



Potenzial- und Auswirkungsanalyse für Einzelhandelsnutzungen in Mainz-Lerchenberg

Auftraggeber: Landeshauptstadt Mainz,
Amt für Stadtentwicklung,
Statistik und Wahlen

Projektleitung: Gerhard Beck, Prokurist
Dirk Riedel, Dipl.-Kfm. /
Wirtschaftsgeogr. M. A.

Köln, am 28. Dezember 2018

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 989438-0
Telefax: 0221 / 989438-19
E-Mail: dirk.riedel@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Das Amt für Stadtentwicklung, Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Mainz erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, im Juli 2018 den Auftrag zur Erstellung eines Einzelhandelsgutachtens im Mainzer Stadtteil Lerchenberg.

Für die Bearbeitung der Potenzial- und Auswirkungsanalyse standen der GMA Angaben des Auftraggebers, Daten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, MB Research sowie des Statistischen Bundesamtes zur Verfügung. Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgte im September 2018 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum.

Der vorliegende Bericht stellt die für die bauleitplanerische Bewertung des Vorhabens notwendigen Grundlagen dar. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Vollständigkeit und Richtigkeit der sekundärstatistischen Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 28.12.2018
BE/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Grundlagen	5
1. Ausgangssituation und Aufgabenstellung	5
2. Rechtsrahmen zur Bewertung des Vorhabens	7
2.1 BauGB und BauNVO	7
2.2 Landesplanung	7
2.3 Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014	8
2.4 Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Mainz	9
II. Standortbewertung	12
1. Makrostandort Mainz und Mesostandort Lerchenberg	12
2. Mikrostandort Einkaufszentrum Lerchenberg	14
3. Nutzungsstruktur im Einkaufszentrum Lerchenberg	15
4. Standortbewertung	17
III. Nachfrage- und Wettbewerbssituation	20
1. Erschließbares Einzugsgebiet und Bevölkerung	20
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Wettbewerbssituation	23
4. Zwischenfazit für die weitere Entwicklung zur Sicherung der Nahversorgung im Stadtteil Lerchenberg	29
IV. Empfehlungen für die Nahversorgung im Stadtteil Lerchenberg	30
1. Methodischer Ansatz	30
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft für die Magnetbetriebe	30
3. Sortiments- und Betriebstypenmix und deren Dimensionierung	32
4. Fazit zum möglichen Nutzungskonzept	33
V. Abschätzung möglicher Auswirkungen der Planung	36
1. Ermittlung der umverteilungsrelevanten Umsätze	36
2. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen	37
3. Bewertung der wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und andere Versorgungsstandorte	38
VI. Fazit und abschließende Empfehlungen	42
Verzeichnisse	45

I. Aufgabenstellung und Grundlagen

1. Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Am Standort Mainz-Lerchenberg befindet sich zwischen Hindemithstraße und Regerstraße ein älteres städtebaulich integriertes Einkaufszentrum, das die wesentlichen Versorgungsfunktionen für den Stadtteil wahrnimmt. Die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe sind vergleichsweise kleinteilig (nahkauf: 750 m² Verkaufsfläche, Rossmann: 300 m² Verkaufsfläche). Ergänzt wird das Angebot durch kleinere Läden, Gastronomiebetriebe und Dienstleister.

Im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“ wurden bereits Entwicklungsvorstellungen für die Modernisierung des Einkaufszentrums formuliert. Kern der Modernisierungsideen ist die Erweiterung der Magnetbetriebe Supermarkt und Drogeriemarkt sowie ggf. eine Ergänzung durch einen Lebensmitteldiscounter. Aber auch die bestehenden kleinteiligen Angebotsformen sollen modernisiert werden. Parallel dazu ist eine Aufwertung des öffentlichen Raums im Umfeld des Einkaufszentrums geplant.

Zur Vorbereitung eines entsprechenden Bauleitplanverfahrens sind die Überlegungen zu konkretisieren. Dies betrifft insbesondere die geeignete Dimensionierung der Nutzungen und deren Anordnung im Bereich bzw. Umfeld des Einkaufszentrums. Des Weiteren sind die potenziellen Auswirkungen auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungsstandorte zu untersuchen, um mit der Planung städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen. Zielsetzung ist also eine grundlegende Modernisierung des Nahversorgungszentrums Mainz-Lerchenberg, wobei gleichzeitig sichergestellt werden soll, dass andere bestehende Nahversorgungsstandorte in Mainz (und ggf. im Umland) in ihrer eigenen Entwicklung(sfähigkeit) nicht beeinträchtigt werden.

Vor diesem Hintergrund ist zunächst zu untersuchen, welche Perspektiven für eine langfristige Sicherung der Nahversorgung gegeben sind. Dazu sind die Kaufkraftpotenziale im Stadtteil Lerchenberg bzw. im Einzugsgebiet zu analysieren. Darüber hinaus ist die Wettbewerbssituation im Umfeld zu berücksichtigen (v. a. Drais, Finthen, Bretzenheim). Darauf aufbauend sind u. a. folgende zentrale Fragestellungen zu klären:

/// Potenzialanalyse:

- Welche realistischen Perspektiven bestehen im Stadtteil Lerchenberg zur Sicherung der Nahversorgung?
- Welche Konzepte sind umsetzbar und wirtschaftlich nachhaltig?
- Wie kann der Bestand weiterentwickelt werden?

- Bestehen Möglichkeiten zur Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes (Discounter)?
- Welche Dimensionierung müssen neue Lebensmittelmärkte ggf. haben, um langfristig überlebensfähig zu sein?
- Welche ergänzenden, kleinteiligen Nutzungen eignen sich?

/// Auswirkungsanalyse:

- Welche Auswirkungen hat die Planung auf die vorhandenen Strukturen in der Landeshauptstadt Mainz (und ggf. im Umland), insbesondere auf andere zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungsstandorte?
- Welche Rückschlüsse resultieren hieraus im Hinblick auf Dimensionierung und Sortimentierung?

Die Untersuchung wird auf Basis von BauGB und BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung in Rheinland-Pfalz unter Berücksichtigung des Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Mainz erstellt. Die Analyse berücksichtigt alle wesentlichen Kriterien zur Beurteilung des Vorhabens und dient somit als Grundlage für das Bauleitplanverfahren.

Die vorliegende Potenzial- und Auswirkungsanalyse beinhaltet folgende Untersuchungsschritte:

- ///** Darstellung der rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen
- ///** Bewertung der Standorteigenschaften des Planareals
- ///** Definition des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Darstellung der Überschneidungen mit benachbarten Stadtteilen
- ///** Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet
- ///** Ermittlung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum
- ///** Ermittlung der Marktabschöpfung und Ableitung eines möglichen Nutzungs- und Sortimentskonzeptes für Einzelhandel, Darstellung möglicher ergänzender Einrichtungen
- ///** Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen gegenüber bestehenden Betrieben und Bewertung der potenziellen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- ///** Zusammenfassung und abschließende Empfehlungen zur Umsetzung (Bauleitplanung, Ladenbelegung / Betriebstypen / Sortimente, ergänzende Nutzungen).

2. Rechtsrahmen zur Bewertung des Vorhabens

2.1 BauGB und BauNVO

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche^{1,2}) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Es ist zu belegen, dass dabei keine raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen wie Schädigungen der Umwelt, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, des Orts- und Landschaftsbildes oder des Naturhaushaltes eintreten können.

2.2 Landesplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV)³ heranzuziehen.

Nach dem Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV) vom 14.10.2008 sind zentrale Orte gehalten, ihren großflächigen Einzelhandel, insbesondere mit innenstadtrelevanten Sortimenten, sachgerecht zu planen. Die für die Bewertung großflächiger Einzelhandelsbetriebe wesentlichen Ziele der Raumordnung und Landesplanung des LEP IV treffen folgende Aussagen:

„Zentralitätsgebot (Z 57): Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betrieben mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche⁴ kommen nur Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung⁵ der Bevölkerung erforderlich ist.

¹ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4 C 10.04 und 4 C 14.04 vom 24.11.2005).

² Gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

³ v. a. LEP IV, Teil B: Ziele und Grundsätze der Landesentwicklung – Daseinsvorsorge.

⁴ Die Verkaufsfläche umfasst i. d. R. alle Flächen eines Betriebs, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

⁵ Hierbei handelt es sich um Sortimente des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden.

Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58): Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, d. h. in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren zulässig (Städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.

Ergänzungsstandorte (Z 59): Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

Nicht-Beeinträchtigungsgebot (Z 60): Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nicht-Beeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu betrachten.“

2.3 Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014

Der Regionale Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014 trifft darüber hinaus folgende Aussagen:

G 42 Bevölkerung und Wirtschaft in allen Teilen der Region sollen bedarfsgerecht mit Waren und Dienstleistungen versorgt werden. Hierbei soll die Deckung des täglichen Bedarfs soweit wie möglich wohnortnah erfolgen. Dies gilt vor allem für den dünn besiedelten ländlichen Raum. Die Zentrenreichbarkeit spielt dabei eine wichtige Rolle.

Zn 43 Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.⁶

G 44 In Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion und mit weniger als 3.000 Einwohner kann die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit bis zu maximal 1.600 m² Verkaufsfläche im Ausnahmefall zulässig sein, wenn diese Ansiedlung dort sowie in jeweiligen Nachbargemeinden ausschließlich der Sicherung der Grundversorgung dienen soll. Beurteilungsgrundlage hierfür ist ein für das Gebiet des Nahbereiches zu erstellendes flächendeckendes Einzelhandelskonzept.

⁶ vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 57, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 97)

Zn45 Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.⁷

Zn46 Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.⁸

Z 47 Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzung in der Bauleitplanung entgegen zu wirken (Agglomerationsverbot). Die Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetrieben, die eine Funktionseinheit bilden und über ein gemeinsames Nutzungskonzept verfügen, sind wie großflächige Einzelhandelsprojekte zu beurteilen.

Z 48 Die städtebaulich integrierten „zentralen Versorgungsbereiche“ (im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Hierzu soll auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente beigefügt werden.

Z 49 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten, insbesondere solche, die durch einen hohen Flächenanspruch gekennzeichnet sind, können in begründeten Fällen an Ergänzungsstandorten des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden. Diese sind ebenfalls in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen.

Z 50 Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf Industrie- und Gewerbeflächen ist nicht gestattet. Hierfür sollen die planerischen Voraussetzungen (Sondergebiete) geschaffen werden, in denen die Zweckbestimmung und Art der Nutzung geregelt ist (§11 BauNVO).

2.4 Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Mainz

Um die zukünftige Einzelhandelsentwicklung steuern zu können, hat die Stadt Mainz im Jahr 2005 ein Zentrenkonzept Einzelhandel beschlossen und zwischen den Jahren 2010 und 2017 mehrmals fortgeschrieben. Das planerische Handeln wird im Wesentlichen von der Lenkung der Investitionen in die zentralen Einkaufsbereiche, der planerischen Unterstützung von Einzelhandelsinvestitionen in den zentralen Einkaufsbereichen, die Vermeidung der Entwicklung neuer und zusätzli-

⁷ vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 58, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 98)

⁸ vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 60, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 99)

cher Einzelhandelsstandorte, die die Zentren gefährden könnten außerhalb der Siedlungsbereiche einschließlich der Siedlungsrandbereiche, der Begrenzung bzw. des Ausschlusses des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten in nicht-integrierten Lagen sowie der Orientierung der Planungs- und Ansiedlungspolitik am Sortimentsleitbild als Leitlinien bestimmt.

Damit dies gelingt, wurden zentrale Versorgungsbereiche sowie andere Standortbereiche definiert und deren hierarchische Einteilung nach unterschiedlicher Versorgungsbedeutung (Hauptzentren, Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren und dezentrale Sonderstandorte) sowie eine Sortimentsliste definiert.

Die Mainzer Zentrenstruktur verfügt nach dem Zentrenkonzept 2005 und dessen Fortschreibungen über folgendes hierarchisch abgestuftes System zentraler Versorgungsbereiche mit einem Hauptzentrum:

- /// **Innenstadt / Altstadt**, die wiederum unterteilt ist in die City sowie in Rand- und Nebenlagen der Innenstadt, denen die Funktion eines Stadtteilzentrums zukommt.
- /// **vier Stadtteilzentren**⁹
- /// **sechs Quartierszentren**¹⁰
- /// **19 Nahversorgungszentren**
- /// **fünf Ergänzungsstandorte** in überwiegend nicht integrierten Lagen¹¹

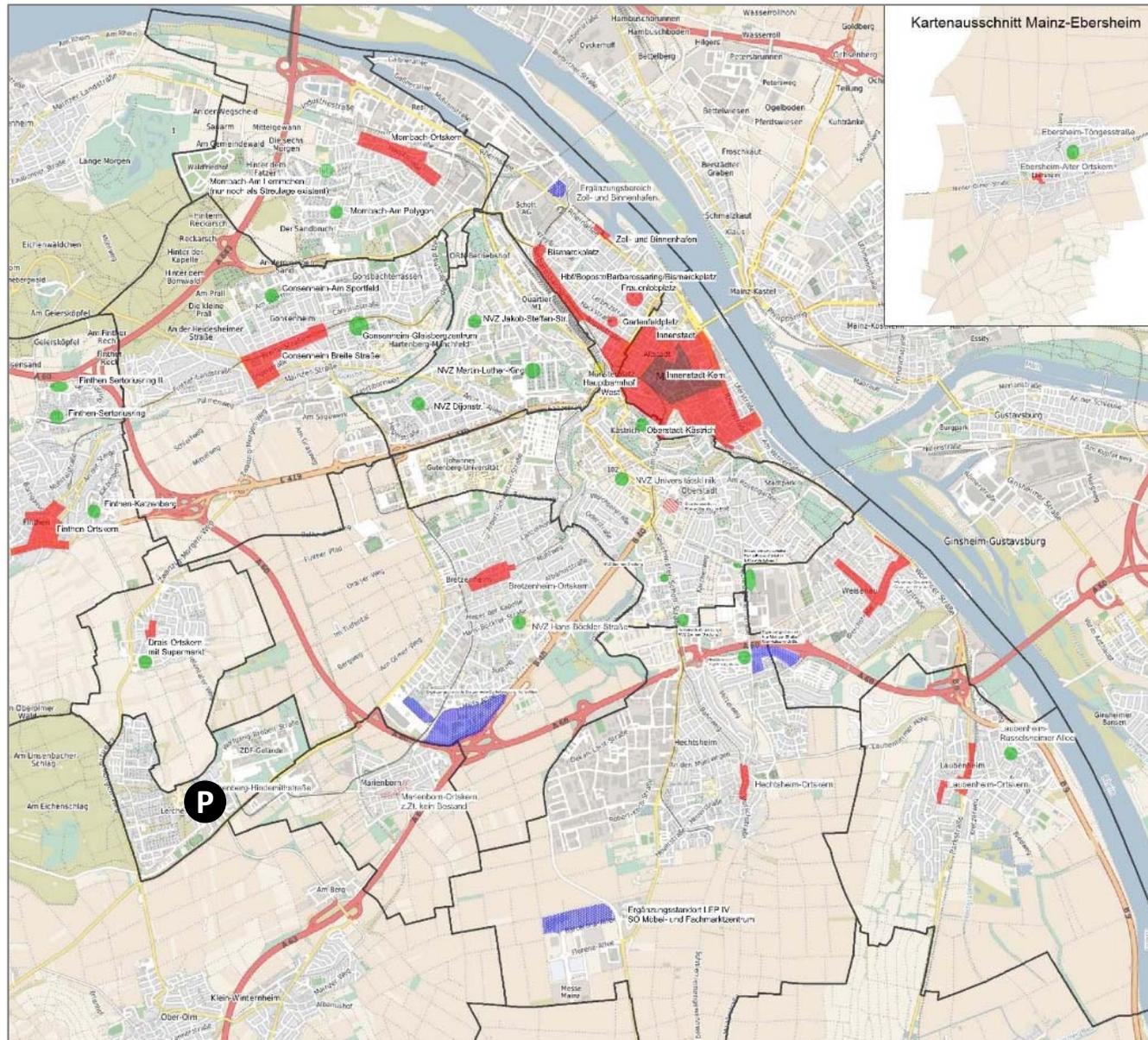
Das Einkaufszentrum in Lerchenberg ist demzufolge als zentraler Versorgungsbereich (Quartierszentrum) einzustufen. In einem solchen zentralen Versorgungsbereich sind gemäß der Landes- und regionalplanerischen Vorgaben in Verbindung mit dem Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Mainz auch großflächige Einzelhandelsbetriebe (d. h. > 800 m² Verkaufsfläche), insbesondere Betriebe zur Nahversorgung, zulässig.

⁹ Neustadt: Boppstraße inkl. Verlängerung bis Bismarckplatz; Mombach: Hauptstraße; Gonsenheim: Breite Straße; Bretzenheim: Ortskern.

¹⁰ Neustadt: Zoll- und Binnenhafen / Rheinallee / Nahestraße; Oberstadt: GFZ-Kaserne, aktuell im Stadium der Rahmenplanung; Hartenberg / Münchfeld: Martin-Luther-King.Park; Finthen: Ortskern; Lerchenberg: Hindemithstraße; Hechtsheim: Mainzer Straße.

¹¹ Mombach: Ergänzungsbereich Zoll- und Binnenhafen; Hechtsheim / Weisenau: Mainzer Straße / Max-Hufschmidt-Straße; Bretzenheim: Haifa-Allee; Hechtsheim: Am Schleifweg; Hechtsheim: SO Möbel- und Fachmarktzentrum.

Karte 1: Zentren- und Standortstruktur in der Landeshauptstadt Mainz



Legende

Standorte

- P** Planstandort
- Citykern
- Stadtteil-/Quartierszentrum Bestand
- Stadtteil-/Quartierszentrum Planung
- Nahversorgungszentrum Bestand
- Ergänzungsstandort LEP IV Bestand
- nachrichtl.: Hauptbahnhof West

Stand: Zentrenkonzept Einzelhandel vom 9.3.2005 mit 1., 2. und 4. Fortschreibung vom 8. Dez. 2010, 13. April 2011 und 4. Okt. 2016 sowie Darstellung der Ergänzungsstandorte nach LEP IV Z 59 vom 30. Okt. 2013 und 28. Juni 2017 (3. und 5. Fortschreibung). Nachrichtliche Darstellungen und redaktionelle Berichtigungen Dezember 2014/Dezember 2016

Quelle: 12 – Amt für Stadtentwicklung, Statistik und Wahlen, 1. August 2017; GMA-Bearbeitung 2018

II. Standortbewertung

1. Makrostandort Mainz und Mesostandort Lerchenberg

Der Stadtteil Lerchenberg zählt gegenwärtig rund 6.330 Einwohner, davon knapp 6.200 mit Hauptwohnsitz¹², und befindet sich im südwestlichen Stadtgebiet der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt Mainz. Mit derzeit **rd. 213.528 Einwohnern**¹³ ist sie größte Stadt und wirtschaftliches und kulturelles Zentrum im Bundesland Rheinland-Pfalz sowie Oberzentrum im Westen des Rhein-Main-Gebietes mit ca. 5,6 Mio. Einwohnern. Die nächstgelegenen Oberzentren befinden sich mit der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden (ca. 11 km nördlich), Frankfurt (ca. 35 km östlich) sowie Darmstadt (ca. 35 km südöstlich) in räumlicher Nähe zu Mainz auf hessischer Seite. Dementsprechend ist Mainz in einem intensiven regionalen Wettbewerb ausgesetzt, der sich auch in der vergleichsweise geringen Zentralitätskennziffer von 113,4 niederschlägt.¹⁴

Die Landeshauptstadt Mainz kann ein **anhaltendes Bevölkerungswachstum** verzeichnen, das sich aller Voraussicht nach auch zukünftig fortsetzen wird. So ist die Einwohnerzahl von Mainz zwischen den Jahren 2011 und 2016 (nach der Zensus-Erhebung) um etwa 12.500 Personen (ca. + 6,2 %) gewachsen, im Zehnjahreszeitraum seit 2006 (vor der Zensus-Erhebung) gar um etwa 17.500 Personen (ca. + 9,0 %).¹⁵ Für den Stadtteil Lerchenberg war in der letzten Dekade ein Bevölkerungsanstieg um etwa 150 Personen (ca. + 2,5 %) zu beobachten.¹⁶ Für die Zukunft ist für die Landeshauptstadt Mainz – anders als die Prognosen für das Bundesland Rheinland-Pfalz – ein weiterer Bevölkerungsanstieg von etwa 2,8 % bis zum Jahr 2035 zu erwarten.¹⁷

Mainz wird sowohl als Wohn- als auch Arbeitsplatzstandort sehr geschätzt, bei **überdurchschnittlichem Kaufkraftniveau** (einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2018: 105,5; in Lerchenberg: 106,3).¹⁸ Mit 111.573 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort ist Mainz ein bedeutsamer Arbeitsplatzstandort, bei starken Zuwächsen in den vergangenen zehn Jahren (ca. + 12,7 % seit 2008) und einem starken Pendlerüberschuss (Pendlersaldo: + 29.979).¹⁹ Die Arbeitslosenquote liegt mit 4,3 % auf niedrigem Niveau und unter dem Bundesdurchschnitt (4,9 %).²⁰

¹² Quelle: Stadt Mainz, Stand: 31.08.2018.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2016; Einwohner mit Hauptwohnsitz gemäß Landeshauptstadt Mainz, Stand 30.06.2018: 216.055.

¹⁴ Quelle: MB Research 2018.

¹⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand jeweils 31.12..

¹⁶ 31.12.2008 bis 31.08.2018; Quelle: Landeshauptstadt Mainz.

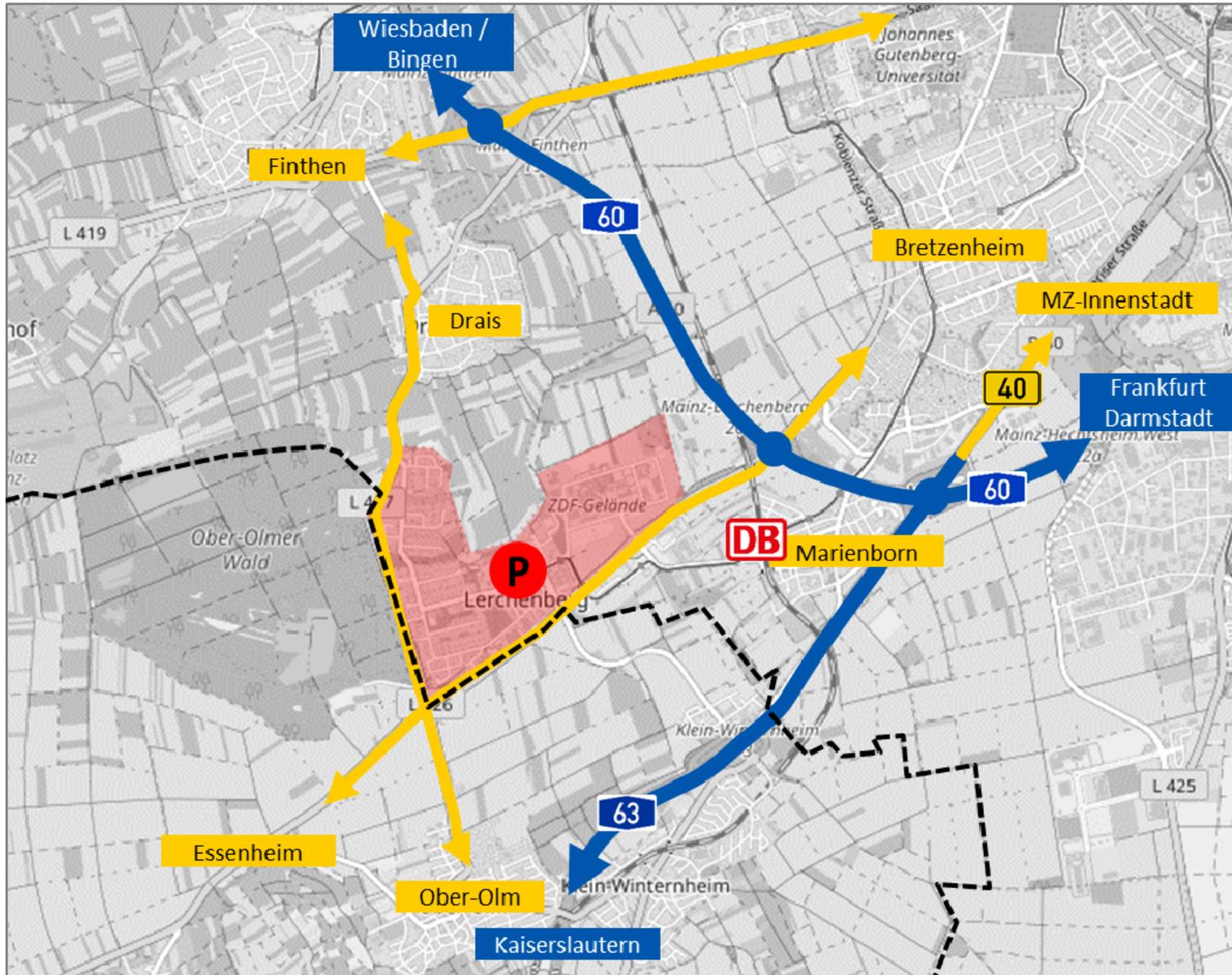
¹⁷ Basisjahr 2013, mittlere Variante; untere Variante: - 0,9 %; obere Variante: + 5,0 %; Bundesland Rheinland-Pfalz mittlere Variante: - 3,8 %; Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Rheinland-Pfalz 2060 – Vierte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung.

¹⁸ Quelle: MB Research 2014.

¹⁹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand jeweils 30.06.

²⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand Oktober 2018.

Karte 2: Mesostandort Lerchenberg



Legende

- Stadtteil Lerchenberg
 - Bundesautobahn
 - Anschlussstelle / Kreuz
 - Bundes- oder Landesstraße
 - DB Bahnhof
 - P Projektstandort Nahversorgungszentrum Lerchenberg
 - Stadtgrenze
- Kartengrundlage: Openstreetmap;
GMA-Bearbeitung 2018

Von der hohen Gunst der Landeshauptstadt Mainz als Arbeitsplatzstandort profitiert auch der Stadtteil Lerchenberg, in dem mit dem Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF), dem Pharmaunternehmen, der Wasser- und Schifffahrtsdirektion sowie diversen Berufsgenossenschaften gleich mehrere große Arbeitgeber ansässig sind. Die **Zahl der Beschäftigten** im Stadtteil Lerchenberg kann auf etwa 4.000 geschätzt werden.²¹ Für die Bevölkerungsentwicklung in Lerchenberg ist in Folge einer kleineren Wohngebietsentwicklung an der Essenheimer Straße (Baugebiet LE2, knapp 200 neue Einwohner) davon auszugehen, dass mittelfristig etwa 6.500 Einwohner in dem Stadtteil leben werden.

Einzelhändlerisch ist im Stadtteil Lerchenberg ausschließlich das Einkaufszentrum strukturprägend (u. a. nahkauf, Rossmann), welches insbesondere auf den Stadtteil ausgerichtet ist. Die nächstgelegenen Versorgungsstandorte befinden sich mit Edeka Matthes im Stadtteil Drais ca. 2,0 km entfernt in nördlicher Richtung, mit dem Gutenbergcenter (u. a. real) im Stadtteil Bretzenheim ca. 3,0 km entfernt in östlicher Richtung, mit Rewe und Aldi in der benachbarten Ortsgemeinde Ober-Olm ca. 2,5 km entfernt in südlicher Richtung sowie mit Netto in der benachbarten Ortsgemeinde Essenheim ca. 5,5 km entfernt in südwestlicher Richtung (für eine ausführliche Beschreibung der Zentren siehe Kapitel III. Wettbewerbssituation).

2. Mikrostandort Einkaufszentrum Lerchenberg

Das **Einkaufszentrum Lerchenberg** befindet sich in zentraler Lage des Stadtteils Lerchenberg und erstreckt sich zwischen Regerstraße im Norden, Brucknerstraße im Osten, Hindemithstraße im Süden und der Einmündung Brahmweg im Westen auf einer Länge von rd. 250 m. Der Standort ist in der Hierarchie der Mainzer Zentren als Quartierszentrum ausgewiesen und soll damit Nahversorgungsfunktionen für den Stadtteil erfüllen.

Das **direkte Standortumfeld** ist im Norden durch Geschosswohnungsbau und angrenzende Freiflächen, im Osten durch Geschosswohnungsbau und das benachbarte Betriebsgelände des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF), im Süden durch Wohngebiete, die sich bis zur am Stadtteil vorbeiführenden Schnellstraße / Tangente (L 426) erstrecken, und im Westen von einem Hotel und einer Grundschule geprägt. Das Gelände fällt in nördöstliche Richtung ab.

Verkehrlich ist das Einkaufszentrum von der L 426 über die Brucknerstraße und die Hindemithstraße sowie Regerstraße für den **motorisierten Individualverkehr** grundsätzlich gut erreichbar. Eine direkte Sichtenbindung zur L 426 besteht aufgrund der räumlichen Entfernung von etwa 300 m allerdings nicht. Parkmöglichkeiten sind insbesondere entlang der Hindemithstraße und Regerstraße in Senkrechtaufstellung vorhanden, eine weitere Stellplatzanlage befindet sich östlich

²¹ ohne die etwa 1.200 Beschäftigten bei der Verlagsgruppe Rhein-Main im benachbarten Stadtteil Marienborn südlich der Essenheimer Straße.

der Brucknerstraße. Eine direkte Anbindung des Einkaufszentrums an die Stellplätze ist nicht gegeben, eine fußläufige Überquerung der Hindemith-, Reger- bzw. Brucknerstraße ist erforderlich. Die Hindemithstraße ist zudem auf Höhe des Einkaufszentrums aufgrund der Mittellage der Tram als richtungsgetrennte, gegenläufige Einbahnstraßen ausgebaut, die Regerstraße als Sackgasse mit Wendehammer.

Mit der Endhaltestelle der Linien 51 und 53 („Hindemithstraße“) südwestlich sowie der Haltestelle „ZDF“ östlich des Einkaufszentrums befinden sich zwei Tramhaltestellen in jeweils nur ca. 150 m Entfernung. Eine Bushaltestelle („Hindemithstraße“, Linien 54, 66, 91) ist unmittelbar vorgelagert, sodass eine insgesamt angemessene **ÖPNV-Erreichbarkeit** gegeben ist. Die Erreichbarkeit zu Fuß und per Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten und Arbeitsplatzstandorten ist grundsätzlich gegeben, wobei Besucher mit dem Fahrrad aufgrund der Reliefunterschiede eher nicht anzutreffen sind.

Der **Mikrostandort** des Einkaufszentrums selbst stellt eine städtebaulich integrierte Gesamtplanung aus den 1960er-Jahren mit mittlerweile baujahrstypischem Nachholbedarf dar. Aufgrund der Anordnung von Ladeneinheiten entlang einer als Fußgängerbereich ausgebauten Ladenstraße unter freiem Himmel orientieren sich die Nutzungen nach innen („Introvertiertheit“) und lassen einen Rückseiteneffekt insbesondere zur Hindemithstraße entstehen. Dem Baujahr entsprechend handelt es sich bei den Ladeneinheiten zudem um mittlerweile vergleichsweise kleine Flächen, die nicht mehr den Mieter- und Kundenanforderungen der heutigen Zeit entsprechen. In unregelmäßigen Abständen befinden sich teilweise überdachte Zugänge zur Ladenstraße von und zur Hindemithstraße bzw. Regerstraße. Es besteht ein Gefälle in nordöstliche Richtung mit zwei Treppen- und Rampenanlagen.

3. Nutzungsstruktur im Einkaufszentrum Lerchenberg

Das Einkaufszentrum Lerchenberg erstreckt sich im Wesentlichen in West-Ost-Richtung über eine Gesamtlänge von etwa 250 m. Im östlichen Bereich des Fußgängerbereichs ist ein nahkauf Supermarkt mit ca. 750 m² Verkaufsfläche vorhanden. Die Räumlichkeiten des ehemaligen SparMarktes im Westen der Ladenzeile hat zwischenzeitlich ein Rossmann Drogeriemarkt bezogen, dessen Verkaufsfläche mit ca. 300 m² allerdings auch eher als klein zu bezeichnen ist.

Folgende Nutzungen sind entlang der Ladenstraße ansässig:

Tabelle 1: Nutzungen im Einkaufszentrum Lerchenberg

Branche	Einzelhandel	Dienstleistungen	Gastronomie	Leerstände	gesamt
Anzahl Nutzungen	8	9	7	1	25

GMA-Erhebung 2018

Die acht Einzelhandelsbetriebe im Einkaufszentrum Lerchenberg verteilen sich mit den nachstehenden Verkaufsflächen auf folgende Branchen:

Tabelle 2: Einzelhandelsbesatz im Einkaufszentrum Lerchenberg

Branche*	Betriebe**		Verkaufsfläche***	
	Anzahl	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	5	63	770	62
Drogeriewaren und Kosmetikartikel	1	13	335	27
Sanitätswaren, Pharmazie	1	13	35	3
Bücher und Zeitschriften	1	13	30	2
Papier und Schreibwaren, Büroartikel	-	-	40	3
Schnittblumen	-	-	10	1
zentrenrelevanter Einzelhandel insgesamt	8	100	1.220	98
sonstige Sortimente (v. a. Tierpflegeartikel, Tiernahrung)	-	-	25	2
Einzelhandel insgesamt	8	100	1.245	100

* Zuordnung nach Mainzer Sortimentsliste, erste sechs Sortimente, die als nahversorgungsrelevant angesehen werden können.

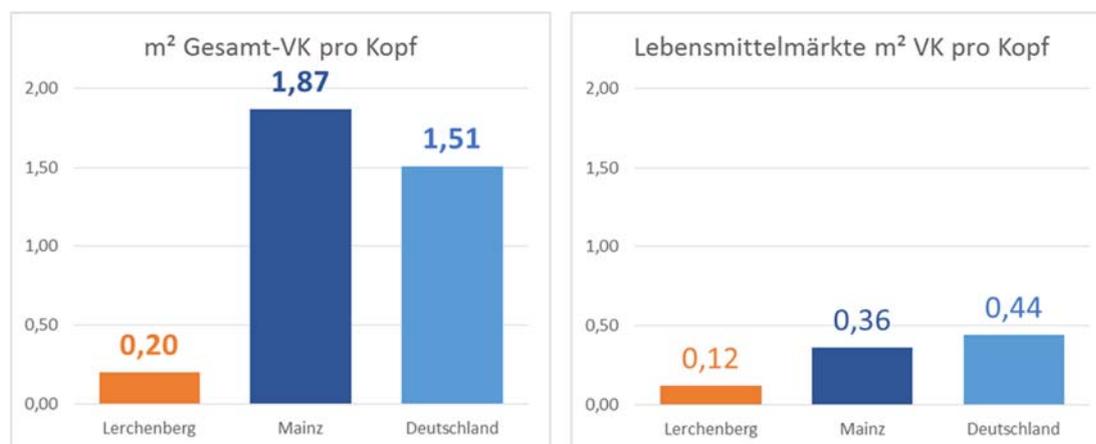
** Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt.

*** bereinigte Verkaufsflächen, d. h. die Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe wurde den einzelnen Sortimenten zugeordnet.

GMA-Erhebung und -Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

Bezogen auf die zu versorgende Bevölkerung im Stadtteil Lerchenberg, zeigt sich im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt und dem Durchschnitt in der Landeshauptstadt Mainz damit eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro Kopf. Die Gesamtausstattung liegt bei 0,20 m² je Einwohner, die deutlich unter dem Durchschnittlich von Mainz (1,87 m² / Einwohner) und der BRD (1,51 m² / Einwohner) rangiert.

Abbildung 1: Ausstattungskennziffern von Mainz-Lerchenberg im Vergleich



Quelle: GMA-Erhebungen 2018; Landeshauptstadt Mainz, Einzelhandelskartierung Juni 2018; EHI handel aktuell 2018.

Da dem Quartierszentrum in erster Linie Nahversorgungsfunktionen zukommen, wurde zudem die Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten pro Kopf herangezogen, für die ebenfalls Vergleichszahlen auf Bundesebene vorliegen. Mit 0,12 m² je Einwohner liegt auch hier die Ausstattung in Lerchenberg derzeit auf einem deutlich unterdurchschnittlichen Niveau und verdeutlicht den bestehenden Nachholbedarf.

4. Standortbewertung

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die mögliche Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

- + Lage im zentralen Versorgungsbereich (Quartierszentrum) Mainz-Lerchenberg
- + zentrale Stadtteillage mit grundsätzlich guter Erreichbarkeit, Standort kann einen kompakten fußläufigen Nahbereich mit hoher Wohn- und Arbeitsplatzdichte erschließen
- + grundsätzlich gute verkehrliche Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln
- + eingeführter Handelsstandort mit Versorgungsbedeutung für derzeit ca. 6.300 Einwohner
- + hohe Streukundenpotenziale durch benachbarte Arbeitsplätze
- + Neuaufstellung des Zentrums ohne neue Flächenversiegelung möglich.

Negative Standortfaktoren:

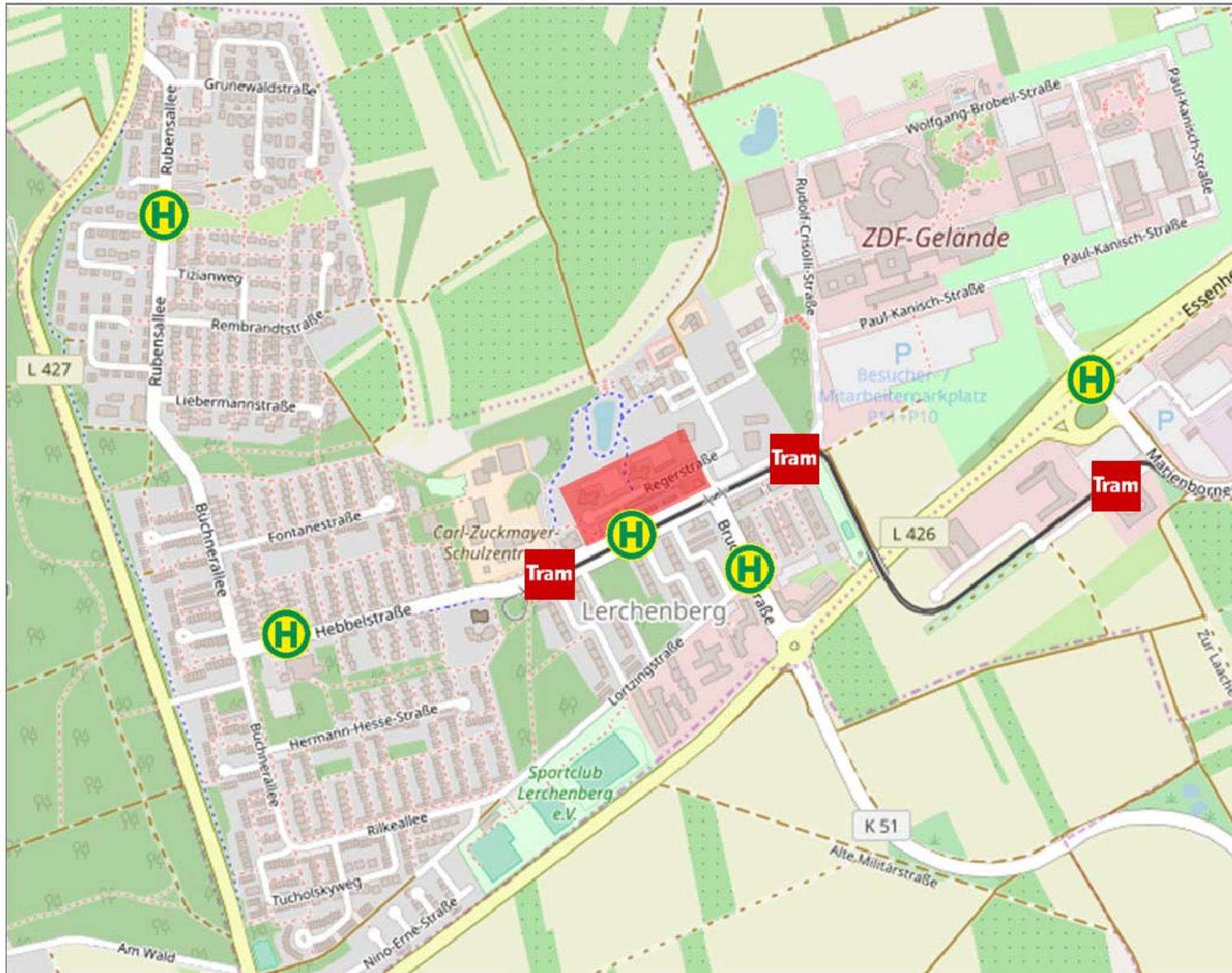
- fehlende Sichtanbindung an überörtliche Verkehrsstraßen
- Introvertiertheit des Zentrums und Rückseiteneffekt zur Hindemithstraße
- starke Reliefunterschiede innerhalb des Zentrums und zwischen Einkaufszentrum und Umgebung, z. B. zur westlichen Regerstraße
- Kleinteiligkeit der Magnetbetriebe und entsprechender Attraktivitätsverlust
- fehlende Flächenverfügbarkeit für größere Betriebseinheiten innerhalb des Bestands
- in die Jahre gekommene Gestaltung des (halb-)öffentlichen Raums
- keine direkte Anbindung der vorhandenen Stellplätze an die Verkaufsflächen.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist anzumerken, dass sich der Planstandort durch seine zentrale Stadtteillage sehr gut für die Weiterentwicklung mit stadtteilbezogenen Versorgungseinrichtungen eignet, da er in seinem Nahbereich eine hohe Wohn- und Arbeitsplatzdichte aufweist. Der Standort ist als Handelsstandort etabliert und aufgrund seiner Versorgungsfunktion insbesondere für den Stadtteil Lerchenberg als Quartierszentrum gemäß Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Mainz ausgewiesen. Diese Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ermöglicht auch eine Entwicklung mit großflächigen Lebensmittelmärkten. Einschränkend ist allerdings anzuführen, dass die Kleinteiligkeit der Magnetbetriebe nahkauf und Rossmann innerhalb der bestehenden baulichen Strukturen voraussichtlich nur schwer aufgebrochen werden kann, weshalb auch Lösungen und Standorte außerhalb der kleinteiligen Einkaufszentrums in Erwägung gezogen werden sollten. Dabei sollte jedoch eine gewisse Kompaktheit des Zentrums angestrebt werden, da die Ausdehnung mit 250 m bereits heute für ein Quartiers- / Nahversorgungszentrums ausreichend ist und eine weitere Ausdehnung zu einer erhöhten Leerstandsquote oder der Zunahme von Mindernutzungen führen kann.

Aus **betrieblicher Sicht** sind für die Nachhaltigkeit von potenziellen Nutzungen in einem modernisierten Quartierszentrum Lerchenberg insbesondere die Möglichkeiten zur Bindung der Kaufkraft der ca. 6.300 Einwohner sowie der ca. 4.000 Beschäftigten im direkten Standortumfeld ausschlaggebend. Aufgrund der Lage des Einkaufszentrums abseits von überörtlichen Verkehrsachsen ohne Sichtanbindung an diese sind nennenswerte Streukundenpotenziale über die in Lerchenberg Beschäftigten hinaus nicht zu erwarten. Die Introvertiertheit des Zentrums mit einer nach innen gerichteten Ladenzeile erschwert zusätzlich eine entsprechende Annoncierung, so dass Umsatzpotenziale fast ausschließlich durch Zielkunden aus einem kompakten Einzugsgebiet heraus bestehen. Zudem entspricht die fehlende direkte Zuordnung von Stellplätzen zu den Magnetbetrieben nicht mehr gängigen Mieter- und Kundenanforderungen, da an einem Mesostandort wie Lerchenberg zumeist ebenerdig vorgelagerte Pkw-Stellplätze ohne Barrieren in räumlicher Nähe zum Ladeneingang gewünscht werden.²²

²² Ausnahmen bestehen bei größeren Betrieben der Nahversorgung allenfalls in innerstädtischen (Haupteinkaufs-)Lagen, wo die Pkw-Stellplätze auch auf einer anderen Ebene (z. B. Parkdeck) angeordnet werden können.

Karte 3: Mikrostandort



Legende

-  Einkaufszentrum Lerchenberg
 -  Wohngebiete
 -  Gewerbliche Flächen
 -  Grünflächen
 -  Freiflächen
 -  Tramhaltestelle
 -  Bushaltestelle
- Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung 16; GMA-Bearbeitung 2018

III. Nachfrage- und Wettbewerbssituation

1. Erschließbares Einzugsgebiet und Bevölkerung

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für die geplanten Einzelhandelsnutzungen kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

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

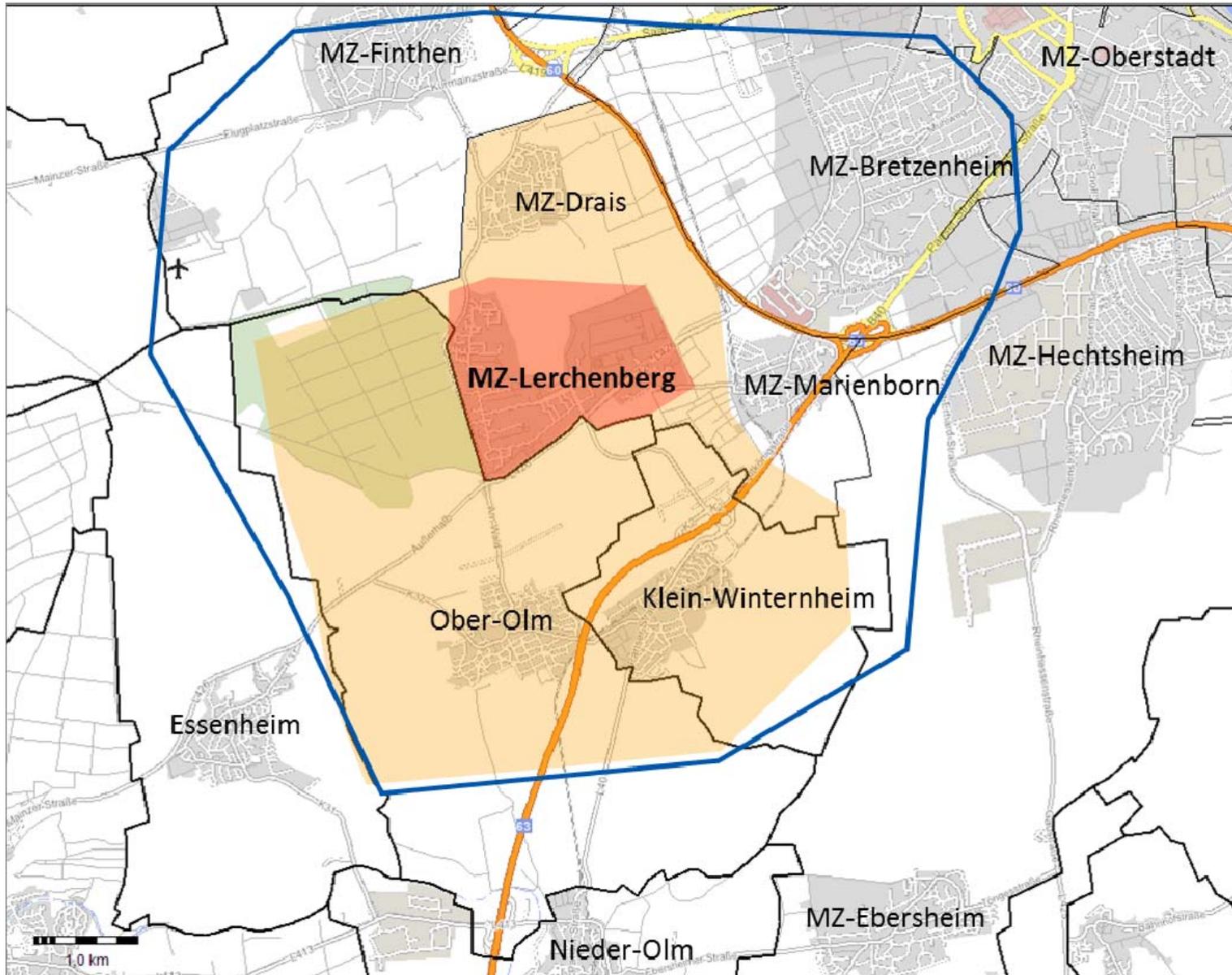
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie / städtebauliche Zäsuren, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// mögliche Betriebstypen, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation in der Landeshauptstadt Mainz in den angrenzenden Stadtteilen bzw. in benachbarten Gemeinden (vgl. Kapitel III., 3.).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für die geplanten Einzelhandelsnutzungen am Standort Lerchenberg, folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:²³

/// Zone I:	Stadtteil Lerchenberg	ca. 6.300 Einwohner
/// Zone IIa:	Stadtteil Drais	ca. 3.100 Einwohner
/// Zone IIb:	Ortsgemeinden Ober-Olm, Klein-Winternheim	ca. 8.400 Einwohner
/// Einzugsgebiet insgesamt:		ca. 17.800 Einwohner

²³ Quelle Einwohnerzahlen: Landeshauptstadt Mainz, Stand 31.08.2018; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2016.

Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens und Untersuchungsraum



Legende

Einzugsgebiet

	Zone I:	ca. 6.300 EW
	Zone II :	ca. 11.400 EW (teilweise, v. a. Lebensmittel-discounter und Drogeriemarkt)
gesamt:		ca. 17.700 EW

 übriger Untersuchungsraum

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung 16;
GMA-Bearbeitung 2018

Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 17.800 Einwohner, davon ca. 6.300 in Lerchenberg (Zone I) und ca. 3.100 in Drais (Zone IIa). Weitere ca. 8.400 Einwohner leben in den benachbarten Ortsgemeinden Ober-Olm und Klein-Winternheim (Zone IIb). Zu diesem Nachfragepotenzial wird künftig auch die Kaufkraft der in Lerchenberg im Baugebiet LE2 lebenden knapp 200 zusätzlichen Einwohner hinzutreten. Somit würden **im Einzugsgebiet** perspektivisch **ca. 18.000 Personen** leben.

Mit der Unterscheidung in eine Zone I und eine Zone II (davon IIa: Stadtgebiet Mainz; IIb: außerhalb) wird dem Umstand Rechnung getragen, dass die Einkaufsintensitäten mit zunehmender Entfernung vom Planstandort abnehmen werden. So werden aus der Zone II insbesondere nur dann nennenswerte Kaufkraftzuflüsse generiert, wenn ein Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt²⁴ Gegenstand der Planungen im Quartierszentrum Lerchenberg sind. Andernfalls kann die Kaufkraft der Zone II nur teilweise am Standort Lerchenberg gebunden werden.

2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante²⁵ Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell **ca. € 6.035** pro Jahr. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel **ca. € 2.210** und auf Nicht-Lebensmittel **ca. € 3.825**.

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung sind die Verbrauchsausgaben für die untersuchungsrelevanten nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren und Kosmetikartikel, Sanitätswaren, Pharmazie, Bücher und Zeitschriften, Papier und Schreibwaren, Büroartikel sowie Schnittblumen dargestellt.

Unter Berücksichtigung der Kaufkraftkoeffizienten²⁶ sowie GMA-interner Pro-Kopf-Kaufkraftwerte errechnet sich für die nahversorgungsrelevanten Sortimente im abgegrenzten Einzugsgebiet ein projektrelevantes **Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 60,8 Mio. €** (vgl. Tabelle 1):

²⁴ Innerhalb des Einzugsgebietes ist nur in Ober-Olm ein Lebensmitteldiscounter ansässig. Ein Drogeriemarkt ist hingegen im Einzugsgebiet gar nicht vertreten, die nächsten Anbieter befinden sich in Nieder-Olm (ca. 8 km südlich), in Finthen (ca. 7 km nördlich), in Hechtsheim (ca. 9 km östlich) sowie in der Mainzer Innenstadt (ca. 11 km nordöstlich).

²⁵ Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

²⁶ Verwendung Kaufkraftkennziffern auf Postleitzahlebene von MB Research 2018: Für die Stadtteile Mainz-Lerchenberg und –Drais (Postleitzahlgebiet 55127) liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 106,4 und damit über dem Bundesdurchschnitt von 100,0. Die Kaufkraftkennziffern im übrigen Einzugsgebiet sind ebenfalls überdurchschnittlich: Ortsgemeinden Essenheim (113,3), Ober-Olm (110,4) und Klein-Winternheim (113,0).

Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Branche*	Zone I	Zone IIa	Zone IIb	gesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	14,5	7,3	20,8	42,6
Drogeriewaren und Kosmetikartikel	2,9	1,5	4,1	8,5
Sanitätswaren, Pharmazie	1,1	0,5	1,6	3,2
Bücher und Zeitschriften	1,0	0,5	1,4	2,9
Papier und Schreibwaren, Büroartikel	0,6	0,3	0,9	1,8
Schnittblumen	0,6	0,3	0,9	1,8
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	20,7	10,4	29,7	60,8

* Zuordnung nach Mainzer Sortimentsliste, erste sechs Sortimente, die als nahversorgungsrelevant angesehen werden können; GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

3. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation wurde von der GMA im September 2018 eine Bestandserfassung des projektrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet sowie im angrenzenden Untersuchungsraum durchgeführt. Als Untersuchungsraum wird im Wesentlichen das Standortumfeld definiert, wozu neben den zum Einzugsgebiet zuzuordnenden Stadtteilen Lerchenberg (Zone I) und Drais (Zone IIa) auch die Mainzer Stadtteile Finthen, Bretzenheim und Marienborn sowie außerhalb der Landeshauptstadt Mainz die Ortsgemeinden Ober-Olm und Klein-Winternheim (alle Zone IIb) gehören.

Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Warengruppen anbieten, die in dem Einkaufszentrum Lerchenberg geführt werden oder – mit Blick auf künftige Nutzungen – geführt werden könnten. Im Folgenden wird die Angebotssituation in den projektrelevanten Branchen für den Untersuchungsraum dargestellt (vgl. nachfolgende Tabelle 4, 5 sowie Karte 5):

Tabelle 4: Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum

Stadtteil / Ortsgemeinde	Hauptwettbewerber	Adresse	Distanz in km	Betriebs-typ	VK-Klasse in m ²	Lage
Einzugsgebiet						
Nahrungs- und Genussmittel						
MZ-Drais	Edeka	Marc-Chagall-Str.	2,0	SM	1.200 – 1.500	NVZ Drais
Ober-Olm	Rewe	Jägerpfad	2,3	SM	1.000 – 1.200	Versorgungsstandort Ober-Olm
Ober-Olm	Aldi	Jägerpfad	2,3	DIS	600 – 800	Versorgungsstandort Ober-Olm
Klein-Winternheim	Netto	Am Wasserhaus	2,9	DIS	600 – 800	Versorgungsstandort Klein-Winternheim
Drogeriemärkte						
MZ-Finthen	dm	Sertoriusring	5,8	FM	400 – 600	NVZ Sertoriusring
außerhalb des Einzugsgebietes						
Nahrungs- und Genussmittel						
MZ-Finthen	Tegut	Katzenberg	3,8	SM	800 – 1.000	NVZ Katzenberg
MZ-Finthen	Penny	Kurmainzstr.	3,9	DIS	600 – 800	QVZ Finthen-Ortskern
MZ-Finthen	Rewe	Am Obstmarkt	4,1	SM	800 – 1.000	QVZ Finthen-Ortskern
MZ-Finthen	Edeka	Gonsenheimer Str.	4,9	SM	800 – 1.000	nicht integriert
MZ-Finthen	Aldi	Sertoriusring	5,7	DIS	800 – 1.000	NVZ Sertoriusring
MZ-Bretzenheim	Netto	Alfred-Mumbächer-Str.	6,1	DIS	400 – 600	sonstige, integriert
MZ-Bretzenheim	Lidl	Am Schleifweg	4,0	DIS	600 – 800	nicht integriert
MZ-Bretzenheim	Aldi	Drechslerweg	3,9	DIS	600 – 800	nicht integriert
MZ-Bretzenheim	Aldi	Essenheimer Str.	4,7	DIS	600 – 800	nicht integriert
MZ-Bretzenheim	Real	Haifa-Allee	3,4	SBW	10– 15.000	nicht integriert
MZ-Bretzenheim	Edeka	Marienborner Str.	3,9	SM	600 – 800	nicht integriert
MZ-Bretzenheim	Nahkauf	Wilhelmsstr.	5,2	SM	400 – 600	STZ Bretzenheim-Ortskern

SM = Supermarkt / DIS = Discounter / SBW = SB-Warenhaus / FM = Fachmarkt

STZ = Stadtteilzentrum / QVZ = Quartierszentrum / NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Erhebung 2018

Relevante Wettbewerbsplanungen sind derzeit nicht bekannt.

- // Der eindeutige Angebotsschwerpunkt im Untersuchungsraum liegt im Mainzer Stadtteil Bretzenheim. Hier ist mit ca. 12.845 m² mehr als die Hälfte der projektrelevanten Verkaufsfläche im Untersuchungsraum ansässig, davon v. a. in der nicht integrierten Lage Haifa-Allee (v. a. real SB-Warenhaus inkl. Vorkassenzone mit alleine ca. 6.725 m² Verkaufsfläche projektrelevanter Verkaufsfläche).
- // Im Stadtteil mit dem zweitgrößten nahversorgungsrelevanten Angebot, Finthen, liegt die Ausstattung mit ca. 5.715 m² bereits auf einem deutlich niedrigeren Niveau. Die

Nahversorgung wird hier in erster Linie über fünf Lebensmittelmärkte (Edeka, Rewe, tegut, Aldi, Penny) sowie einen Drogeriemarkt (dm) sichergestellt, welche eine räumlich gute Abdeckung innerhalb des Stadtteils gewährleisten und die in überwiegend integrierter Lage (Quartierszentrum, Nahversorgungszentrum) ansässig sind.

- In den **übrigen Stadtteilen** einschließlich Lerchenberg sowie in den benachbarten Ortsgemeinden umfasst die Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zum Teil deutlich weniger als 2.000 m² Verkaufsfläche. Strukturprägende Anbieter sind im nördlich an Lerchenberg angrenzenden Stadtteil Drais (Edeka, ca. 2 km entfernt) in integrierter Ortskernlage (Nahversorgungszentrum), in Ober-Olm mit einem Koppelstandort (Rewe, Aldi) am nördlichen Ortsrand in räumlicher Nähe zum Stadtteil Lerchenberg (ca. 2 km entfernt) sowie in Klein-Winternheim (Netto) ebenfalls am nördlichen Ortsrand (ca. 3 km entfernt) vorhanden. Im Mainzer Stadtteil Marienborn ist hingegen aufgrund der räumlichen Nähe zu den dezentralen Versorgungsstandorten in Bretzenheim nur ein rudimentäres Nahversorgungsangebot vorzufinden.

Tabelle 5: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

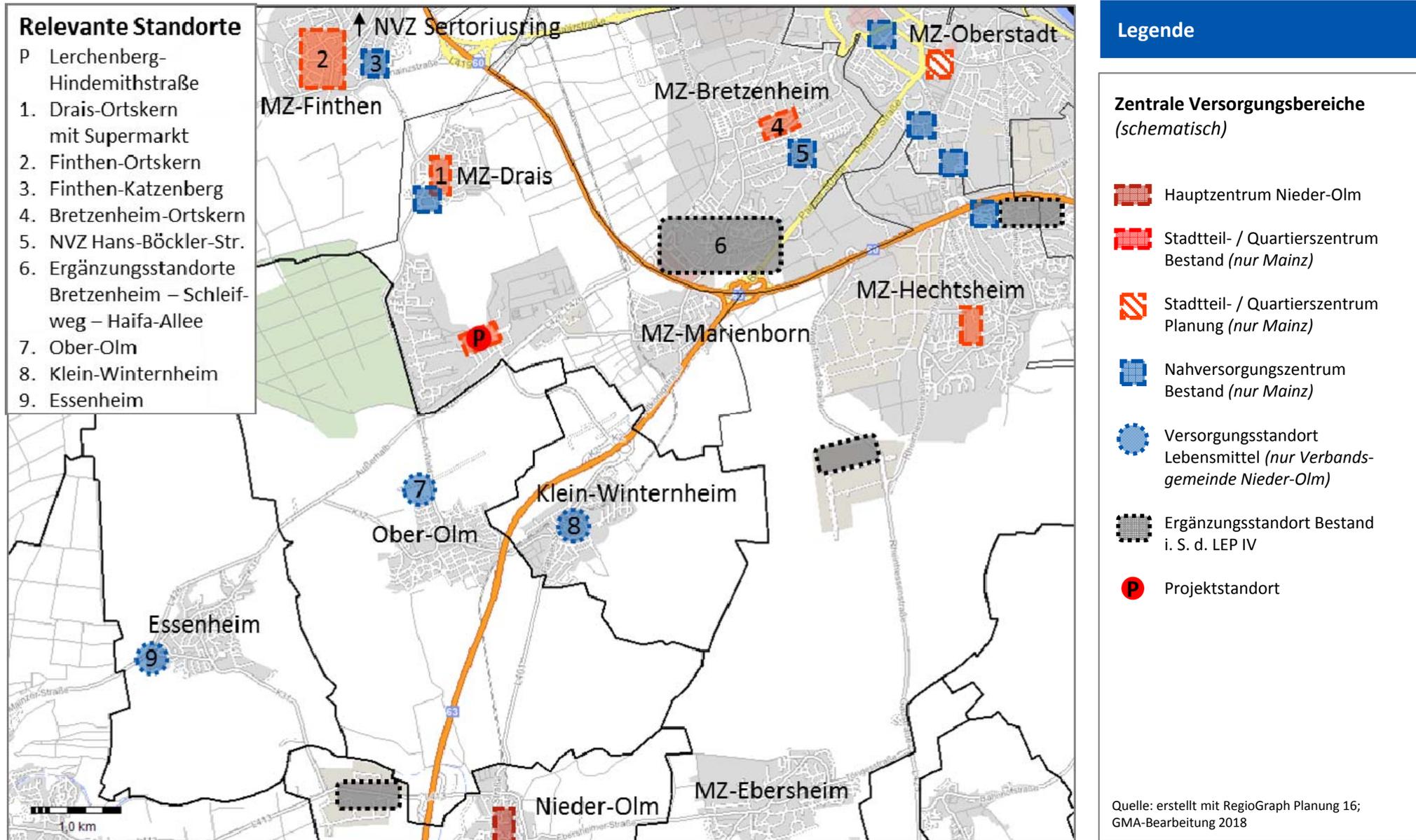
Branche*	Verkaufsfläche in m ² **									
	Landeshauptstadt Mainz (nur betrachtete Stadtteile)						Verbandsgemeinde Nieder-Olm (nur betrachtete Ortsgemeinden)			Unter- suchungs- raum
	Lerchen- berg	Drais	Finthen	Bretzen- heim	Marien- born	gesamt	Ober-Olm	Klein-Win- ternheim	gesamt	
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	770	1.160	4.700	11.120	90	17.840	1.675	780	2.455	20.295
Drogeriewaren und Kosmetikartikel	335	60	770	970	-	2.135	130	60	190	2.325
Sanitätswaren, Pharmazie	35	35	50	145	-	265	40	30	70	335
Bücher und Zeitschriften	30	10	55	285	40	420	10	5	15	435
Papier und Schreibwaren, Büroartikel	40	10	90	200	-	340	25	35	60	400
Schnittblumen	10	10	50	145	-	195	15	5	20	215
projektrelevantes Nichtlebensmittelsortiment insgesamt	450	125	1.015	1.725	40	3.355	220	135	355	3.710
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	1.220	1.285	5.715	12.845	130	21.195	1.895	915	2.810	24.005

* Zuordnung nach Mainzer Sortimentsliste, erste sechs Sortimente, die als nahversorgungsrelevant angesehen werden können.

** bereinigte Verkaufsflächen, d. h. die Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe wurde den einzelnen Sortimenten zugeordnet.

GMA-Erhebung und -Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

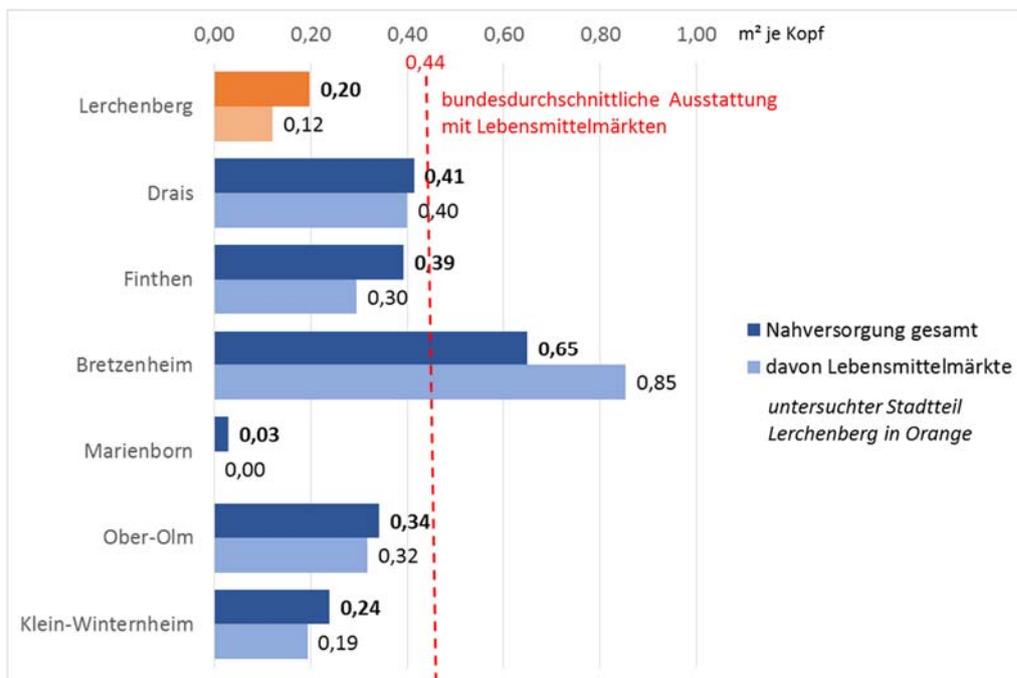
Karte 5: Wesentliche Versorgungsstandorte im Untersuchungsraum



Die Ausstattung im Untersuchungsraum ist somit derzeit stark auf Bretzenheim konzentriert und mit 0,65 m² je Einwohner bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten bzw. 0,85 m² je Einwohner bei Lebensmittelmärkten auch deutlich überdurchschnittlich. Eine – bezogen auf die Anzahl der dort lebenden Einwohner – nahezu durchschnittliche Ausstattung weist der Stadtteil Drais (v. a. Edeka) auf. Leicht unterdurchschnittlich ist die Ausstattung in Finthen (v. a. Edeka, Rewe, tegut, Aldi, Penny) und Ober-Olm (Rewe, Aldi), während sie in Lerchenberg (v. a. nahkauf), Klein-Winternheim (v. a. Netto) und Marienborn (ohne Lebensmittelmarkt) deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt ist. Der künftigen Entwicklung der Nahversorgung in Lerchenberg sind somit insbesondere durch die Angebotsstrukturen mit hoher Sogwirkung in Bretzenheim Grenzen gesetzt. Dies hat direkte Auswirkungen auf die Anzahl und Dimensionierung sowohl möglicher Nutzungen als auch des gesamten Zentrums, was im folgenden Kapitel IV. zu behandeln ist.

Der Vergleich der Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten in den einzelnen Stadtteilen und Ortsgemeinden des Untersuchungsraumes mit der bundesdurchschnittlichen Ausstattung bei Lebensmittelmärkten liefert nur erste Hinweise zur möglichen Ausstattung in Mainz-Lerchenberg. Ein Bedarf für einen Lebensmittelmarkt in der Größenordnung bis zum Erreichen der bundesdurchschnittlichen Ausstattung lässt sich daraus weder für Lerchenberg noch für andere Stadtteile bzw. die umliegenden Ortsgemeinden ableiten. Tatsächlich ist der Bedarf von zahlreichen weiteren Faktoren abhängig, z. B. der Versorgungsfunktion des jeweiligen Stadtteils / der jeweiligen Ortsgemeinde, den konkreten Siedlungsstrukturen, dem erschließbaren Einzugsgebiet, dem Kaufkraftniveau, den Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum inkl. der Überlagerung durch andere Wettbewerbsstandorte sowie den tatsächlichen Verkehrs- und Einkaufsbeziehungen.

Abbildung 2: Ausstattungskennziffern im Untersuchungsraum



Quelle Einwohnerdaten: Landeshauptstadt Mainz, Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; GMA-Erhebungen und Berechnungen 2018

4. Zwischenfazit für die weitere Entwicklung zur Sicherung der Nahversorgung im Stadtteil Lerchenberg

Als Rückschlüsse aus der Nachfrage- und Wettbewerbsbetrachtung können folgende wesentliche Punkte mit Blick auf die Weiterentwicklung der Nahversorgung in Lerchenberg festgehalten werden:

- /// Mit derzeit rd. 14,5 Mio. € Kaufkraft bei Nahrungs- und Genussmitteln ist ein ausreichendes Nachfragepotenzial im Stadtteil Lerchenberg für den **Ausbau des Lebensmittelangebotes** vorhanden. Dies gilt sowohl für einen größeren Supermarkt (Vollsortimenter) als auch im Hinblick auf die mögliche Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters.
- /// Demgegenüber wäre ein **größerer, zeitgemäßer Drogeriemarkt** auch auf Umsatzanteile mit Kunden von außerhalb des Stadtteils Lerchenberg angewiesen. Die Kaufkraft bei Drogeriewaren und Kosmetikartikeln liegt im Stadtteil Lerchenberg derzeit bei ca. 2,9 Mio. € und kann naturgemäß nur zu einem Teil vor Ort gebunden werden. Aufgrund der Entfernung zu anderen Drogeriemärkten in Finthen, Hechtsheim und Nieder-Olm sowie der Mittelpunktlage Lerchenbergs für andere Mainzer Stadtteile und benachbarte Ortsgemeinden sind die Chancen jedoch als gut zu bewerten, dass dies gelingen kann.
- /// Nennenswerte Umsatzanteile bzw. **Streuumsätze** werden auch mit den rd. 4.000 Beschäftigten im Stadtteil Lerchenberg erzielt werden können, die in der Mittagspause oder zu Tagesrandzeiten das Zentrum aufsuchen. Dies gilt insbesondere auch für (ggf. zusätzliche) gastronomische Angebote, die bereits heute von der räumlichen Nähe größerer Arbeitgeber im Stadtteil profitieren.
- /// Die Ausstattung je Einwohner mit Lebensmittelmärkten ist in Lerchenberg und Marienborn sowie den angrenzenden Ortsgemeinden Ober-Olm und Klein-Winternheim gegenwärtig als unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Aufgrund der Angebotsdominanz in Mainz-Bretzenheim in nur knapp über 2 km Entfernung zum Planstandort (u. a. real, Edeka, Aldi) sind der Weiterentwicklung der Nahversorgung in Lerchenberg aber auch Grenzen gesetzt. Jedoch besteht die Möglichkeit, **Kaufkraft zurückzuholen**, die derzeit an andere Standorte (v. a. Bretzenheim, Ober-Olm und Drais) abfließt.
- /// Die mögliche Anzahl und Dimensionierung der potenziellen Nutzungen in Lerchenberg wird auch die anzustrebende Ausdehnung des gesamten Zentrums beeinflussen. Zunächst ist jedoch festzuhalten, dass eine **Konzentration der Nutzungen auf den Bereich des heutigen Einkaufszentrums** sowie ggf. angrenzender Grundstücke geboten ist, um ein „Ausfransen“ der Handelslagen bzw. des Zentrums zu vermeiden.

IV. Empfehlungen für die Nahversorgung im Stadtteil Lerchenberg

1. Methodischer Ansatz

Im Folgenden werden zur Ableitung potenzieller Nutzungen im Quartierszentrum Lerchenberg und deren standortgerechter Dimensionierung unter Zugrundelegung der Nachfrage- und Wettbewerbssituation (s. Kapitel III.) zunächst die möglichen Umsätze der Magnetbetriebe ermittelt. Hieraus ergeben sich unter Ansatz betreiber- bzw. betriebstypenspezifischer Flächenleistungen die möglichen Verkaufsflächengrößen der Magnetbetriebe. Für die ergänzenden kleinteiligen Ladeneinheiten werden anschließend mögliche Nutzungen vor dem Hintergrund des erschließbaren Einzugsgebietes unter Angabe betreiberüblicher Flächengrößen definiert.

Die zu erwartenden Umsätze der zu prüfenden Magnetbetriebe Supermarkt (Vollsortimenter), Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Aus der künftigen Umsatzsituation ergeben sich zudem die möglichen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche und umliegende Versorgungsstandorte.

Insgesamt werden somit zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung der Vorhaben (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt (Kapitel IV.).
- Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Dabei werden etwaige Bestandsumsätze (z. B. der bestehenden Betriebe nahkauf und Rossmann) berücksichtigt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel durch die Ausweitung des Nahversorgungsangebotes in Lerchenberg Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft für die Magnetbetriebe

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Im Folgenden wird das in Kapitel III., 1., abge-

grenzte Einzugsgebiet herangezogen, wobei vor dem Hintergrund der Ausstattung in den einzelnen Mainzer Stadtteilen und benachbarten Ortsgemeinden mit einer unterschiedlichen Marktdurchdringung durch die einzelnen Betriebstypen zu rechnen ist:

Tabelle 6: Erzielbare Marktanteile und Umsätze der Magnetbetriebe am Standort Lerchenberg

Zone	Einheit	Supermarkt	Discounter	Drogeriemarkt
Zone I (Lerchenberg)	Kaufkraft in Mio. €	14,5	14,5	2,9
	Marktanteil in %	17 – 18	10 – 23	40
	Umsatz in Mio. €	2,5 – 2,6	1,4 – 3,3	1,1 – 1,2
Zone IIa (Drais)	Kaufkraft in Mio. €	7,3	7,3	1,5
	Marktanteil in %	7	5 – 12	20
	Umsatz in Mio. €	0,5	0,4 – 0,9	0,3
Zone IIb	Kaufkraft in Mio. €	20,8	20,8	4,1
	Marktanteil in %	6 – 7	4 – 9	20
	Umsatz in Mio. €	1,3 – 1,4	0,8 – 1,9	0,8 – 0,9
Einzugsgebiet	Kaufkraft in Mio. €	42,6	42,6	8,5
	Marktanteil in %	10 – 11	6 – 14	27 – 28
	Umsatz in Mio. €	4,4	2,6 – 6,1	2,3
Streuumsätze	Anteil in %	20 %	17 – 18 %	20 %
	Umsatz in Mio. €	1,1	0,6 – 1,2	0,5 – 0,6
Kernsortiment	Umsatz in Mio. €	5,5	3,2 – 7,3	2,8 – 2,9
sonstige Sortimente	Anteil in %	10 %	20 %	25 %
	Umsatz in Mio. €	0,6	0,6 – 1,8	0,9 – 1,0
gesamt	Umsatz in Mio. €	6,1	3,8 – 9,1	3,8

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet

Insgesamt können die drei möglichen Magnetbetriebe folgende Umsatzleistungen erzielen:

- / Für den **Supermarkt (Vollsortimenter)** ist aufgrund der räumlichen Nähe zu den Supermärkten in Drais und Ober-Olm von einem Umsatz²⁷ mit Kunden aus Lerchenberg (Zone I) in Höhe von etwa 2,5 – 2,6 Mio. € und mit Kunden aus Zone II von etwa 1,8 – 1,9 Mio. € auszugehen, davon wiederum ca. 0,5 Mio. € aus Drais. Dies entspricht einem durchschnittlichen Marktanteil im Einzugsgebiet von 10 – 11 %. Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebietes und durch die vor Ort Beschäftigten beläuft sich der Umsatz im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 5,5 Mio. €. Weitere ca. 0,6 Mio. € entfallen auf Nonfoodsortimente, deren Anteil in Supermärkten

²⁷ Umsatz einschließlich der bereits am Standort getätigten Umsätze von nahkauf, d. h. es wird unterstellt, dass dieser neu firmiert und sich neu aufstellt. Tatsächlich umverteilungswirksam werden jedoch nur die getätigten Mehrumsätze (vgl. Kapitel V.).

durchschnittlich etwa 10 % beträgt. Insgesamt wird ein Supermarkt (Vollsortimenter) somit am Planstandort einen Gesamtumsatz von etwa 6,1 Mio. € erzielen können.

- Die Marktabschöpfung durch einen **Lebensmitteldiscounter** wird hingegen stark betrieberabhängig sein. Für den Fall, dass einer der Marktführer (Aldi oder Lidl) in Lerchenberg ansässig wird, können eher hohe Marktanteile von ca. 23 % erreicht werden. Demgegenüber wird die Marktdurchdringung anderer Betreiber (z. B. Norma, netto) geringer ausfallen und kann nur bei 10 % liegen, bedingt auch durch die räumliche Nähe zu anderen Lebensmitteldiscountern in Essenheim (Netto), Ober-Olm (Aldi), Klein-Winternheim (Netto), Finthen (Aldi, Penny) und Bretzenheim (2x Aldi, 2x Netto, Lidl). Dementsprechend kann der Umsatzanteil aus Zone I zwischen 1,4 und 3,3 Mio. € variieren. Ähnliches gilt für Zone II, wo die Umsätze je nach Anbieter zwischen 1,2 und 2,8 Mio. € betragen können, davon ca. 0,4 – 0,9 Mio. € aus Draiss. Innerhalb des Einzugsgebietes werden auf diese Weise ca. 2,6 – 6,1 Mio. € erzielt, was einem durchschnittlichen Marktanteil von 6 – 14 % entspricht. Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen in Höhe von 17 – 18 % und Nonfoodsortimenten in Höhe von 20 % wird ein Lebensmitteldiscounter am Standort Lerchenberg zwischen 3,8 und 9,1 Mio. € erzielen können.
- Nicht zuletzt kann ein größerer **Drogeriemarkt** vergleichsweise hohe Marktanteile von etwa 40 % in Lerchenberg erzielen (Umsatz ca. 1,1 – 1,2 Mio. €²⁸). Ein etwa gleich hoher Umsatzanteil (1,1 – 1,2 Mio. €, davon ca. 0,3 Mio. € aus Draiss) wird aus Zone II stammen, wo derzeit – außer über Teilflächen der Lebensmittelmärkte – kein Angebot bei Drogeriewaren und Kosmetikartikeln vorhanden ist. Demzufolge wird der Marktanteil sowohl in Zone IIa als auch in Zone IIb etwa gleich hoch sein (ca. 20 %). Somit kann ein Drogeriemarkt aus dem Einzugsgebiet ein Umsatzvolumen von ca. 2,3 Mio. € erzielen (entspricht einem Marktanteil von 27 – 28 %). Die Gesamtumsatzleistung eines Drogeriemarktes in Lerchenberg beläuft sich unter Berücksichtigung von Streuumsätzen (ca. 20 % Umsatzanteil) und sonstigen Sortimenten (ca. 25 % Umsatzanteil) auf ca. 3,8 Mio. €.

3. Sortiment- und Betriebstypenmix und deren Dimensionierung

Setzt man betriebstypen- und betreiberspezifische Flächenproduktivitäten an, so ergeben sich standortangemessene Verkaufsflächengrößen für die Magnetbetriebe. In Bezug auf den Lebensmitteldiscounter ist dabei anzumerken, dass die niedrige Flächenleistung eher für einen Betreiber wie Norma, die hohen für Betreiber wie Lidl oder Aldi angehalten werden kann.²⁹

²⁸ Umsatz einschließlich der bereits am Standort getätigten Umsätze von Rossmann, d. h. es wird unterstellt, dass dieser neu firmiert und sich neu aufstellt. Tatsächlich umverteilungswirksam werden jedoch nur die getätigten Mehrumsätze (vgl. Kapitel V.).

²⁹ vgl. auch Hahn Retail Real Estate Report 2018 / 2019.

Demnach ergeben sich für die drei Magnetbetriebe folgende Dimensionierungen:³⁰

- /// Supermarkt (Vollsortimenter): ca. 1.400 – 1.500 m² VK
- /// Lebensmitteldiscounter: ca. 1.000 – 1.250 m² VK
- /// Drogeriemarkt: ca. 600 – 650 m² VK.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Herleitung der Verkaufsflächengrößen und definiert betreiberübliche Verkaufsflächengrößen für die ergänzenden Nutzungen:

Tabelle 7: Dimensionierung der Magnetbetriebe und ergänzenden Nutzungen

Betriebstypen	erzielbarer Umsatz in Mio. €	Flächenleistung in € / m ² VK	Verkaufsfläche in m ² (Spanne)
Supermarkt	6,1	4.000 – 4.400	1.400 – 1.500
Lebensmitteldiscounter	3,8 – 9,1	3.800 – 7.500	1.000 – 1.250
Drogeriemarkt	3,8	5.000 – 6.000	600 – 750
Summe Magnetbetriebe	13,7 – 19,0	4.600 – 5.900	3.000 – 3.500
Bäckerei(en) mit Gastronomie / Café(s)			30 – 60
Apotheke			20 – 50
Blumenanbieter			30 – 60
Lotto / Toto, Kiosk, Zeitschriften			20 – 50
Schreibwarenladen			20 – 80
Summe ergänzender kleinteiliger Einzelhandel			120 – 300
Summe Einzelhandel insgesamt			3.120 – 3.800

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet

Nicht eingerechnet sind weitere ergänzende, z. T. spezialisierte Nutzungen des kleinteiligen Einzelhandels (z. B. Obst- und Gemüseanbieter, Metzgerei, Feinkost, Weinhandlung) sowie Dienstleistungen (z. B. Banken / Sparkasse, Versicherungen, Ärzte, Post, Reisebüro, Friseur, Änderungsschneiderei) und Gastronomie (z. B. Restaurant, Imbiss, Eiscafé), die teilweise bereits heute im Einkaufszentrum Lerchenberg ansässig sind. Derartige Nutzungen sollten in einem überarbeiteten Nutzungskonzept ebenfalls Berücksichtigung finden.

4. Fazit zum möglichen Nutzungskonzept

Insgesamt sind die ermittelten möglichen Betriebstypen und Verkaufsflächengrößen wie folgt zu bewerten:

³⁰ zzgl. Nebenflächen, Technikflächen, Konstruktionsflächen. Hierbei handelt es sich um die wirtschaftlich darstellbaren Flächen vorbehaltlich der Ergebnisse der städtebaulichen Auswirkungsanalyse, die ggf. noch eine Reduzierung erforderlich machen.

- /// Zunächst ist voranzustellen, dass alle drei geprüften Magnetbetriebe (Supermarkt / Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt) in Lerchenberg auf eine ausreichend große Nachfrageplattform treffen, die **betriebstypen- und betreiberübliche Verkaufsflächengrößen** zulassen. Dies gilt im Falle des Drogeriemarktes zumindest für den Fall, dass außerhalb des Stadtteils Lerchenberg kein weiterer Drogeriemarkt hinzutritt.
- /// Insgesamt halten die Gutachter die Ansiedlung von Nutzungen und Betrieben der Nahversorgung in einer **Spannbreite zwischen ca. 3.120 und 3.800 m² Verkaufsfläche** (zzgl. Nebenflächen sowie) zzgl. Flächen für Dienstleistungen und Gastronomie für wirtschaftlich darstellbar. Dabei wurde die zum Teil begrenzte Marktdurchdringung außerhalb des Stadtteils Lerchenberg berücksichtigt, die daraus resultiert, dass der Standort nicht optimal in das bestehende Verkehrsnetz eingebunden ist. Jedoch verfügt das Einkaufszentrum Lerchenberg über eine gute Mittellage zwischen mehreren, z. T. deutlich besser ausgestatteten Einkaufsstandorten (z. B. in Finthen, Bretzenheim) und kann – insbesondere durch die Neuaufstellung des Zentrums mit einem größeren Drogeriemarkt – auch Kunden von außerhalb Lerchenbergs ansprechen. Nicht zuletzt ist in diesem Zusammenhang auch auf die zahlreichen Beschäftigten im Standortumfeld hinzuweisen.
- /// Von der möglichen Gesamtverkaufsfläche entfallen – vorbehaltlich der städtebaulichen Auswirkungsanalyse – ca. 3.000 bis 3.500 m² Verkaufsfläche auf die **Magnetbetriebe** und ca. 120 bis 300 m² Verkaufsfläche auf **kleinteiligen, ergänzenden Einzelhandel**. Als kleinteilige, ergänzende Einzelhandelsbetriebe sind in jedem Fall Bäckerei(en) mit Gastronomie / Café(s), eine Apotheke, ein Blumenanbieter, ein Lotto / Toto / Tabakwaren- / Zeitschriftenladen sowie ein Schreibwarenladen zu empfehlen, die bereits gegenwärtig ansässig sind. Auch sind weitere ergänzende, z. T. spezialisierte Einzelhandelsnutzungen wie z. B. ein Obst- und Gemüseanbieter, eine Metzgerei, ein Feinkostanbieter oder eine Weinhandlung denkbar, jedoch stark betreiberabhängig.³¹
- /// Die Nahversorgungsfunktion des Quartierszentrums sollte zudem mit **Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen** angereichert werden. Hierzu zählen bei den Dienstleistungen in jedem Fall Banken (z. B. MVB) / eine Sparkasse, Versicherungen, Ärzte (v. a. Allgemeinmediziner, Zahnarzt), eine Post, ein Reisebüro, Friseur(e) sowie ggf. ein Kosmetikstudio und eine Änderungsschneiderei. Bei den Gastronomieangeboten sind Restaurant(s), eine Pizzeria, Imbiss(e) sowie ein Eiscafé zu empfehlen, wobei mit Blick

³¹ Ein Obst- und Gemüseanbieter ist bereits derzeit ansässig, würde durch einen zeitgemäßen größeren Supermarkt mit entsprechender Frischeabteilung möglicherweise jedoch verdrängt. Bei Metzgereien finden inhabergeführte Neueröffnungen in Deutschland kaum noch statt. Ein Feinkostanbieter oder eine Weinhandlung sind ggf. auf ein größeres Einzugsgebiet angewiesen, sodass sich eine Ansiedlung nur im Einzelfall und je nach Betreiber rechnet.

auf die Beschäftigten im Standortumfeld insbesondere auch das Mittagsangebot noch ausgebaut werden kann (z. B. Systemgastronomie, Take-Away / Lieferservice, Street Food).

- Hinsichtlich der **Anordnung der einzelnen Betriebe zueinander** und **Konfiguration des modernisierten Einkaufszentrums** ist eine randliche Anordnung mindestens zweier Magnetbetriebe (idealerweise der beiden Lebensmittelmärkte) anzustreben, die durch eine (fußläufig erlebbare) Achse miteinander verbunden sind und an der sich die übrigen kleinteiligen Nutzungen (sowie ggf. der Drogeriemarkt) reihen. Diese als „Knochenprinzip“ bezeichnete Anordnung wird in der Handelswissenschaft als grundsätzlich erfolgsversprechend bewertet, da auf diese Weise eine maximale Durchflutung aller Bereiche erreicht werden kann. Die Grundanlage des Einkaufszentrums Lerchenberg zwischen Hindemithstraße im Süden und Regerstraße im Norden lässt eine derartige Konfiguration zunächst grundsätzlich zu.
- In Lerchenberg ist allerdings darauf hinzuweisen, dass der Charakter als Quartierszentrum nur eine **begrenzte Gesamtausdehnung der fußläufigen Achse** (GMA-Empfehlung: max. 300 m) zulässt. Eine größere Ausdehnung kann zu Akzeptanzverlusten beim Besucher sowie angesichts der überschaubaren Anzahl möglicher Nutzungen zu einem erhöhten Leerstandsrisiko oder zu Mindernutzungen führen, welche wiederum negative städtebauliche Effekte auf das übrige Zentrum haben können. Zudem beschränkt das von Westen nach Osten abfallende Gelände die fußläufige Erlebbarkeit des gesamten Bereichs. Daher ist zwingend eine ein- / erdgeschossige Anordnung der Nutzungen mit klarer Wegführung anzuraten, da Flächen in Unter- oder Obergeschossen schnell unter Akzeptanzproblemen leiden. Dies ist insbesondere mit Blick auf die Ansiedlung der Magnetbetriebe auf benachbarten, höher- bzw. tiefergelegenen Grundstücke zu berücksichtigen, ebenso wie die Tatsache, dass der Baukörper an der Brucknerstraße eine durchgängige fußläufige Achse / Sichtbeziehung zum östlich der Brucknerstraße gelegenen Grundstück derzeit nicht ermöglicht, sofern dieses in die Planungen mit einbezogen werden soll.

Insgesamt ist jedoch festzuhalten, dass die Ansiedlung der geprüften Nutzungen mit betreiber- und betriebstypenüblichen Größenordnungen in Lerchenberg grundsätzlich möglich ist und somit eine gezielte Weiterentwicklung des Quartierszentrums ermöglichen. Bei der (Neu-)Konfiguration des Zentrums sollte auf eine nach Möglichkeit kompakte Ausdehnung entlang einer fußläufig erlebbaren Achse mit Sichtbeziehungen zwischen den Magnetbetrieben an gegenüberliegenden Enden und eine hohe Aufenthaltsqualität geachtet werden.

V. Abschätzung möglicher Auswirkungen der Planung

1. Ermittlung der umverteilungsrelevanten Umsätze

Mit der Neuansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung in den projektrelevanten Sortimenten werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit den Planvorhaben
- /// die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Standorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Es ist davon auszugehen, dass der Umsatz des Erweiterungsvorhabens insbesondere zu Lasten von anderen Lebensmittel- und Drogeriemärkten erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt, d. h. andere Lebensmittel- und Drogeriemärkte werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Anbieter dieser Sortimente.

Außerdem wird angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Supermarkt nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung eines bereits langjährig am Standort Lerchenberg ansässigen Le-

bensmittelmarktes handelt. Daher sind bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte insbesondere die durch die Erweiterung entstehenden zusätzlichen Umsatzleistungen am Standort zu berücksichtigen.

Tabelle 8: Umverteilungsrelevante Umsätze

Betriebstypen	erzielbarer Umsatz im Kernsortiment in Mio. €	Umsatzleistung im Kernsortiment Bestand in Mio. €	Umverteilungsrelevanter Umsatz in Mio. €
Supermarkt	5,5	2,6 – 2,7	2,8 – 2,9
Lebensmitteldiscounter	3,2 – 7,3	---	3,2 – 7,3
Drogeriemarkt	2,8 – 2,9	1,2 – 1,3	1,6 – 1,7
Summe Magnetbetriebe	11,5 – 15,7	3,8 – 4,0	7,6 – 11,9
Bäckerei(en) mit Gastronomie / Café(s)			*
Apotheke			*
Blumenanbieter			0,2 – 0,3
Lotto / Toto, Kiosk, Zeitschriften			*
Schreibwarenladen			*
Summe ergänzender kleinteiliger Einzelhandel			0,2 – 0,3
Summe Einzelhandel insgesamt			7,8 – 12,2

* bereits heute im Quartierszentrum Lerchenberg ansässig und daher ohne relevante Mehrumsätze; GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet

Mit der Verkaufsflächenerweiterung um rd. 650 – 750 m² ergibt sich ein modellhafter Umsatzzuwachs für den Supermarkt von ca. 3,1 – 3,2 Mio. €, wobei hiervon 90 % bzw. rd. 2,8 – 2,9 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und 10 % bzw. 0,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen. Aus dem ermittelten Umsatz lässt sich eine Flächenproduktivität von rd. 4.000 – 4.400 € pro m² Verkaufsfläche für den gesamten Markt berechnen. Gemessen an den betriebsüblichen Flächenleistungen für einen Anbieter wie Rewe oder Edeka bildet dieser Wert angesichts der starken wettbewerblichen Strukturen im Umfeld des Vorhabenstandortes einen worst-case-Ansatz ab. Für den Lebensmitteldiscounter und den Drogeriemarkt werden die in Kapitel IV. ermittelten Umsatzleistungen umverteilungsrelevant sein (vgl. Tabelle 8).

2. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen

Insgesamt sind die durch die Realisierung des Planvorhabens in Lerchenberg zum Ausbau des Nahversorgungsangebotes ausgelösten Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen wie folgt zu prognostizieren:

Tabelle 9: Umverteilungswirkungen im Standortumfeld des Planvorhabens in Lerchenberg (Supermarkt mit 1.400 – 1.500 m² VK, Lebensmitteldiscounter mit 1.000 – 1.250 m² VK, Drogeriemarkt mit 650 – 750 m² VK)

Betriebstypen	Umsatzleistung in Mio. €* in Mio. €*	Umsatzumverteilung in Mio. € in Mio. €	Umverteilungsquote in % in %
Zentrale Versorgungsbereiche	38,5 – 40,0	1,9 – 3,2	5 – 9
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	32,0 – 33,0	1,4 – 2,5	4 – 8
<i>davon Drogeriewaren</i>	6,5 – 7,0	0,5 – 0,7	7 – 11
<i>davon in Drais (inkl. Edeka)</i>	5,0 – 5,5	0,4 – 0,6	8 – 12
<i>davon in Finthen (v. a. Rewe, tegut, Aldi, Penny, dm)</i>	26,5 – 27,5	1,2 – 2,2	5 – 9
<i>davon in Bretzenheim (v. a. nahkauf, Netto)</i>	6,5 – 7,0	0,3 – 0,4	4 – 6
nicht integrierte Lagen	75,0 – 76,5	4,5 – 7,0	6 – 10
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	68,0 – 69,0	4,0 – 6,2	6 – 9
<i>davon Drogeriewaren</i>	7,0 – 7,5	0,5 – 0,8	7 – 11
<i>davon in Finthen (v. a. Edeka)</i>	3,5 – 4,0	0,1 – 0,3	3 – 7
<i>davon in Bretzenheim (v. a. real, Edeka, 2x Aldi, Lidl)</i>	71,5 – 72,5	4,9 – 7,3	6 – 10
sonstige Lagen	18,5 – 20,0	1,2 – 1,7	6 – 9
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	17,0 – 18,0	1,1 – 1,5	6 – 9
<i>davon Drogeriewaren</i>	1,5 – 2,0	0,1 – 0,2	6 – 10
<i>davon in Mainz (v. a. Netto Bretzenheim)</i>	3,5 – 4,0	0,1 – 0,2	3 – 5
<i>davon in der VG Nieder-Olm (v. a. Rewe, Aldi, Netto)</i>	15,0 – 16,0	1,1 – 1,5	7 – 10
insgesamt	132 – 133	7,6 – 11,9	5 – 9

* nur Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (inkl. Kosmetik); GMA-Berechnungen 2018

3. Bewertung der wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und andere Versorgungsstandorte

Die in Tabelle 8 dargestellten wettbewerblichen Auswirkungen sind im Hinblick auf mögliche städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- Innerhalb der **zentralen Versorgungsbereiche in der Landeshauptstadt Mainz**³² werden – je nach Betreiber im Discountsegment – ca. 1,9 – 3,2 Mio. € umverteilt, davon

³² Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sind: Drais-Ortskern, Finthen-Ortskern, Finthen-Katzenberg, Finthen-Sertoriusring, Bretzenheim-Ortskern, Hans-Böckler-Straße.

ca. 1,4 – 2,5 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln und ca. 0,5 – 0,7 Mio. € bei Drogeriewaren. Bezogen auf die Bestandsumsätze in diesen Sortimenten in Höhe von ca. 38,5 – 40,0 Mio. € bedeutet dies eine durchschnittliche Umverteilungsquote von 5 – 9 %.³³ Besonders betroffen sein wird aufgrund der räumlichen Nähe das Nahversorgungszentrum im Stadtteil Drais (8 – 12 % Umverteilungsquote). Der obere Wert wird nur bei maximalen Verkaufsflächengrößen (Supermarkt: 1.500 m² VK, Discounter: 1.250 m² VK, Drogeriemarkt: 750 m² VK) und den leistungsfähigsten Betreibern (bezogen auf die Flächenproduktivität: Edeka³⁴, Aldi bzw. Lidl, dm) zu erwarten sein. Für den Fall, dass die bereits ansässigen Betreiber (Rewe, Rossmann) sich weiterhin in Lerchenberg engagieren und um einen Lebensmitteldiscounter ergänzt werden, liegt die Umverteilungsquote in Drais bei max. 10 %, die nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Folge des Planvorhabens führt.³⁵ In Finthen und Bretzenheim sind hingegen wettbewerbsübliche Umverteilungsquoten zu erwarten (5 – 9 % bzw. 4 – 6 %).

/// In den **nicht integrierten Lagen** sind insbesondere die Ergänzungsstandorte Bretzenheim – Schleifweg – Haifa-Allee anzusprechen, die in räumlicher Nähe zum Stadtteil Lerchenberg ein umfassendes Angebot und die größten Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen. Dementsprechend hoch fallen mit 4,5 – 7,0 Mio. € auch die möglichen Umverteilungseffekte auf (durchschnittliche Umverteilungsquote 6 – 10 %). Davon entfallen 4,0 – 6,2 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und 0,5 – 0,8 Mio. € auf Drogeriewaren. Diese Umsatzumverteilungen beziehen sich fast vollständig auf die o. g. nicht integrierten Lagen in Bretzenheim (Umverteilungsquote 6 – 10 %), während in Finthen deutlich niedrigere Umverteilungsquoten (3 – 7 %) erwartet werden. Da es sich um Lagen ohne Schutzwürdigkeit nach BauGB und BauNVO handelt, stellen diese rein wettbewerbliche Auswirkungen dar, welche die genannten Anbieter hinzunehmen haben. Von betrieblichen Auswirkungen ist jedoch aufgrund der Leistungsfähigkeit des Standortes (v. a. gute Verkehrslage mit zahlreichen Parkplätzen, leistungsfähige Anbieter) auch nicht zu ausgehen.

³³ Bei der Umsatzumverteilungsquote wird die Umsatzumverteilung in einem definierten Gebiet zur jeweiligen Umsatzleistung in diesem Gebiet ins Verhältnis gesetzt.

³⁴ Im Falle der Ansiedlung von Edeka in Lerchenberg ist ggf. auch damit zu rechnen, dass – aufgrund der räumlichen Nähe der beiden Märkte – innerbetriebliche Entscheidungsprozesse zu einer Betriebsschließung des dort ansässigen Supermarktes führen. Hierauf kann die Bauleiplanung jedoch wenig Einfluss nehmen.

³⁵ Gleichwohl weist der Supermarkt in Drais schwierige Rahmenbedingungen auf, da sein Einzugsgebiet aufgrund der Lage fast ausschließlich den Stadtteil Drais mit lediglich ca. 3.100 Einwohnern umfasst. Diese Nachfragebasis ist für den nachhaltigen Betrieb eines Supermarktes als sehr gering zu bewerten. Jedoch ist anzumerken, dass der Lebensmittelmarkt in den vergangenen Jahren erweitert, sich neu aufgestellt und somit seinen Standort zumindest mittelfristig gesichert hat.

- Ein kleinerer Teil der möglichen Umsatzumverteilungen in Höhe von 1,2 – 1,7 Mio. € wird von **sonstigen Lagen** abgezogen (Umverteilungsquote 6 – 9 %), insbesondere im Lebensmittelsegment (1,1 – 1,5 Mio. €). Diese beziehen sich fast ausschließlich auf die im Untersuchungsraum liegenden Standorte in der Verbandsgemeinde Nieder-Olm (Rewe / Aldi Ober-Olm, Netto Klein-Winternheim), fallen mit 1,1 – 1,5 Mio. € bzw. max. 6 – 10 % Umverteilungsquote zwar spürbar, jedoch wettbewerbsüblich aus. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass diese Umverteilungsquote in erster Linie durch den geplanten Lebensmitteldiscounter generiert wird, wo Kaufkraft aus Lerchenberg bislang in größerem Umfang insbesondere nach Ober-Olm abfließt. Insofern handelt es sich zum größten Teil um Rückholung von derzeit aus dem Mainzer Stadtgebiet abfließender Kaufkraft. Städtebauliche oder raumordnerische Auswirkungen sind demzufolge nicht zu erwarten.
- Weitere Standortlagen** außerhalb des Untersuchungsraumes sowie der o. g. Wettbewerbsstandorte sind nicht zu betrachten bzw. werden von der Planung in Lerchenberg nicht mehr in einer rechnerisch nachweisbaren Größenordnung tangiert. Im Sinne einer worst case-Betrachtung wurden mögliche Auswirkungen ausschließlich auf Lagen im Untersuchungsraum bezogen. Diese Vorgehensweise folgt der Überlegung, dass negative betriebliche Auswirkungen insbesondere im direkten Standortumfeld eines Vorhabens auftreten können. Sind hier keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten, so trifft dies auch auf weiter entfernt gelegene Standorte zu, da Umverteilungseffekte in der Regel mit größerer Entfernung abnehmen.
- In **sonstigen Sortimenten** außer Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sind zudem unter Zugrundelegung des vorgeschlagenen Nutzungskonzeptes ebenfalls keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten. Der Großteil der Umsätze in einem modernisierten und neu strukturierten Einkaufszentrum Lerchenberg sind umverteilungsneutrale Umsätze, die bereits durch die heute bestehenden Anbieter generiert und daher bereits vor Ort gebunden werden. Eine Ausnahme würde ein Blumenanbieter darstellen (Umsatzerwartung ca. 0,2 – 0,3 Mio. €), wo je Einzellage im Untersuchungsraum mögliche Umverteilungseffekte jedoch nicht mehr auf einem rechnerisch nachweisbaren Niveau liegen bzw. mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung gutachterlich nicht mehr nachweisbar sind. Städtebauliche, versorgungsstrukturelle oder raumordnerische Auswirkungen können hier ausgeschlossen werden. Dies gilt nicht für Betriebe mit nicht nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (z. B. Textilfachmarkt, Nonfooddiscounter), die auftragsgemäß nicht geprüft wurden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich die Umverteilungseffekte aufgrund der Planung überwiegend auf die Lebensmittelmärkte in Drais, Ober-Olm sowie in den autokundenorientierten Lagen von Bretzenheim beziehen. Während in Ober-Olm und Bretzenheim aufgrund der Leistungsfähigkeit der Standorte keine betrieblichen Auswirkungen zu erwarten sind, kann die Planung aufgrund der räumlichen Nähe zum Supermarkt in Drais Wechselwirkungen hervorrufen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sollten nach Möglichkeit vermieden werden, was mit dem empfohlenen standortgerechten Betriebstypen- und Verkaufsflächenkonzept gelingen kann.

VI. Fazit und abschließende Empfehlungen

Das Planvorhaben zur Neuaufstellung der Nahversorgung in Mainz-Lerchenberg ist anhand der durchgeführten Untersuchungen abschließend wie folgt zu bewerten:

- Das Quartierszentrum in Lerchenberg weist gegenwärtig einen Modernisierungsrückstand auf, der sich insbesondere in den nicht mehr zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen der beiden Magnetbetriebe nahkauf und Rossmann niederschlägt. Die Modernisierung und **Neuaufstellung des Supermarktes als Lebensmittelvollsortimenter sowie des Drogeriemarktes** sind in jedem Fall zu empfehlen. Die erzielbaren Umsätze in Lerchenberg lassen marktkonforme Verkaufsflächendimensionierungen zu, die eine Verbreiterung und Vertiefung des Angebotes inkl. eines größeren Frischeangebotes im Supermarkt, einer Erhöhung der geführten Artikelzahlen sowie eine Modernisierung des Objektes mit großzügigerer Anordnung der Regalierung und Verkehrsflächen ermöglichen. Damit kann die Nahversorgung in Lerchenberg nachhaltig gesichert werden.
- Die **Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters** ist unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten darstellbar, aber kann – je nach Anbieter – mit z. T. spürbaren Kaufkraftumlenkungen in den benachbarten Stadtteilen einhergehen. Hier ist insbesondere der Stadtteil Drais anzusprechen, welcher über einen eigenen Supermarkt (Edeka) verfügt. Obwohl ein Lebensmitteldiscounter nur bedingt als Systemwettbewerber eines Supermarktes zu bewerten ist, können die Umsatzumverteilungen gegenüber Drais insbesondere dadurch hervorgerufen werden, dass die Ausstattung in Lerchenberg mit einem Koppelstandort aus Supermarkt und Discounter in Verbindung mit einem Drogeriemarkt eine dauerhafte Umorientierung eines größeren Teils der Kunden aus Drais nach Lerchenberg hervorrufen kann. Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich die Beschränkung der Verkaufsfläche für den Lebensmitteldiscounter auf **1.000 m² Verkaufsfläche** im Rahmen der durchzuführenden Bauleitplanung. Die möglichen Auswirkungen gegenüber Drais sind auch in diesem Fall sorgfältig abzuwägen, bewegen sich jedoch aller Voraussicht nach im Falle eines Verbleibs der heutigen Anbieter (Rewe, Rossmann) dann auf einem noch verkräftbaren Niveau.³⁶
- Der Großteil der Umsatzumverteilungen wird jedoch eine Kaufkraftrückholung heute abfließender Kaufkraft (insbesondere nach Bretzenheim, Ober-Olm, Drais) sein. Insofern kann die Planung auch Einkaufsverkehre reduzieren. Insgesamt halten die Gutachter die Ansiedlung von Nutzungen und Betrieben der Nahversorgung in einer

³⁶ Negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Drais sind im Falle der Ansiedlung von Edeka in Lerchenberg anzunehmen, da dann ggf. damit zu rechnen ist, dass – aufgrund der räumlichen Nähe der beiden Märkte – innerbetriebliche Entscheidungsprozesse zu einer Betriebsschließung des dort ansässigen Supermarktes führen können. Hierauf kann die Bauleitplanung jedoch wenig Einfluss nehmen.

Spannbreite zwischen ca. 3.120 und 3.550 m² Verkaufsfläche³⁷ (zzgl. Nebenflächen sowie) zzgl. Flächen für Dienstleistungen und Gastronomie für standortangemessen. In diesem Zusammenhang profitiert der Standort auch von den zahlreichen Beschäftigten im Standortumfeld.

- /// Von der möglichen Gesamtverkaufsfläche entfallen ca. 3.000 bis 3.250 m² Verkaufsfläche auf die **Magnetbetriebe** und ca. 120 bis 300 m² Verkaufsfläche auf **kleinteiligen, ergänzenden Einzelhandel**. Als kleinteilige, ergänzende Einzelhandelsbetriebe sind in jedem Fall Bäckerei(en) mit Gastronomie / Café(s), eine Apotheke, ein Blumenanbieter, ein Lotto / Toto / Tabakwaren- / Zeitschriftenladen sowie ein Schreibwarenladen zu empfehlen, die bereits gegenwärtig ansässig sind. Auch sind weitere ergänzende, z. T. spezialisierte Einzelhandelsnutzungen wie z. B. ein Obst- und Gemüseanbieter, eine Metzgerei, ein Feinkostanbieter oder eine Weinhandlung denkbar, jedoch stark betreiberabhängig.³⁸
- /// Die Nahversorgungsfunktion des Quartierszentrums sollte zudem mit **Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen** angereichert werden. Hierzu zählen bei den Dienstleistungen in jedem Fall Banken (z. B. MVB) / eine Sparkasse, Versicherungen, Ärzte (v. a. Allgemeinmediziner, Zahnarzt), eine Post, ein Reisebüro, Friseur(e) sowie ggf. ein Kosmetikstudio und eine Änderungsschneiderei, die bereits gegenwärtig im Zentrum vertreten sind. Bei den Gastronomieangeboten sind Restaurant(s), eine Pizzeria, Imbiss(e) sowie ein Eiscafé zu empfehlen, wobei mit Blick auf die Beschäftigten im Standortumfeld insbesondere auch das Mittagsangebot noch ausgebaut werden kann (z. B. Systemgastronomie, Take-Away / Lieferservice, Street Food).³⁹
- /// Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist anzumerken, dass eine eingeschossige **Konzentration der Nutzungen auf den Bereich des heutigen Einkaufszentrums** sowie ggf. angrenzender Grundstücke zu empfehlen ist, um ein „Ausfransen“ der Handelslagen bzw. des Zentrums zu vermeiden. Die randliche Anordnung mindestens zweier Magnetbetriebe (idealerweise der beiden Lebensmittelmärkte) kann eine (fußläufig

³⁷ Supermarkt: 1.400 – 1.500 m² VK, Lebensmitteldiscounter: 1.000 m² VK, Drogeriemarkt: 600 – 750 m² VK, ergänzender kleinteiliger Einzelhandel: 120 – 300 m² VK.

³⁸ Ein Obst- und Gemüseanbieter ist bereits derzeit ansässig, würde durch einen zeitgemäßen größeren Supermarkt mit entsprechender Frischeabteilung möglicherweise jedoch verdrängt. Bei Metzgereien finden inhabergeführte Neueröffnungen in Deutschland kaum noch statt. Ein Feinkostanbieter oder eine Weinhandlung sind ggf. auf ein größeres Einzugsgebiet angewiesen, sodass sich eine Ansiedlung nur im Einzelfall und je nach Betreiber rechnet.

³⁹ Die derzeit ansässigen Nutzungen können auch das modernisierte Quartierszentrum in Lerchenberg gut ergänzen. Eine Ausnahme bildet ggf. der Obst- und Gemüseladen, welcher künftig hohe Überschneidungen mit dem Frischeangebot eines modernisierten Supermarktes aufweisen würde. Gleiches gilt für Nutzungen, die in der Vorkassenzone des Supermarktes vorgesehen werden (z. B. Bäckerei, Feinkost). Es sollte daher darauf geachtet werden, dass die ergänzenden Nutzungen schwerpunktmäßig außerhalb der Magnetbetriebe (bzw. deren Vorkassenzone) angesiedelt werden, um eine Durchflutung auch des übrigen Zentrums erreichen zu können.

erlebbare) Achse schaffen, entlang der sich die übrigen kleinteiligen Nutzungen (sowie ggf. der Drogeriemarkt) reihen. Die Grundanlage des Einkaufszentrums Lerchenberg zwischen Hindemithstraße im Süden und Regerstraße im Norden lässt eine derartige Konfiguration zunächst grundsätzlich zu. Dabei ist eine ausgewogene Nutzungsmischung anzustreben. Eine Ungleichverteilung zugunsten eines Endes der Achse kann hingegen dazu führen, dass der Besatz und die städtebauliche Qualität des übrigen Zentrums leiden.

- Vor dem Hintergrund der möglichen Nutzungen im Quartierszentrum Lerchenberg sollte eine **begrenzte Gesamtausdehnung der fußläufigen Achse** (GMA-Empfehlung: max. 300 m) angestrebt werden. Eine größere Ausdehnung kann zu Akzeptanzverlusten beim Besucher sowie angesichts der überschaubaren Anzahl möglicher Nutzungen zu einem erhöhten Leerstandsrisiko oder zu Mindernutzungen führen, welche wiederum negative städtebauliche Effekte auf das übrige Zentrum haben können. Zudem beschränkt das von Westen nach Osten abfallende Gelände die fußläufige Erlebbarkeit des gesamten Bereichs. Vor diesem Hintergrund ist eine ein- / erdgeschossige Anordnung und Konfiguration der Nutzungen mit klarer Wegführung zu empfehlen, weil Unter- und / oder Obergeschosse andernfalls schnell Akzeptanzprobleme aufweisen.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Ausstattungskennziffern von Mainz-Lerchenberg im Vergleich	16
Abbildung 2: Ausstattungskennziffern im Untersuchungsraum	28
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Zentren- und Standortstruktur in der Landeshauptstadt Mainz	11
Karte 2: Mesostandort Lerchenberg	13
Karte 3: Mikrostandort	19
Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens und Untersuchungsraum	21
Karte 5: Wesentliche Versorgungsstandorte im Untersuchungsraum	27
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Nutzungen im Einkaufszentrum Lerchenberg	15
Tabelle 2: Einzelhandelsbesatz im Einkaufszentrum Lerchenberg	16
Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	23
Tabelle 4: Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum	24
Tabelle 5: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	26
Tabelle 6: Erzielbare Marktanteile und Umsätze der Magnetbetriebe am Standort Lerchenberg	31
Tabelle 7: Dimensionierung der Magnetbetriebe und ergänzenden Nutzungen	33
Tabelle 8: Umverteilungsrelevante Umsätze	37
Tabelle 9: Umverteilungswirkungen im Standortumfeld des Planvorhabens in Lerchenberg (Supermarkt mit 1.400 – 1.500 m ² VK, Lebensmitteldiscounter mit 1.000 – 1.250 m ² VK, Drogeriemarkt mit 650 – 750 m ² VK)	38