



Kurzstellungnahme zu den Auswirkungen einer Erweiterung eines REWE-Supermarkts in der Gemeinde Hilders (LK Fulda)

Auftraggeber: BA Projekt GmbH & Co. KG, Würzburg

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, am 10.01.2020

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

1. Aufgabenstellung und Planung

In der nordhessischen Gemeinde Hilders ist am Rand des Kernorts an der Straße Aue 18 seit rund 15 Jahren ein großflächiger REWE-Supermarkt ansässig. In diesem Supermarkt sind auch eine Getränkeabteilung, eine Fleischtheke und eine Bäckereifiliale mit Sitzgelegenheiten integriert. Gemäß dem geltenden Bebauungsplan „Nr. 18 Sondergebiet – Großflächiger Einzelhandel Ulstertal“ ist am Standort ein großflächiger Verbrauchermarkt-Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.500 m² zulässig, außerdem ein Lebensmitteldiscounter mit insges. 700 m² VK.

Der Markt soll nun modernisiert werden, um ihn an die gestiegenen Kundenerwartungen an ein umfangreiches Sortiment anzupassen. Geplant ist, die Verkaufsfläche¹ der Getränkeabteilung um ca. 140 m² auf künftig ca. 570 m² VK zu vergrößern. Eine Verkaufsflächenerweiterung im Bereich der Lebensmittelabteilung ist dagegen nicht vorgesehen. Auch der Backshop soll umgebaut werden, wobei seine Verkaufsfläche zugunsten der Sitzbereiche um 19 m² verringert wird. Insgesamt würde die Gesamtverkaufsfläche der Immobilie auf ca. 1.640 m² ansteigen. Außerdem sollen neue Lagerflächen am Süden des Gebäudes (für Getränke, Kisten und Leergut) sowie Lager- und Sozialräume an der Nord- und Westseite des Gebäudes (für Lebensmittel) entstehen.

Die geplante Verkaufsflächenerweiterung macht eine Änderung des Bebauungsplans bzw. eine Befreiung erforderlich. Hierzu soll diese Kurzstellungnahme die zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens auf die Ziele der Raumordnung darlegen.

2. Makrostandort Hilders

Die Gemeinde Hilders ist durch ihre **zentrenferne Lage** in der hessischen Rhön geprägt. Im Regionalplan Nordhessen ist Hilders als **Grundzentrum** im ländlichen Raum ausgewiesen, dessen Versorgungsbedeutung sich auf die eigene Gemeinde beschränkt. Die Entfernung zum nächsten Mittelzentrum (Hünfeld beträgt rund 25 km, zum zugeordneten Oberzentrum (Fulda) rund 30 km.

In verkehrlicher Hinsicht ist Hilders über die Bundesstraßen B 278 (Geisa – Bischofsheim an der Rhön) und B 458 (Fulda – Hilders-Batten) sowie die Landesstraße L 3176 (Hünfeld – Hilders – Frankenheim / Rhön) erreichbar. Weitere Landes- und Kreisstraßen binden die Ortsteile und die umliegenden Ortschaften an Hilders an. Bedingt durch die Lage in der hügeligen Rhön und den Verlauf der Täler sind **die meisten Nachbarkommunen recht weit entfernt**. Am nächsten liegt die Stadt Tann (Innenstadt knapp 9 km entfernt vom Kernort Hilders), gefolgt von Hofbieber (Ortskern rund 15 km entfernt).²

In der Marktgemeinde Hilders, die **11 Ortsteile** auf mehr als 70 km² umfasst, leben aktuell **knapp 4.700 Einwohner mit Hauptwohnsitz**³, davon knapp 2.100 EW⁴ im Kernort Hilders.

¹ Alle Angaben jeweils einschließlich Windfang.

² Ermittelt mit Hilfe von www.googlemaps.de; jeweils Distanz zwischen den Ortskernen.

³ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2018; ca.-Wert gerundet.

⁴ Quelle: Gemeinde Hilders, Stand 01.01.2018; ca.-Wert gerundet.

Als staatlich anerkannter Luftkurort hat die Rhöngemeinde auch **touristische Bedeutung** (zuletzt ca. 65.500 Übernachtungen⁵, zusätzlich Tagesbesucher durch das Freizeitbad „Ulsterwelle“ und den Freizeitpark „RhönRäuberPark im nahen Tann). Insgesamt gibt es rund 1.000 Arbeitsplätze⁶.

Die meisten Infrastruktureinrichtungen und Einzelhandelsgeschäfte konzentrieren sich auf den Kernort Hilders, der zentral im Gemeindegebiet liegt. In der traditionellen Ortsmitte von Hilders entlang der Achse Marktstraße – Kirchstraße sind allerdings nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe vorhanden (Textilfachmarkt NKD, Schreibwarenladen, Sanitätsgeschäft, Apotheke, Bäckerei). Der **Versorgungsschwerpunkt** des Grundzentrums liegt mittlerweile ca. 350 m entfernt am Westrand des Kernorts an der B 278 bzw. im Bereich Aue (REWE, Lidl, dm) und Thüringer Straße (Edeka, Tankstelle, Trachten-Boutique). Anzusprechen sind außerdem im Ortsteil Batten eine Aldi-Filiale sowie der Baumarkt / Baustoffhandel Leinweber im dortigen Gewerbegebiet Krautacker.

3. Wettbewerbssituation und vorhabenbezogenes Einzugsgebiet

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Situation sind als **Wettbewerber** primär Lebensmittelmärkte mit ähnlichem Angebotskonzept – in erster Linie Supermärkte mit integriertem Getränkemarkt – sowie eigenständige Getränkeabholmärkte zu betrachten. Die örtliche und überörtliche Wettbewerbssituation an Lebensmittelmärkten in einem Radius bis ca. 10 km ist der Tabelle 1 zu entnehmen. Alle Wettbewerber befinden sich außerhalb zentraler Lagen. Eigenständige Getränkeabholmärkte gibt es im Ortsgebiet von Hilders nicht. Aufgrund ihrer Nähe zum Vorhabenstandort sind EDEKA und Lidl in Hilders als Hauptwettbewerber des Vorhabens einzustufen.

Tabelle 1: Hauptwettbewerber des Vorhabens in Hilders (Lebensmittel- und Getränkemarkte ab ca. 400 m² VK in einer Entfernung von max. 10 km)

Ort	Straße	Betreiber	VK-Größenklasse	Lage	Distanz zum Planstandort
Hilders	Aue	Lidl	400 – 799	Ortsrand	< 1 km
Hilders	Thüringer Straße	EDEKA Rehm	400 – 799	Streulage	< 1 km
Hilders-Batten	Krautacker	Aldi Süd	800 – 1.199	Gewerbegebiet	2 km
Tann-Lahrbach	Eisenacher Straße	Norma	800 – 1.199	Streulage	6 – 7 km
Tann-Wendershausen	Hauptstraße	Getränke Bräuning	400 – 799	Ortsrand	7 – 8 km
Tann	Heidelsteinstraße	EDEKA Wolf	1.200 – 1.499	Streulage	8 – 9 km
Tann	St.-Nikolaus-Weg	tegut	400 – 799	Streulage	9 – 10 km

Quelle: GMA-Erhebungen

Als Wettbewerbsstandorte im weiteren regionalen Umfeld sind die Grundzentren Hofbieber (u. a. EDEKA Fleck, tegut, Logo-Getränkemarkt), Kaltennordheim (v. a. REWE, tegut, Netto), Gersfeld (v. a. EDEKA, REWE) und Fladungen (v. a. REWE) anzusprechen, darüber hinaus auch das Mittelzentrum Hünfeld und das Oberzentrum Fulda (u. a. REWE- und weitere Supermärkte).

⁵ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2018; ca.-Wert gerundet.

⁶ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2018; ca.-Wert gerundet.

Der REWE-Markt am Standort Aue 18 in Hilders befindet sich in Sichtweite von der B 278 sowie in unmittelbarer Nachbarschaft zu einem Lebensmitteldiscounter (Lidl) und einem Drogeriemarkt (dm). Angesichts der attraktiven Angebotskonzentration mit dem Lebensmittelvollsortimenter mit integriertem Getränkemarkt und Backshop davon auszugehen, dass es sich grundsätzlich um einen leistungsfähigen Standort handelt.

Vor der Hintergrund der örtlichen Angebotssituationen bzw. der Erreichbarkeit von Standorten konkurrierender Supermärkte im Umland kann das regelmäßige **Einzugsgebiet** des Hilderser REWE-Markts wie in Tabelle 2 abgegrenzt werden. Insgesamt leben hier derzeit ca. 8.960 Einwohner, davon ca. 52 % in der Standortkommune Hilders. Wegen des durchweg sehr niedrigen Kaufkraftniveaus in der Rhön⁷ errechnet sich für das Einzugsgebiet nur ein vergleichsweise geringes **Kaufkraftpotenzial von ca. 17,2 Mio. € im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel**⁸.

Tabelle 2: Gemeinden, Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des REWE-Markts in Hilders

Zone	Gemeinden	Einwohner (31.12.2018)	Kaufkraftpotenzial in Mio. € (Nahrungs- u. Genussmittel)
I	Hilders	4.690	9,1
II	Oberweid, Frankenheim, Birx, Ehrenberg	4.280	8,1
Einzugsgebiet gesamt		8.960	17,2

Quelle: GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

4. Marktbedeutung und Umsatzerwartung des erweiterten REWE-Markts

Aufgrund der konkreten Wettbewerbssituation in Hilders mit insgesamt 4 Lebensmittelmärkten erscheint aus gutachterlicher Sicht für den REWE-Markt mit einer künftigen Größe von 1.640 m² VK ein Marktanteil von max. 25 % in Hilders erreichbar. Für Kunden aus dem übrigen Einzugsgebiet ist ein Marktanteil von max. 18 % zu veranschlagen, für Streukunden (z. B. Touristen, Arbeitspendler, Zufallskunden aufgrund der Lage der Bundesstraße) unter den gegebenen Standort- und Wettbewerbsbedingungen ein Umsatzanteil von ca. 15 %. Einschließlich Umsätzen mit Nonfood (Anteil bei Supermärkten ca. 15 %) errechnet sich für den erweiterten REWE-Markt in Hilders eine **Umsatzerwartung von ca. 5,1 – 5,2 Mio. €** (vgl. Tabelle 3). Davon dürfte etwa 0,7 – 0,8 Mio. € auf den Getränkemarkt entfallen.

Bei der zukünftigen Verkaufsfläche von ca. 1.640 m² errechnet sich für den gesamten Supermarkt eine Flächenproduktivität von ca. 3.150 € / m² VK. Dies ist für REWE-Märkte ein unterdurchschnittliches Niveau; es begründet sich zum einen durch die geringe Bevölkerungsdichte und die

⁷ Normiert auf den Bundesdurchschnitt (100,0) liegen die Kaufkraftkoeffizienten im Einzugsgebiet zwischen 76,7 (Frankenheim/Rhön) und 90,7 (Ehrenberg/Rhön), d. h. durchweg deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Für die Gemeinde Hilders ist ein Kaufkraftkoeffizient von 87,4 ausgewiesen. Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, Stand 2018.

⁸ Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge in Deutschland (insgesamt, inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk) betragen nach GMA-Berechnungen derzeit ca. 6.035 € pro Jahr und Kopf der Wohnbevölkerung. Auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen davon rund 37 %, d. h. etwa 2.210 € p. a. Das Kaufkraftpotenzial der einzelnen Gemeinden errechnet sich aus der Multiplikation der jeweiligen Einwohnerzahl mit dem lokalen Kaufkraftniveau und dem o. g. Pro-Kopf-Ausgabewert.

niedrige Kaufkraft im Untersuchungsraum, zum anderen durch den verhältnismäßig großen Flächenanteil des Getränkemarkts⁹ (ca. 33 %). Eine höhere Flächenproduktivität erscheint auch wegen der hohen Wettbewerbsintensität am Ort nicht realistisch. Für die künftig ca. 570 m² große Getränkeabteilung errechnet sich eine Flächenleistung von etwa 1.350 € / m² VK.

Tabelle 3: Umsatzerwartung von REWE in Hilders nach Erweiterung auf 1.640 m² VK

Umsatzherkunft	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Hilders	9,1	25 %	2,2 – 2,3	0,4	2,6 – 2,7	52 %
Zone II	8,1	18 %	1,4 – 1,5	0,2 – 0,3	1,7	33 %
Einzugsgebiet ges.	17,2		3,7 – 3,8	0,6 – 0,7	4,4	85 %
Streuumsätze			0,6 – 0,7	0,1	0,7 – 0,8	15 %
Insgesamt			4,4	0,7 – 0,8	5,1 – 5,2	100 %

GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

5. Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens

Für die Beurteilung des Vorhabens ist zu berücksichtigen, dass bei dem Vorhaben eine **Erweiterung eines bestehenden Anbieters** vorliegt. In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass Flächenerweiterungen nicht im selben Maß zu Umsatzzuwächsen führen, insbesondere dann nicht, wenn das Sortiment weitgehend gleich bleibt. Davon ist in diesem Fall auszugehen.

Auch im vorliegenden Fall wird die Vergrößerung der Verkaufsfläche des REWE-Markts um ca. 140 m² (ca. 9 %) nicht zu einer ebenso hohen Umsatzsteigerung führen. Hierbei sind v. a. die Nachfragesituation (geringe Bevölkerungsdichte im Untersuchungsraum, erhebliche Distanzen für die Bewohner anderer Orte zum Vorhabenstandort, eingeschränktes Streukundenpotenzial) sowie auch die lokale und überörtliche Wettbewerbssituation (insbesondere die Nähe zu EDEKA und Lidl; außerdem Konkurrenzstandorte im Umland, z. B. REWE-Märkte in den umliegenden zentralen Orten) zu berücksichtigen. Zudem soll die Erweiterung ausschließlich der Vergrößerung der Getränkeabteilung dienen, die – wegen des hohen Anteils an Kistenware – eine deutlich geringere Flächenproduktivität erzielt als das „normale“ Lebensmittelsortiment. Deshalb ist allenfalls mit mäßigen Umsatzzunahmen zu rechnen.

Aus gutachterlicher Sicht ist davon auszugehen, dass der REWE-Markt in seiner bisherigen Größe eine Umsatzleistung von aktuell ca. 4,9 – 5,0 Mio. € erwirtschaftet (davon ca. 4,2 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln, ca. 0,7 – 0,8 Mio. € mit Nonfood). Für die bisher ca. 430 m² VK große Getränkeabteilung ist eine Umsatzleistung von rund 0,6 Mio. € zu veranschlagen.

⁹ Getränkemarkte erzielen durch ihren hohen Flächenanteil an Getränkekisten, den hierfür erforderlichen breiteren Gängen (zum Rangieren von Einkaufswagen und Palettenhubwagen) und der Leergutannahme eine deutlich niedrigere Flächenproduktivität als die Lebensmittelabteilungen in Lebensmittelmärkten, da in Lebensmittelabteilungen ein stärkerer Warenumsatz und der Verkauf höherpreisiger Waren erfolgt.

Nach Abzug der heutigen Bestandsumsätze verbleibt ein **Anteil von max. 0,2 Mio. €, der aus der Flächenerweiterung des Getränkemarktes resultieren könnte. Nur dieser Umsatzanteil wird wettbewerbswirksam.**

Die **Kaufkraftbewegungen**, die das Vorhaben auslösen wird, werden zu Umsatzverlusten bei anderen Anbietern führen, v. a. bei besonders nahe gelegenen Wettbewerbern mit ähnlichem Angebotskonzept.

In den einzelnen Orten sind folgende Auswirkungen zu erwarten:

- /// In **Hilders** sind Umsatzumverteilungen gegen dortige Wettbewerber in Höhe von unter 0,1 Mio. € absehbar. Die durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote beläuft sich damit auf ca. 1 %.

Umsatzrückgänge sind in erster Linie bei EDEKA und Lidl zu erwarten. Beide Lebensmittelmärkte befinden sich in Ortsrandlage des Kernorts und sind dort als strukturprägende Anbieter einzuordnen (ebenso wie REWE). Angesichts der geringen Höhe der Umsatzverluste sind keine Bestandsgefährdungen aus dem Vorhaben abzuleiten.

Da sich innerhalb der traditionellen Ortsmitte von Hilders keine unmittelbaren Wettbewerber für das Vorhaben (Lebensmittel- oder Getränkemarkte) befinden, sind dort auch keine unmittelbaren Auswirkungen absehbar. In den Ortsteilen sind keine Auswirkungen mehr nachweisbar, die wesentlich für die Nahversorgungsstruktur sind.

- /// Umsatzrückgänge könnten in geringerem Umfang auch bei Getränke Bräuning und bei EDEKA in **Tann** eintreten, wodurch diese hinreichend leistungsstarken Anbieter aber nicht in ihrem Bestand gefährdet werden. Die übrigen im Stadtgebiet ansässigen Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (z. B. Norma und tegut, Bäckereien, Metzgereien, Hofläden, Tankstellen) werden nicht betroffen sein, da hier kaum Sortimentsüberschneidungen und zumeist bereits deutlich weitere Entfernungen bestehen. Insgesamt werden sich die Umsatzumverteilungen gegen Wettbewerber in Tann auf unter 0,1 Mio. € belaufen. Hieraus errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von unter 1 %. Beeinträchtigungen der zentralen Lage in der Stadtmitte von Tann oder Gefährdungen von strukturprägenden Anbietern sind nicht zu erkennen. Dies trifft auch auf den Norma-Markt im Stadtteil Lahrbach zu, der selbst erst vor Kurzem modernisiert und vergrößert wurde.

- /// Weitere Teile der Umsatzverluste beziehen sich auf größere Vollsortimenter in Hünfeld und Fulda, zu denen ein Teil der Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet abfließt (v. a. von Arbeitspendlern), sowie auf auswärtige Standorte (Umsatzanteile von Touristen). Sie sind aber bereits so gering, dass sie mit den Methoden der empirischen Marktforschung nicht mehr seriös bestimmbar sind.

6. Fazit der Auswirkungsanalyse

Unter Berücksichtigung der vorliegenden Planungs-, Standort-, und Wettbewerbsbedingungen sind aus der beantragten Erweiterung des bestehenden REWE-Supermarkts am Standort Aue 18 in Hilders keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen oder auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune Hilders oder in benachbarten Gemeinden absehbar. Wesentlich für diese Einschätzung ist, dass es sich bei dem Vorhaben nur um eine sehr moderate Erweiterung (ca. 140 m² VK, d. h. + 9 %) handelt. Die Erweiterung bezieht sich ausschließlich auf die integrierte Getränkeabteilung, die in ihrer Konzeption als Getränkeabholmarkt nur eine geringe Flächenproduktivität erwarten lässt. Insgesamt ist aus dem Vorhaben nur ein Mehrumsatz von max. 0,2 Mio. € abzuleiten, der gegenüber konkurrierenden Anbietern wettbewerbswirksam wird.

Das Erweiterungsvorhaben ist vielmehr als standortsichernde Maßnahme für einen langjährig bestehenden Lebensmittelmarkt zu interpretieren, der wesentliche Versorgungsfunktionen für das Grundzentrum Hilders übernimmt.