



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

FORTSCHREIBUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES FÜR DIE STADT TRIER

Gutachterliche Stellungnahme zur Realisierung eines stadtteilübergreifenden Nahversorgungszentrums im Trierer Süden auf dem ehemaligen Kasernenareal ‚Castelnau‘

CIMA Beratung + Management GmbH
Eupener Str. 150
50933 Köln

Tel.: 0221-937 296 20
Fax: 0221-937 296 21
E-Mail: cima.koeln@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeiter:
Dipl.-Geogr. Michael Karutz



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

Köln, im Mai 2011

© CIMA Beratung + Management GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALT

1	AUFGABENSTELLUNG	5			
2	STANDORTBEWERTUNG ZUR REALISIERUNG EINES STADTTEILÜBERGREIFENDEN NAHVERSORGUNGSZENTRUMS AUF DER KONVERSIONSFLÄCHE ‚CASTELNAU‘	7			
3	ZUR AKTUELLEN SITUATION DER NAHVERSORGUNG IN DER STADT TRIER	10			
3.1	Gesamtstädtischer Überblick	10			
3.2	Nahversorgungsstrukturen im Einzugsbereich des projektierten Nahversorgungszentrums	15			
4	UMSATZERWARTUNG UND AUSWIRKUNGSANALYSE ZUR REALISIERUNG EINES NAHVERSORGUNGSZENTRUMS IM STANDORTBEREICH ‚CASTELNAU‘	17			
4.1	Vorbemerkungen	17			
4.1.1	Ableitung der betriebsformentypischen bzw. warengruppenspezifischen Umsatzerwartungen	17			
4.1.2	Ermittlung der ökonomischen Umsatzverlagerungseffekte	17			
4.2	Variante 1: Nahversorgungszentrum mit einer Verkaufsflächendimensionierung von 5.000 m ² Verkaufsfläche (Ausgangsvariante des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Trier)	19			
4.2.1	Auswirkungen im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘	20			
4.2.2	Auswirkungen im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘	22			
4.3	Variante 2: Nahversorgungszentrum mit einer Verkaufsflächendimensionierung von 4.000 m ² Verkaufsfläche	23			
4.3.1	Auswirkungen im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘	24			
4.3.2	Auswirkungen im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘	25			
4.4	Ergänzender Einzelhandel	26			
5	BENCHMARKVERGLEICHE ZU STADTTEIL ÜBERGREIFENDE NAHVERSORGUNGSZENTREN	27			
5.1	Dimensionierung und Branchenmix	27			
5.2	Nahversorgungszentren und demographischer Wandel	28			
5.3	‚Best Practice‘ – Beispiele für die Ausschöpfung von erheblichen topographischen Geländesprüngen	28			

ABBILDUNGEN

Abb. 1: Konversionsareal Castelnau	7	Abb. 11: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ bei Dimensionierung eines Drogeriefachmarktes mit 600 m ² Verkaufsfläche	22
Abb. 2: Standortfaktorenbewertung für das Projektareal ‚Castelnau‘	8	Abb. 12: Umsatzerwartung eines Nahversorgungszentrums auf ‚Castelnau‘ mit einer Verkaufsfläche von 4.000 m ²	23
Abb. 3: Kaufkraftstrombilanz für die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in der Stadt Trier	10	Abb. 13: Herkunft der Umsatzerwartung für das Sortiment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit 4.000 m ² Verkaufsfläche	24
Abb. 4: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in der Stadt Trier	11	Abb. 14: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung eines Nahversorgungszentrums mit 4.000 m ² Verkaufsfläche	25
Abb. 5: Nahversorgung und fußläufige Einzugsbereiche	14	Abb. 15: Benchmarkvergleich Nahversorgungszentren	27
Abb. 6: Angebots- und Nachfragestrukturen in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ im Naheinzugsbereich eines potentiellen Stadtteil übergreifenden Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘	15	Abb. 16: ‚Best Practice‘ – Beispiele Nümbrecht und Wiehl	28
Abb. 7: Angebots- und Nachfragestrukturen in der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ im Naheinzugsbereich eines potenziellen Stadtteil übergreifenden Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘	15		
Abb. 8: Umsatzerwartung eines Nahversorgungszentrums auf ‚Castelnau‘ mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m ²	19		
Abb. 9: Herkunft der Umsatzerwartung für das Sortiment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit 5.000 m ² Verkaufsfläche	20		
Abb. 10: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung eines Nahversorgungszentrums mit 5.000 m ² Verkaufsfläche	21		

1 AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Trier hat im Jahr 2006 auf Basis der gutachterlichen Begleitung der CIMA GmbH in ihrer gemeinsamen Kooperation mit dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Trier die erste Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Trier verabschiedet. Im Mittelpunkt der Fortschreibung stand die konkrete Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmenempfehlungen. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde vom ‚Runden Tisch Einzelhandel‘ mit relevanten Akteuren aus Politik, Handel und Trägern öffentlicher Belange (Einzelhandelsverband, IHK, HWK) begleitet. CIMA GmbH und das Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Trier verstehen diese Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes als gemeinsames Werk.

Darüber hinaus wurde eine Hierarchie von Zentren mit unterschiedlichen Versorgungsfunktionen abgeleitet sowie die Trierer Liste zentrenrelevanter Sortimente definiert.

Der fortschreitende Strukturwandel im Einzelhandel, neue landesplanerische Rahmenbedingungen mit der Verabschiedung des Landesentwicklungsplanes Rheinland-Pfalz (LEP IV) sowie ein sich verschärfender regionaler Wettbewerb und die zunehmenden gesellschaftlichen Veränderungen aufgrund des demographischen Wandels machen mittlerweile eine **erneute (Teil)fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Trier** erforderlich.

In der zweiten Jahreshälfte des Jahres 2010 hat die CIMA Beratung + Management GmbH bereits die Einzelhandelsbestandsdaten und Marktpotenzialdaten für den Trierer Einzelhandel in Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik fortgeschrieben. Als Ergebnis konnte festgehalten werden, dass der Trierer Einzelhandel zwar seine hervorragende Marktposition in der Region gehalten hat, aber sich in keinem Segment hat besonders zusätzlich profilieren können. Einzelhandelsfehlsteuerungen haben sogar dazu geführt,

dass die Trierer City sowohl in Bezug auf die Verkaufsflächen-, als auch die Umsatzentwicklung, Anteile verloren hat. Maßgebliche Bedeutung hatte der anhaltende Ansiedlungsdruck von Verbrauchermärkten, Lebensmitteldiscountern und Fachmärkten in Trier-West. In Bezug auf die Nahversorgung in den Stadtteilen der Stadt Trier konnten bestehende Angebotsdefizite im südlichen Stadtgebiet bisher nicht abgebaut werden und auch das Versorgungsniveau im Raum Ehrang-Pfalzel-Biewer-Quint ebenfalls nicht nachhaltig ausgebaut werden. Dieser Befund steht in engen Zusammenhang mit der bisher nicht erfolgten weiteren Umsetzung von stadtteilübergreifenden Nahversorgungszentren.

Die Realisierung eines stadtteilübergreifenden Nahversorgungszentrums für die Stadtteile Feyen und Weismark war eine maßgebliche Handlungsempfehlung aus dem vorliegenden Einzelhandelskonzept für die Stadt Trier.

Erste Planungskonzeptionen der EGP (Entwicklungsgesellschaft Petrisberg mbH) sehen die Realisierung eines Nahversorgungszentrums mit einer Verkaufsfläche von rd. 5.000 m² Verkaufsfläche vor. Der Dimensionierungsvorschlag von einer Gesamtverkaufsfläche von 5.000 m² wurde ausdrücklich vom Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Trier in die Diskussion eingebracht. Darunter sind ein Lebensmittelvollsortimenter (rd. 2.000 m² Verkaufsfläche), ein Lebensmitteldiscounter (rd. 1.000 m² Verkaufsfläche) und ein Drogeriefachmarkt (rd. 600 m² Verkaufsfläche) vorgesehen. Die restliche Verkaufsfläche soll mit kleinflächigem Facheinzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten einen attraktiven Branchenmix ergänzen.

Das zu etablierende Nahversorgungszentrum soll nachhaltig attraktiv sein und die Herausforderungen des demographischen Wandels bestehen können. Die CIMA GmbH leitet entsprechende Kriterien ab und dokumentiert Beispiele zu attraktiven Nahversorgungszentren. Neben den Grundbausteinen Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt werden insbesondere Konzepte zu den ergänzend zu etablierenden Facheinzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen dokumentiert.

Die CIMA GmbH hat zur Lösung der Aufgabenstellung die Marktrahmendaten der Nahversorgung für das Jahr 2011 aktualisiert. Auf Basis der stadtteilbezogenen Handelszentralitäten in den Warengruppen ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ sowie ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ werden die Umsatzverlagerungseffekte abgeleitet. Die Erreichbarkeit und die Attraktivität relevanter Nahversorgungsstandorte in der Stadt Trier sind maßgeblich entscheidend für die zu ermittelnden Umsatzerwartungen.

Die CIMA GmbH bewertet durch Standortbewertungen ‚vor Ort‘ und Analyse der Planungsunterlagen die Standortrahmenbedingungen für das zu etablierende Nahversorgungszentrum. Für die einzelnen Projektbausteine werden die absatzformenspezifischen Umsatzerwartungen abgeleitet.

2 STANDORTBEWERTUNG ZUR REALISIERUNG EINES STADTTEILÜBERGREIFENDEN NAHVERSORGUNGSZENTRUMS AUF DER KONVERSIONSFLÄCHE ‚CASTELNAU‘

Das stadtteilübergreifende Nahversorgungszentrum soll auf der Konversionsfläche der ehemaligen Kaserne ‚Castelnau‘ realisiert werden. Das Areal befindet sich in einer Hanglage zwischen den Straßenzügen ‚Pellinger Straße‘, ‚Am Sandbach‘ und ‚Zum Pfahlweiher‘. Der einst militärisch abgeschottete Bereich öffnet sich jetzt zu den angrenzenden Wohngebietslagen. Vielmehr wächst die Wohnbebauung derzeit auf das Kasernenareal zu. Grundsätzlich kann mit der Realisierung von neuen Wohnbauflächen auf dem Kasernenareal und der Etablierung eines Nahversorgungszentrums von einer städtebaulich gut integrierter Standortlage gesprochen werden. Der Standortbereich wird fußläufig und mit dem Fahrrad (unter Berücksichtigung der topographischen Gegebenheiten) gut erreichbar sein.

Für den motorisierten Individualverkehr von außerhalb des Quartiers liegt keine optimale Verkehrsanbindung vor. Der Standort erschließt sich erst von einem Abzweig der ‚Pellinger Straße‘ von der Hauptverkehrsachse B 268, die dann am Moselufer auf die B 51 (Saarbrücken – Konz – Trier – Bitburg) trifft. Ein Sichtkontakt zu den Hauptverkehrsachsen ist kaum realisierbar.

Das Projektareal ist insgesamt als eine integrierte wohnstandortbezogene Versorgungslage einzuordnen. Für den Naheinzugsbereich mit den Trierer Stadtteilen Feyen und Weismark sowie auch Alt- und Neu-Heiligkreuz besteht eine akzeptable Anbindung. Vor dem Hintergrund der Erfordernisse guter städtebaulicher Integration und unmittelbarer Lagebezug zu Wohngebieten lässt sich zur Realisierung eines stadtteilübergreifenden Nahversorgungszentrums im südlichen Stadtgebiet von Trier kein günstigerer Standort finden.

Mit der Realisierung eines Nahversorgungszentrums mit Frischemarkt, Lebensmitteldiscounter und Drogeriefachmarkt wird erstmalig ein attraktives Nahversorgungsangebot für Feyen und Weismark geschaffen. Das bisherige Angebot besteht in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ im Segment des Ladenhandwerks und einzelner Getränkemärkte. Hieraus resultiert eine gewisse ‚Alleinstellung‘ des Nahversorgungszentrums, die auch die weniger günstige Verkehrsanbindung relativiert.

Abb. 1: Konversionsareal Castelnau



Abb. links oben: Hauptzufahrt zum Kasernenareal; Abb. oben rechts: Sichtwirkung bei Zufahrt aus Richtung ‚Am Sandbach / Zum Pfahlweiher‘; Abb. links unten: Randbebauung im Standortbereich ‚Zum Pfahlweiher‘; Abb. unten rechts: Blick von der Arealgrenze in Richtung der zuwachsenden Neubausiedlung

Abb. 2: Standortfaktorenbewertung für das Projektareal ‚Castelnau‘

Standortfaktoren	--	-	O	+	++	Bemerkungen
Verkehr				X		gute Rahmenbedingungen; optimale Ausschilderung von B 268 erforderlich
Fußläufige Erreichbarkeit Fahrraderreichbarkeit				X		unmittelbare Quartiersanbindung gegeben. Aufgrund unmittelbarer Anbindung von quartierserschließenden Straßen auch gute Anbindung für Fahrradfahrer
Erreichbarkeit für den MIV			X			Stichstraße ('Pellinger Straße') zur B 268; keine unmittelbare Lage an der Hauptverkehrsachse - kein unmittelbarer Sichtkontakt zur B 268
Parkmöglichkeiten				X		ausreichend Stellplätze für Betreiberkonzept auf dem Standortareal gestaltbar.
Erreichbarkeit mittels ÖPNV			X	X		Linienführung der Stadtbuslinie ist auf Anbindung an das Stadtteilzentrum zu optimieren!
Taktfrequenz des ÖPNV				X		gut: 20 - Minuten-Takt Hbf-Feyen zu Hauptverkehrszeiten
Standortumfeld / Integration				X		gute städtebauliche Integration
Städtebauliche Integration				X		zentrale Lage im Wohnsiedlungsbereich
Nahpotenzial				X		In den Stadtteilen Feyen und Weismark gesunde Nachfrageplattform mit rd. 5.740 Einwohnern; zusätzlich anrechenbar 50% des Einwohnerpotenzials aus Alt- / Neu-Heiligkreuz mit rd. 3.350 Einwohnern
Kopplungspotenziale Versorgen		X				bisher kein relevantes Nahversorgungsangebot vorhanden; Attraktivität wird erst durch das 'neue' Nahversorgungszentrum geschaffen
Kopplungspotenziale Arbeitsplätze			X			keine unmittelbare Nähe zu Gewerbegebieten oder Dienstleistungsstandorten mit hohem Arbeitskräftepotenzial; jedoch über B 51 gute Anbindung nach Luxemburg (attraktive Wohnlage für Pendler)
Wettbewerb					X	Alleinstellung des 'neuen' Nahversorgungszentrums, da bisher attraktive Angebote fehlen
Angebotsqualität			X	X		bisher mäßig (nur Getränkemärkte und Ladenhandwerk); Nahversorgungszentrum schafft erst qualifiziertes Angebot
Immobilientechnische Faktoren			X			Schwierige, aber beherrschbare topographische Lage; Flächenpotenziale erlauben Realisierung eines nachhaltig leistungsstarken Nahversorgungszentrums
Verkaufsflächenzuschnitte Gebäude- / Flächenausnutzung				X		Gesamtfläche erlaubt Realisierung optimaler Dimensionierungskonzepte
Branchenmix				X		vor dem Hintergrund des vorhandenen Nachfragevolumens breites Nahversorgungsangebot darstellbar
Ladendesign / Gestaltung			X			topographische Lage erfordert ggf. zweigeschossige Arrangements

Das vorgesehene Projektareal erlaubt grundsätzlich eine tragfähige Dimensionierung mit einer Gesamtverkaufsfläche von 5.000 m². Aufgrund der topographischen Verhältnisse sind bei der Projektrealisierung auch zweigeschossige Lösungen mit unterschiedlicher Erschließung der Ebenen anzudenken.¹

Alles in allem sind die topographischen Verhältnisse jedoch als beherrschbar einzuordnen.

¹ Auf ‚Best Practice‘-Beispiele wird in Abschnitt 5.3 verwiesen.

3 ZUR AKTUELLEN SITUATION DER NAHVERSORGUNG IN DER STADT TRIER

3.1 Gesamtstädtischer Überblick

Die CIMA Beratung + Management GmbH hat die im November 2010 vorgelegte Marktdatenanalyse zur Situation des Einzelhandels in der Stadt Trier in Bezug auf die Warengruppe ‚Lebensmittel und Reformwaren‘ aktualisiert². Maßgebliche Relevanz hat der leichte Zuwachs im einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ von 199,6 Mio. € auf 203,7 Mio. €. Dies resultiert sowohl aus einem steigenden Verbrauchsausgabensatz je Einwohner als auch einem Anstieg der Einwohnerzahlen in der Stadt Trier. Das steigende Nachfragevolumen ist überwiegend in den leistungsstarken Nahversorgungsagglomerationen Trier-West, Nell’s Park (RATIO) und Tarforst aufgefangen worden.

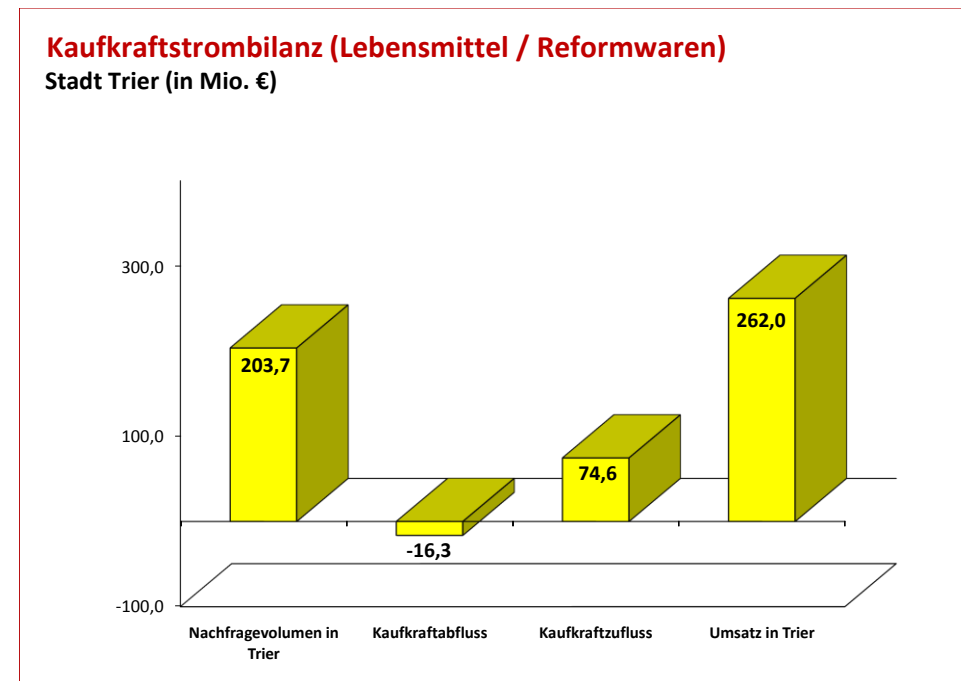
Der Lebensmitteleinzelhandel in Trier realisiert derzeit auf einer Verkaufsfläche von 49.460 m² einen Einzelhandelsumsatz von 262,0 Mio. €. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner liegt bei 0,47 m². Sie liegt damit im Bereich des Bundesdurchschnittes von mittlerweile 0,45 m² je Einwohner.

Gesamtstädtisch realisiert der Lebensmitteleinzelhandel in Trier eine Handelszentralität von 129. Einem Einzelhandelsumsatz von 262,0 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 203,7 Mio. € gegenüber.

² Vgl. CIMA GmbH: Auswertung der Einzelhandelsbestandserhebung und Kaufkraftanalysen für die Stadt Trier. Köln, Dezember 2010

Die nachfolgende Abb. 3 dokumentiert die derzeitigen Kaufkraftströme in der Stadt Trier in Bezug auf den Lebensmitteleinzelhandel.

Abb. 3: Kaufkraftstrombilanz für die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in der Stadt Trier



© CIMA GmbH 2010

Einem Kaufkraftzufluss aus dem Umland von 74,6 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 16,3 Mio. € gegenüber. Demensprechend liegt der Umsatzanteil des Kaufkraftzuflusses bei 28,5 %. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf lediglich 8,0 % des in der Stadt Trier vorliegenden warengruppenspezifischen Nachfragevolumens.

Abb. 4: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in der Stadt Trier

Stadtteile	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Altstadt	58,1	17,7	329	40,4
Nells Ländchen	40,7	8,5	477	32,2
Maximin	20,5	17,1	120	3,4
Barbara	1,8	8,2	22	-6,4
Matthias	11,9	9,2	129	2,7
Ehrang	15,1	13,9	109	1,2
Quint	0,3	3,0	10	-2,7
Pfalzel	2,1	6,5	32	-4,4
Ruwer	2,7	5,4	50	-2,7
Eitelsbach	0,4	0,5	77	-0,1
Biewer	2,1	3,5	59	-1,4
Pallien	0,0	2,8	0	-2,8
Trier-West	40,0	10,4	385	29,6

Stadtteile	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Euren	9,0	7,7	117	1,3
Zewen	10,7	6,8	156	3,9
Alt-Kürenz	4,0	7,1	56	-3,1
Neu-Kürenz	6,4	11,2	57	-4,8
Gartenfeld	3,0	5,5	54	-2,5
Olewig	2,5	6,4	39	-3,9
Tarforst	14,0	13,6	103	0,4
Filsch	0,0	1,6	0	-1,6
Irsch	0,4	4,8	8	-4,4
Kernscheid	0,0	1,9	0	-1,9
Alt-Heiligkreuz	10,7	4,7	225	6,0
Neu-Heiligkreuz	0,2	8,4	2	-8,2
Mariahof	1,6	6,3	25	-4,7
Weismark	1,1	5,7	19	-4,6
Feyen	2,7	5,1	52	-2,4
Stadt Trier	262,0	203,7	129	58,3

Quelle: CIMA Kaufkraftanalysen und Bestandserhebungen 2010 / 2011

Die vorstehende Abb. 4 dokumentieren die Handelszentralitäten in den Stadtteilen der Stadt Trier in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘. Der warengruppenspezifische Einzelhandelsumsatz in den jeweiligen Stadtteilen wird dem warengruppenspezifischen Nachfragevolumen in den jeweiligen Stadtteilen gegenüber gestellt.

Da die Konsumenten in Bezug auf die Nahversorgung sich ‚multioptional‘ verhalten, dass heißt sowohl beim ‚Nahversorger‘ im Quartier einkaufen, ihren Bedarf im bequem mit den Pkw zu erreichenden Lebensmitteldiscounter decken und bei Großeinkäufen gelegentlich SB-Warenhäusern anfahren oder ihren Bedarf beim Berufspendeln andernorts decken, sind stadtteilspezifische Handelszentralitäten von bereits über 70 als Beleg für eine gute Stadtteil bezogene Nahversorgung einzuordnen.

Für das Stadtgebiet von Trier sind folgende Befunde maßgeblich relevant:

- In den Stadtteilen ‚Altstadt‘, ‚Nells Ländchen‘ und ‚Trier-West‘ liegen die Stadtteil spezifischen Handelszentralitäten bei weit über 300. Diese Stadtteile übernehmen im Stadtgebiet gesamtstädtische Versorgungsfunktion. Die höchste Kaufkraftbindung realisieren die jeweils etablierten SB-Warenhäuser. KAUFLAND in der Altstadt, KAUFLAND und EDEKA in Trier-West, RATIO in Nells Ländchen . Der Standortbereich EDEKA, MÖBEL FESSER und ergänzende Facheinzelhandelslage an der Eurenener Straße kann als integriertes Stadtteilzentrum mit Stadtteil übergreifender Nahversorgung aufgefasst werden.
- Mit dem an der Gottbillstraße etablierten REAL SB-Warenhaus erreicht der Stadtteil Zewen ebenfalls eine sehr hohe Handelszentralität von 156. Er bindet Kaufkraft aus dem deutsch-luxemburgischen Grenzraum sowie dem gesamten südlichen Siedlungsbereichen zwischen Pallien und Zewen.
- Der Stadtteil Tarforst realisiert im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 103. Er übernimmt damit auch Stadtteil übergreifende Versorgungsfunktion für die Stadtteile Olewig, Filsch, Irsch und Neu-Kürenz. Potenzial zur Attraktivitätssteigerung ist in noch begrenztem Umfang gegeben. Eine optimale Stadtteil übergreifende Nahversorgung wäre bei einer Handelszentralität zwischen 105 und 115 gegeben. Arrondierungspotenziale am bestehenden Nahversorgungszentrum oder in einem zuzuordnenden ergänzenden Standortbereich sind gegeben.
- Der Stadtteil ‚Ehrang‘ realisiert in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 109. Er erfüllt bereits heute Stadtteil übergreifende Nahversorgung für die Stadtteile Pfalzel, Biewer und Quint. Ein Entwicklungskorridor bis zu einer Handelszentralität von rd. 120 sollte gegeben sein.
- Die Stadtteile ‚Alt-Heiligkreuz‘ und ‚Neu-Heiligkreuz‘ realisieren im Verbund in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 83. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 10,9 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 13,1 Mio. € gegenüber. In Heiligkreuz liegt somit ein angemessenes Nahversorgungs-niveau vor.
- Die Stadtteile ‚Barbara‘ und ‚Matthias‘ realisieren im Verbund in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 79. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 13,7 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 17,4 Mio. € gegenüber. Somit liegt auch für diese beiden im Zusammenhang zu bewertenden Stadtteile ein angemessenes Nahversorgungs-niveau vor.

- Der Stadtteil ‚Euren‘ realisiert in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 117. Damit liegt ein gutes Nahversorgungsangebot vor. Es werden sogar leichte Kaufkraftzuflüsse ‚von außen‘ realisiert.
- Deutliche Nahversorgungsdefizite liegen für die Stadtteile ‚Mariahof, Feyen und Weismark‘ vor. Die Handelszentralitäten liegen bei deutlich unter 60. Für diesen Siedlungsraum könnte ein Stadtteil übergreifendes Nahversorgungszentrum Abhilfe schaffen. Dieses Nahversorgungszentrum müsste gut mit dem ÖPNV aus den zu versorgenden Stadtteilen vernetzt sein.
- In den Stadtteilen ‚Alt-Kürenz‘ und ‚Gartenfeld‘ signalisieren Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ von 57 bzw. 62 ein suboptimales Nahversorgungsangebot.
- Quint, Eitelsbach, Irsch, Filsch, Biewer, Kernscheid und Pallien werden aufgrund der ‚vor Ort‘ nur niedrigen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumina von unter 5,0 Mio. € langfristig nur durch eine rudimentäre ergänzende Nahversorgung geprägt sein, die sich im Wesentlichen auf Ladenhandwerk und das ‚Kiosksegment‘ stützt.
- In den Stadtteilen Pfalzel, Ruwer, Olewig, Mariahof und Zewen können die integrierten Ortskernlagen noch eine ergänzende Nahversorgungsfunktion mit mindestens einen kleineren Frischemarkt oder Lebensmitteldis-

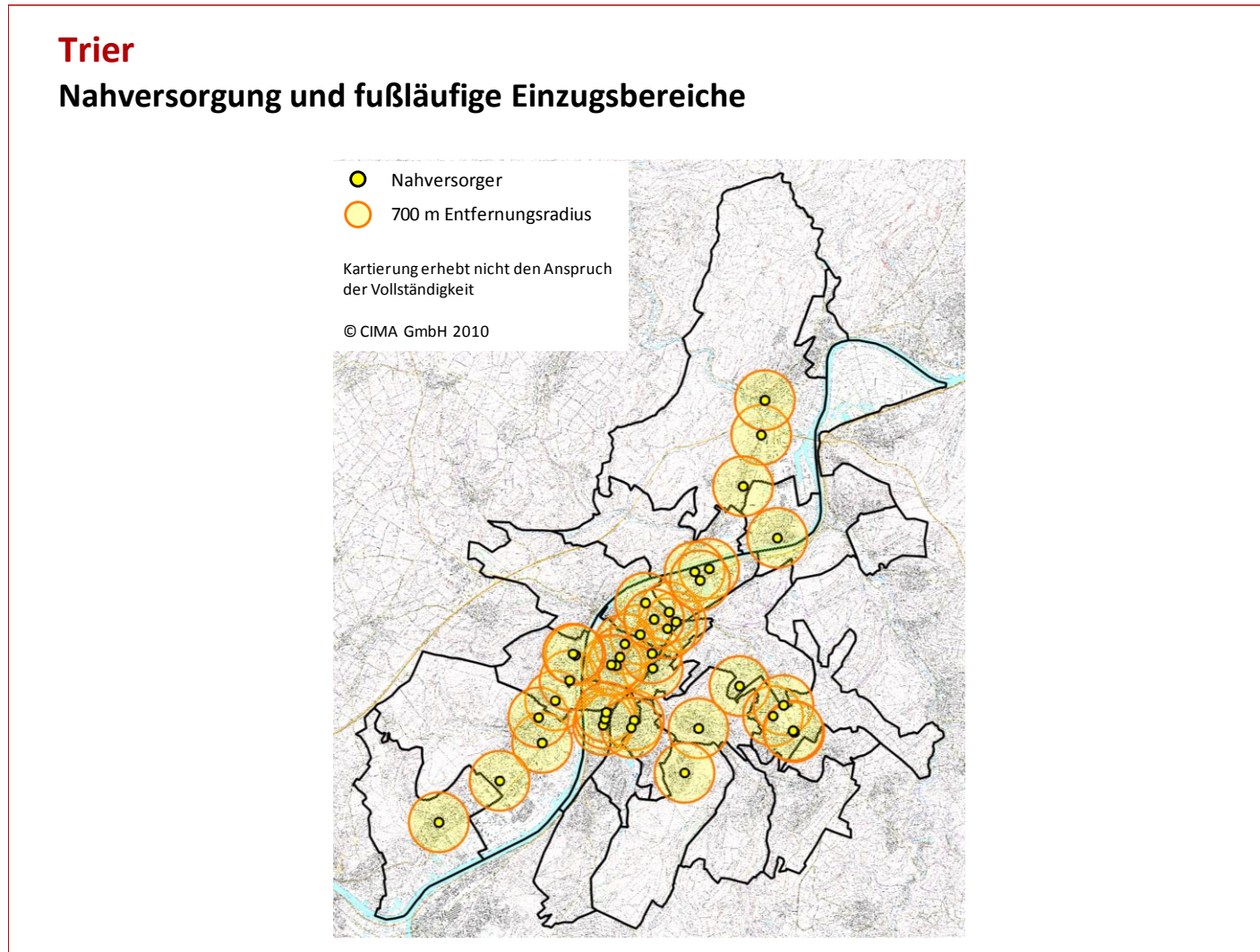
counter übernehmen. Die Handelszentralitäten liegen zwischen 40 und 60³.

Die nachfolgende Abb. 5 dokumentiert die Standorte der Lebensmittelnahversorger in Tier und ihre 700 m Einzugsbereiche. Grundsätzlich zeigt sich eine mehr als zufriedenstellende Abdeckung im Stadtgebiet. Als Handlungsbedarf abzuleiten sind aus dieser kartographischen Darstellung:

- Optimierung des Nahversorgungsangebotes im Bereich Feyen, Weismark. Aus beiden Stadtteilen liegt die Erreichbarkeit des nächsten Marktes bei über 700 m Entfernung.
- Fehlende Nahversorgungsangebote in Pallien und Biewer sowie Ruwer und Eitelsbach sowie den Stadtteilen Irsch, Filsch, Kernscheid südlich von Tarforst und Olewig.

³ Diese Werte würde auch Zewen realisieren, wenn die nicht integrierten Gewerbegebietslagen heraus gerechnet würden.

Abb. 5: Nahversorgung und fußläufige Einzugsbereiche



3.2 Nahversorgungsstrukturen im Einzugsbereich des projektierten Nahversorgungszentrums

Als Kerneinzugsbereich des projektierten Nahversorgungszentrums sind die Stadtteile Feyen und Weismark anzusehen. Sie beherbergen zusammen 5.740 Einwohner. Zusätzlich dürfte rd. die Hälfte der Bevölkerung in den Stadtteilen Alt- und Neu-Heiligkreuz auf das Stadtteil übergreifende Nahversorgungszentrum in Feyen zu orientieren sein. Dementsprechend kann im Kerneinzugsbereich von einer Nachfrageplattform von rd. 9.000 Einwohnern ausgegangen werden. Darüber hinaus werden Kaufkraftzuflüsse aus der Verbandsgemeinde Konz zu realisieren sein.

Abb. 6: Angebots- und Nachfragestrukturen in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ im Naheinzugsbereich eines potentiellen Stadtteil übergreifenden Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘

Stadtteile	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Weismark	1,1	5,7	19	-4,6
Feyen	2,7	5,1	52	-2,4
Alt-Heiligkreuz	10,7	4,7	225	6,0
Neu-Heiligkreuz	0,2	8,4	2	-8,2
Einzugsbereich insgesamt	14,7	24,0	61	-9,3

Quelle: CIMA Kaufkraftanalysen und Bestandserhebungen 2010 / 2011

Im Naheinzugsbereich des Projektvorhabens resultiert für die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 61. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 14,7 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 24,0 Mio. € gegenüber. Im Saldo liegt ein Kaufkraftabfluss von 9,3 Mio. € vor. Das Versorgungsangebot wird bisher nahezu ausschließlich durch das Nahversorgungszentrum ‚Heiligkreuz‘ mit EDEKA Frischemarkt, ALDI Lebensmitteldiscounter und ‚dm‘-Drogeriefachmarkt im Standortbereich Wisportstraße / Rotbachstraße. Alles in allem resultiert eine Angebotslücke im Naheinzugsbereich, die durch Realisierung eines ergänzenden Nahversorgungszentrums geschlossen werden könnte.

Abb. 7: Angebots- und Nachfragestrukturen in der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ im Naheinzugsbereich eines potentiellen Stadtteil übergreifenden Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘

Stadtteile	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Weismark	0,0	2,3	0	-2,3
Feyen	0,0	2,1	0	-2,1
Alt-Heiligkreuz	5,0	1,9	257	3,1
Neu-Heiligkreuz	1,4	3,4	41	-2,0
Einzugsbereich insgesamt	6,4	9,8	65	-3,4

Quelle: CIMA Kaufkraftanalysen und Bestandserhebungen 2010 / 2011

In der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ liegt derzeit in den Stadtteilen Feyen und Weismark kein Angebot vor. Die am nächsten liegenden Angebote bieten eine Apotheke und der ‚dm‘ – Drogeriefachmarkt in Heilgkreuz. Im Naheinzugsbereich insgesamt beläuft sich die Handelszentralität insgesamt auf 65. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 6,4 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 9,8 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss per Saldo beläuft sich auf 3,4 Mio. €. Auch in diesem Segment zeichnet sich somit eine Relevante Angebotslücke ab.

4 UMSATZERWARTUNG UND AUSWIRKUNGSANALYSE ZUR REALISIERUNG EINES NAHVERSORGUNGSZENTRUMS IM STANDORTBEREICH ‚CASTELNAU‘

4.1 Vorbemerkungen

4.1.1 Ableitung der betriebsformentypischen bzw. warengruppenspezifischen Umsatzerwartungen

Die nachfolgend abgeleiteten Umsatzerwartungen berücksichtigen Standortlage, Einzugsbereich und regionale Wettbewerbssituation. Hinsichtlich der potenziellen Betreiber wird von leistungsstarken Frischemarktkonzepten der Unternehmen REWE, EDEKA und WASGAU ausgegangen. Im Segment der Lebensmitteldiscounter wird von einem Hartdiscounterkonzept wie LIDL oder ALDI ausgegangen. Im Segment der Drogeriefachmärkte gehen wir von ROSSMANN oder ‚dm‘ aus.

4.1.2 Ermittlung der ökonomischen Umsatzverlagerungseffekte

Die Prognose der Umsatzverlagerungen innerhalb der Einzelhandelsstrukturen im Stadtgebiet von Trier bei Realisierung eines Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘ und die Kaufkraftbindung aus dem benachbarten Konz geht auf den ökonomischen Modellansatz von HUFF zurück. In die Berechnungen fließen die Attraktivität aller konkurrierenden Einzelhandelsstandorte sowie das Abwägen des Zeitaufwandes zum Aufsuchen von unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten ein. Voraussetzung für die Entwicklung

eines für die Region spezifischen Verhaltensmodells war die detaillierte Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Trier und die Einschätzung der Attraktivität konkurrierender Nahversorgungslagen..

Die CIMA GmbH interpretiert das HUFF-Modell als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird. So sind z.B. spezifische Vorlieben für einzelne Betriebstypen und Anbieter (z.B. Oligopol- oder Monopolvorteile einzelner Betreiber) regionalspezifisch zu berücksichtigen. Darüber hinaus sind etablierte regionale und überregionale Pendlerverflechtungen zu berücksichtigen.

Bei den nachfolgend gerechneten Umverteilungswirkungen wurden folgende Prämissen berücksichtigt:

- **Gleichartige Betriebskonzepte und Absatzformen stehen intensiver im Wettbewerb als unterschiedliche Absatzformenkonzepte.** Somit konkurriert ein SB-Warenhaus zunächst unmittelbar mit benachbarten SB-Warenhausstandorten; ein Lebensmitteldiscounter unmittelbar mit benachbarten Lebensmitteldiscountern. In Bezug auf die Angebotsstrukturen in den betroffenen benachbarten Nahversorgungslagen sind die Verbrauchermarkt- und Discounterstandorte in Heiligkreuz (EDEKA / ALDI), Trier-West (EDEKA, KAUFLAND, ALDI, LIDL), der Innenstadt (KAUFLAND, REWE), Zewen (REAL), Euren (NETTO) vorrangig relevant.
- **Besteht ein erheblicher Unterschied in der örtlichen Angebotsqualität vor und nach Realisierung des Projektvorhabens, so kann es schneller zu einem ‚Rutschbahneffekt‘ mit stärkeren Umsatzverlagerungen aus der Region kommen.** Die Umsatzverlagerungseffekte fallen geringer aus, wenn der Abstand in den Angebotsqualitäten deutlich geringer ausge-

prägt ist. Mit der Etablierung eines Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘ wird ein maßgeblich relevantes Angebotsdefizit beseitigt. Dementsprechend werden insbesondere die bestehenden Kaufkraftabflüsse zu den leistungsstarken Verbrauchermarktstandorten reduziert.

- **Je besser die regionale Verkehrsanbindung des Projektstandortes, umso größer ist die Reichweite in die Region.** Aufgrund der nur mäßigen regionalen verkehrlichen Erreichbarkeit werden Kaufkraftzuflüsse von außerhalb (in der Regel aus der Stadt Konz) eher begrenzt bleiben. Schon aus diesen Rahmenbedingungen heraus ist davon auszugehen, dass die Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche in der Verbandsgemeinde Konz nicht gefährdet wird.
- **Erfolgt eine Projektentwicklung an einem Standort und in einem Segment mit bereits deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Umfeld, werden deutlich höhere Umsatzverlagerungen ‚vor Ort‘ generiert, als wenn noch von einem Angebotsdefizit auszugehen wäre.** Da im Naheinzugsbereich noch eine deutliche Angebotslücke nachgewiesen werden kann bestehen in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ derzeit erhebliche Kaufkraftabflüsse zu Wettbewerbsstandorten. Dementsprechend sind die Umsatzverlagerungseffekte innerhalb des Naheinzugsbereichs eher gering ausgeprägt.
- **Die prognostizierten Umsatzerwartungen des zu diskutierenden Projektvorhabens fußen auf warengruppen-, betriebstypen- und firmenspezifischen Flächenproduktivitäten.** Neben der CIMA GmbH vorliegenden Umsatzdaten wird der aktuelle Stand der Branchenberichterstattung berücksichtigt. In die Ausweisung konkreter Planumsätze fließen die konkreten Standortbedingungen mit ein.

Die Umsatzverlagerungen werden für zwei unterschiedliche Dimensionierungskonzepte zur Realisierung eines Nahversorgungszentrums in Feyen auf dem Standortareal ‚Castelnau‘ ermittelt. Für folgende räumliche Einheiten werden konkret prognostiziert:

- Stadtteile Feyen / Weismark
- Stadtteile Alt-Heiligkreuz / Neu-Heiligkreuz
- Stadtteil Zewen
- Stadtteil Euren
- Trier-West
- Stadtteil Altstadt
- Übrige Stadtteile der Stadt Trier
- Weitere diffuse Zuflüsse von außerhalb (hauptsächlich Verbandsgemeinde Konz)

Alle Positionen zusammenaddiert dokumentieren die Umsatzerwartung der jeweiligen Warengruppen der Einzelhandelsnutzungen im Projektvorhaben.

4.2 Variante 1: Nahversorgungszentrum mit einer Verkaufsflächendimensionierung von 5.000 m² Verkaufsfläche (Ausgangsvariante des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Trier)

Bei der Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m² wäre idealtypisch von folgendem Dimensionierungskonzept auszugehen:

- Frischemarkt (=Verbrauchermarkt) mit 2.000 m² Verkaufsfläche,
- Lebensmitteldiscounter mit 1.000 m² Verkaufsfläche
- Drogeriefachmarkt mit 600 m² Verkaufsfläche
- Ergänzender kleinflächiger Einzelhandel mit bis zu 1.400 m² Verkaufsfläche (kleinflächig nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente)

Ein Nahversorgungszentrum mit einer Dimensionierung von 5.000 m² und dem in Abb. 8 dokumentierten Branchenmix dürfte eine Umsatzerwartung von 21,6 Mio. € realisieren. Davon entfielen 8,0 Mio. € auf den Frischemarkt (=Verbrauchermarkt) sowie 5,8 Mio. auf den Lebensmitteldiscounter. Der ebenfalls zu etablierende Drogeriefachmarkt würde ein Umsatzvolumen von 3,5 Mio. € entfallen.

In dieser Absatzformenkonstellation dürfte in einer sortimentspezifischen Betrachtung auf die Warengruppe ‚Lebensmittel /Reformwaren‘ ein Umsatzvolumen von 12,9 Mio. € entfallen (siehe Abb. 9). Das Sortiment ist Kernsortiment des Frischemarktes sowie des Lebensmitteldiscounters und Randsortiment des Drogeriefachmarktes. Unberücksichtigt bleibt ein sich ggf. zusätzlich etablierender Bäcker. Wir gehen hier von der Verlagerung eines im Naheinzugsbereich ansässigen Unternehmens aus.

Abb. 8: Umsatzerwartung eines Nahversorgungszentrums auf ‚Castelnau‘ mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m²

Absatzform	Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	Flächenproduktivität in € / m ²
Frischemarkt (EDEKA, REWE, WASGAU)	Lebensmittel, Reformwaren	2.000	8,0	4.000
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittel, Reformwaren	1.000	5,8	5.800
Drogeriefachmarkt	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	600	3,5	5.833
übriger Einzelhandel	nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	1.400	4,3	3.071
Nahversorgungszentrum Castelnau		5.000	21,6	4.320

Quelle: CIMA Umsatzprognosen 2011

Abb. 9: Herkunft der Umsatzerwartung für das Sortiment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit 5.000 m² Verkaufsfläche

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	...davon Lebensmittel in Mio. €	...davon Non-FOOD Randsortimente in Mio. €	Flächenproduktivität in €/ m ² (bezogen auf Gesamtumsatz)
Ansiedlung Frische- / Verbrauchermarkt	2.000	8,00	7,00	1,00	4.000
Ansiedlung Lebensmitteldiscounter (ALDI / LIDL)	1.000	5,80	4,80	1,00	5.800
Drogeriefachmarkt ('dm / ROSSMANN)	600	3,50	0,30	3,20	5.833
ergänzender Einzelhandel	1.400	4,30	0,80	3,50	3.071
insgesamt	5.000	21,60	12,90	8,70	4.320

Quelle: CIMA Umsatzprognosen 2011

4.2.1 Auswirkungen im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘

Die räumlichen Umsatzverlagerungseffekte bei Realisierung eines Nahversorgungszentrums mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m² sind in der nachfolgenden Abb. 10 dokumentiert.

Innerhalb der Stadtteile ‚Feyen / Weismark‘ wird bei Realisierung eines Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘ mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m² ein Umsatzvolumen von 0,5 Mio. € umgelenkt werden. Dies be-

trifft in erster Linie die Segmente ‚Getränke‘ und Ladenhandwerk. Die vergleichsweise hohe relative Umsatzverlagerung von 13,2 % ist zu relativieren. Im Segment Ladenhandwerk ist von einer Verlagerung des Angebotes in das neue Nahversorgungszentrum auszugehen.

Die mögliche Standortaufgabe eines Getränkemarktes gefährdet die Versorgungsfunktion in den Stadtteilen nicht, da ja ein alternatives Angebot etabliert wird.

Vom Lebensmitteleinzelhandel in ‚Alt-/Neu-Heiligkreuz‘ dürften 1,5 Mio. € gebunden werden. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 13,8 %. Dieser Umsatzverlagerungseffekt weist deutlich auf einen erheblichen Wettbewerbsdruck hin, der deutlich zu einer Attraktivitätsminderung des Angebotes führen kann.

Aus dem Stadtteil Mariahof würde die Umsatzverlagerung lediglich bei 0,1 Mio. € liegen. Die (noch) vorhandene ergänzende Nahversorgung in Maria-

hof würde nicht maßgeblich beeinträchtigt werden. Von Mariahof aus ist das in Rede stehende Nahversorgungszentrum nicht gut erreichbar.

Abb. 10: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung eines Nahversorgungszentrums mit 5.000 m² Verkaufsfläche

Umsatzrekutierung aus.../ durch...	Umsatzverlagerung in Mio. €	derzeitiger Einzelhandelsumsatz 'Lebensmittel / Reformwaren' in den relevanten räumlichen Standortbereichen (in Mio. €)	Relative Umsatzverlagerung in %
Stadtteile Feyen / Weismark	0,5	3,8	13,2%
Stadtteile Alt- / Neu-Heiligkreuz	1,5	10,9	13,8%
Stadtteil Mariahof	0,1	1,6	6,3%
Stadtteil Zewen	0,9	10,7	8,4%
Stadtteil Euren	0,4	9,0	4,4%
Trier-West	3,8	40,0	9,5%
Altstadt	2,0	58,1	3,4%
übriges Stadtgebiet von Trier	1,7	127,9	1,3%
zusätzliche Kaufkraftzuflüsse (nsbesondere VG Konz)	2,0		
Umsatzerwartung insgesamt	12,9		

Quelle: CIMA Auswirkungsanalysen nach HUFF 2011

Aus den Stadtteilen Zewen und Euren würde die Umsatzverlagerung bei 0,9 Mio. € bzw. 0,4 Mio. € liegen. IN erster Linie betroffen wären die eher solidären Standortlagen REAL (Zewen) und NETTO (Euren). Die Verlagerungseffekte sind als verträglich einzuordnen.

Der höchste Umsatzverlagerungseffekt entfällt auf die Fachmarkttagglomeration Trier-West mit 3,8 Mio. €. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 9,5 %. Die Umsatzverlagerung entfällt hier hauptsächlich auf städtebaulich nicht integrierte Standortlagen, so dass der vergleichsweise hohe relative Umsatzverlagerungseffekt deutlich zu relativieren ist.

Die prognostizierte Umsatzverlagerung von rd. 2,0 Mio. € aus der Trierer City (= Stadtteil Altstadt) gefährdet deren Nahversorgungsfunktion nicht. Die relative Umsatzverlagerung beläuft sich auf 3,4 %. Die hohen Umsatzverlagerungen aus Trier-West und Altstadt signalisieren eine deutliche Abnahme von Einkaufsfahrten aus Feyen und Weismark zu relevanten anderen Versorgungsstandorten in der Stadt. Das Gros des täglichen Bedarfs kann wieder im Nahbereich gedeckt werden.

Der Kaufkraftzufluss aus dem übrigen Stadtgebiet durch geringere Inanspruchnahme dieser weiteren Wettbewerbsstandorte wird bei 1,7 Mio. € liegen. Aus dem Bereich der Verbandsgemeinde Konz ist von einem Kaufkraftzufluss von 2,0 Mio. € auszugehen. Eine Gefährdung der Zentralen Versorgungsbereiche in Konz ist nicht abzusehen.

Mit Blick auf die erheblichen Umsatzverlagerungen von 1,5 Mio. € (=13,9 %) auf das benachbarte Nahversorgungszentrum Heiligkreuz muss der Dimensionierungsansatz mit 2.000 m² Verbrauchermarkt und 1.000 m² Lebensmittel-discounter als ‚überdimensioniert‘ eingeordnet werden.

4.2.2 Auswirkungen im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘

Der sich im Nahversorgungszentrum etablierende Drogeriefachmarkt‘ wird in seinem Kernsortiment eine Umsatzerwartung von 3,2 Mio. € realisieren können. Rechnet man die entsprechenden Randsortimente im Frischemarkt und im Lebensmitteldiscounter hinzu, ist von einer Umsatzerwartung von 4,0 Mio. € in der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ auszugehen.

In den Stadtteilen Feyen und Weismark besteht derzeit kein Angebot im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Dementsprechend können auch keine Umsatzverlagerungen aktiviert werden.

Aus den Stadtteilen Alt- und Neu-Heiligkreuz wird in der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflege‘ ein Volumen von 0,7 Mio. € zum neuen Nahversorgungszentrum umgelenkt werden. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 10,9 %. Sie signalisiert einen deutlichen, aber gerade noch beherrschbaren Wettbewerbsdruck. Die Versorgungsfunktion für die Stadtteile Alt- und Neuheiligkreuz bleibt erhalten.

Aus Zewen und Euren ist jeweils mit einer marginalen Umsatzverlagerung von 0,1 Mio. € zu rechnen.

Aus Trier-West und der Altstadt beläuft sich die Umsatzverlagerung vom örtlichen Einzelhandel zum Projektvorhaben auf 0,8 Mio. € bzw. 1,1 Mio. €. Die relativen Umsatzverlagerungsquoten liegen deutlich unter 10,0 %.

Aus dem übrigen Stadtgebiet werden rd. 0,7 Mio. € gebunden, der Kaufkraftzufluss ‚von außerhalb‘ liegt bei 0,5 Mio. €.

Die Etablierung eine Drogeriefachmarktes im projektierten Nahversorgungszentrum ‚Castelnau‘ ist als stadtverträglich und angemessen dimensioniert einzuordnen.

Abb. 11: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ bei Dimensionierung eines Drogeriefachmarktes mit 600 m² Verkaufsfläche

Umsatzrekrutierung aus.../ durch...	Umsatzverlagerung in Mio. €	derzeitiger Einzelhandelsumsatz ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ in den relevanten räumlichen Standortbereichen (in Mio. €)	Relative Umsatzverlagerung in %
Stadtteile Feyen / Weismark	0,0	0,0	0,0%
Stadtteile Alt- / Neu-Heiligkreuz	0,7	6,4	10,9%
Stadtteil Mariahof	0,0	1,5	0,0%
Stadtteil Zewen	0,1	4,7	2,1%
Stadtteil Euren	0,1	1,7	5,9%
Trier-West	0,8	12,0	6,7%
Altstadt	1,1	68,8	1,6%
übriges Stadtgebiet von Trier	0,7	41,4	1,7%
zusätzliche Kaufkraftzuflüsse (nsbesondere VG Konz)	0,5		
Umsatzerwartung insgesamt	4,0		

Quelle: CIMA Auswirkungenanalysen nach HUFF 2011

4.3 Variante 2: Nahversorgungszentrum mit einer Verkaufsflächendimensionierung von 4.000 m² Verkaufsfläche

Bei der Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit einer Verkaufsfläche von 5.000 m² wäre idealtypisch von folgendem Dimensionierungskonzept auszugehen:

- Frischemarkt (=Verbrauchermarkt) mit 1.500 m² Verkaufsfläche,
- Lebensmitteldiscounter mit 800 m² Verkaufsfläche
- Drogeriefachmarkt mit 600 m² Verkaufsfläche
- Ergänzender kleinflächiger Einzelhandel mit bis zu 1.100 m² Verkaufsfläche (kleinflächig nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente)

Ein Nahversorgungszentrum mit einer Dimensionierung von 4.000 m² und dem in Abb. 12 dokumentierten Branchenmix dürfte eine Umsatzerwartung von 17,5 Mio. € realisieren. Davon entfielen 6,0 Mio. € auf den Frischemarkt (=Verbrauchermarkt) sowie 4,6 Mio. auf den Lebensmitteldiscounter. Der ebenfalls zu etablierende Drogeriefachmarkt würde ein Umsatzvolumen von 3,5 Mio. € entfallen.

In dieser Absatzformenkonstellation dürfte in einer sortimentspezifischen Betrachtung auf die Warengruppe ‚Lebensmittel /Reformwaren‘ ein Umsatzvolumen von 10,4 Mio. € entfallen (siehe Abb. 13). Das Sortiment ist Kernsortiment des Frischemarktes sowie des Lebensmitteldiscounters und Randsortiment des Drogeriefachmarktes. Unberücksichtigt bleibt ein sich ggf. zusätzlich etablierender Bäcker. Wir gehen hier von der Verlagerung eines im Naheinzugsbereich ansässigen Unternehmens aus.

Abb. 12: Umsatzerwartung eines Nahversorgungszentrums auf ‚Castelnau‘ mit einer Verkaufsfläche von 4.000 m²

Absatzform	Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	Flächenproduktivität in € / m ²
Frischemarkt (EDEKA, REWE, WASGAU)	Lebensmittel, Reformwaren	1.500	6,0	4.000
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittel, Reformwaren	800	4,6	5.750
Drogeriefachmarkt	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	600	3,5	5.833
übriger Einzelhandel	nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	1.100	3,4	3.091
Nahversorgungszentrum Castelnau		4.000	17,5	4.375

Quelle: CIMA Umsatzprognosen 2011

Abb. 13: Herkunft der Umsatzerwartung für das Sortiment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung des Nahversorgungszentrums mit 4.000 m² Verkaufsfläche

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	...davon Lebensmittel in Mio. €	...davon Non-FOOD Randsortimente in Mio. €	Flächenproduktivität in € / m ² (bezogen auf Gesamtumsatz)
Ansiedlung Frische- / Verbrauchermarkt	1.500	6,00	5,30	0,70	4.000
Ansiedlung Lebensmitteldiscounter (ALDI / LIDL)	800	4,60	4,00	0,60	5.750
Drogeriefachmarkt ('dm / ROSSMANN')	600	3,50	0,30	3,20	5.833
ergänzender Einzelhandel	1.100	3,40	0,80	2,60	3.091
insgesamt	4.000	17,50	10,40	7,10	4.375

Quelle: CIMA Umsatzprognosen 2011

4.3.1 Auswirkungen im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘

Wie bei der ‚größeren‘ Dimensionierung des projektierten Nahversorgungszentrums wird die Umsatzverlagerung vom Einzelhandel in den Stadtteilen Feyen und Weismark auch bei Realisierung eines Frischemarktes mit 1.500 m² Verkaufsfläche und eines Lebensmitteldiscounters mit 800 m² Verkaufsfläche bei 0,5 Mio. € liegen. Hiervon sind in erster Linie die Segmente Getränke und

Ladenhandwerk betroffen. Im Segment Ladenhandwerk ist sowieso davon auszugehen, dass eine Verlagerung in das Nahversorgungszentrum stattfindet. Die relative Umsatzverlagerung von 13,2 % ist dementsprechend zu relativieren.

Aus den Stadtteilen Alt- und Neu-Heiligkreuz wird sich die Umsatzverlagerung auf 0,9 Mio. € belaufen. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 8,3 %. Dieser Wettbewerbsdruck kann von dem Nahversorgungszentrum ‚Heiligkreuz‘ noch abgefangen werden.

Aus den Stadtteilen Mariahof, Euren und Zewen liegt die absolute Umsatzverlagerung zwischen 0,1 Mio. € und 0,6 Mio. €. Die relativen Umsatzverlagerungseffekte liegen hier zwischen 2,2 % und 6,3 %.

Die Umsatzverlagerung vom Einzelhandel aus ‚Trier-West‘ beläuft sich auf 3,5 Mio. €. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 8,8 %. Die

Umsatzverlagerungseffekte erfolgen hier überwiegend aus nicht integrierten Standortlagen und sind dementsprechend zu relativieren.

Die Umsatzverlagerung vom innenstädtischen Einzelhandel im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ beläuft sich auf 1,7 Mio. €. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 2,9 % und gefährdet keinesfalls die Nahversorgungsfunktion im Stadtteil ‚Altstadt‘.

Die Umsatzverlagerungseffekte aus dem übrigen Stadtgebiet von Trier liegen bei 1,4 Mio. €.

Der Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt Trier (überwiegend Verbandsgemeinde Konz) dürfte bei 1,5 Mio. € liegen. Dieser Umsatzverlagerungseffekt spricht dafür, dass Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Konz nicht gefährdet werden.

Die Realisierung eines Nahversorgungszentrums im Standortbereich ‚Castelnau‘ mit einer Dimensionierung von 4.000 m³ wird stadtverträglich zu realisieren sein. Innerhalb dieses Konzeptes kann neben den detailliert beschriebenen Dimensionierungen für Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter ergänzende Flächen kleinflächig für Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden (siehe hierzu auch Abschnitt 4.4)

4.3.2 Auswirkungen im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘

Bei einer Dimensionierung des Nahversorgungszentrums auf 4.000 m³ Gesamtverkaufsfläche bleibt die Dimensionierung des Drogeriefachmarktes unverändert im Vergleich zur Variante 1 mit 5.000 m². Dementsprechend sei hier auf Abschnitt 4.2.2 verwiesen. Die Dimensionierung ist stadtverträglich.

Abb. 14: Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ bei Dimensionierung eines Nahversorgungszentrums mit 4.000 m² Verkaufsfläche

Umsatzrekrutierung aus.../ durch...	Umsatzverlagerung in Mio. €	derzeitiger Einzelhandelsumsatz 'Lebensmittel / Reformwaren' in den relevanten räumlichen Standortbereichen (in Mio. €)	Relative Umsatzverlagerung in %
Stadtteile Feyen / Weismark	0,5	3,8	13,2%
Stadtteile Alt- / Neu-Heiligkreuz	0,9	10,9	8,3%
Stadtteil Mariahof	0,1	1,6	6,3%
Stadtteil Zewen	0,6	10,7	5,6%
Stadtteil Euren	0,2	9,0	2,2%
Trier-West	3,5	40,0	8,8%
Altstadt	1,7	58,1	2,9%
übriges Stadtgebiet von Trier	1,4	127,9	1,1%
zusätzliche Kaufkraftzuflüsse (insbesondere VG Konz)	1,5		
Umsatzerwartung insgesamt	10,4		

Quelle: CIMA Auswirkungenanalysen nach HUFF 2011

4.4 Ergänzender Einzelhandel

Je nach Dimensionierungskonzept beträgt die Verkaufsfläche für ergänzende Einzelhandelsnutzungen zwischen 1.100 m² und 1.500 m². Über die vertikale und horizontale Gliederung des Bauleitplanung kann sichergestellt werden, dass auf den ergänzenden Verkaufsflächenangeboten nur kleinflächige Angebotskonzepte im Segment nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente realisiert werden können. Nachhaltig erfolgreiche Nahversorgungszentren können folgende Sortimente beherbergen:

- Ladenhandwerk, Spezialanbieter im Segment Lebensmittel, Reformwaren (z.B. Weinhandel, Feinkost, Reformwaren)
- Schnittblumen, Friedhofservice
- Zeitschriften, Schreibwaren, Bücher,
- Bekleidung, Schuhe,
- Telekommunikation (Handyshop),
- Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik (Service- und handwerksorientierter Anbieter)
- Geschenkartikel

Die Realisierung kleinflächiger Absatzformen gefährdet die Entwicklungsräume der Trierer City nicht. Die Etablierung von kleinflächigem Einzelhandel im Segment ‚Lebensmittel‘ ist in den Wirkungsanalysen mit einem Umsatzvolumen von 0,8 Mio. € bereits berücksichtigt.

5 BENCHMARKVERGLEICHE ZU STADTTEIL ÜBERGREIFENDE NAHVERSORGUNGSZENTREN

5.1 Dimensionierung und Branchenmix

Die nachfolgende Abb. 15 dokumentiert die Dimensionierungskonzepte von ausgewählten Stadtteil prägenden und zum teil auch Stadtteil übergreifenden Nahversorgungsbereichen. Es handelt sich in allen Fällen um neu etablierte Nahversorgungslagen, die nachhaltig die Nahversorgung in den entsprechenden Stadtteilen absichern.

Die Beispiele weisen deutlich darauf hin, dass die Etablierung eines Nahversorgungszentrums mit 4.000 m² Verkaufsfläche bei einem Einzugsbereich von rd. 9.000 Einwohnern bereits eine komfortable Verkaufsflächenausstattung darstellt. Die Beispiele zeigen auch, dass in nachrangigen kleinflächigen Verkaufsflächendimensionierungen auch ergänzend zentrenrelevante Sortimente etabliert werden. Die in den Nahversorgungszentren etablierten Fachmarktflächen des Bekleidungsdiscounters KIK überschreiten in keinem Fall 500 m².

In allen Fällen wurde die Kleinflächigkeit ergänzender zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote über die vertikale und horizontale Gliederung der Baugebiete abgesichert.

Abb. 15: Benchmarkvergleich Nahversorgungszentren

Benchmark'-Beispiel	Einwohner im Einzugsbereich	Gesamtverkaufsfläche in m ²	Bemerkungen
Dorsten-Hervest	13.500	4.000	davon 3.300 m ² im Segment Nahversorgung (Frishemarkt, Discounter, Getränkemarkt; zusätzlich 600 m ² zentrenrelevanter Einzelhandel kleinteilig; Konversionsprojekt Zechenareal
Herten-Disteln	7.100	3.400	REWE, ALDI, LIDL, Netto, Getränkemarkt: Konversionsfläche Zechenareal
Moers-Kapellen	11.760	2.960	EDEKA, NETTO, KIK, Backwaren, KIK
Bocholt- Mussum / Biemenhorst	9.840	2.270	EDEKA, NETO, Apotheke, Kindermoden, Schnittblumen, Zeitschriften; Schnittblumen
Gelsenkirchen-Bismarck	15.182	3.330	KAUFPARK, NETTO, Getränke, KIK, Backwaren, Schreibwaren, Apotheke;

5.2 Nahversorgungszentren und demographischer Wandel

Der demographische Wandel wird mittelfristig zu engeren Einzugsbereichen von Nahversorgungszentren führen. Gleichzeitig wird sich die Komplexität von Angeboten in Nahversorgungszentren erhöhen. Zukünftig ist auch die Etablierung folgender Dienstleistungsangebote zu prüfen:

- Pflegestützpunkte,
- Zweigstellen von Sanitätshäusern,
- Seniorentreffpunkte mit entsprechenden Gastronomieangeboten,
- ergänzende attraktive Gastronomieangebote für den Stadtteil,
- Versicherungsagenturen und Filialen von noch in der Fläche versorgenden Geldinstituten (Sparkasse, Volksbanken),
- Stadtteilbibliotheken und Kulturzentren.

Die Dienstleistungsangebote können zusätzlich zu den diskutierten Einzelhandelsflächen Nutzflächen innerhalb des zu etablierenden Nahversorgungszentrums belegen.

5.3 ‚Best Practice‘ – Beispiele für die Ausschöpfung von erheblichen topographischen Geländesprüngen

Die nachfolgenden Abb. 16 dokumentieren die Anlage von Nahversorgungszentren in schwierigen topographischen Verhältnissen. Die beiden Beispiele stammen aus dem Oberbergischen Kreis aus den Gemeinden Wiehl und Nümbrecht.

Abb. 16: ‚Best Practice‘ – Beispiele Nümbrecht und Wiehl



Die Abb. oben zeigen die Ortskernlage von Nümbrecht mit REWE Verbrauchermarkt im Untergeschoss und Zugang des NKD Textilfachmarktes im Obergeschoss. Zugleich sind Wohnungen integriert. Die unteren Abb. dokumentieren das Nahversorgungszentrum in Wiehl mit Erschließung von ALDI und ‚dm‘ in Basementlage und Zugang zu Wohnungen vom Erdgeschoss bis in die Obergeschosse. Fotos: CIMA GmbH 2011