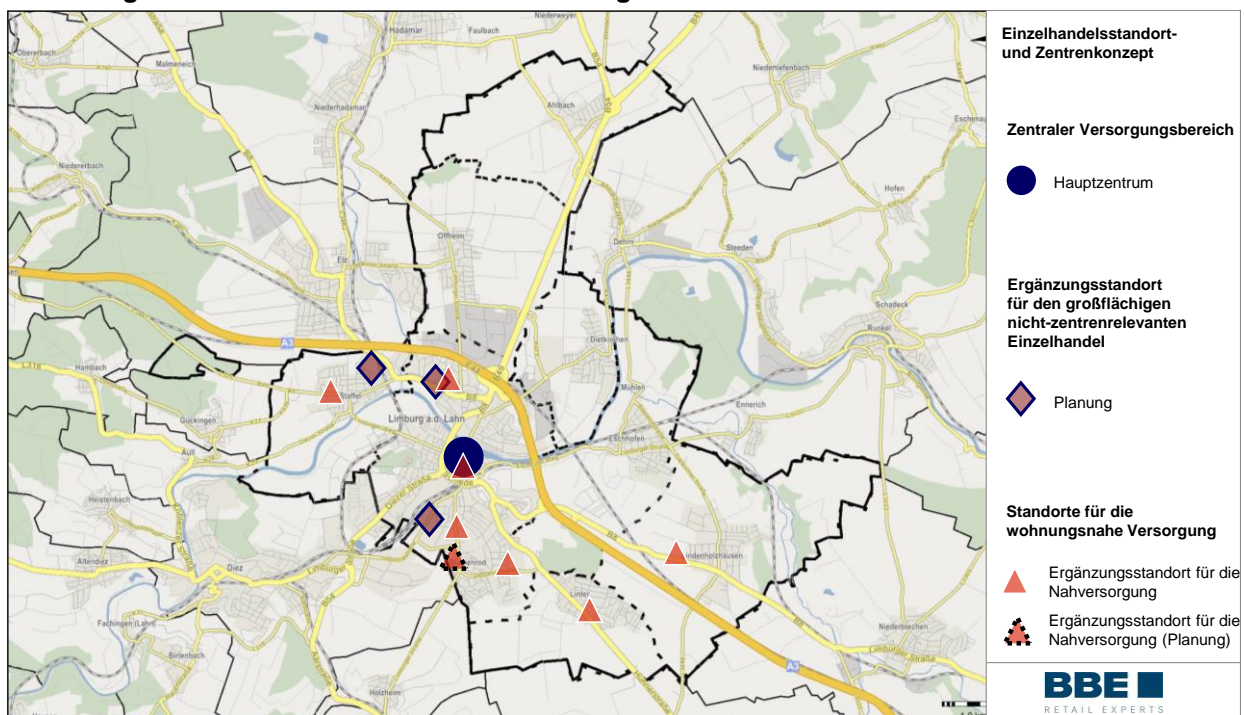
während sich die B 54 nach Südosten abwendet und Limburg ebenso wie die B 417 an den Wiesbadener Raum anbindet.

Das übergeordnete System der vorgenannten Fernstraßen wird durch ein engmaschiges Netz an Landes- und Kreisstraßen ergänzt, welches die Stadt Limburg an der Lahn mit den umliegenden Städten und Gemeinden des Landkreises Limburg-Weilburg sowie anderen Landkreisen bzw. Bundesländern vernetzt.

**3.1.4 Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg an der Lahn**

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Limburg wird ein Zentrensystem zur zukünftigen Einzelhandelssteuerung definiert.

**Abbildung 5: Zentrenstruktur der Stadt Limburg**



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg (2010); S. 64

Hinsichtlich der bestehenden Einzelhandelsstruktur stellt die Innenstadt den wichtigsten Standortbereich der Stadt Limburg dar und übernimmt damit die Funktion des Hauptzentrums.

Darüber hinaus beinhaltet die Zentrenstruktur der Stadt Limburg einen Ergänzungstandort Westerwaldstraße (Umfeld Kaufland), der für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadt-relevanten Kernsortimenten vorgesehen ist.

Der Projektstandort lässt sich dem Ergänzungstandort Westerwaldstraße (Umfeld Kaufland) zuordnen.

## 3.2 Mikrostandort

### 3.2.1 Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Planstandort liegt im Norden der Limburger Kernstadt im Kreuzungsbereich der Westerwaldstraße (B 8) mit der Dieselstraße. Das Areal ist teilweise mit den leerstehenden Gebäuden eines früheren Autohauses belegt, die übrigen Flächen sind ungenutzt.

Während der Bereich südlich der B 8 mit dem Lahn-Einkaufszentrum (v. a. Kaufland-SB-Warenhaus, Medimax-Elektrofachmarkt, dm-Drogeriemarkt sowie Takko- und Jeans Fritz-Bekleidungsfachmarkt) und einem Dehner-Gartencenter bereits in hohem Maße durch den (großflächigen) Einzelhandel vorgeprägt wird, findet sich nördlich der B 8 eine Mischnutzung aus Kfz-Handel, sonstigen Gewerbebetrieben und Wohnnutzungen. Mit dem Anbieter Rofu Kinderland ist nördlich der B 8 lediglich ein größerer Einzelhandelsbetrieb ansässig.

### 3.2.2 Verkehrliche Situation

Der Projektstandort ist für den motorisierten Individualverkehr (MIV) durch seine unmittelbare Lage an der B 8 gut zu erreichen. Die kleinräumige Erschließung erfolgt für den Gemini Plaza West über die Dieselstraße. Der Teilbereich Gemini Plaza Ost wird im Osten über die Bischof-Blum-Straße und im Norden über die Siemensstraße erschlossen.

Auf dem Gelände stehen Beschäftigten, Bewohnern und Besuchern insgesamt rd. 540 Pkw-Stellplätze zur Verfügung.

An den ÖPNV ist das Areal über die das Stadtgebiet erschließenden Buslinien durch den ÖPNV-Haltepunkt „Dieselstraße“ angebunden. Weitere ÖPNV-Haltestellen (u. a. „Lahn-Einkaufszentrum“) befinden sich in fußläufiger Entfernung.

### 3.2.3 Funktionale Lage und Einordnung des Mikrostandorts in das Einzelhandelskonzept der Stadt Limburg an der Lahn

Wie bereits im vorherigen Kapitel dargelegt, verfügt die Stadt Limburg an der Lahn mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 über ein Instrument, das Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben ist.

Der Planstandort liegt außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches innerhalb des Ergänzungsstandortes Westerwaldstraße (Umfeld Kaufland), der als Konzentrationsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten vorgeschlagen wird. Gleichzeitig wird im Einzelhandelskonzept empfohlen, insbesondere die Ansiedlung großflächiger innenstadtrelevanter Einzelhandelsbetriebe künftig auf die Limburger Innenstadt zu konzentrieren. Das Hauptzentrum Innenstadt als nächstgelegener zentraler Versorgungsbereich befindet sich in einer Entfernung von rd. zwei Kilometern südöstlich des Planstandortes.

Im Rahmen des Planvorhabens sind innerhalb des Planareals folgende nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe geplant (siehe Tabelle 2):

Im **Teilbereich Gemini Plaza Ost** soll die dort geplante Verkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup> mit einem Lebensmitteldiscountmarkt belegt werden. Der M mit bis zu 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche würde einen Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment darstellen, dessen Betriebsgröße gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegt (größer als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Im **Teilbereich Gemini Plaza West** mit einer Mieteinheit von max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche soll ein (nahversorgungsrelevanter) kleinflächiger Lebensmittelmarkt (Bio-Supermarkt mit angeschlossenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf) realisiert werden.

**Tabelle 2: Sortimentsschwerpunkte der geplanten Einzelhandelsnutzungen**

| Einzelhandelsnutzungen   | Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> | Sortimentschwerpunkt*  |
|--|----------------------------------|------------------------|
| <u><b>Gemini Plaza Ost</b></u><br>(max. 1.200 m <sup>2</sup> VKF)<br>Lebensmitteldiscountmarkt | 1.200                            | nahversorgungsrelevant |
| <u><b>Gemini Plaza West</b></u><br>(max. 800 m <sup>2</sup> VKF)<br>Bio-Supermarkt             | 800                              | nahversorgungsrelevant |
| * Einstufung gemäß „Limburger Sortimentsliste“<br>Quelle: eigene Darstellung                   |                                  |                        |

Da sich der Planstandort innerhalb eines Standortbereiches befindet („Ergänzungsstandort Westerwaldstraße“), der für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten vorgesehen ist, entspricht die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Kernsortimenten nicht dem Regelfall der Zielvorgaben des Einzelhandelskonzeptes.

Argumente für das Planvorhaben ergeben sich jedoch aus dem besonderen Nutzungskonzept des Planvorhabens. Denn bei dem „Gemini Plaza“ handelt es sich um ein Mixed-Use-Konzept mit einer Gesamtmietfläche von rd. 16.800 m<sup>2</sup>, wovon rd. 11.000 m<sup>2</sup> auf Büronutzungen und Wohnungen entfallen. Der Einzelhandel soll eine maximale Verkaufsfläche von rd. 2.000 m<sup>2</sup> belegen, sodass sich die geplanten Handelsnutzungen den übrigen Mietflächen deutlich unterordnen.

Im Hinblick auf die geplanten Einzelhandelsnutzungen lässt sich zudem festhalten, dass lediglich im Bereich Gemini Plaza Ost ein großflächiger Betrieb geplant ist.

Mit der Realisierung des Planvorhabens würde das bereits im Standortumfeld des Planvorhabens ansässige Nahversorgungsangebot mit Betrieben ergänzt, die – anders als das naheliegende Kaufland-SB-Warenhaus – deutlicher auf die wohnungsnah Grundversorgung umliegender Wohnquartiere ausgerichtet sind. In diesem Zusammenhang sind auch die im Rahmen des Vorhabens geplanten Wohnungen zu berücksichtigen.

Eine mögliche Ergänzung der Nahversorgungsstrukturen am Gemini Plaza-Standort ist auch im Kontext mit der Entwicklung im westlich angrenzenden Stadtteil Staffel zu bewerten. Das Einzelhandelskonzept 2010 hatte ein mindergenutztes Areal an der Koblenzer Straße am Ostrand der Ortslage Staffel, das le-

**Auswirkungsanalyse • Gemini Plaza • Limburg an der Lahn**

diglich ca. 800 Meter vom Gemini Plaza-Standort entfernt ist, als Entwicklungsstandort für die Nahversorgung vorgeschlagen (siehe Einzelhandelskonzept 2010, S. 75 f). Hintergrund waren Planungen zur Neuaufstellung des in Staffel ansässigen Edeka-Supermarktes an dem mit dem Konzept vorgeschlagenen Standort.

**Abbildung 6: Mikrostandort**



Quelle: BBE-Darstellung 2020

Abbildung 7: Projektareal und Standortumfeld (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Zwischenzeitlich wurde diese Planung nicht mehr weiter verfolgt und stattdessen am Bestandsstandort im westlichen Bereich von Staffel die Baumaßnahme zur Errichtung eines neuen Edeka-Marktes mit ca. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche begonnen.

Vor dem Hintergrund dieser Neubaumaßnahme, die noch in der zweiten Jahreshälfte 2020 abgeschlossen werden soll, könnte der am Gemini Plaza-Standort geplante Lebensmitteleinzelhandel, der sich in einer Distanz von ca. 1,7 Kilometern zum Edeka-Markt in Staffel-West befindet, eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die östlichen Staffeler Wohnquartiere übernehmen.

## **Auswirkungsanalyse • Gemini Plaza • Limburg an der Lahn**

Die vorliegende Auswirkungsanalyse hat im Folgenden unter anderem zu prüfen, ob die mit dem Gemini Plaza-Vorhaben geplanten Lebensmittelanbieter realisiert werden können, ohne dass damit negative Auswirkungen auf die wohnungsnaher Grundversorgung in Limburg-Staffel ausgelöst werden.

## 4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum erforderlich.

Bei der Abgrenzung des Untersuchungsgebietes ist zu berücksichtigen, dass im Rahmen der Entwicklung des Gemini Plaza Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden sollen, die der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung im Stadtgebiet dienen. Unter Berücksichtigung der geplanten Einzelhandelsbetriebe und bei einer projektierten Gesamtverkaufsfläche von max. 2.000 m<sup>2</sup> ist nicht davon auszugehen, dass das Planvorhaben ein Einzugsgebiet erschließen wird, das über das derzeitige Einzugsgebiet der Stadt Limburg an der Lahn hinausreicht. Entsprechend ist auch nicht zu erwarten, dass das Planvorhaben in größerem Umfang neue Kunden von außerhalb der Stadt Limburg an der Lahn mobilisieren kann. Vor diesem Hintergrund erstreckt sich das Untersuchungsgebiet in erster Linie auf die Stadt Limburg an der Lahn. Darüber hinaus werden im Folgenden aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben zudem die projektrelevanten Angebotsstrukturen in der Gemeinde Elz berücksichtigt.

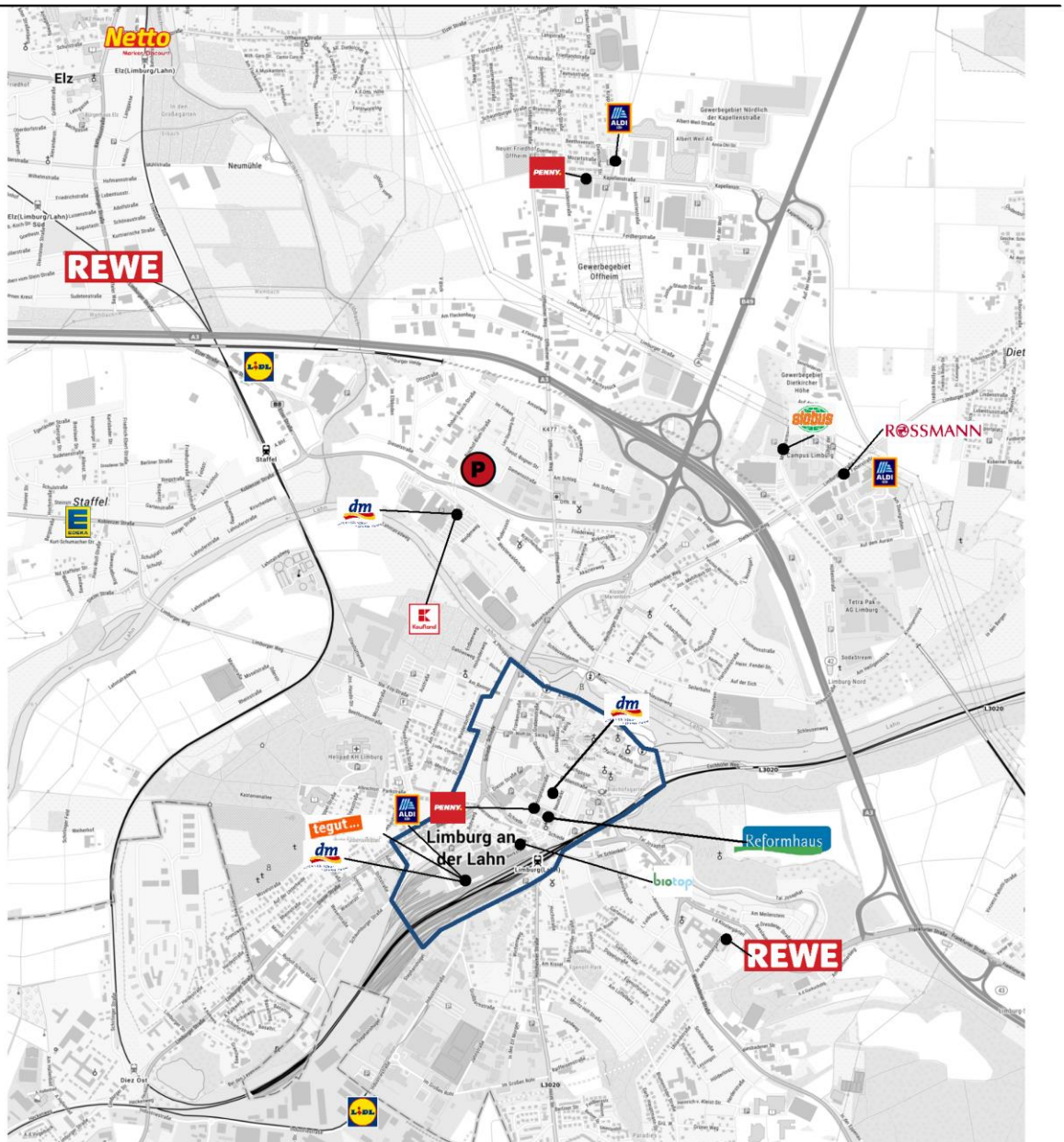
Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse sind diejenigen Betriebe von Relevanz, die eine Sortimentsüberschneidung mit dem Planvorhaben in Limburg an der Lahn aufweisen. Es ist jedoch zu unterstellen, dass sich die Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens in erster Linie bei den typgleichen Anbietern auswirken werden.

Konkret basiert die Wettbewerbsanalyse auf folgenden Grundannahmen:

- Ein neuer **Lebensmitteldiscountmarkt** wird insbesondere mit allen Anbietern von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren in Konkurrenz treten. Hierbei wird die Wettbewerbssituation in den projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittel- und Drogeriemärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte, z. B. Lebensmittelhandwerk und Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) nur in begrenztem Maße von einer Lebensmittelmarkt-Ansiedlung betroffen sein wird.
- **Bio-Supermärkte** konkurrieren nicht nur untereinander, sondern zudem in größerem Rahmen mit einer Vielzahl „systemfremder“ Wettbewerber. Hierbei sind insbesondere die Betriebsformen des „klassischen“ Lebensmitteleinzelhandels von Relevanz. Da Bio-Lebensmittel zudem auch in erheblichem Umfang in Drogeriemärkten vertrieben werden, sind auch diese in die Wettbewerbsbetrachtung einzustellen. Somit wird ein neuer Bio-Supermarkt insbesondere in Konkurrenz mit anderen Bio-Supermärkten, klassischen Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten treten.

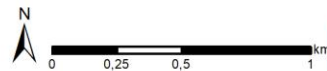
Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist v. a. das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen – insbesondere in den Innenstädten und Ortskernen – von Bedeutung. Daher wird der relevante Wettbewerb separat für die Innenstadt von Limburg an der Lahn und für den Ortskern der Gemeinde Elz ausgewiesen.

Abbildung 8: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet



**Wettbewerb**

-  Projektstandort
-  Innenstadtbereich



Kartengrundlage: © BKG 2019,  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)



Quelle: BBE-Darstellung 2020

Den erfolgten Umsatzschätzungen der BBE Handelsberatung GmbH liegen detaillierte Vor-Ort-Recherchen zugrunde. Ausgehend von betriebsformen- bzw. betreiberspezifischen Durchschnittswerten werden weitere relevante Einflussfaktoren berücksichtigt (u. a. das ansprechbare Kaufkraftvolumen, die Wettbewerbssituation, die Attraktivität der Anbieter, die Verkaufsflächendimensionierung, die Stellplatzsituation etc.) und in die jeweilige Umsatzprognose mit eingestellt.

Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

## 4.1 Projektrelevante Angebotsstrukturen in Limburg an der Lahn

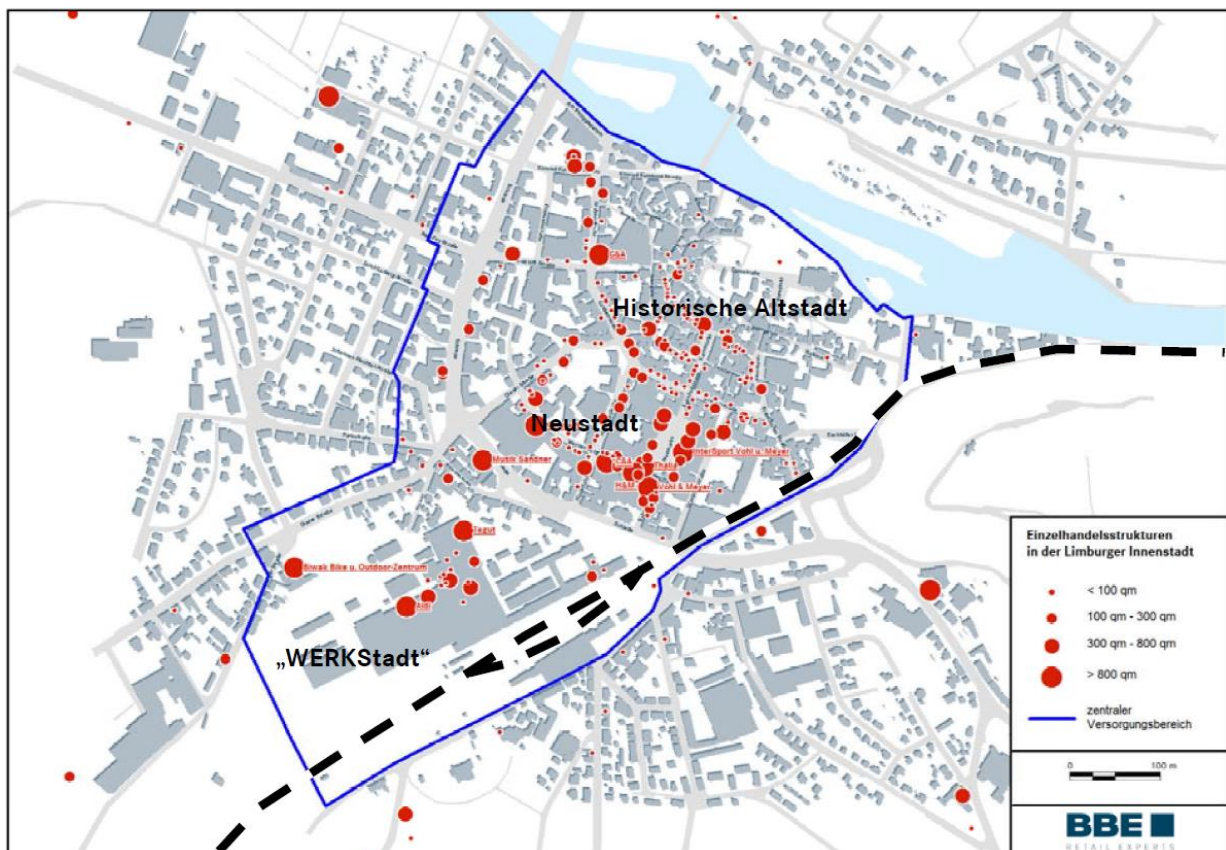
### 4.1.1 Limburger Innenstadt

Wichtigster Einzelhandelsstandort in der Stadt Limburg ist die rd. 2 Kilometer südöstlich des Projektstandortes beginnende Innenstadt. Die Limburger Innenstadt, begrenzt vom Innenstadtring Schiede, der Eisenbahntrasse im Südosten und der Lahn im Norden, lässt sich hinsichtlich der Architektur und Funktionalität in folgende drei Quartiere untergliedern:

- Altstadt,
- Neustadt
- „WERKStadt“.

Während die Altstadt durch die mittelalterliche, kleinteilige Gebäudestruktur geprägt ist, ist die Neustadt durch eine Vielzahl von Einzelhandelsfachgeschäften und Filialbetrieben aller Bedarfsstufen sowie einige großflächige Magnetbetriebe gekennzeichnet. Die sog. „WERKStadt“ ist ein modernes Freizeit- und Einkaufszentrum, das sich südlich der Neustadt bzw. des Bahnhofsplatzes befindet.

**Abbildung 9: Hauptzentrum Innenstadt**



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg an der Lahn, Stand: Juli 2010

## Auswirkungsanalyse • Gemini Plaza • Limburg an der Lahn

Gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg sind in der Limburger Innenstadt insgesamt mehr als die Hälfte der im Stadtgebiet von Limburg vorhandenen Einzelhandelsbetriebe (rd. 230 Einzelhandelsbetriebe) ansässig, die zusammen über eine Verkaufsfläche<sup>3</sup> von rd. 46.000 m<sup>2</sup> verfügen.

Die größten Einzelhandelsbetriebe sind entlang der Werner-Senger-Straße ansässig. Hierbei handelt es sich um das Warenhaus GALERIA Karstadt Kaufhof sowie die Modehäuser C & A, Vohl & Meyer und H & M. Hinzu kommen neben weiteren, überwiegend kleinteiligeren Filialbetrieben auch zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte. Das innerstädtische Angebot ist dabei als breit und tief zu bewerten.

Mit der Eröffnung der „Werkstadt“ hat die innerstädtische Einzelhandelsausstattung deutlich an Profil gewonnen. Neben umfangreichen Angeboten im Bekleidungseinzelhandel (v. a. Mister\*Lady, Bonita, Jeans Fritz, Tom Tailor, Gerry Weber, Esprit, Brooklyn Store 101) wurden zudem auch weitere Flächen u. a. im Bereich Unterhaltungselektronik (Medimax), Spielwaren (Habakuk), Einrichtungsbedarf/ Geschenk-/ Dekorationsartikel (Depot, NanuNana), Zoobedarf (Fressnapf) realisiert. Zudem stellt das Quartier „WERKStadt“ mit den Lebensmittelmärkten Tegut und Aldi Süd, dem Bio-Supermarkt Biotop und einem dm-Drogeriemarkt heute den leistungsfähigsten Nahversorgungsstandort in der Limburger Innenstadt dar.

Zu den wichtigsten Anbietern von Nahrungs- und Genussmitteln, mit denen die geplanten Lebensmittelmärkte in Wettbewerb treten würden, zählen in der Limburger Innenstadt insbesondere Tegut, Aldi Süd und Penny sowie der Biotop-Biomarkt. Kleine Fachgeschäfte sowie Ladenhandwerksbetriebe runden das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ab.

Bei dem **Tegut-Supermarkt** (rd. 1.800 m<sup>2</sup> VKF) und dem **Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt** (rd. 1.000 m<sup>2</sup> VKF) handelt es sich um moderne Lebensmittelmärkte mit Standorten im Einkaufszentrum „WERKStadt“. Darüber hinaus führt im Einkaufszentrum ein **Biotop-Biomarkt** (rd. 550 m<sup>2</sup> VKF) Waren des täglichen Bedarfs. Die Lebensmittelanbieter, die aufgrund ihrer Lage von der hohen Kundenfrequenz des Einkaufszentrums profitieren, sind als leistungsstark zu bewerten.

Neben diesen modernen Lebensmittelanbietern ist in der Limburger Innenstadt noch ein kleinerer **Penny-Lebensmitteldiscountmarkt** (rd. 450 m<sup>2</sup> VKF) ansässig. Dieser Markt, der über eine vergleichsweise kleine Verkaufsfläche verfügt, Modernisierungsbedarf aufweist und aufgrund des fehlenden eigenen Kundenparkplatzes nur über eine eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit verfügt, übernimmt im Wesentlichen Nahversorgungsfunktionen für die Bevölkerung in der Limburger Innenstadt.

Insbesondere im Hinblick auf den geplanten Bio-Supermarkt sind zudem ein **Reformhaus** (Bahnhofstraße 6) sowie **zwei dm-Drogeriemärkte** (WERKStadt und Neumarkt 11) untersuchungsrelevant.

### 4.1.2 Ergänzungsstandort Westerwaldstraße

Außerhalb der Limburger Innenstadt sind insbesondere die Angebote innerhalb des Ergänzungsstandortes Westerwaldstraße, in dem sich auch das Planvorhaben befindet, wettbewerbsrelevant. Der Ergänzungsstandort Westerwaldstraße wird im Wesentlichen von dem SB-Warenhaus Kaufland und dem Gartencenter Dehner geprägt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch die Anbieter MediMax, Schlummer Markt, Jeans Fritz, Deichmann, Ernsting's Family und dm. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite befindet sich zudem neben dem Spielwarenanbieter Rofu Kinderland der Matratzenfachmarkt MFO.

---

<sup>3</sup> Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Limburg, S. 27

Projektrelevante Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben weisen insbesondere die Anbieter **Kaufland** und **dm** auf.

#### 4.1.3 Fachmarktstandort an der Limburger Straße / Mundipharmastraße

Rund 2,5 Kilometer östlich des Projektstandortes befindet sich im Stadtteil Dietkirchen, in autokundenorientierter Lage, an der Limburger Straße / Mundipharmastraße ein Fachmarktstandort. Dort sind neben einem Globus-SB-Warenhaus, einem Aldi Süd-Discountmarkt und einem Rossmann-Drogeriemarkt auch mehrere Fachmärkte ansässig.

Projektrelevante Sortimente werden insbesondere von dem SB-Warenhaus **Globus** und dem Discountmarkt **Aldi Süd** sowie dem Drogeriemarkt **Rossmann** vorgehalten.

#### 4.1.4 Angebotsstandort Kapellenstraße (Offheim)

Im Stadtteil Offheim, in einer Entfernung von rd. 3 Kilometern nördlich des Planstandortes, wird das Einzelhandelsangebot im Wesentlichen von den an der Kapellenstraße lokalisierten Einzelhandelsbetrieben geprägt. Hierzu zählen die beiden Lebensmitteldiscountmärkte Aldi Süd und Penny, das Möbelhaus Wohn-Galerie und der Bau- und Gartenmarkt Herkules.

Die im Rahmen des Vorhabens geplanten Lebensmittelmärkte werden insbesondere mit den beiden hier ansässigen Lebensmitteldiscountmärkten **Aldi Süd** und **Penny** in Wettbewerb treten.

#### 4.1.5 Sonstige Angebotsstandorte im Stadtgebiet

Außerhalb der vier oben aufgeführten Einzelhandelsagglomerationen sind in der Stadt Limburg an der Lahn insbesondere noch folgende Lebensmittelmärkte wettbewerbsrelevant:

- **Lidl-Discountmarkt**, Elzer Straße 28, Limburg-Staffel, rd. 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, moderner Markt mit guter verkehrlichen Erreichbarkeit und ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot, Versorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet von Limburg an der Lahn und die Gemeinde Elz, rd. 1 Kilometer Entfernung zum Planstandort.
- **Rewe-Supermarkt**, Bruder-Kremer-Straße 2, rd. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, moderner Markt mit ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot, gute verkehrlicher Erreichbarkeit, rd. 4 Kilometer Entfernung zum Planstandort.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass sich im Stadtteil Limburg-Staffel in rd. 1,7 Kilometern Entfernung zum Planstandort (Koblenzer Straße 103) derzeit ein **Edeka-Supermarkt** mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m<sup>2</sup> neu errichtet wird und noch im zweiten Halbjahr 2020 wiedereröffnen soll.

In größere Entfernung zum Planvorhaben befinden sich im südlichen Stadtgebiet von Limburg an der Lahn noch folgende Lebensmittelmärkte, die aufgrund der größeren Distanz und ihrer Nahversorgungsfunktion für die sie umgebenden Siedlungsbereiche nur noch in sehr nachgeordneten Maße von Wettbewerbseffekten durch das Planvorhaben betroffen wären:

- **Lidl-Discountmarkt**, Industriestraße 32, Markt mit ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot und guter verkehrlicher Erreichbarkeit, rd. 6 Kilometer Entfernung zum Planstandort.
- **Penny-Discountmarkt**, Holzheimer Straße 92, Markt mit ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot, guter Sichtbarkeit bzw. verkehrlicher Erreichbarkeit sowie Versorgungsfunktion für die Bevölkerung in der Limburger Südstadt, rd. 5 km Entfernung zum Planstandort.
- **Edeka-Supermarkt**, Zeppelinstraße 12, Bäcker als Konzessionär, Markt mit ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot und guter Sichtbarkeit bzw. verkehrlicher Erreichbarkeit, Versorgungsfunktion im Wesentlichen für den Stadtteil Limburg-Blumenrod, rd. 6 km Entfernung zum Planstandort.
- **Edeka-Supermarkt**, Mainzer Straße 69, Bäcker als Konzessionär, Markt mit ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot und guter Sichtbarkeit bzw. verkehrlicher Erreichbarkeit, Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im Stadtteil Limburg-Linter, rd. 7 km Entfernung zum Planstandort.
- **Edeka-Supermarkt**, Frankfurter Straße 74, Siedlungsrandlage, Standortgemeinschaft mit Penny-Lebensmitteldiscountmarkt und Getränkemarkt, Standort mit guter verkehrlichen Erreichbarkeit, ausreichend Pkw-Stellplätzen, Versorgungsfunktion für Limburg-Lindenholzhausen, rd. 7 km Entfernung zum Planstandort.
- **Penny-Lebensmitteldiscountmarkt**, Frankfurter Straße 76, Siedlungsrandlage, Standortgemeinschaft mit Edeka-Supermarkt und Getränkemarkt, Standort mit guter verkehrlichen Erreichbarkeit, ausreichend Pkw-Stellplätzen, Versorgungsfunktion für Limburg-Lindenholzhausen, rd. 7 km Entfernung zum Planstandort.

#### 4.2 Projektrelevante Angebotsstrukturen außerhalb von Limburg an der Lahn

Wie eingangs zu Kapitel 4 dargelegt, werden aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben außerhalb der Stadt Limburg an der Lahn zudem die projektrelevanten Angebotsstrukturen in der Gemeinde Elz berücksichtigt.

In der Ortsmitte von Elz, die sich entlang der Limburger Straße / Rathausstraße erstreckt, ist kein Lebensmittelmarkt ansässig, sodass somit auch kein Hauptwettbewerber des Planvorhabens in der Ortsmitte von Elz lokalisiert ist. Die projektrelevanten Sortimente werden in der Ortsmitte von Elz lediglich von einzelnen Anbieter des Lebensmittelhandwerks bzw. Spezialanbietern vorgehalten. Da diese Anbieter jedoch jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (deutlich unter 200 m<sup>2</sup>) verfügen bzw. nur Ausschnitte des Lebensmittelsortiments führen, sind sie nur nachrangig als Wettbewerber einzustufen.

Außerhalb der Ortsmitte von Elz sind zudem folgende Einzelhandelsbetriebe von Bedeutung:

- **Rewe-Supermarkt**, Elz, Limburger Straße 39, siedlungsintegrierter Standort, rd. 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Bäcker als Konzessionär, Rolli SB-Möbelmarkt in räumlicher Nähe, ausreichendes Pkw-Stellplatzangebot, moderner Marktauftritt, gute verkehrliche Erreichbarkeit, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort.
- **Netto-Discountmarkt**, Elz, Offheimer Straße 15, siedlungsintegrierter Standort, rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Bäcker als Konzessionär, Markt mit durchschnittlichem Marktauftritt und ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot, gute verkehrliche Erreichbarkeit, rd. 3 Kilometer Entfernung zum Planstandort.

### 4.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse

Als Zwischenfazit ist festzuhalten, dass sich das relevante Wettbewerbsumfeld des Planvorhabens im Wesentlichen auf die größeren projektrelevanten Anbieter in der Stadt Limburg an der Lahn bezieht und hier auch die intensivsten Wettbewerbswirkungen zu erwarten sind.

Darüber hinaus sind nachgeordnet auch übergemeindliche Wettbewerbswirkungen durch das Planvorhaben zu erwarten, sodass auch möglich Auswirkungen auf die Wettbewerbsbetriebe im Gemeindegebiet von Elz zu untersuchen sind.

Aufgrund der größeren räumlichen Entfernungen und der damit einhergehenden Pkw-Fahrzeiten sind hingegen nur sehr eingeschränkte Wettbewerbsbeziehungen zu den in den sonstigen Umlandkommunen vorhandenen Angebotsstrukturen zu unterstellen.

Nach Wettbewerbslagen differenziert, stellt sich die relevante Angebotsstruktur wie folgt dar:

**Tabelle 3: Umsätze der Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet**

| Wettbewerber nach Standort   | Planvorhaben | Wettbewerber* |
|--|--------------|---------------|
| Umsatz in Mio. €   |              |               |
| <b>Stadt Limburg an der Lahn, davon</b>  |              | <b>180,9</b>  |
| ■ <i>Innenstadt</i>  |              | 30,9          |
| ■ <i>Ergänzungsstandort Westerwaldstraße</i>   |              | 40,5          |
| ■ <i>Fachmarktstandort Limburger Straße/ Mundipharmastraße</i>   |              | 72,5          |
| ■ <i>Offheim, Kapellenstraße</i>   |              | 14,3          |
| ■ <i>Sonstige Standorte</i>  |              | 22,7          |
| <b>Gemeinde Elz, davon</b>   |              | <b>9,3</b>    |
| ■ <i>Ortskern</i>  |              | (*)           |
| ■ <i>Sonstige Standorte</i>  |              | 9,3           |
| (*) keine Angabe (Werte kleiner 50 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)<br>* inkl. Randsortimente/ Aktionswaren der Lebensmittel- und Drogeriemärkte<br>Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich |              |               |

## 5 Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

### 5.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem die geplanten Einzelhandelsbetriebe eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen werden.

Das Einzugsgebiet für das Planvorhaben wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

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

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

Für die Einzugsgebietsabgrenzung des Planvorhabens sind insbesondere folgende Aspekte rahmengebend:

---

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

- Das Planvorhaben profitiert von der Lage innerhalb des Ergänzungsstandortes Westerwaldstraße (Umfeld Kaufland), sodass ausgeprägte Verbundeffekte zu erwarten sind.
- Der Ergänzungsstandort Westerwaldstraße weist mehrere größere und großflächige Einzelhandelsbetriebe auf und stellt damit einen wichtigen Einzelhandelsstandort in der Stadt Limburg an der Lahn dar. Aufgrund des breiten Einzelhandelsangebotes und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit verfügt der Ergänzungsstandort Westerwaldstraße heute schon über eine Ausstrahlungskraft, die über das Gebiet der Stadt Limburg an der Lahn hinausreicht.
- Das Planvorhaben wird somit ein Marktgebiet ansprechen können, das sehr stark von der Ausstrahlungskraft der bereits ansässigen Einzelhandelsbetriebe vorgeprägt wird. Aufgrund der projektierten Größe der Verkaufsfläche wird das Planvorhaben aber kein Einzugsgebiet ansprechen können, das über den Status quo hinausgeht.

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

- **Kerneinzugsgebiet (Zone I):** Als Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Einkaufsintensität wird der Nahbereich des Planvorhabens, der unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen und topographischen Rahmenbedingungen einen 10 Minuten-Fußweg-Radius darstellt, definiert. Nach aktuellen Bevölkerungsdaten leben in diesem Nahbereich aktuell ca. 2.900 Einwohner.

Für den Nahbereich des Planvorhabens lässt sich festhalten, dass im Rahmen des Planvorhabens u. a. auch Wohnungen und Mikro-Appartements realisiert werden sollen. Hierdurch sind in einer mittelfristigen Betrachtung zusätzlich knapp 100 Einwohner im Nahbereich des Planvorhabens zu erwarten. Damit wird der Nahbereich perspektivisch ca. 3.000 Einwohner umfassen.

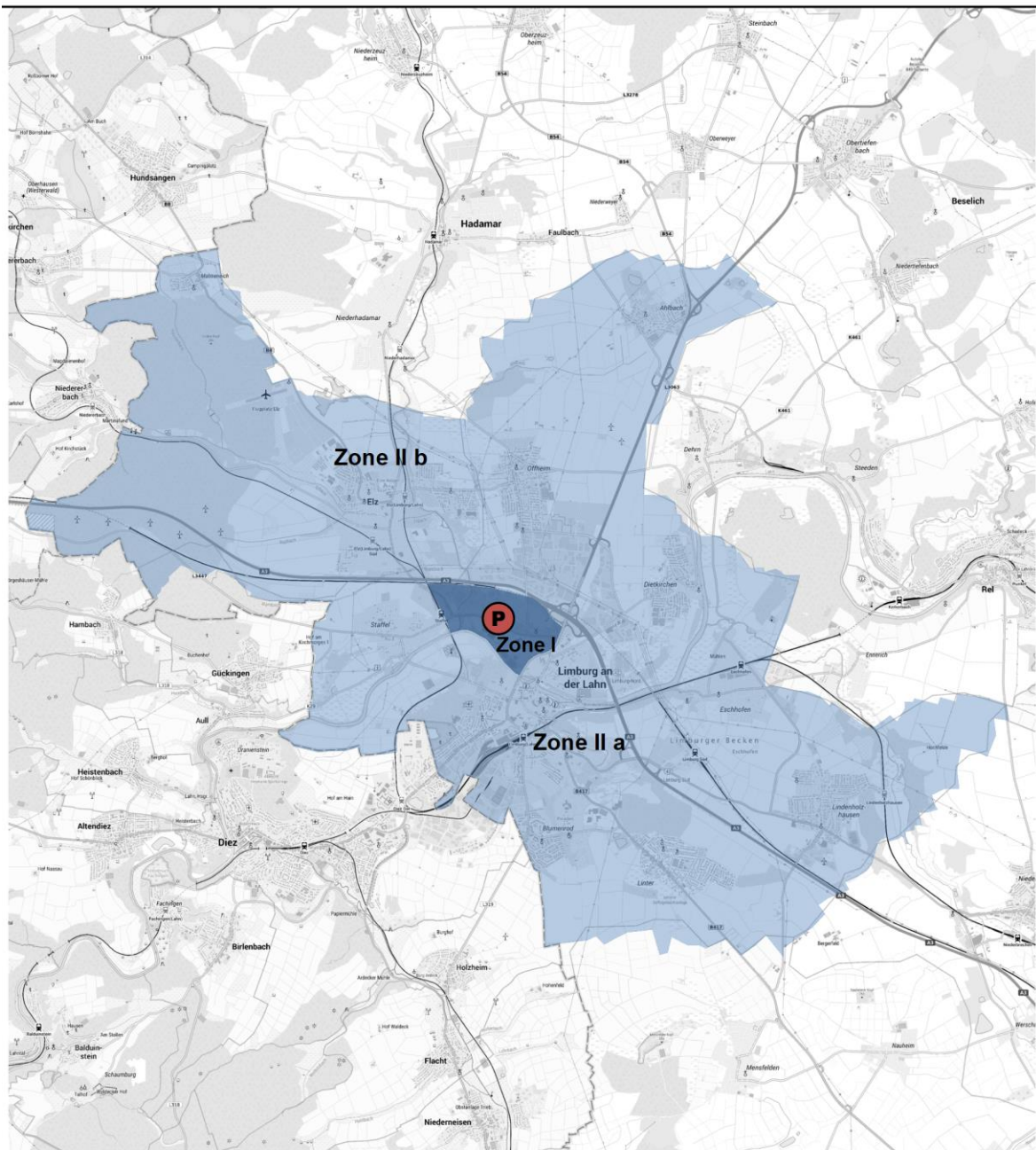
- **Erweitertes Einzugsgebiet (Zone II):** Aufgrund der Lage und in Anbetracht der Agglomerations-effekte und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben zudem ein erweitertes Einzugsgebiet umfassen kann. Dieses beinhaltet zum einen die übrigen Siedlungsbereiche der Stadt Limburg an der Lahn (Zone II a, ca. 32.250 EW) sowie die nordwestlich angrenzende Gemeinde Elz (Zone II b, ca. 8.160 EW).

Damit umfasst das Einzugsgebiet (siehe vorstehende Abbildung) ein **Bevölkerungspotenzial von insgesamt rd. 43.410 Einwohnern**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Diese diffusen Umsatzzuflüsse resultieren z. B. aus sporadischen Besuchen von Touristen und Berufspendlern/ Geschäftsreisenden aus umliegenden Kommunen.

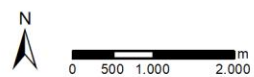
Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsbereiche prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen.

Abbildung 10: Einzugsgebiet des Planvorhabens



**Einzugsgebiet**

-  Projektstandort
-  Zone I
-  Zone II



Kartengrundlage: © BKG 2019,  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

## 5.2 Relevantes Nachfragevolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag,<sup>5</sup> gewichtet mit der gemeinde-spezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland belaufen sich aktuell auf rd. 6.370 €. Für die projektrelevanten Sortimente liegen der Berechnung des Kaufkraftvolumens folgende jährliche Verbrauchsausgaben p. P. zugrunde:

- Nahrungs- und Genussmittel: 2.418 €
- Drogeriewaren: 352 €

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in einer Kommune verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffern in der Stadt Limburg an der Lahn und in der Gemeinde Elz liegen bei 98,0 bzw. 98,7 und damit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).<sup>6</sup>

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein projektrelevantes **Kaufkraftvolumen** in Höhe von insgesamt **ca. 117,9 Mio. €** im Jahr zur Verfügung.

**Tabelle 4: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten**

| Sortimente                 | Kaufkraft im Einzugsgebiet<br>in Mio. € |             |             |              |
|----------------------------|---|-------------|-------------|--------------|
|                            | Zone I                                  | Zone II a   | Zone II b   | Summe        |
| Nahrungs- und Genussmittel | 7,1                                     | 76,4        | 19,5        | <b>103,0</b> |
| Drogeriewaren              | 1,0                                     | 11,1        | 2,8         | <b>14,9</b>  |
| <b>Summe</b>               | <b>8,1</b>                              | <b>87,5</b> | <b>22,3</b> | <b>117,9</b> |

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2019; Werte gerundet.

<sup>5</sup> Auf Basis von IfH-Daten aus dem Jahre 2019

<sup>6</sup> Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2019

## 6 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Stadt Limburg an der Lahn und im weiteren Umland wird die zu erwartende Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsbetriebe ermittelt. Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Der Umsatzprognose des Planvorhabens liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Der Umsatz des Planvorhabens wird unter Berücksichtigung der zu erwartenden Agglomerations-effekte prognostiziert.
- Ausgehend von der Annahme, dass mit dem Vorhaben leistungsfähige und attraktive Angebotsformate realisiert werden sollen, wurden für die projektierten Nutzer überdurchschnittliche Flächenleistungen angenommen. In Bezug auf das Ausmaß der Umsatzumlenkung wird somit eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

Die Umsatzprognose für die geplanten Nahversorgungsbetriebe, d. h., für die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m<sup>2</sup> (Gemini Plaza Ost) und eines Bio-Supermarktes mit angeschlossenen Café/ Bistro mit Backwarenverkauf mit max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Gemini Plaza West) ist der folgenden Tabelle zu entnehmen (vgl. Tabelle 5).

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante **Lebensmitteldiscountmarkt mit max. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Nahbereich und im erweiterten Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine Umsatzleistung von max. 8,0 Mio. € erzielen wird. Auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren entfallen hiervon rd. 6,8 Mio. € und auf die Randsortimente rd. 1,2 Mio. €.

Nach gutachterlicher Einschätzung kann der geplante Lebensmittelmarkt hierbei max. 5 % (rd. 6,2 Mio. €) von der im Einzugsbereich vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden (rd. 117,9 Mio. €). Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer Kaufkraftbindung im Einzugsbereich des Planvorhabens. Mit ca. 5,3 Mio. € wird der Lebensmittelmarkt hierbei den Großteil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 78 %) mit Kunden aus der Stadt Limburg an der Lahn generieren. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment auf ca. 1,5 Mio. € prognostiziert.

Auswirkungsanalyse • Gemini Plaza • Limburg an der Lahn

Tabelle 5: Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im periodischen Bedarf innerhalb des Einzugsgebietes

| Umsatzherkunft  | nahversorgungsrelevante Kaufkraft <sup>1</sup> | Lebensmitteldiscountmarkt<br>(max. 1.200 m <sup>2</sup> VKF) |                 | Bio-Supermarkt<br>(max. 800 m <sup>2</sup> VKF) |                 | Umsatzerwartung<br>gesamt |
|---|--|--|-----------------|---|-----------------|---------------------------|
|   |  | Kaufkraft-<br>bindung  | Umsatzerwartung | Kaufkraft-<br>bindung                           | Umsatzerwartung |                           |
|   |  | in Mio. €  | in %            | in Mio. €                                       | in %            |                           |
| Zone I – Nahbereich                                   | 8,1  | 15   | 1,3             | 10  | 0,8             | 2,1                       |
| Zone II a – restl. Stadtgebiet<br>Limburg an der Lahn | 87,5   | 4  | 4,0             | 2   | 1,8             | 5,8                       |
| Zone II b – Gemeinde Elz                              | 22,3   | 4  | 0,9             | 2   | 0,5             | 1,4                       |
| <b>Einzugsgebiet gesamt</b>                           | <b>117,9</b>                                   | <b>5</b>   | <b>6,2</b>      | <b>3</b>  | <b>3,1</b>      | <b>9,3</b>                |
| Streuumsätze  | ./.  | ./.  | 0,6             | ./.   | 0,4             | 1,0                       |
| <b>Kernsortimente gesamt</b>                          | ./.  | ./.  | <b>6,8</b>      | ./.   | <b>3,5</b>      | <b>10,3</b>               |
| sonstige Sortimente <sup>2</sup>                      | ./.  | ./.  | 1,2             | ./.   | 0,5             | 1,7                       |
| <b>Planvorhaben gesamt</b>                            | ./.  | ./.  | <b>8,0</b>      | ./.   | <b>4,0</b>      | <b>12,0</b>               |

<sup>1</sup> Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren  
<sup>2</sup> u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien  
(\*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %  
Quelle: BBE-Berechnungen 2020 unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern (Rundungsdifferenzen möglich)

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

Der geplante Lebensmittelmarkt erreicht mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von ca. 8,0 Mio. € somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 6.670 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit wird für den geplanten Lebensmittelmarkt eine hohe Leistungsfähigkeit unterstellt, die über dem Durchschnitt der Lebensmitteldiscounter Aldi Süd, Netto, Penny, Lidl und Norma liegt.<sup>7</sup>

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante **Bio-Supermarkt** mit angeschlossenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf mit ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsbereich vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine Umsatzleistung von insgesamt max. 4,0 Mio. € erwirtschaften kann, wovon rd. 3,5 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente und rd. 0,5 Mio. € auf die Randsortimente entfallen.

Mit einem Marktanteil von ca. 3 % wird der geplante Bio-Supermarkt lediglich eine ergänzende nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Bevölkerung im Einzugsgebiet übernehmen. Mit ca. 2,6 Mio. € bzw. ca. 74 % wird der Großteil des Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Limburg an der Lahn generiert. Der Anteil der Kunden aus der Gemeinde Elz und Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes werden auf ca. 26 % des Umsatzes (max. 0,9 Mio. €) prognostiziert.

Der geplante Bio-Supermarkt mit angeschlossenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf erreicht mit ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von ca. 4,0 Mio. € somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 5.000 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

---

<sup>7</sup> Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2019/ 2020

## 7 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Kapitel wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.<sup>8</sup>

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzumverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere (Bio-) Lebensmittelmärkte anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs – wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren – aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

---

<sup>8</sup> Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche/ wohnungsnah Standorte) getroffen.

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standort, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber
- Agglomerationseffekte des Planvorhabens.

Auf der Basis dieses Prognosemodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei der Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Das eingesetzte Rechenmodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

Wie bereits dargelegt, verstehen sich die nachfolgenden Betrachtungen als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen und eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens und damit die denkbar stärksten Auswirkungen zugrunde gelegt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf das Ansiedlungsvorhaben in der Stadt Limburg an der Lahn und den daraus zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Im Hinblick auf die Ansiedlung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels beläuft sich die maximale Gesamtverkaufsfläche auf max. 2.000 m<sup>2</sup>.

Im Rahmen des Planvorhabens ist die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m<sup>2</sup> (Gemini Plaza Ost) und eines Bio-Supermarktes mit angeschlossenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf mit max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Gemini Plaza West) vorgesehen.

Mit den geplanten Nahversorgungsbetrieben ist am Planstandort ein wettbewerbsrelevanter Umsatz von insgesamt max. 12,0 Mio. € zu erwarten. Auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren entfallen hiervon rd. 10,3 Mio. € und auf die Randsortimente rd. 1,7 Mio. €.

Das Planvorhaben wird im Hinblick auf die Ansiedlung der Nahversorgungsbetriebe rd. 10,5 Mio. € (inkl. sonstige Sortimente) durch Umsatzumlenkungen gegenüber den Wettbewerbsbetrieben **innerhalb der Stadt Limburg an der Lahn** generieren. Mit fast 90 % wird somit der Großteil des Umsatzes durch Umsatzumverteilungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben in der Standortkommune erwirtschaftet.

Wettbewerbslich am stärksten tangiert wird hierbei der **Ergänzungsstandort Westerwaldstraße**, der einen Umsatzverlust in einer Größenordnung von bis zu 8 % bzw. rd. 3,1 Mio. € des derzeitigen Umsatzes hinzunehmen hätte. Für diesen Standortbereich ist die höchste Umverteilungsquote zu erwarten, da sich auch das Planvorhaben in diesem Standortbereich befindet und somit mit einem Kaufland-SB-Warenhaus und einem dm-Drogeriemarkt zwei Hauptwettbewerber im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens ansässig sind.

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

Innerhalb des **Fachmarktstandortes Limburger Straße/ Mundipharmastraße** werden die hier ansässigen Wettbewerber im Vergleich zum Ergänzungsstandort Westerwaldstraße aufgrund der zunehmenden Entfernung bereits eine geringere Umsatzumverteilungsquote hinzunehmen haben, die sich auf max. 6 % des heutigen Umsatzes belaufen wird.

**Tabelle 6: Maximale Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens**

| Zentraler Versorgungsbereich/ Standort  | Wettbewerberumsatz <sup>1</sup> | Umsatzumverteilung |      |
|---|---------------------------------|--------------------|------|
|   | in Mio. €                       | in Mio. €          | in % |
| Stadt Limburg an der Lahn, davon  | 180,9                           | 10,5               | 6    |
| ■ <i>Innenstadt (Tegut, Aldi Süd, Penny, Biomarkt Biotop, Reformhaus, 2 x dm)</i>           | 30,9                            | 1,4                | 5    |
| ■ <i>Ergänzungsstandort Westerwaldstraße (Kaufland, dm)</i>                                 | 40,5                            | 3,1                | 8    |
| ■ <i>Fachmarktstandort Limburger Straße/ Mundipharmastraße (Globus, Aldi Süd, Rossmann)</i> | 72,5                            | 4,2                | 6    |
| ■ <i>Offheim, Kapellenstraße (Aldi Süd, Penny)</i>  | 14,3                            | 0,7                | 5    |
| ■ <i>Sonstige Standorte (Lidl, Edeka, Rewe)</i>   | 22,7                            | 1,1                | 5    |
| Gemeinde Elz (Rewe, Netto)  | 9,3                             | 0,4                | 4    |
| Diffuse Umsätze   | ./.                             | 1,1                | ./.  |
| <b>Umverteilung gesamt</b>  | ./.                             | <b>12,0</b>        | ./.  |

<sup>1</sup> Lebensmittel- und Drogeriemärkte (inkl. Nonfood-Sortimente)  
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2020 (Rundungsdifferenzen möglich)

Auch in der rd. 2 Kilometer entfernten **Innenstadt von Limburg an der Lahn** sind nur vergleichsweise geringe Umsatzverluste zu erwarten: Die prognostizierten Rückgänge betragen max. 5 % und entsprechen rd. 1,4 Mio. € des aktuellen Umsatzes. Dadurch, dass sich dieser Umsatzrückgang auf mehrere marktfähige Wettbewerber verteilt (insbesondere Tegut, Aldi Süd, Penny, Biomarkt Biotop, Reformhaus, 2 x dm), können für den einzelnen Betrieb existenzielle Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Für die Lebensmittelmärkte an **sonstigen Standorten** in der Stadt Limburg an der Lahn (Lidl, Elzer Straße/ Edeka, Koblenzer Straße in Staffel und Rewe, Bruder-Kremer-Straße) lässt sich eine Umverteilungsquote von ebenfalls bis zu 5 % des derzeitigen Umsatzes prognostizieren.

Für den in 3 Kilometern Entfernung gelegenen Standortbereich „**Offheim, Kapellenstraße**“ werden noch geringere Umsatzauswirkungen (max. 5 %) prognostiziert, was hier einem Umsatzrückgang von rd. 0,7 Mio. € entspricht. Dieser relativ geringe Verlust betrifft in erster Linie die hier ansässigen Lebensmitteldiscounter Aldi Süd und Penny.

**Außerhalb der Stadt Limburg an der Lahn** ist ein Umsatzanteil von max. 1,5 Mio. € wettbewerbsrelevant.

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

Hier sind mit insgesamt max. 4 % des derzeitigen Umsatzes noch die intensivsten Wettbewerbswirkungen gegenüber der **Gemeinde Elz** zu erwarten. Diese Umsatzumverteilung wird vor allem die hier ansässigen Lebensmittelmärkte Rewe und Netto betreffen.

Zudem wird außerhalb des Untersuchungsraumes ein Umsatzanteil von max. 1,1 Mio. € des Gesamtumsatzes im Rahmen einer **diffusen Umverteilung** generiert. Somit wird das Planvorhaben seine Umsätze nur in sehr geringem Maße durch Umverteilungen bei Betrieben außerhalb des engeren Untersuchungsgebietes erwirtschaften, sodass außerhalb des Untersuchungsgebiets betriebsgefährdende Wettbewerbseffekte grundsätzlich ausgeschlossen werden können.

## 8 Städtebauliche Bewertung der geplanten Einzelhandelsentwicklung

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in Limburg an der Lahn und in den umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.<sup>9</sup> Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Einzelhandelsentwicklung solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau benachbarter zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen zu befürchten sind bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Bei der Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung ist zu berücksichtigen, dass wie oben aufgezeigt, die Umsätze des Planvorhabens überwiegend zu Lasten von bestehenden Wettbewerbern innerhalb des Untersuchungsgebietes generiert werden. Hierbei handelt es sich um Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben. Die prognostizierten Wettbewerbswirkungen lassen aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des Anteils am derzeitigen Umsatz bei allen diskutierten Einzelhandelsbetrieben keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen

---

<sup>9</sup> Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

und an wohnungsnahen Standorten des Untersuchungsraums erwarten; somit lassen sich Existenzgefährdungen in den zentralen Versorgungsbereichen und an wohnungsnahen Standorten mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit ausschließen.

**Entsprechend vertritt die BBE Handelsberatung die gutachterliche Einschätzung, dass durch das Planvorhaben in Limburg an der Lahn keine beeinträchtigenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Limburg an der Lahn sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.**

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das Planvorhaben die Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in marktüblichen Größen darstellt. Die Kernsortimente der geplanten Einzelhandelsbetriebe sind ausschließlich nahversorgungsrelevant.
- Im Hinblick auf die wettbewerblichen Effekte des Planvorhabens ist allgemein darauf hinzuweisen, dass sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen werden.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzzumlenkungen bewegen sich durchweg auf einem Niveau, bei dem Gefährdungen einzelner Wettbewerbsbetriebe ausgeschlossen werden können.

- Wie im vorherigen Kapitel aufgezeigt, werden die Umsätze des Planvorhabens insbesondere zu Lasten von Anbietern in der Stadt Limburg an der Lahn generiert. Abgeschwächte Wettbewerbswirkungen sind zudem in der Nachbargemeinde Elz zu erwarten.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzzumlenkungen bewegen sich durchweg auf einem so niedrigen Niveau, dass Gefährdungen einzelner Wettbewerbsbetriebe ausgeschlossen werden können.

- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Im Untersuchungsgebiet sind mit der Innenstadt von Limburg an der Lahn und dem Ortskern von Elz zwei zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Innerhalb der **Innenstadt von Limburg an der Lahn** ist bei Ansiedlung der beiden Nahversorgungsbetriebe eine Umverteilungsquote von bis zu 5 % des derzeitigen Umsatzes zu prognostizieren. Somit bewegt sich die prognostizierte Umverteilung deutlich unterhalb von 10 % des derzeitigen Umsatzes und somit in einer Größenordnung, bei der eine Existenzgefährdung nicht zu erwarten ist.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen oder die wohnungsnaher Versorgung sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Umsatzabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist bei innenstadt- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von ca. 10 %

Da in der **Ortsmitte von Elz** keine Lebensmittelmärkte ansässig sind, die als Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu bewerten sind, sind hier nur marginale Umverteilungseffekte zu erwarten.

Die projektrelevanten Sortimente werden in der Ortsmitte von Elz lediglich von Betrieben des Lebensmittelhandwerks bzw. Spezialanbietern vorgehalten. Bezüglich dieser kleinteiligen Betriebe ist festzuhalten, dass hier nur marginale Umsatzumverteilungen zu erwarten sind. Da es sich bei diesen Betrieben um Spezialanbieter handelt, die im Wesentlichen Nahversorgungsfunktionen für die umliegende Wohnbevölkerung in der Ortsmitte übernehmen, ist nicht zu erwarten, dass diese bei Realisierung des Planvorhabens schließen werden. Daher kann insgesamt ausgeschlossen werden, dass die Realisierung des Planvorhabens zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Zentrums führen würde.

Insgesamt sind sowohl Betriebsgefährdungen der Wettbewerber innerhalb der Innenstadt von Limburg an der Lahn, des Ortskerns von Elz oder in anderen zentralen Versorgungsbereichen als auch eine Beeinträchtigung dieser Zentren infolge der Realisierung des Planvorhabens auszuschließen.

Auch die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird infolge der in Limburg an der Lahn geplanten Realisierung des Planvorhabens nur unwesentlich eingeschränkt.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsgebiete in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten in der Stadt Limburg an der Lahn oder in Nachbarkommunen gefährdet wird.

Im Zusammenhang mit der wohnungsnahen Versorgung sind insbesondere die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

In der Stadt Limburg an der Lahn sind außerhalb der Innenstadt die intensivsten Wettbewerbswirkungen gegenüber Standortbereichen zu erwarten, die vornehmlich als Pkw-orientiert zu bewerten sind. So führen die geplanten Nahversorgungsbetriebe mit bis zu 8 % des derzeitigen Umsatzes (max. 3,1 Mio. €) insbesondere gegenüber dem Ergänzungsstandort Westerwaldstraße (v. a. Kaufland, dm) und mit max. 6 % des derzeitigen Umsatzes (max. 4,2 Mio. €) gegenüber dem Fachmarktstandort Limburger Straße/ Mundipharmastraße (v. a. Globus, Aldi Süd, Rossmann) zu größeren Umverteilungen. Ebenfalls von quantifizierbaren Wettbewerbswirkungen betroffen sind mit einer Umverteilungsquote von jeweils bis zu 5 % der Standortbereich „Offheim, Kapellenstraße“ (v. a. Aldi Süd und Penny) und die untersuchungsrelevanten sonstigen Standorte mit Lidl, Rewe und dem derzeit in Bau befindlichen Edeka-Supermarkt in Limburg-Staffel.

In der übergemeindlichen Betrachtung werden sich die Umsatzumverteilungen insbesondere auf den Rewe-Supermarkt und den Netto-Lebensmitteldiscountmarkt in der Nachbarkommune Elz beziehen. Hier bewegen sich die Umverteilungseffekte mit max. 4 % des derzeitigen Umsatzes ebenfalls in einer Größenordnung von deutlich unter 10 %, sodass eine Gefährdung der wohnungsnahen Versorgung durch das Planvorhaben grundsätzlich auszuschließen ist.

Aufgrund der Höhe der Umverteilung sowie der räumlichen Strukturen können negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in der Stadt Limburg an der Lahn und in den Umlandkommunen ausgeschlossen werden.

- Die diffusen Umsätze, die aus der Umverteilung gegenüber dem Online-Handel sowie einer diffusen Umsatzverlagerung außerhalb des Untersuchungsgebietes generiert werden, stellen einen

## **Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn**

relativ geringen Umsatzanteil dar. Bei den Nahversorgungsbetrieben belaufen sich diese diffusen Umsätze auf max. 1,1 Mio. €. Da sich die Wettbewerbseffekte außerhalb des Untersuchungsgebietes auf einen größeren Raum und auf eine Vielzahl von Wettbewerbern verteilen werden, sind hier städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen.

## 9 Einordnung des Vorhabens in die Ziele der Landes- und Regionalplanung

Das Vorhaben „Gemini-Plaza“ soll über eine Gesamtmietfläche von rd. 16.800 m<sup>2</sup> verfügen. Hiervon entfallen rd. 6.000 m<sup>2</sup> auf das Areal Gemini Plaza West (Dieselstraße) und rd. 10.800 m<sup>2</sup> auf das Areal Gemini Plaza Ost (Siemensstraße).

Der Einzelhandel wird innerhalb des Projektes mit einer Verkaufsfläche von max. 2.000 m<sup>2</sup> deutlich untergeordnete Flächenanteile einnehmen. Von dieser Verkaufsfläche entfallen ca. 1.200 m<sup>2</sup> auf den Gebäudekomplex Gemini-Plaza-Ost und ca. 800 m<sup>2</sup> auf Gemini-Plaza-West.

Die Mietfläche von 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf der Ostseite (Siemensstraße) soll mit einem Lebensmitteldiscountmarkt belegt werden. Diese Nutzung fällt somit unter die Regularien des Bewertungsschemas zur regionalplanerischen Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Bereich der Grundversorgung.

Die am Standort Gemini-Plaza-West geplante Einzelhandelsnutzung verbleibt demgegenüber unter der Großflächigkeitsgrenze und fällt deshalb nicht unter die Steuerungsvorgaben der Regional- und Landesplanung.

Gemäß der Drucksache Nr. VIII/77a vom 28.05.2015 sind bei der regionalplanerischen Bewertung großflächiger Lebensmittelmärkte folgende Kriterien zu berücksichtigen:

Das siedlungsstrukturelle und das städtebauliche Integrationsgebot sind entsprechend den Vorgaben des Regionalplans Mittelhessen 2010 zu beachten.

Gemäß dem **siedlungsstrukturellen Integrationsgebot** des Zieles 5.4-5 des Regionalplans Mittelhessen 2010 sind Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO nur in den im Regionalplan dargestellten Vorranggebieten „Siedlung Bestand und Planung“ zulässig. **Dieses Ziel wird gewahrt.**

Das **städttebauliche Integrationsgebot** (Ziel 5.4-6 Regionalplans Mittelhessen 2010) sieht vor, dass großflächige Einzelhandelsvorhaben unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren sind. Auch müssen diese eine enge bauliche und funktionelle Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen.

Aufgrund der siedlungsintegrierten Lage ist das Planobjekt dazu geeignet, die (Nah-) Versorgungsfunktionen in der Stadt Limburg an der Lahn – insbesondere für die nördlich an den Vorhabenstandort angrenzenden Siedlungsbereiche – zu verbessern. In diesem Stadtquartier leben etwa 3.000 Einwohner, die den Gemini-Plaza-Standort über weitgehend verkehrsberuhigte Anliegerstraßen fußläufig erreichen können.

Darüber hinaus kann der am Gemini Plaza-Standort geplante Lebensmitteleinzelhandel eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die östlichen Wohnquartiere des Stadtteils Staffel übernehmen, ohne dadurch den betrieblichen Fortbestand des kurz vor der Wiedereröffnung stehenden Edeka-Supermarktes in Staffel-West zu gefährden.

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

Über den Bus-Haltepunkt „Dieselstraße“, der sich in unmittelbarer Nähe des Planstandorts befindet, ist eine Einbindung des Standorts in das städtische Busliniennetz gewährleistet.

### Somit wird auch das städtebauliche Integrationsgebot gewahrt.

Zur Beurteilung des **Zentralitätsgebots**, des **Kongruenzgebots** und des **Beeinträchtigungsverbots** wird die einwohnerbezogene Kaufkraft der Kommune der Summe der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen mit den jeweiligen marktspezifischen Flächenproduktivitäten gegenübergestellt.

Ab einer Kaufkraftbindung von 110 % im Bereich der Lebensmittelversorgung ist eine mögliche Beeinträchtigung der Nachbarkommunen zu prüfen. Liegt ein Vorhaben im Innenbereich und nicht an einem nicht-integrierten Standort, kann bei plausibler Begründung eine Kaufkraftabschöpfung von 130 % mit dem Kongruenzgebot vereinbar sein.

Das im Regionalplan Mittelhessen 2010 verankerte Beeinträchtigungsverbot schützt die Funktionsfähigkeit integrierter Geschäftszentren. Führt ein Vorhaben zu einer Kaufkraftbindung von über 110 % ist zu prüfen, ob derartige Lagen erheblich betroffen sein können.

Aktuell erreicht der Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Limburg nach den Erhebungen und Prognosen der BBE Handelsberatung mit seinen Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmitteln (einschl. Getränke) eine Jahresumsatzleistung von etwa 150 Mio. €. Dieser Umsatzleistung steht eine entsprechende Kaufkraft von 83,5 Mio. € gegenüber. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation beläuft sich in Limburg bezogen auf Nahrungs- und Genussmittel somit auf etwa 180 %.

Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der im Bewertungsschema fixierten Kriterien ist die Raumbedeutsamkeit des am Standort Gemini-Plaza geplanten großflächigen Lebensmittelmarktes einer vertiefenden Prüfung zu unterziehen.

Folgende Gründe sprechen aus Sicht der BBE Handelsberatung dafür, dass das Vorhaben trotz Überschreitung der mit dem Bewertungsschema definierten Abschöpfungsgrenzwerte das Zentralitätsgebot, das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot der Landes- und Regionalplanung wahr:

- Gemäß dem **Zentralitätsgebot** des Zieles 5.4-3 Regionalplan Mittelhessen 2010 kommen Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte in Oberzentren und Mittelzentren in Betracht. Standorte außerhalb der zentralen Ortsteile sind auszuschließen.

**Das Zentralitätsgebot wird gewahrt.** Der Landesentwicklungsplan 2000 weist der Stadt Limburg mit Ziel 4.2.2.2 die Funktion eines Mittelzentrums mit Teilfunktionen zu. Darüber hinaus befindet sich der Vorhabenstandort in der Kernstadt von Limburg innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Vorranggebietes „Siedlung Bestand und Planung“.

- Gemäß dem **Kongruenzgebot** des Zieles 5.4-4 Regionalplan Mittelhessen 2010 haben sich großflächige Einzelhandelsprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. Sie haben bei Festlegung ihrer Verkaufsflächengröße, der Sortimentsgruppen und des daraus resultierenden Einzugsbereichs den zentralörtlichen Verflechtungsbereich zu beachten.

**Das Kongruenzgebot wird gewahrt.** Der geplante Lebensmittelmarkt dient vornehmlich der Versorgung der Bevölkerung im Stadtgebiet Limburg mit Waren des täglichen Bedarfs. Denn nach den Prognosen der BBE Handelsberatung ist davon auszugehen, dass mit rd. 78 % der Großteil des nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Limburg an der Lahn erzielt

## Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn

wird. Entsprechend werden max. 22 % des Umsatzes aus dem Umland als Streuumsätze zufließen. Das Einzugsgebiet des Planvorhabens erstreckt sich somit im Wesentlichen auf die Stadt Limburg an der Lahn.

Aufgrund der räumlichen Lagebeziehungen und der Wettbewerbssituation wird das Planvorhaben lediglich in der Nachbarkommune Elz mit einer Abschöpfung von 4 % der dort verfügbaren „gemeindeeigenen“ Kaufkraft eine nennenswerte Versorgungsbedeutung erreichen, während sich die Kaufkraftabschöpfung in sonstigen Gemeinden als marginal darstellen wird.

Angesicht der bereits heute sehr hohen Umsatzleistung des Limburger Lebensmitteleinzelhandels wird das Vorhaben auch nur in sehr geringem Maße zu einer Steigerung des Gesamtumsatzes im Stadtgebiet beitragen können. Denn ein sehr hoher Prozentsatz des zu erwartenden Umsatzes (ca. 88 %) wird nach BBE-Prognose aus Umsatzverlagerungen gegenüber Wettbewerbern im Stadtgebiet Limburg resultieren, nur etwa 12 % aus Umverteilungen gegenüber Angebotsstandorten in anderen Gemeinden.

Das Planvorhaben wird somit den Nachbargemeinden der Stadt Limburg keine so hohen Umsatzanteile entziehen, dass die Entwicklungsmöglichkeiten der dort ansässigen Lebensmittelbetriebe behindert würden.

- Gemäß dem **Beeinträchtungsverbot** des Zieles 5.4-7 Regionalplan Mittelhessen 2010 dürfen großflächige Einzelhandelsprojekte die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren/Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen.

**Das Beeinträchtungsverbot wird gewahrt.** Denn das BBE Gutachten weist nach, dass die Realisierung eines großflächigen Lebensmittelmarktes am Standort Gemini-Plaza keine integrierten Versorgungskerne in ihrer Funktionsfähigkeit so deutlich beeinträchtigen würde, dass sie ihrem Versorgungsauftrag nicht mehr substantiell nachkommen könnten.

Die einzigen Geschäftszentren, die vom Planvorhaben wettbewerblich tangiert werden, sind die Limburger Innenstadt und die Ortsmitte der Nachbargemeinde Elz. Die Umverteilungen belaufen sich jedoch auf max. 5 % des heutigen Umsatzes, sodass der Fortbestand der dort ansässigen, wettbewerblich vom Planvorhaben tangierten Betriebe nicht gefährdet wird.

Zusammenfassend kommt die BBE Handelsberatung somit zu dem Ergebnis, dass die Anwendung des standardisierten Bewertungsschemas des Regierungspräsidiums Gießen zur regionalplanerischen Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Bereich der Grundversorgung bezogen auf das Planvorhaben am Standort Gemini-Plaza in Limburg nicht vollumfänglich dazu dienen kann, die Wahrung der Landes- und regionalplanerischen Ziele zu überprüfen.

Denn die Stadt Limburg ist ein extrem starker Einzelhandelsstandort mit hoher zentralörtlicher Bedeutung, der auch im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente eine wichtige Versorgungsfunktion für das überwiegend ländlich geprägte Umland übernimmt. Dies wurde bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2010 umfassend nachgewiesen: zum damaligen Zeitpunkt erreichte die Umsatzleistung des Einzelhandels im Lebensmittelsortiment sogar eine Größenordnung, die nahezu 220 % der im Stadtgebiet verfügbaren Kaufkraft entsprach.

Aufgrund dieser Sondersituation stellt die Berechnung der kumulativen Kaufkraftbindung für die Prüfung des Planvorhabens auf Übereinstimmung mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung für sich genommen keinen belastbaren Bewertungsmaßstab dar.

## 10 Fazit

**Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in der Stadt Limburg an der Lahn geplanten Einzelhandelsentwicklung keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.**

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- In der Stadt Limburg an der Lahn plant die Müller & Müller Gruppe auf derzeit mindergenutzten Grundstücken nördlich der B 8 mit dem Gemini Plaza ein modernes Wohn- und Geschäftszentrum zu errichten. Hierbei sollen zwei voneinander unabhängige Gebäude errichtet werden, die in den Erdgeschossenebenen neben Gastronomiebetrieben auch Handelsnutzungen aufnehmen sollen.
- Die Einzelhandelsnutzungen werden auf eine Gesamtverkaufsfläche von bis zu 2.000 m<sup>2</sup> projiziert. Innerhalb des Gemini Plaza West ist eine Mietfläche für den Einzelhandel mit max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorgesehen; hier soll ein Bio-Supermarkt mit angeschlossenem Café/ Bistro mit Backwarenverkauf angesiedelt werden. Innerhalb des Gemini Plaza Ost ist die Ansiedlung eines Lebensdiscountmarktes mit bis zu 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geplant.
- Das Projektareal liegt außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, innerhalb des Ergänzungsstandortes Westerwaldstraße (Umfeld Kaufland), der als Konzentrationsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten vorgeschlagen wird. Das Hauptzentrum Innenstadt als nächstgelegener zentraler Versorgungsbereich befindet sich in einer Entfernung von rd. zwei Kilometern südöstlich des Planstandortes.

Die Einzelhandelsnutzungen sollen im Erdgeschoss des Wohn- und Geschäftszentrums angesiedelt werden. Innerhalb eines Mixed-Use-Konzeptes wird der Einzelhandel insgesamt eine untergeordnete Bedeutung einnehmen. So entfällt bei einer Gesamtmietfläche von rd. 16.800 m<sup>2</sup> mit einer Mietfläche von rd. 11.000 m<sup>2</sup> der eindeutige Nutzungsschwerpunkt auf Wohnungen und Büronutzungen. Der Einzelhandel soll dagegen nur eine maximale Verkaufsfläche von rd. 2.000 m<sup>2</sup> belegen.

Im Hinblick auf die geplanten Einzelhandelsnutzungen lässt sich festhalten, dass lediglich der im Gemini Plaza Ost geplante Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m<sup>2</sup> einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb darstellen würde; der im Gemini Plaza West geplante Bio-Supermarkt wird die Schwelle zur Großflächigkeit dagegen nicht überschreiten. Der Sortimentschwerpunkt der diskutierten Einzelhandelsnutzungen ist nahversorgungsrelevant.

Mit der Ansiedlung des Planvorhabens würde das bereits im Standortumfeld des Planvorhabens ansässige nahversorgungsrelevante Angebot ergänzt. Hierbei würden der großflächige Lebensmittelmarkt und der Bio-Supermarkt ein ergänzendes Nahversorgungsangebot darstellen, das sich im Hinblick auf seine Angebotsstrukturen von dem naheliegenden Kaufland-SB-Warenhaus abgrenzt.

Eine mögliche Ergänzung der Nahversorgungsstrukturen am Gemini Plaza-Standort ist auch im Kontext mit der Entwicklung im westlich angrenzenden Stadtteil Staffel zu bewerten. In dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 wurde ein mindergenutztes Areal an der Koblenzer Straße am Ostrand der Ortslage Staffel, das lediglich ca. 800 Meter vom Gemini Plaza-Standort entfernt ist, als Entwicklungsstandort für die Nahversorgung vorgeschlagen (siehe Einzelhandelskonzept 2010, S. 75 f). Hintergrund waren Planungen zur Neuaufstellung des in Staffel ansässigen Edeka-Supermarktes an dem mit dem Konzept vorgeschlagenen Standort.

**Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Limburg an der Lahn**

Zwischenzeitlich wurde diese Planung nicht mehr weiter verfolgt und stattdessen am Bestandsstandort im westlichen Bereich von Staffel die Baumaßnahme zur Errichtung eines neuen Edeka-Marktes mit ca. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche begonnen.

Vor dem Hintergrund dieser Neubaumaßnahme, die noch in der zweiten Jahreshälfte 2020 abgeschlossen werden soll, könnte der am Gemini Plaza-Standort geplante Lebensmitteleinzelhandel, der sich in einer Distanz von ca. 1,7 km zum Edeka-Markt in Staffel-West befindet, eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die östlichen Staffeler Wohnquartiere übernehmen.

- Aufgrund der Siedlungs- und Wettbewerbssituation sowie der Dimensionierung der geplanten Einzelhandelsnutzungen umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens im Wesentlichen das Stadtgebiet Limburg an der Lahn. Das erweiterte Einzugsgebiet beinhaltet zudem die Gemeinde Elz. Darüber hinaus wird das Planvorhaben nur eine geringe Ausstrahlungskraft („Streuumsätze“) entfalten.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt auf, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern und Wettbewerbern mit größeren Sortimentsüberschneidungen im Untersuchungsraum zum Tragen kommen werden.
- Als Fazit kann festgehalten werden, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Limburg an der Lahn und in den umliegenden Städten und Gemeinden ausgelöst wird.

---

Köln, im August 2020

**BBE Handelsberatung GmbH**



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth