



# Auswirkungsanalyse Erweiterung wohnfitz in Walldürn

AUFTRAGGEBER: wohnfitz GmbH

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Markus Wagner

Ludwigsburg, den 20.06.2022

**GMA**  
Forschen. Beraten. Umsetzen.

## 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 im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments 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**

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10  
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	7
3. Allgemeine Entwicklungen der Möbelbranche	7
3.1 Betriebstypen im Möbelhandel	8
3.2 Vertriebskanäle	10
3.3 Fazit	11
4. Konzept wohnfitz-Möbelhaus	12
II. Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.2 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar	15
1. Makrostandort Walldürn	15
2. Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben und Bewertung	18
III. Integrationsgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.5 i. V. mit Ziel 1.7.3.1 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar	20
1. Mikrostandort „Gewerbe- und Sondergebiet Spangel“	20
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	22
3. Bewertung des Integrationsgebotes	23
IV. Kongruenzgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.3 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar	24
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	24
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	27
3. Umsatzprognose für das erweiterte wohnfitz Möbelhaus	27
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	28
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	29

<b>V. Beeinträchtungsverbot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.4 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar</b>	<b>30</b>
<b>1. Angebotssituation im Einzugsgebiet</b>	<b>30</b>
1.1 Angebotssituation in Zone I (GVV Hardheim-Walldürn)	30
1.2 Angebotssituation in Zone II (restlicher Mittelbereich Buchen)	30
1.3 Angebotssituation in Zone III (Mittelbereich Mosbach und Raum Miltenberg)	30
1.4 Angebotssituation in Zone IV (Mittelbereich Tauberbischofsheim / Bad Mergentheim / Wertheim / Eberbach)	31
1.5 Zusammenfassende Bewertung der Angebotssituation im Einzugsgebiet	33
<b>2. Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebietes</b>	<b>34</b>
<b>3. Methodik der Umsatzumverteilungsberechnung</b>	<b>37</b>
<b>4. Umsatzumverteilungseffekte</b>	<b>37</b>
<b>5. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben</b>	<b>41</b>
<b>6. Bewertung des Beeinträchtungsverbot</b>	<b>41</b>
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>42</b>

## I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die Fa. wohnfitz GmbH betreibt seit Jahren in Walldürn das Möbelhaus wohnfitz mit einer genehmigten Gesamtverkaufsfläche von 5.250 m<sup>2</sup> (davon rd. 4.850 m<sup>2</sup> Möbel und 400 m<sup>2</sup> Randsortimente). Das Möbelhaus befindet sich in einem „Sondergebiet Möbelhaus“ mit entsprechenden Verkaufsflächenobergrenzen. Ergänzend wurde im Zuge des Raumordnungsverfahrens ein raumordnerischer Vertrag zwischen der Stadt Walldürn, der Stadt Buchen, dem Verband Region Rhein-Neckar, dem Regierungspräsidium Karlsruhe und dem Neckar-Odenwald-Kreis geschlossen, in dem diese Obergrenzen nebst anderen Bestimmungen festgelegt werden.

Aufgrund der positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens, einer notwendigen Weiterentwicklung des Konzepts, welche i. W. eine großzügigere Warenpräsentation und ergänzende Flächen wie z.B. die Einrichtung einer Kochschule zum Ziel hat, soll die Verkaufsfläche erweitert werden. Jedoch sind auch betriebsintern Veränderungen notwendig, da die Lager- und Logistikflächen sowie Büroflächen im bestehenden Gebäude nicht ausreichen. Daher möchte wohnfitz den Betrieb im direkten Umfeld erweitern. Hierfür ist ein Areal östlich des Bestandsgebäudes vorgesehen, auf dem ein separater Gebäudekörper realisiert werden soll, welcher im Erdgeschoss durch einen „Verbindungsbau“ mit dem Haupthaus verbunden werden soll.

Ein Großteil der Flächen im dreistöckigen Gebäude (UG, OG) sollen als Lager- und Büroflächen genutzt werden (rd. 3.600 – 3.700 m<sup>2</sup>), um so die Flächenkapazitäten für das Unternehmen zu erweitern. Im Erdgeschoss ist die Realisierung einer Fläche vorgesehen, die als Verkaufsfläche genutzt werden soll. Hier ist die Verlagerung der Küchenabteilung aus dem Haupthaus geplant, um hier das Küchenstudio moderner und großzügiger darstellen zu können. Auf den Flächen im Haupthaus soll die Möbelausstellung erweitert werden. Auf einer Teilfläche des Obergeschosses im neuen Gebäudekörper sollen saisonal<sup>1</sup> Gartenmöbel auf einer Fläche von rd. 830 m<sup>2</sup> VK angeboten werden. Die Realisierung weiterer zentrenrelevanter Sortimente ist nicht vorgesehen.

Folgende Flächen sind für den bestehenden Standort und für die Planung zu prüfen:

**Tabelle 1: Übersicht Flächen Bestand und Planung**

	Bestand	Planung	Differenz
	in m <sup>2</sup> VK		
Möbel	4.150	4.850	+ 700
Küchenmöbel	700	1.400	+ 700
Gartenmöbel*	220	830	+ 610
nicht-zentrenrelevante Randsortimente	150	150	---
zentrenrelevante Randsortimente	250	250	---
<b>Verkaufsfläche gesamt (ohne Verbindungsgang)</b>	<b>5.470</b>	<b>7.480</b>	<b>+ 2.010</b>

\* im saisonal aufgestellten Verkaufszelt (fliegender Bau) inkl. Außenausstellungsfläche

<sup>1</sup> i.d.R. erfolgt der Verlauf nur in den Sommermonaten zwischen Mai und September.

Das Areal für den ergänzenden Gebäudekörper befindet sich derzeit in einem Gewerbegebiet (GE1 und GE2), in dem Einzelhandel jeweils auf max. 50 m<sup>2</sup> je Betrieb begrenzt ist. Entsprechend ist das Vorhaben im bestehenden Bebauungsplan nicht umsetzbar. Daher ist für eine Realisierung des Vorhabens der Bebauungsplan zu ändern und in diesem Bereich ein weiteres Sondergebiet auszuweisen.

Zur Ausweisung eines entsprechenden Sondergebietes ist im Rahmen einer Betrachtung für das Gesamtobjekt (wohntitz Bestand + Erweiterungsfläche) nachzuweisen, dass die landes- und regionalplanerischen Regelungen (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot) durch das Vorhaben eingehalten werden.

Ergänzend ist darüber hinaus ebenfalls eine Änderung des bestehenden raumordnerischen Vertrages notwendig.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage ist im Rahmen der hier vorliegenden Auswirkungsanalyse somit die Erweiterung des wohnfitz Möbelhauses um max. 2.010 m<sup>2</sup> VK zu untersuchen. Da das Vorhaben dabei über der allgemeinen anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche bzw. 800 m<sup>2</sup> VK) nach § 11 Abs. 3 BauNVO und aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes liegt, sind die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens im Detail darzustellen und zu bewerten.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Makrostandort Walldürn
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes auf Basis von Kundenherkunftsdaten und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Bewertung der Wettbewerbssituation in Walldürn, im Umland und in regionaler und überregionaler Hinsicht (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose für den erweiterten wohnfitz-Standort
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Einheitlichem Regionalplan Rhein-Neckar
  - Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot
  - Integrationsgebot
  - Kongruenzgebot
  - Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen und der Wettbewerb vor Ort erfasst. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

## 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:<sup>2</sup>

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

*sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

*Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

## 3. Allgemeine Entwicklungen der Möbelbranche

Die Angebotsstrukturen im Möbelsektor in Deutschland sind gegenwärtig durch **Marktbereinigungs- und Konzentrationsprozesse** gekennzeichnet. Im Gegensatz zum Lebensmitteleinzelhandel oder der Elektrobranche ist der deutsche Möbeleinzelhandel noch stark segmentiert, so dass ein Ende dieses Prozesses derzeit nicht absehbar ist. Diese Konzentrationstendenz geht in erster Linie zu Lasten derjenigen Betriebe, die der „unprofilierter Mitte“ zuzurechnen sind, d. h. die weder ein umfassendes Möbel-Vollsortiment noch eine eindeutige Spezialisierung auf ein Möbelsegment aufweisen.

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786)

Der Trend, ein **möglichst umfassendes Angebot** „unter einem Dach“ anzubieten, hat das Flächenwachstum in der Möbelbranche begünstigt. So werden bei Vollsortimentern Wohnzimmer, Polstermöbel, Esszimmer, Schlafzimmer, Jugend- und Kinderzimmer, Büromöbel, Küchenmöbel, Badmöbel, Gartenmöbel, sowie als mögliche Randsortimente Teppiche, Leuchten, Heimtextilien, Glas, Porzellan- und Keramikartikel, Haushaltswaren und Geschenkartikel angeboten. Weiteren Diversifizierungsbestrebungen wird durch die Einrichtung von Restaurants und Kundenserviceflächen Rechnung getragen.

### 3.1 Betriebstypen im Möbelhandel

Das Betriebstypenspektrum im Möbelhandel in Deutschland ist noch recht vielfältig und nicht so eindeutig zu fassen wie bspw. der Lebensmitteleinzelhandel. In Anlehnung an die Systematik des EHI Retail Institute<sup>3</sup> lassen sich folgende Betriebstypen einordnen, wobei der Anbieter IKEA aufgrund seines individuellen Konzeptes, das sich keinem anderen Betriebstyp zuordnen lässt, als eigenständiger Betriebstyp definiert wird (vgl. Übersicht 1):

#### **Große Vollsortimenter<sup>4</sup>:**

*Ab ca. 30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, mit einem breiten und tiefen Angebot, das auch umfangreiche Fachabteilungen z. B. bei Haushaltswaren, Glas / Porzellan, Keramik, Dekorationsartikel, Heimtextilien, Teppichen und Leuchten umfasst. Dieser Betriebstyp wird von regionalen und nationalen Filialisten geprägt; große inhabergeführte Einzelunternehmen (local heroes) sind eher die Ausnahme. Die Neueröffnungen der letzten Jahre lagen i. d. R. deutlich über 40.000 m<sup>2</sup>*

#### **Vollsortimentierter Möbelhandel:**

*Zwischen ca. 10.000 und 30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, gerade kleinere Häuser weisen tendenziell geringere Anteile bei Randsortimenten auf als große Vollsortimenter. Häufig wird auf bestimmte Fachabteilungen ganz verzichtet (z. B. Teppiche, Leuchten). Bei diesem Betriebstyp finden sich noch relativ viele inhabergeführte Möbelhäuser, wobei auch hier ein Trend zur Vergrößerung der Verkaufsfläche festzuhalten ist, um sich im Wettbewerbsumfeld mit Filialisten zu behaupten.*

#### **Discounter<sup>5</sup>:**

*Niedrigpreisige Anbieter mit Discount-typischer, schlichter Warenpräsentation, oft in ehemaligen Gewerbehallen oder standardisierten Hallen. Umfangreiches, ebenfalls niedrigpreisiges Randsortiment, das häufig sonderpostenmarkt-ähnlich präsentiert wird. Im Vergleich zu Vollsortimentern auch Angebote bei Baumarkt-artikeln wie Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Lacke, Werkzeuge, als Abrundung für die Renovierung / Neueinrichtung einer Wohnung. Damit bestehen teilweise fließende Übergänge zu Fachmarkt-konzepten wie tedox.*

#### **IKEA:**

*Individuelles Konzept, das zwar weltweit einheitlich agiert, aber in keine der weiteren Betriebstypenkategorien hineinpasst. IKEA ist weder Vollsortimentsmöbelhaus noch reiner SB-Mitnahmemöbelmarkt. Mit maximal 25.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem hohen Anteil an Randsortimenten (Markthalle, Eigenmarken) sowie dem skandinavischen Einschlag, der durch Restaurant und Schweden-Shop*

<sup>3</sup> EHI Retail Institute: Die Grenzen des Wachstums. Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbeleinzelhandel. Whitepaper, 2014, S. 19 ff.

<sup>4</sup> Vollsortimenter und Große Vollsortimenter sowie das Konzept von IKEA werden – unabhängig von der konkreten Verkaufsfläche – auch als Einrichtungshäuser bzw. Wohnkaufhäuser bezeichnet. Ausschlaggebend ist hier ein umfangreiches Angebot an Randsortimenten.

<sup>5</sup> Für diesen Betriebstyp wird oft auch der Begriff „SB-Möbelmitnahmemarkt“ synonym verwendet.



*(skandinavische Lebensmittel) abgerundet wird, hat IKEA eine Reihe von Alleinstellungsmerkmalen. Aufgrund der Marktpräsenz mit allein 50 Einrichtungshäusern in Deutschland und dem einzigartigen Konzept kann IKEA als eigener Betriebstyp eingestuft werden.*

**Innerstädtischen Möbelfachgeschäfte:**

*Oftmals hochwertige Designmöbelanbieter, die in der Regel über klein- bis mittel-flächige Einheiten verfügen und oft in Nebenlagen der innerstädtischen Einkaufslagen in Großstädten zu finden sind.*

Neben diesen Betriebstypen sind noch **Spezialanbieter** wie Küchenfachmärkte, Polstermöbelanbieter, Bettenfachmärkte oder Naturholzmöbelanbieter zu nennen, die sich gerne in Fachmarkttagglomerationen oder im unmittelbaren Umfeld zu größeren Möbelhäusern ansiedeln. Diese Anbieter führen – wenn überhaupt – nur ein sehr geringes Randsortiment und zeichnen sich durch umfangreiche Beratungs- und Serviceleistungen aus.

**Übersicht 1: Überblick über die Betriebstypen des stationären Möbeleinzelhandels**

	Innerstädtische Möbelfachgeschäfte	Vollsortimentierter Möbelhandel	Discounter	Große Vollsortimenter	IKEA
<b>Standort</b>	Innenstadt	i. d. R. periphere Standorte, Stadtrandlage	i. d. R. periphere Standorte, bevorzugt Agglomerationen	i. d. R. periphere Standorte, auch Einzelstandorte	i. d. R. periphere Standorte, bevorzugt Agglomerationen
<b>Größe</b>	meistens unter 5.000 m <sup>2</sup>	zwischen 10.000 und 30.000 m <sup>2</sup>	zwischen 2.000 und 10.000 m <sup>2</sup>	ab 30.000 m <sup>2</sup>	meistens unter 20.000 m <sup>2</sup>
<b>Möbelsortiment</b>	schmal bis breit, meist nicht tief; exklusiv	breites und tiefes Sortiment	schmal, viele Handelsmarken	breites und tiefes Sortiment	breites und tiefes Sortiment
<b>Zusatzsortimente</b>	mittel bis stark, designorientiert	mittel	schwach bis mittel	stark	stark
<b>Preisniveau</b>	mittel bis hoch	niedrig, mittel und hoch	niedrig	niedrig, mittel und hoch	niedrig bis mittel
<b>Werbung</b>	Zielgruppenorientierung, social media, online	Flyer, social media, online	Flyer, Radio, TV, social media, online	Flyer, Radio, TV, social media, online	Flyer, Radio, TV, social media, online
<b>Beispiele</b>	BoConcept, Roche Bobois	Porta, Möbel Martin	Poco, Roller	Höffner, XXXLutz	IKEA, neu: IKEA City

Quelle: EHI Retail Institute: Die Grenzen des Wachstums. Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbeleinzelhandel. Whitepaper, 2014, S. 5.

### 3.2 Vertriebskanäle

Der **Möbelhandel in Deutschland** ist in den vergangenen Jahren stark durch Konzentrationsprozesse der Unternehmen geprägt. Flächenwachstum bzw. der Ausbau des Filialnetzes erfolgt häufig durch die Übernahme bestehender Standorte<sup>6</sup>. Dieser Trend wird sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Es werden weitere inhabergeführte Unternehmen insbesondere mit nicht mehr zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen und geringerer Spezialisierung aufgeben bzw. übernommen werden, wobei – je nach Standort und vorliegendem Baurecht – kleinere ehemalige Vollsortimentsstandorte künftig stärker mit discountorientierten Konzepten belegt werden, weil häufig die Verkaufsfläche am Standort für den Betrieb eines zukunftsfähigen Vollsortimentsmöbelhauses nicht ausreicht.

Diese Konzentrationsprozesse spiegeln sich unter anderem in den Umsatzanteilen der Marktführer in Deutschland wider: Insgesamt generierte der **deutsche Möbeleinzelhandel im Jahr 2020 Umsätze von rd. 33,8 Mrd. €**, wovon rund 32 % auf die drei umsatzstärksten Händler entfielen<sup>7</sup>. Dabei ist zu beachten, dass der Möbelfacheinzelhandel nicht den einzigen stationären Vertriebsweg darstellt. Auch Bau- und Heimwerkermärkte / Gartenmärkte (v. a. Küchen- und Badmöbel, Gartenmöbel), der Bürofachhandel (v. a. Schreibtische, Stühle, Regale) oder die Lebensmitteldiscounter (v. a. Kleinmöbel als Aktionsware) vertreiben in nicht unerheblichem Maße Möbel.

Insgesamt stellt der **Möbelfachhandel mit ca. 79 % Marktanteil** immer noch den stärksten Vertriebskanal dar. Rund 21 % der Umsätze im deutschen Möbelhandel werden nicht vom Möbelfacheinzelhandel, sondern anderen Vertriebskonzepten erzielt (Versandhandel, Büroausstatter, Baumärkte, Direktabsatz / Handwerker, Großhandel, sonstige branchenfremde Anbieter). Besonders der Versand- bzw. Internethandel konnte in den letzten Jahren Umsatzzuwächse verzeichnen. Die Umsätze im Möbelfacheinzelhandel und auch die meisten branchenfremden Anbieter weisen eher eine stagnierende Entwicklung auf.

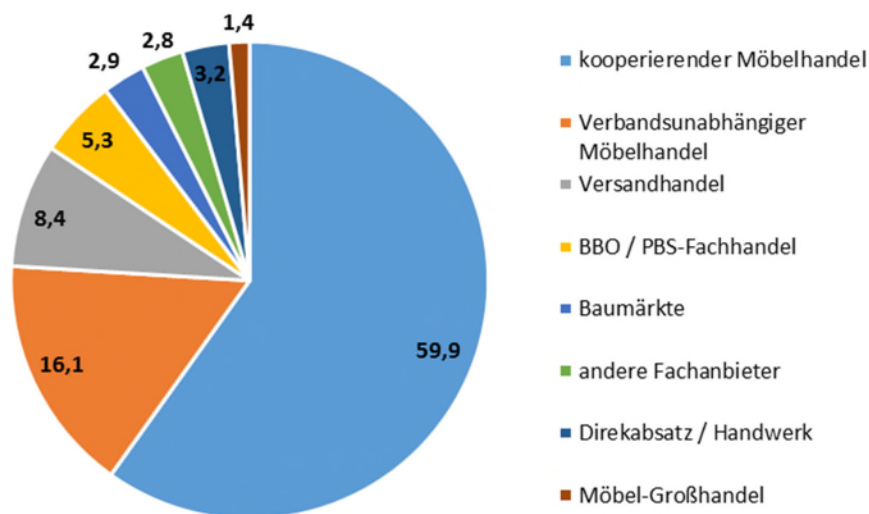
Das **Möbel- und Einrichtungssegment** verzeichnete in den vergangenen Jahren deutliche Steigerungen der Marktanteile im Online-Handel, der in der vorstehenden Abbildung im Versandhandel integriert ist. Zwar sind die Wachstumsraten deutlich niedriger als in anderen Sortimenten, es ist aber davon auszugehen, dass sie in den kommenden Jahren noch deutlich steigen werden. Lag der Marktanteil des Versandhandels 2008 noch bei 4 – 5 %, lag er 2022 bei rd. 10 %.<sup>8</sup> Die zeitliche Verzögerung des Online-Wachstums im Vergleich zu Branchen wie dem Buchhandel oder dem Elektrowarenhandel liegt zum einen in der hohen Beratungsintensität des Produktes „Möbel“, zum anderen ist sie auch der Tatsache geschuldet, dass viele alteingesessene, stationäre Möbelhändler erst spät auf den Zug Online-Handel aufgesprungen sind. Umgekehrt gehen einige ursprünglich als reine Onlinehändler gestartete Unternehmen den Weg in den stationären Handel und eröffnen eigene Showrooms, insbesondere in bedeutenden Großstädten.

<sup>6</sup> Beispiele der vergangenen Jahre sind u. a. die Übernahme verschiedener inhabergeführter Möbelhäuser durch die XXXL-Gruppe (u. a. Mann Mobilia, Möbel Buhl in Fulda und Wolfsburg, Möbel Mahler in Wolfenbüttel), die 2019 auch zu 50 % beim Möbeldiscounter Roller eingestiegen ist. Die deutschlandweit agierende Höffner-Gruppe (u. a. Höffner, Kraft, Sconto) hat den Anbieter Finke übernommen und zu Höffner-Häusern umgeflaggt. Auch regionale Filialisten haben ihr Filialnetz auf diese Weise vergrößert (u. a. der im Ruhrgebiet vertretene Anbieter Ostermann durch die Übernahme von Smidt in Leverkusen).

<sup>7</sup> Möbelkultur: Möbel Zahlen Daten 2021 (IKEA, XXXL Lutz-Unternehmensgruppe, Höffner-Unternehmensgruppe)

<sup>8</sup> Quelle: Möbel Zahlen Daten, unterschiedliche Jahrgänge, Holzmann Verlag und Handelsverband Deutschland (HDC); Online-Monitor 2022..

Abbildung 1: Marktanteile der Vertriebskonzepte im Möbele Einzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Retail Institute ; GMA-Darstellung 2022.

Auch bei **Einrichtungssortimenten** spielt der Möbele Einzelhandel als Vertriebslinie eine wichtige Rolle. So entfallen bspw. 17 % des Marktvolumens im Bereich Heim- und Haustextilien sowie rd. 14 % bei GPK<sup>9</sup> und Hausrat auf den Möbelhandel als Vertriebsweg.<sup>10</sup>

### 3.3 Fazit

Grundsätzlich sind für die kommenden Jahre im **Möbel- und Einrichtungseinzelhandel in Deutschland weiter steigende Umsätze** zu erwarten, wobei das Wachstum insbesondere durch den Onlinehandel angetrieben wird, der dem stationären Einzelhandel in Teilen Umsätze abzieht. Dennoch sind angesichts der Niedrigzinsphase, die wohl auch in den kommenden Jahren anhalten wird, und vor dem Hintergrund der regen Wohnbautätigkeit insbesondere in den großen Ballungsgebieten in Deutschland auch weiter steigende Umsatzzahlen im stationären Möbelhandel zu erwarten.

Auch weiterhin ist von einem **stärkeren Konzentrationsprozess im Möbele Einzelhandel** auszugehen. Die Expansionsdynamik großer Filialisten wie beispielsweise der XXXLutz-Gruppe oder der Höffner Unternehmensgruppe wird auch künftig durch Unternehmensübernahmen geprägt sein; echte Neuansiedlungen sind dagegen in geringerem Maße zu erwarten.

Wie beispielsweise im Lebensmitteleinzelhandel setzt sich auch im Möbel- und Küchenbereich eine **deutlich großzügigere Warenpräsentation** durch. Es sollen verstärkt Wohnsituationen dargestellt werden. Entsprechend steigt der Platzbedarf für einzelne Objekte. Insb. im Küchenmöbelbereich hat der Trend zu „offenen Küchen“ dazu geführt, dass diese heute als integraler Bestandteil des Wohnbereichs gesehen werden und deutlich größer geplant werden. Auch hier ist der Platzbedarf – neben der weiteren Technisierung mit Präsentationsflächen für Elektrogeräte und Eventflächen (z.B. Kochschule mit gemeinsamem Essbereich) deutlich größer.

<sup>9</sup> GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

<sup>10</sup> Quelle: Handelsverband Wohnen und Büro, Geschäftsbericht 2019 / 2020.

Laut dem Online-Monitor 2022 des HDE kannibalisiert der **Onlinehandel** in der Branche Wohnen zunehmend den stationären Handel offline. Ein Wachstumstreiber darunter sind jedoch die online-Händler mit „stationärer DNA“, also klassische stationäre Händler, die ihren online-Anteil nach und nach ausbauen und damit auch ihre stationären Filialen / Häuser stützen.

#### 4. Konzept wohnfitz-Möbelhaus

Seit dem Jahr 2014 ist das wohnfitz Möbelhaus am Standort „Spangel“ im Südosten von Walldürn auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.250 m<sup>2</sup> ansässig. Das Möbelhaus wurde vom Höpfinger Ortsteil Waldstetten an den Standort Walldürn verlagert und in diesem Zuge auf die heutige Größe erweitert. Die Randsortimente spielen im Gesamtkonzept nur eine deutlich untergeordnete Rolle. So sind im Bereich der zentrenrelevanten Randsortimente 250 m<sup>2</sup> und im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Randsortimente 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden.

Das Möbelhaus deckt alle Teile eines klassischen Vollsortiment-Möbelhauses ab. Ein Schwerpunkt ist hierbei im Möbelbereich auf den Bereichen Wohnzimmer, Esszimmer, Schlafen zu finden. Daneben hat sich wohnfitz insbesondere auch im Küchenmöbel- und Küchenbereich profiliert, so dass wohnfitz hier im eigenen Küchenstudio entsprechende Ausstellungs- und Planungsleistungen anbietet.

Neben den klassischerweise in Möbelhäusern angebotenen Produkten ist bei wohnfitz ergänzend auf die eigene Schreinerei, den Bereich Innenausbau und Bodenbeläge hinzuweisen, durch die wohnfitz als „Fullservice-Dienstleister“ zur Umsetzung von Innenausbauprojekten fungiert. Neben dem Bereich Innenausbau / Bodenbeläge ist ebenfalls eine starke Serviceorientierung vorhanden. So werden Reparaturen, Nachbesserungen und sonstige Serviceleistungen von eigenen Montage- und Reparaturteams durchgeführt.

In den letzten Jahren hat sich neben dem stationären Geschäft ebenfalls der Onlinehandel als weiteres Standbein etabliert. So werden durch wohnfitz zum einen Möbel durch den eigenen Onlineshop vertrieben, jedoch auch Elektrogeräte online verkauft.

Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren stark wachsenden Geschäftstätigkeit und dem sukzessiven Ausbau unterschiedlicher Bereiche kommen insbesondere die Lagerkapazitäten im Haupthaus an ihre Grenzen. Bedingt durch die entsprechend notwendigen Vorlaufzeiten, Lieferengpässe von Zulieferern etc. ist der Bedarf an Lagerflächen groß und kann am bestehenden Standort nicht gedeckt werden. Ebenfalls ist durch das Wachstum der Mitarbeiterzahl eine Knappheit an Büroflächen vorhanden, so dass wohnfitz durch die Ergänzung des Haupthauses um einen weiteren Gebäudekörper plant, weitere Lager- und Logistikflächen sowie Büroräume zu schaffen. So sind im Neubau rd. 3.600 – 3.700 m<sup>2</sup> an zusätzlichen Lager- und Büroflächen vorgesehen. Die Erweiterung dient damit auch dazu das Gesamtunternehmen zukunftsfähig aufzustellen.

Auf einer Erdgeschossfläche sowie in Teilen des 1. Obergeschosses sollen darüber hinaus auch Verkaufsflächen geschaffen werden. Hierbei ist eine Verlagerung des bislang in das Haupthaus integrierten Küchenstudios in das entstehende Gebäude auf der Erdgeschossfläche geplant, um so auf großzügigerer Fläche Küchenmöbel und entsprechende Einbaugeräte nebst Eventflächen anbieten zu können. Das Konzept für Küchen soll somit modernisiert und auf einen

aktuellen Stand gebracht werden, um so die gestiegenen Flächenanforderungen für die Warenpräsentation bedienen zu können. Die Anzahl der ausgestellten Küchen wird sich nicht nennenswert erhöhen. Die im Haupthaus freiwerdenden Flächen sollen durch klassisches Möbelsortiment genutzt werden. Auch hier wird perspektivisch bei der Warenpräsentation mehr Platz für die Darstellung von „Wohnsituationen“ benötigt werden. Ergänzend ist im Obergeschoss auf einer Fläche von rd. 830 m<sup>2</sup> VK der saisonale Verkauf von Gartenmöbeln vorgesehen. Dieser ist aktuell bereits in einem Zeltverkauf nebst Außenausstellungsfläche auf rd. 220 m<sup>2</sup> VK vorhanden. Auch hier ist es das Ziel die Warenpräsentation zu verbessern.

Insgesamt umfasst die zusätzliche Gesamtverkaufsfläche am Standort rd. 2.010 m<sup>2</sup>. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die zusätzliche Verkaufsfläche ausschließlich auf den Möbel-, Gartenmöbel und Küchenmöbelbereich entfällt. Es werden keine zusätzlichen zentrenrelevanten Sortimente am Standort angeboten.

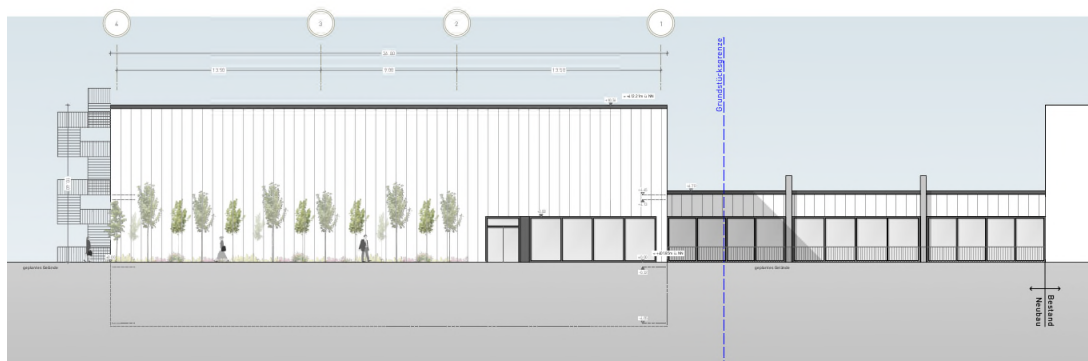
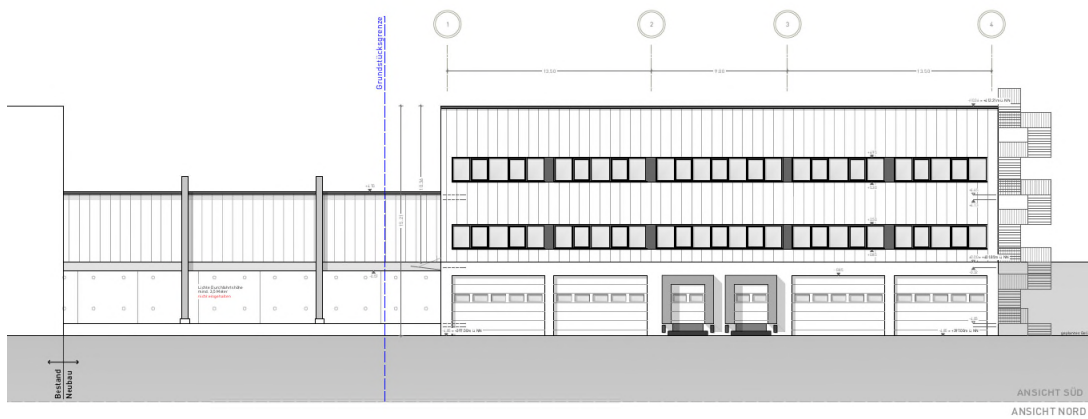
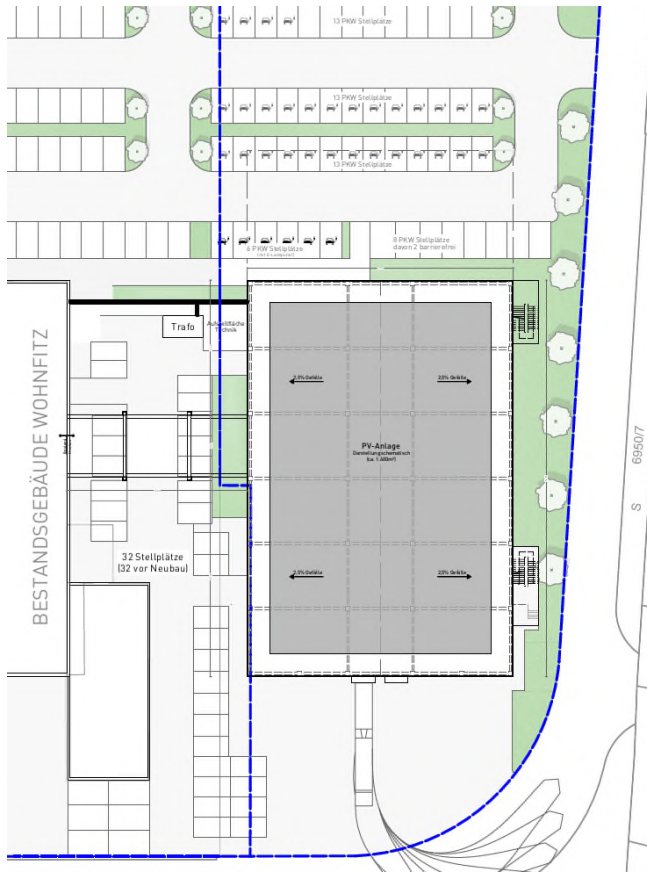
Folgende Flächen sind für den bestehenden Standort und für die Planung zu prüfen:

**Tabelle 2: Übersicht Flächen Bestand und Planung**

	Bestand	Planung	Differenz
	in m <sup>2</sup> VK		
Möbel	4.150	4.850	+ 700
Küchenmöbel	700	1.400	+ 700
Gartenmöbel*	220	830	+ 610
nicht-zentrenrelevante Randsortimente	150	150	---
zentrenrelevante Randsortimente	250	250	---
<b>Verkaufsfläche gesamt (ohne Verbindungsgang)</b>	<b>5.470</b>	<b>7.480</b>	<b>+ 2.010</b>

\* im saisonal aufgestellten Verkaufszelt (fliegender Bau) inkl. Außenausstellungsfläche

Abbildung 2: Planskizze



Daten Auftraggeber

## II. Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.2 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

### 1. Makrostandort Walldürn

Der **Stadt Walldürn** ist in regionalplanerischer Hinsicht die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zugewiesen (vgl. Karte 1). Dabei geht sie mit dem benachbarten Unterzentrum Hardheim eine Kooperation ein. Walldürn und Hardheim liegen auf zwei Entwicklungsachsen von großräumiger Bedeutung: Die eine reicht hierbei von Meckesheim über Waibstadt, Aglasterhausen, Mosbach, Seckach bis nach Buchen und Walldürn / Hardheim. Die andere verläuft von Miltenberg über Walldürn / Hardheim nach Buchen und weiter nach Seckach und Adelsheim / Osterburken.

**Topografisch** gesehen liegt Walldürn am östlichen Rand des Odenwaldes in erhöhter Lage. Nach Norden fällt das Gelände in Richtung Marsbachtal und Maintal (Amorbach / Miltenberg) ab. Nach Süden hin ist die hügelige Landschaft des Baulandes prägend. Die Hauptwohnlagen befinden sich im Westen bzw. Nordwesten der Stadt. Ein weiteres Wohngebiet ist östlich des Marsbachtals situiert.

**Verkehrlich** ist Walldürn über die Bundesstraße B 27 angeschlossen, welche eine Verbindung in Richtung Buchen / Mosbach und Tauberbischofsheim herstellt. Daneben besteht über die B 47 eine Anbindung in Richtung Miltenberg / Aschaffenburg. Eine Autobahnanbindung wird über die Anschlussstelle Osterburken an die A 81 in einer Entfernung von ca. 25 km hergestellt. Darüber hinaus bestehen in die räumlich z. T. deutlich vom Kernort abgesetzten Stadtteile jeweils gute Verbindungen über Landes- und Kreisstraßen. Des Weiteren ist Walldürn an den ÖPNV angebunden. So bestehen Busverbindungen sowohl in Richtung Tauberbischofsheim (Main-Tauber-Kreis) als auch in Richtung Mosbach (Neckar-Odenwald-Kreis). Außerdem ist Walldürn an das Schienennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Es bestehen Verbindungen in Richtung Osterburken / Heilbronn / Heidelberg und in Richtung Miltenberg.

Das nächste Oberzentrum (Würzburg) liegt in einer deutlichen Distanz zu Walldürn (> 50 km), die kooperierenden Unterzentren Walldürn und Hardheim werden von vier Mittelzentren umrahmt (Buchen, Miltenberg, Tauberbischofsheim, Wertheim). Die größte Bedeutung im regionalen Kontext besitzt hierbei das Mittelzentrum Buchen (ca. 17.859 EW), welches in einer Entfernung von ca. 8 km gelegen ist.

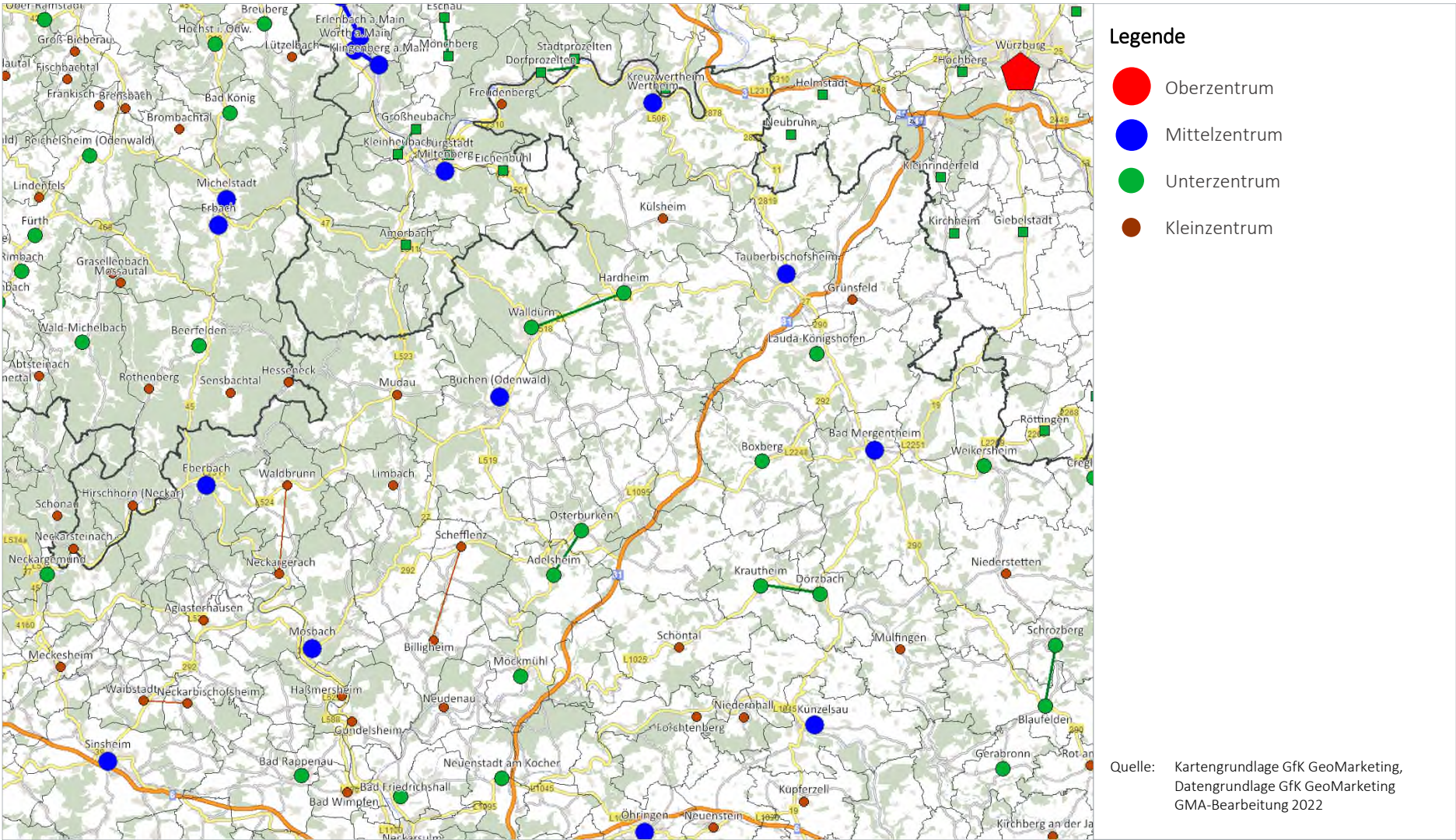
Walldürn zählt aktuell **ca. 11.619 Einwohner**<sup>11</sup>, davon gut 8.300 im Kernort. Die sonstigen Einwohner von Walldürn verteilen sich auf die neun Stadtteile, wobei Altheim im Süden mit ca. 1.300 Einwohnern den größten Anteil auf sich vereint.<sup>12</sup> Zwischen 2011 und 2021 war eine Zunahme der Einwohnerzahlen um rd. 328 Einwohner bzw. + 2,9 % zu verzeichnen. Für die Zukunft ist sowohl in Bezug zu Berechnungen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg wie auch nach Daten des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes für den GVV Hardheim-Walldürn<sup>13</sup> von einer positiven Einwohnerentwicklung aufzugehen.

<sup>11</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.09.2021). Zensus berücksichtigt.

<sup>12</sup> Quelle: Stadtverwaltung Walldürn. Weitere Stadtteile: Gerolzahn, Glashofen, Gottersdorf, Hornbach, Kaltenbrunn, Reinhardsachsen, Rippberg, Wettersdorf.

<sup>13</sup> Fortschreibung des Interkommunalen Einzelhandelskonzeptes für den GVV Hardheim-Walldürn, GMA, 2022

**Karte 1: Lage von Walldürn und zentralörtliche Struktur in der Region**





Die Zahl der sozialversicherungspflichtigen **Beschäftigten** am Arbeitsort Walldürn betrug 2021 ca. 4.258 Personen.<sup>14</sup> Damit hat Walldürn neben der Wohnfunktion auch eine gewisse Bedeutung als Gewerbestandort. Auffällig ist der hohe Anteil der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe (ca. 51 %), im Gegensatz zu den Wirtschaftsbereichen Handel, Gastgewerbe und Verkehr (ca. 21 %) sowie sonstigen Dienstleistungen (ca. 27 %). Dies erklärt sich dadurch, dass u. a. Unternehmen wie Braun (Rasierapparate, Haushaltsgeräte) und weitere mittelständische Unternehmen in Walldürn ansässig sind. Als Besonderheiten von Walldürn sind der Status als Garnison mit rd. 850 Dienstposten und die Rolle als Wallfahrtsstadt hervorzuheben.

Die **Einzelhandelsstrukturen** der Stadt Walldürn stellen sich wie folgt dar:

- **Stadtzentrum:** Das Stadtzentrum von Walldürn erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Oberen- und Unteren Vorstadtstraße, der Hauptstraße sowie entlang der Adolf-Kolping-Straße, der Friedrich-Ebert-Straße und der Keimstraße. Auf dem Schlossplatz Walldürn findet zudem regelmäßig ein Wochenmarkt statt. Nördlich der Oberen Vorstadtstraße ist dabei die historische Innenstadt mit nahezu ausschließlich kleinteiligem Einzelhandelsbesatz zu finden. Ein Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes ist hierbei entlang der Hauptstraße und der Oberen Vorstadtstraße ansässig. Direkt östlich der Hauptstraße ist zudem auf einen nahezu komplett leerstehenden Gebäudekomplex im Bereich des Bettendorfrings hinzuweisen, in dem früher ein Supermarkt, Schlecker sowie weitere Einzelhandelsbetriebe angesiedelt waren. Südlich an den Komplex angrenzend wurde kürzlich ein Wohn- und Geschäftshaus errichtet. Der Einzelhandelsbesatz setzt sich schließlich südlich des historischen Stadtkernes in der Oberen Vorstadtstraße (Apotheke, Bäckerei Müssig, Metzgerei Kaufmann, Sparkasse und weitere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe) und entlang der Adolf-Kolping-Straße (kleiner Lebensmittelmärkte, Juwelier sowie ergänzende Nutzungen wie Kreditinstitut Volksbank, Ärztehaus, gastronomische Nutzungen) fort und läuft schließlich entlang der Adolf-Kolping-Straße aus. Im südlichen Bereich der Adolf-Kolping-Straße ist hierbei insbesondere auf Mode Gehrig und eine Apotheke hinzuweisen.
- **Einzelhandelsagglomeration Otto-Hahn-Straße /Röte:**<sup>15</sup> Durch zahlreiche Standortverlagerungen (insbesondere der größeren Lebensmittelmärkte aus dem Stadtkern) ist direkt nördlich der B 27 und südlich des Walldürner Bahnhofs der größte dezentrale Einzelhandelsstandort der Stadt Walldürn entstanden. Als wesentliche Magnetbetriebe für diesen Bereich fungieren ein Rewe-Supermarkt, die Lebensmitteldiscounter Lidl, Aldi und Netto, der Drogeriemarkt dm, KiK, K+K Schuhe sowie ein AWG-Bekleidungsfachmarkt. Dieser Bereich wird zudem arrondiert durch mehrere gastronomische Betriebe und weitere gewerbliche Nutzungen. Direkt östlich grenzt das Gewerbegebiet Spangel mit dem Möbelhaus wohnfitz an. Dort ist seit Jahren die Verlagerung von Edeka in der Diskussion.
- **Weitere Standorte:** Im Lebensmitteleinzelhandel ist neben dem Einzelhandelsstandort Otto-Hahn-Straße zudem auf den Edeka-Markt an der Buchener Straße im südlichen Stadtgebiet hinzuweisen (Verlagerung ins Gewerbegebiet Spangel vorgesehen).<sup>16</sup> Des

<sup>14</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2021).

<sup>15</sup> Regelungen zum Einzelhandel sind hier in den Bebauungsplänen „Gewerbe- und Sondergebiet Spangel“ sowie „Gewerbe- und Sondergebiet Röte“ vorhanden.

<sup>16</sup> Der Einzelhandel wird durch den einfachen Bebauungsplan „Buchener Straße“ nach § 9 Abs. 2a BauGB gesteuert.

Weiteren ist in der Dr.-Heinrich-Köhler-Straße ein kleiner Norma-Lebensmitteldiscounter angesiedelt, der als Nahversorger für die umliegende Wohnbevölkerung fungiert. Auch dieser Anbieter trägt sich mit dem Gedanken einer Verlagerung innerhalb der Kernstadt. Die Überlegungen hierzu sind allerdings aktuell noch wenig konkret. Darüber hinaus ist auf das Raiffeisen-Bauzentrum direkt nördlich des Standortes Otto-Hahn-Straße hinzuweisen. Zudem ist mit dem Sonderpostenmarkt Sopo an der Buchener Straße ein weiterer größerer Anbieter vorhanden.

- / **Streulagen:** Neben den zuvor skizzierten Einzelhandelsschwerpunkten sind weitere Einzelhandelsstandorte in Streulage vorzufinden. Beispielsweise kann hier auf den Standortverbund von Zweirad Kreis und Gärtnerei Kaufmann in der Blumenstraße hingewiesen werden.
- / **Stadtteile:** In den Stadtteilen von Walldürn finden sich nahezu ausschließlich Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk. Punktuell sind darüber hinaus weitere Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Eine bedeutende Rolle nehmen die Stadtteile von Walldürn im Einzelhandel nicht ein.

Insgesamt besitzt die Stadt Walldürn im Vergleich mit den beiden anderen Mitgliedskommunen des GVV Hardheim-Walldürn den mit Abstand größten Einzelhandelsbesatz. Entsprechend groß sind die Einkaufsverflechtungen der Stadt Walldürn in die Region. Durch das Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen wird die Stadt Walldürn ihrer unterzentralen Versorgungsfunktion gerecht.

## 2. Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben und Bewertung

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Walldürn unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Zentralitäts- / Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist Ziel 3.3.7 des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg:

*3.3.7 (Z) Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandels-großprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

*Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn*

- *dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder*
- *diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.*

Auch im **Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar**<sup>17</sup> wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen:

„1.7.2.2 Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

*Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind. Z. 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.“*

Das **Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot** ist wie folgt zu bewerten:

- Walldürn ist gemeinsam mit Hardheim die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zugewiesen. Demnach kommt der Standort für Einzelhandelsgroßprojekte in Frage.

Das **Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot** wird am Standort Walldürn erfüllt.

---

<sup>17</sup> Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar, verbindlich seit 15.12.2014.

### III. Integrationsgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.5 i. V. mit Ziel 1.7.3.1 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien, wie Lage zu zentralen Versorgungsbereichen, Lage zu Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu bewerten.

#### 1. Mikrostandort „Gewerbe- und Sondergebiet Spangel“

Der **Standort** des wohnfitz Möbelhauses befindet sich im Stadtgebiet von Walldürn zwischen der Wilhelm-Röntgen-Straße im Nordwesten und der Bundesstraße B 27 in Richtung Südosten. Das Areal wird dabei in Richtung Südwesten durch die Robert-Koch-Straße begrenzt, in Richtung Süden durch den Verlauf der das Gewerbe- und Sondergebiet erschließenden Stichstraße, welche nordöstlich des Standortes wieder in die Wilhelm-Röntgen-Straße einbiegt. Das bestehende wohnfitz Möbelhaus befindet sich hierbei in südlicher Richtung, während die Parkplätze dem Objekt in Richtung Nordwesten vorgelagert sind. Im Möbelhaus ist darüber hinaus ein Gastronomiebetrieb ansässig. Daneben befindet sich auf dem Gelände wohnfitz ein Reparatur-Standort von carglass am nördlich Rand des Parkplatzes.

Die Planungen für den Erweiterungsbau sehen die Errichtung eines neuen Gebäudekörpers nordöstlich des bestehenden Möbelhauses vor. Dieser neue Gebäudekörper soll durch einen Verbindungsgang mit dem Haupthaus verbunden werden. In Richtung Nordwesten ist die Schaffung von weiteren Stellplätzen vorgesehen. Der neue Gebäudekörper soll sich hierbei hinsichtlich Höhenentwicklung und Exposition an dem bestehenden Gebäude wohnfitz orientieren, um so auch nach außen einheitlich zu erscheinen.



Bestandsstandort wohnfitz



Planareal



Parkflächen Richtung Westen



Einzelhandelsagglomeration Rötze

GMA-Aufnahmen 2022

**Karte 2: Mikrostandort Gewerbe- und Sondergebiet Spangel in Walldürn**



Quelle: © Nokia, Microsoft,  
GMA-Bearbeitung 2022

Das **nähere Standortumfeld** wird in Richtung Norden bzw. Nordwesten durch vereinzelt vorhandene Kleingewerbebetriebe sowie entlang der neuen Altheimer Straße verstärkt durch Wohnnutzungen geprägt. In Richtung Nordosten befindet sich eine Lagerhalle, ansonsten sind in Richtung Nordosten, Osten und Süden aktuell Freiflächen vorhanden. Südwestlich des bestehenden wohnfitz-Möbelhauses ist die Verlagerung des derzeit am Standort Buchener Straße ansässigen Edeka-Marktes mit einer Verkaufsfläche von max. 1.700 m<sup>2</sup>, davon 1.200 m<sup>2</sup> im Lebensmittel- und 500 m<sup>2</sup> im Getränkebereich, vorgesehen. In Richtung Südwesten befindet sich im „Gewerbe- und Sondergebiet Röte“ die größte Einzelhandelsagglomeration der Stadt Walldürn. Dort ist mit Rewe, dm, Aldi, Lidl, Netto, AWG und weiteren Fachmärkten ein umfassendes Angebot im Einzelhandelsbereich vorhanden. Insgesamt ist somit das Umfeld gemischt genutzt, wenngleich ein Schwerpunkt an Einzelhandelsnutzungen im Bereich Röte / Spangel vorzufinden ist.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird über die Abfahrt Walldürn-Mitte von der B 27 über den Kreisel und die Wilhelm-Röntgen-Straße sichergestellt. Aus Richtung Nordosten ist der Standort zudem aus Richtung der L 518 sowie der Anschlussstelle Walldürn-Nord (Kreuzungspunkt B 27 / B 47) zu erreichen. Insbesondere die Sichtwirkung aus Richtung des Hauptverkehrsträgers B 27 ist im Fall des wohnfitz-Standortes positiv hervorzuheben. Mit dem **ÖPNV** ist der Standort aus Richtung des Walldürner Bahnhofs in wenigen Minuten zu Fuß zu erreichen. Hier befindet sich ebenfalls eine Anbindung an den regionalen Busverkehr. Eine Haltestelle des Citybusses Walldürn ist zudem im Bereich der Einzelhandelsagglomeration an der Otto-Hahn-Straße eingerichtet. In **fußläufiger Hinsicht** hat der Standort nahezu keine Bedeutung.

In **regionalplanerischer Hinsicht** befindet sich der Standort in einem Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Auch im interkommunalen Einzelhandelskonzept des GVV Hardheim-Walldürn wird der Standort als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente ausgewiesen. Insofern fügt sich der Standort in das interkommunale Einzelhandelskonzept wie auch in die Regelungen des Regionalplans ein.

## 2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

*„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“*

Im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar wird unter Ziel 1.7.2.5 das Integrationsgebot weiter ausgestaltet:

*Z 1.7.2.5 „Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2 auch andere Standorte in Betracht.“*

wohnfitz ist als Möbelhaus als Einzelhandelsgroßprojekt mit nicht-zentrenrelevanten Sortiment zu bewerten. Entsprechend gelten die Regelungen für Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten:

- Z 1.7.3.2 *„Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten ‚Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte‘ zulässig, sofern für solche Betriebe in den ‚zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte‘ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. [...]*
- Z 1.7.3.3 *Zentrenrelevante Randsortimente sind in den ‚Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte‘ sowie in den unter Z 1.7.3.2 definierten Ausnahmefällen zulässig, sofern sie gemäß Z 7.1.2.1 raumordnerisch abgestimmt sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchsten jedoch 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen.*

### 3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- /// Bei wohnfitz handelt es sich um einen Einzelhandelsbetrieb, der weit überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente umfasst. Entsprechend ist im Rahmen des Integrationsgebotes zu prüfen, ob sich der Standort innerhalb eines Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte befindet und die zentrenrelevanten Randsortimente beschränkt sind.
- /// Der wohnfitz-Standort ist innerhalb des Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß Regionalplan und interkommunalem Einzelhandelskonzept des GVV Hardheim-Walldürn gelegen. Die zentrenrelevanten Sortimente sind sowohl im Bebauungsplan wie auch durch einen raumordnerischen Vertrag auf maximal 250 m<sup>2</sup> für zentrenrelevante und 150 m<sup>2</sup> für nicht-zentrenrelevante Sortimente festgesetzt. Eine Erweiterung der zentrenrelevanten Sortimente ist in der Planung nicht vorgesehen. Die vorgesehenen Erweiterungsflächen beziehen sich ausschließlich auf den Möbel-, Gartenmöbel- und Küchenbereich.

**Das Integrationsgebot wird durch das Vorhaben erfüllt.**

#### IV. Kongruenzgebot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.3 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Darauf aufbauend erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebots ermöglicht.

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

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

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Standort 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.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Standort wohnfritz wird auf Basis einer Auswertung der aktuellen Kundenherkunftsdaten (Basis 2021) vorgenommen. Dabei wurden die Umsätze des Jahres 2021 auf PLZ-Ebene ausgewertet und auf Basis dieser Daten<sup>18</sup> und der landesplanerischen Abgrenzungen der Mittelbereiche das Einzugsgebiet des Möbelhauses abgegrenzt. Auf Basis der Kundenherkunftsdaten ergibt sich folgendes **Einzugsgebiet für den wohnfritz-Standort:**

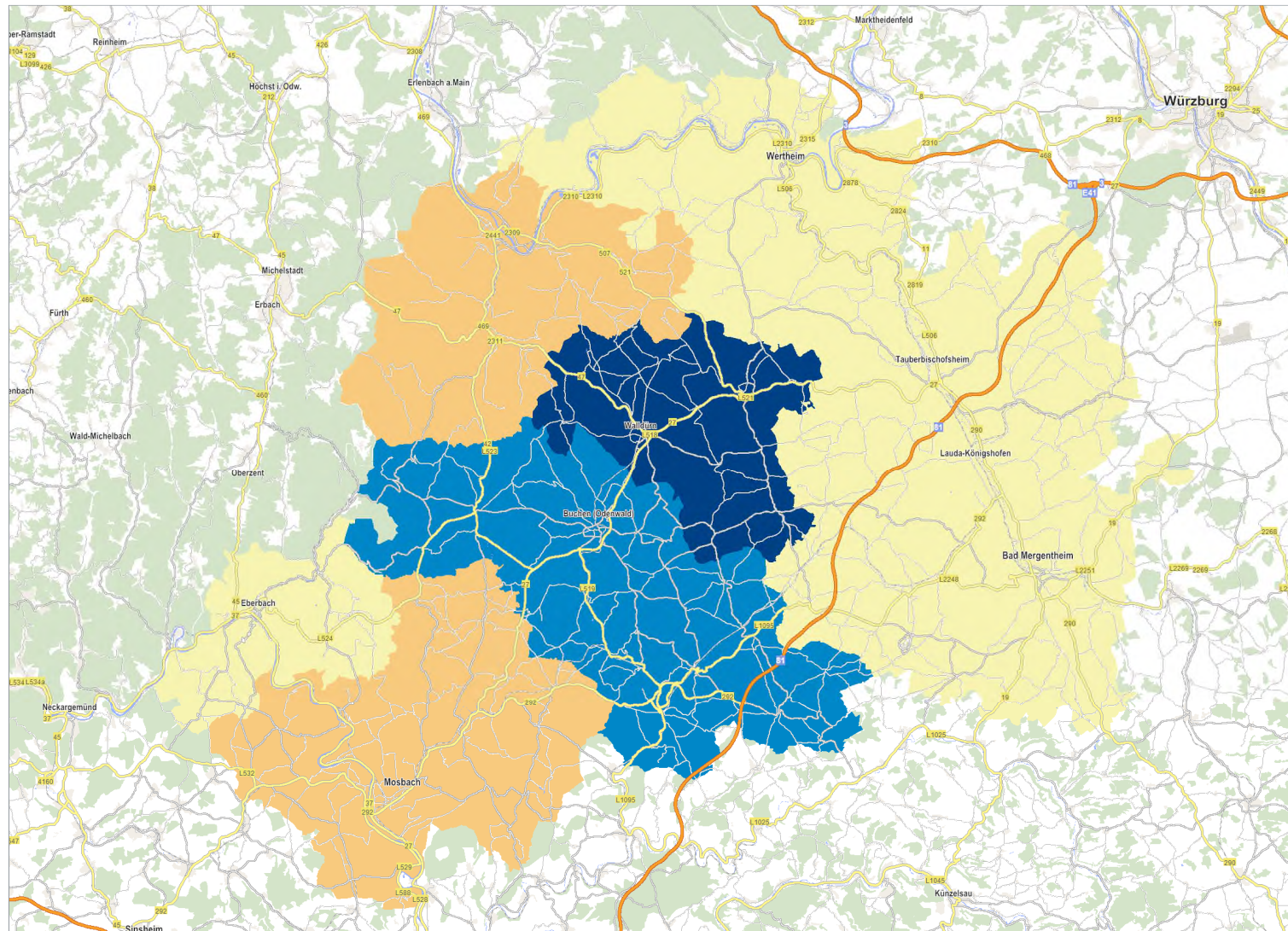
Zone		Einwohner	Umsatzanteil 2021 in %
I	GVV Hardheim-Walldürn	21.412	16
II	restlicher Mittelbereich Buchen	43.599	15 – 16
III	Mittelbereich Mosbach und bayerisches Einzugsgebiet (Raum Miltenberg)	107.731	22
IV	Mittelbereiche Tauberbischofsheim, Wertheim, Eberbach, Teile des Mittelbereichs Bad Mergentheim und bayerische Kommunen nördlich des Mains	174.297	20
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>		<b>347.039</b>	<b>73 – 74</b>
<b>Streukunden von außerhalb des Einzugsgebiets</b>		---	<b>26 - 27</b>

GMA-Zusammenstellung 2022

<sup>18</sup> Zonierung auf Basis der mit der Einwohnerzahl normierten Umsätze.



**Karte 3: Einzugsgebiet wohnfritz auf Basis von Kundenherkunftsdaten (2021)**



**Legende**

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- Zone IV

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing GMA-Bearbeitung 2022

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist wie folgt zu begründen:

- /// Zunächst ist festzustellen, dass das Möbelhaus ein **regionales bzw. überregionales Einzugsgebiet erschließt**, welches weit über den GVV Hardheim-Walldürn bzw. den Mittelbereich Buchen ausstrahlt. So stammen bei einer Auswertung nach Mittelbereichen nur rd. 31 – 32 % der Umsatzleistung aus dem Mittelbereich Buchen und rd. 68 – 69 % der Umsatzleistung von außerhalb des Mittelbereichs.<sup>19</sup>
- /// Bei einer Zonierung des Einzugsgebietes ist zunächst in **Zone I** des Einzugsgebiets auf die Mitgliedskommunen des GVV Hardheim-Walldürn mit insgesamt 21.412 Einwohnern und einem Umsatzanteil von rd. 16 % vorhanden.
- /// **Zone II** des Einzugsgebietes wird durch die Kommunen des sonstigen Mittelbereichs Buchen mit insgesamt 43.599 Einwohnern und einem Umsatzanteil von rd. 15 – 16 % in 2021 ausgebildet.
- /// **Zone III** des Einzugsgebietes wird schließlich durch den Mittelbereich Mosbach sowie den in Richtung Norden auf bayerischer Seite gelegenen Teil des Großraumes Miltenberg ausgebildet. Aus dieser Richtung bestehen zum einen noch starke Einzelhandelsverflechtungen Richtung Walldürn, jedoch auch an Standorte in Richtung Aschaffenburg mit Möbel Spilger und Möbel Kempf.
- /// **Zone IV** des Einzugsgebietes mit insgesamt 174.297 Einwohnern und einem Umsatzanteil von rd. 20 % wird durch das östliche Einzugsgebiet durch die Mittelbereiche Wertheim, Tauberbischofsheim und Teilbereiche von Bad Mergentheim ausgebildet. Hier bestehen bereits Einkaufsverflechtungen insbesondere in Richtung des Oberzentrums Würzburg, aber auch in Richtung des im Mittelbereich Tauberbischofsheim gelegenen Anbieters Möbel Schott sowie in Richtung Möbel Spitzhüttl in Neubrunn.
- /// **Insgesamt** umfasst das Einzugsgebiet 347.039 Einwohner. Das Einzugsgebiet repräsentiert einen Umsatzanteil von rd. 73 – 74 %. Die restlichen 26 – 27 % des Umsatzes fließen aus weiter entfernt gelegenen Zonen und hier insbesondere aus dem Raum Heilbronn, Aschaffenburg, Heidelberg, Mannheim, Frankfurt a. M. und Stuttgart an den Standort zu. Darüber hinaus bestehen jedoch auch weitere Streukundeneffekte von weiter entfernt gelegenen Standorten.

Dies verdeutlicht die hohe regionale Strahlkraft des Anbieters wohnfitz, so dass bereits bei der Analyse der Kundenherkunftsdaten festgehalten werden kann, dass das Einzugsgebiet des Standortes wohnfitz bereits im Bestand die Grenzen des regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereiches (hier GVV Hardheim-Walldürn) deutlich überschreitet. **Vor diesem Hintergrund wurde bereits bei der Verlagerung des Möbelhauses ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot festgehalten. Dies ist aufgrund der besonderen Ausrichtung des Anbieters und der daraus resultierenden Strahlkraft auch weiterhin der Fall.**

<sup>19</sup> Das regionale Einzugsgebiet war bereits am Standort in Höpfigen-Waldstetten festzuhalten (vgl. Analysen im Rahmen des durchgeführten Raumordnungsverfahrens). Insofern haben sich hinsichtlich der regionalen bzw. überregionalen Ausrichtung und Kundenherkunft grundsätzlich keine Änderungen ergeben.

Für die Planungen wird davon ausgegangen, dass durch die Erweiterung des Standortes in etwa die Kundenverteilung wie im Bestand realisiert werden kann. In der Tendenz ist jedoch ebenfalls davon auszugehen, dass bei einer größeren Verkaufsfläche und einer Ergänzung des Angebotes im Spezialsortiment Gartenmöbel der Anteil an Kunden aus weiter entfernt gelegenen Regionen nochmals zunehmen wird.

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

**ca. € 6.370.<sup>20</sup>**


Bezogen auf das Sortiment Möbel / Küchen betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

**ca. € 404.**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>21</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffern von MB Research liegt das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet auf einem durchschnittlichen Niveau.

**Im Einzugsgebiet (Gemeinde Walldürn) beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Möbel / Küchen auf rd. 140,2 Mio. €.**

Davon entfallen auf

	Zone I	8,7 Mio. €
	Zone II	17,6 Mio. €
	Zone III	43,5 Mio. €
	Zone IV	70,4 Mio. €

## 3. Umsatzprognose für das erweiterte wohnfitz Möbelhaus

Nach Daten des Auftraggebers erwirtschaftet das wohnfitz Möbelhaus mit seiner Gesamtverkaufsfläche von 5.470 m<sup>2</sup> derzeit eine Umsatzleistung von rd. 26,9 Mio. €. Dies entspricht einer Flächenleistung von rd. 4.900 € / m<sup>2</sup> VK. Dies ist als überaus leistungsfähig im Vergleich zu durchschnittlichen Möbelstandorte in Deutschland einzuordnen.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>21</sup> Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

<sup>22</sup> Nach den Struktur- und Marktdaten für Baden-Württemberg, IHKn, 2018, S. 35 wird bei Möbelvollsortimentern von einer maximalen Flächenleistung von 900 € / m<sup>2</sup> VK, für Wohnkaufhäuser und Mitnahmemöbelmärkte von 1.400 € / m<sup>2</sup> VK und für Küchenfachmärkte von 3.000 € / m<sup>2</sup> VK ausgegangen.

Für die Erweiterung des Standortes ist für den Gesamtstandort von einer etwas niedrigeren Flächenleistung / m<sup>2</sup> auszugehen, da ein Teil der Flächen im Gartenmöbelbereich nur saisonal bespielt wird und im Möbel und Küchenbereich ein Teil der Fläche der verbesserten Warenpräsentation zugute kommt. Es ist daher nicht mit einem proportionalen Anstieg der Umsatzleistung zu rechnen. Für den erweiterten Gesamtstandort wird von einer Flächenleistung von 4.400 € / m<sup>2</sup> VK ausgegangen. Ergänzend wurden mögliche Agglomerationseffekte mit dem geplanten Edeka-Markt westlich des wohnfitz-Standortes berücksichtigt. Folgende Umsatzleistung ist für den Gesamtstandort nach Erweiterung zu erwarten.

**Tabelle 3: Umsatzprognose**

Zone	Kaufkraft Möbel in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz Planung in Mio. €	Umsatzanteil Bestand Möbel in %
I	8,7	60	5,3	16
II	17,6	30	5,1	15 – 16
III	43,5	17	7,1	22
IV	70,4	9 – 10	6,5	20
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>140,2</b>	<b>17 – 18</b>	<b>24,0</b>	<b>73 – 74</b>
Streuumsätze		---	8,9	26 – 27
<b>Insgesamt</b>		---	<b>32,9</b>	<b>100</b>

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Demnach ergibt sich eine Gesamtumsatzleistung für den erweiterten wohnfitz-Standort von rd. 32,9 Mio. €, davon entfallen rd. 24,0 Mio. € auf das abgegrenzte Einzugsgebiet und rd. 8,9 Mio. € auf Streuumsätze von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes.

Die ins Verhältnis gesetzten Marktanteile innerhalb der einzelnen Zonen des Einzugsgebietes machen deutlich, dass insbesondere innerhalb des GVV Hardheim-Walldürn ein sehr hoher Marktanteil von rd. 60 % zu erwarten ist. Im restlichen Mittelbereich Buchen beträgt der Marktanteil des Anbieters perspektivisch rd. 30 % und in den weiteren Mittelbereichen zwischen 9 – 10 % in Zone IV und 17 % im Mittelbereich Mosbach / Bayern (Zone III). Insgesamt wird durch den Anbieter wohnfitz perspektivisch rd. 17 – 18 % der Kaufkraft im Möbelbereich am Standort in Walldürn gebunden.

#### 4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das Zentralitätsgebot / Konzentrationsgebot zu beachten (vgl. Kapitel II.). Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

*„Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“*

Die Verflechtungsbereiche sind auf Ebene der Landesplanung für die Mittel- und Oberzentren in Baden-Württemberg als sog. Mittelbereiche definiert (vgl. LEP Baden-Württemberg Kapitel 2.5). Eine weitere Ausformung erfahren diese darüber hinaus durch die Regionalplanung. Im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar (Raumstrukturkarte) werden neben den Mittelbereichen auch für die Zentralen Orte niedrigerer Hierarchiestufe Verflechtungsbereiche festgelegt.

Für das Unterzentrum Walldürn (gemeinsam mit Hardheim) umfasst der zugeordnete Verflechtungsbereich neben dem Gemeindegebiet von Walldürn ebenfalls Höpfingen und Hardheim (= Mitgliedskommunen des GVV Hardheim-Walldürn)

## 5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des wohnfitz Möbelhauses wurde auf Basis von Kundenherkunftsdaten aus dem Jahr 2021 abgegrenzt. Aus den Daten wird ersichtlich, dass der Anbieter ein regionales bis überregionales Einzugsgebiet erschließt. Gemäß Daten der Fa. wohnfitz beträgt der aktuelle Umsatzanteil bezogen auf den Gesamtumsatz rd. 16 % aus dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Walldürn (=GVV Hardheim-Walldürn). Das Kongruenzgebot wird aufgrund der Attraktivität und regionalen bzw. überregionalen Strahlkraft des Möbelhauses wohnfitz nicht eingehalten.
- Bereits bei der Verlagerung des Standortes von Waldstetten an den heutigen Standort in Walldürn wurde wegen der Nichteinhaltung des Kongruenzgebots ein Zielabweichungsverfahren durchgeführt und in diesem Verfahren einer Abweichung vom Kongruenzgebot stattgegeben.

**Insofern bleibt festzuhalten, dass auch das erweiterte Möbelhaus wohnfitz das Kongruenzgebot eindeutig nicht einhält. Eine Erweiterung ist deshalb nur im Rahmen eines erneuten Zielabweichungsverfahrens vom Kongruenzgebot möglich.**

## V. Beeinträchtigungsverbot gemäß LEP Baden-Württemberg und Ziel 1.7.2.4 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes sind die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen zu ermitteln. Hierfür ist zunächst die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und in überregionaler Hinsicht darzustellen und zu bewerten.

### 1. Angebotssituation im Einzugsgebiet

#### 1.1 Angebotssituation in Zone I (GVV Hardheim-Walldürn)

In Zone I des Einzugsgebietes (GVV Hardheim-Walldürn) ist die Fa. wohnfitz mit einer Verkaufsfläche von aktuell 5.470 m<sup>2</sup> der größte Anbieter. Daneben ist in Walldürn im Küchenmöbelbereich ein Angebot durch die beiden Anbieter Küchen-Duo und Lulic Kitchn Factory vorhanden. In Hardheim-Schweinberg ist darüber hinaus eine Schreinerei (Weidinger) vorhanden, die ebenfalls Möbel nach Maß anfertigt. Dieser Wettbewerber ist jedoch nicht als primärer Wettbewerber für wohnfitz zu sehen. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im GVV Hardheim-Walldürn auf rd. 6.100 m<sup>2</sup>. Die Fa. wohnfitz ist hier der dominierende Anbieter.

#### 1.2 Angebotssituation in Zone II (restlicher Mittelbereich Buchen)

Im restlichen Mittelbereich Buchen ist insbesondere auf das Angebot im Mittelzentrum Buchen selbst hinzuweisen. Dort ist mit dem Anbieter Möbel Gramlich in Buchen-Eberstadt auf einer Fläche von rd. 3.000 – 3.500 m<sup>2</sup> ein leistungsfähiger Anbieter mit gehobener und exklusiver Qualitätsorientierung vorhanden, der neben Möbeln ebenfalls Küchenmöbel anbietet. Daneben wurde der ebenfalls zu Möbel Gramlich zugehörige Standort von Modern Living XXL in Buchen in eine Ausstellungsfläche für Paul Lindberg-Möbel umgewandelt. Neben Möbel Gramlich ist darüber hinaus in Buchen auf den Anbieter Möbel AS im Kaufland-Einkaufszentrum hinzuweisen. Das Angebot wird ergänzt durch eine Filiale von JYSK und ein Matratzen Factory Outlet. Im Küchenmöbelbereich ist in Buchen auf das Angebot in den Möbelhäusern sowie des spezialisierten Küchenstudios (Küche Kreativ Wagner) sowie das Angebot im Teilsortiment im HEM-Elektrofachmarkt hinzuweisen.

Neben den Anbietern in Buchen ist im Mittelbereich auf punktuell vorhandene kleinere Anbieter von Wohnaccessoires, Möbeln bzw. Spezialmöbelanbietern (teilweise in Kombination mit Schreinereien) hinzuweisen. Diese sind allerdings für das Vorhaben weniger relevant. Insgesamt ist im restlichen Mittelbereich Buchen eine Verkaufsfläche von rd. 11.300 m<sup>2</sup> vorhanden. Dabei ist ein Schwerpunkt im Mittelzentrum Buchen selbst vorzufinden.

#### 1.3 Angebotssituation in Zone III (Mittelbereich Mosbach und Raum Miltenberg)

Im **Mittelbereich Mosbach** ist insbesondere auf das Angebot in Mosbach selbst hinzuweisen. Dort ist mit dem Anbieter Möbel AS ähnlich wie in Buchen ein Möbelmitnahmemarkt mit niedrigpreisigem Angebot vorzufinden. Das Angebot wird in Mosbach ergänzt durch JYSK und einen Matratzen Concord-Standort.

Im Küchenbereich ist in Mosbach ein Angebot bestehend aus der Küchen Galerie, Hero Küchenideen, Küchen Ludwig und Kompass Küchen vorzufinden. Im sonstigen Mittelbereich Mosbach ist auf weitere zwei kleinere Küchenstudios in Fahrenbach und Haßmersheim hinzuweisen. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Mittelbereich Mosbach auf rd. 8.300 m<sup>2</sup>.

Das sonstige Angebot in Zone III des Einzugsgebietes konzentriert sich im Wesentlichen auf den **Raum Miltenberg, Großheubach, Kleinheubach, Bürgstadt**. Dort ist ein Angebotsschwerpunkt insbesondere am Standort Großheubach mit dem Möbelhaus Sandt, Möbel Broßler und SAHA Möbel vorzufinden. Das Angebot wird ergänzt durch weitere kleinere Küchenstudios und spezialisierte Anbieter. In diesem Bereich ist eine Verkaufsfläche von rd. 11.900 m<sup>2</sup> vorzufinden.

#### **1.4 Angebotssituation in Zone IV (Mittelbereich Tauberbischofsheim / Bad Mergentheim / Wertheim / Eberbach)**

Im **Mittelbereich Tauberbischofsheim** ist insbesondere auf das Angebot des Anbieters Möbel Schott hinzuweisen. Dieser betreibt ein Einrichtungshaus am Standort Pestalozziallee sowie ein Outlet für Gartenmöbel im Bereich der Daimlerstraße. Das Angebot in Tauberbischofsheim wird ergänzt durch den Anbieter Wohnkultur in der Weickstraße sowie einen Spezialanbieter für Relax- und Massagesessel im Industriepark an der A 81.

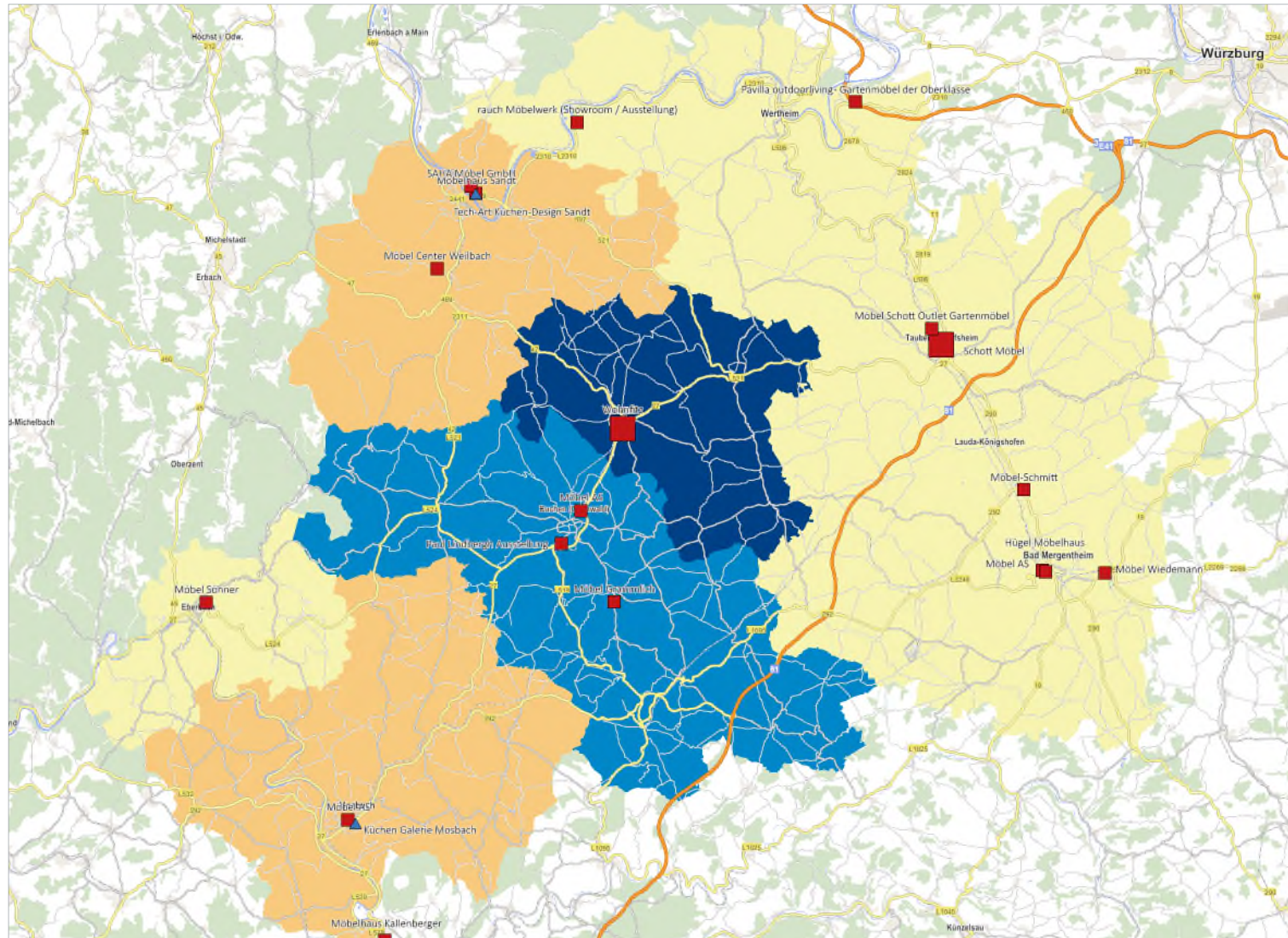
Darüber hinaus ist in Werbach auf den Werksverkauf des Anbieters VS-Möbel hinzuweisen. In Richtung Süden ist in Lauda-Königshofen auf den Anbieter Möbel Schmitt in der Gewerbestraße sowie in Grünsfeld auf einen kleinflächigen Möbelanbieter Manufaktur Kordmann hinzuweisen. Als wesentliche Hauptwettbewerber zu wohnfitz sind hier Möbel Schott und Möbel Schmitt zu nennen. Insgesamt ist im Mittelbereich Tauberbischofsheim eine Verkaufsfläche von rd. 12.600 m<sup>2</sup> im Möbelbereich vorzufinden.

Im **Mittelbereich Bad Mergentheim** wird das Angebot zum einen durch die Möbelhäuser Möbel AS, Möbelhaus Hügel und ein ergänzendes Angebot durch Spezialanbieter und einen Küchenfachmarkt ausgebildet. In Igersheim befindet sich mit Möbel Wiedemann ein weiterer größerer Anbieter. Insgesamt sind im Mittelbereich Bad Mergentheim Anbieter mit einer Verkaufsfläche von rd. 13.800 m<sup>2</sup> vorzufinden.

Im **Mittelbereich Wertheim** (hier Freudenberg und Wertheim) ist nach dem Marktaustritt von Möbel Eitel bzw. Möbel Roller in Wertheim nur noch ein spezialisiertes Angebot vorhanden, welches in Wertheim durch die Anbieter Pavilla Outdoorliving und Küchen Fries am Standort Almosenberg sowie durch JYSK in Bestenheid und Matratzen Concord in der Kernstadt ausgebildet wird. Daneben ist in Freudenberg bedingt durch das Möbelwerk Rauch ein größerer Showroom-Bereich vorhanden, der jedoch nicht als klassischer Wettbewerber anzusehen ist. Daneben ist im ehemaligen Rewe-Lebensmittelmarkt ein Möbeloutlet vorzufinden. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Mittelbereich Wertheim im Möbelbereich auf rd. 5.500 m<sup>2</sup>.

Im **Mittelbereich Eberbach** ist insbesondere auf das Angebot von Möbel und Küchen Söhner in der Friedrichsdorfer Landstraße hinzuweisen. Das Angebot wird hier ergänzt durch JYSK und punktuell vorhandene kleinere Anbieter ohne Überschneidungen mit dem Vorhaben.

**Karte 4: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet von wohngfz**



**Legende**

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- Zone IV

**Wettbewerber (über 1.000 m<sup>2</sup> VK)**

- Möbelhäuser (größenskaliert)
- Küchenfachmärkte

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing GMA-Bearbeitung 2022



## 1.5 Zusammenfassende Bewertung der Angebotssituation im Einzugsgebiet

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet im Wesentlichen durch mittelgroße Hauptwettbewerber im Möbelbereich gekennzeichnet ist. Größere Möbelhäuser über 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind im gesamten Mittelbereich nicht vorhanden. In den vergangenen Jahren war insbesondere im Küchenmöbelbereich ein deutlicher Ausbau der Wettbewerbsstrukturen im Schwerpunkt mit kleineren Küchenstudios festzuhalten.

Vor dem Hintergrund der vorhandenen Angebotssituation im Einzugsgebiet mit dem Fehlen größerer Möbelhäuser sind aktuell – wie grundsätzlich im Möbelbereich typisch – Fahrten an andere Möbelhausstandorte außerhalb des Einzugsgebietes eher die Regel denn die Ausnahme. So befinden sich insbesondere in Richtung Norden (Raum Aschaffenburg), Richtung Nordosten (Raum Würzburg) und Richtung Süden (Raum Heilbronn) starke, leistungsfähige und auch große Möbelhäuser, die auch Kunden aus dem Einzugsgebiet anziehen. Diese Wettbewerbsstrukturen sollen im Folgenden ebenfalls kurz skizziert werden.

**Tabelle 4: Wettbewerber > 1.000 m<sup>2</sup> VK im Einzugsgebiet**

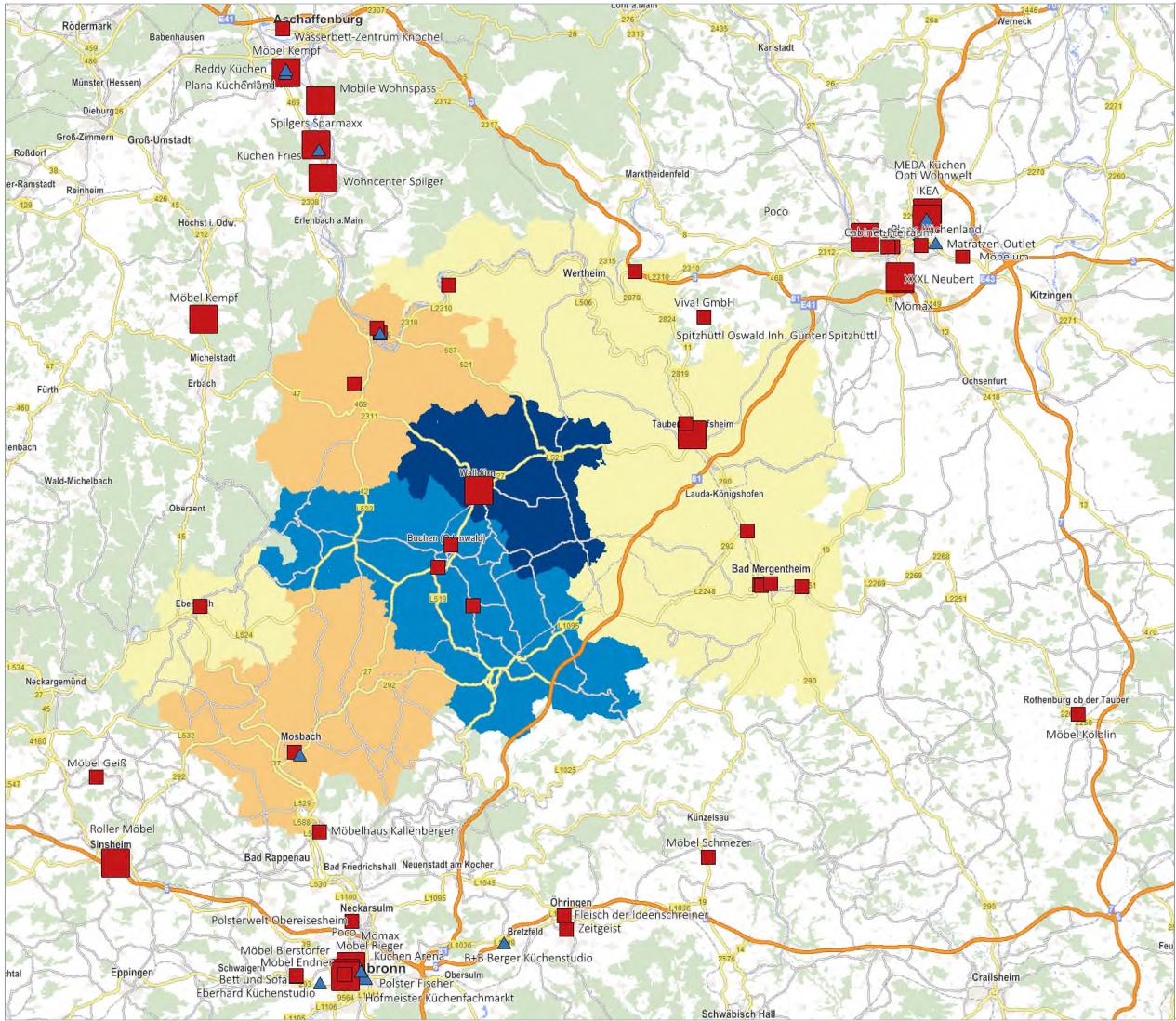
Zone	Stadt	Anbieter	Verkaufsflächen- größenklasse	Vertriebsform
I	Walldürn	wohnhof	> 5000	Vollsortimenter
II	Buchen (Odenwald)	Möbel AS	2.500 – 5.000	Mitnahmemarkt
		Möbel Gramlich	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
		Paul Lindbergh Ausstellung	1.000 – 2.500	Sonderform
III	Mosbach	Möbel AS	2.500 – 5.000	Mitnahmemarkt
	Großheubach	Möbelhaus Sandt	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
		SAHA Möbel GmbH	1.000 – 2.500	Mitnahmemarkt
		Broßler Küche aktiv	1.000 – 2.500	Küchenmöbel
	Mosbach	Küchen Galerie Mosbach	1.000 – 2.500	Küchenmöbel
	Weilbach	Möbel Center Weilbach	1.000 – 2.500	Mitnahmemarkt
	Großheubach	Tech-Art Küchen-Design Sandt	1.000 – 2.500	Küchenmöbel
IV	Bad Mergentheim	Möbel AS	2.500 – 5.000	Mitnahmemarkt
		Hügel Möbelhaus	2.500 – 5.000	Möbel und Küchen
	Eberbach	Möbel Söhner	1.000 – 2.500	Möbel und Küchen
	Freudenberg	rauch (Showroom)	1.000 – 2.500	Sonderform
	Igersheim	Möbel Wiedemann	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
	Lauda-Königshofen	Möbel-Schmitt	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
	Tauberbischofsheim	Schott Möbel	> 5000	Vollsortimenter
		Möbel Schott Outlet Gartenmöbel	1.000 – 2.500	Gartenmöbel
	Wertheim	Pavilla Outdoorliving - Gartenmöbel	1.000 – 2.500	Gartenmöbel

GMA-Erhebung 2022

## 2. Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebietes

- /// In Richtung **Norden bzw. Nordwesten** sind insbesondere die Wettbewerbsstrukturen im Raum Aschaffenburg, Obernburg und Bad König von Relevanz. In Obernburg befindet sich mit dem Wohncenter Spilger ein Möbelhaus mit einer Verkaufsfläche von rd. 40.000 m<sup>2</sup>. Ergänzt wird die Angebotssituation im Vollsortimentsbereich durch die beiden Möbelhäuser Möbel Kempf in Aschaffenburg (rd. 32.000 m<sup>2</sup> VK) und Möbel Kempf in Bad König (rd. 20.000 m<sup>2</sup> VK). Daneben ist auf ein niedrigpreisiges Angebot in Großwallstadt mit dem Spilgers Sparmaxx auf einer Verkaufsfläche von 16.000 m<sup>2</sup> und in Sulzbach a. M. auf Mobile Wohnspass mit einer Verkaufsfläche von rd. 12.000 m<sup>2</sup> hinzuweisen. Im Küchenbereich sind hier ebenfalls Angebotsstrukturen mit Reddy Küchen und Plana Küchenland in Aschaffenburg sowie Küchen Fries in Großwallstadt vorzufinden. Das Angebot wird darüber hinaus ergänzt durch weitere kleinere Küchenstudios und Anbieter für Matratzen. Insgesamt besteht aus dem Raum Walldürn, Buchen und auch Tauberbischofsheim und Wertheim bedingt durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Raumes Aschaffenburg eine hohe Einkaufsorientierung in diese Richtung.
- /// In Richtung **Nordosten** ist v. a. auf den Möbelstandort Würzburg hinzuweisen. Hier befindet sich mit XXXL Neubert eines der größten Möbelhäuser in Deutschland. Das Angebot wird hier ergänzt durch IKEA, Opti Wohnwelt, Mömax und Poco. Daneben sind im Küchenbereich Anbieter wie MEDA Küchen, Plana Küchenland und weitere Küchenanbieter vorhanden. Als weiterer leistungsstarker Wettbewerber im Raum nordöstlich des Einzugsgebietes ist auf Möbel Spitzhüttl in Neubrunn mit dem Stammhaus sowie mit dem Möbelhaus Viva (Möbelmitnahmemarkt) hinzuweisen. Insgesamt bestehen auch in Richtung Nordosten umfassende Einkaufsbeziehungen an die dortigen Möbelhausstandorte.
- /// In Richtung **Süden bzw. Südosten** sind insbesondere die Angebotsstrukturen im Raum Heilbronn von Relevanz. Insbesondere der südliche Bereich des Einzugsgebietes tendiert in diese Richtung und hier an die dortigen Angebote im Möbel- und Küchenbereich. Als größte Wettbewerber sind hier Möbel Bierstorfer und Möbel Rieger mit vergleichbarem Angebotsspektrum zu wohnfitz vorhanden. Das Angebot wird im Möbelbereich ergänzt durch Mömax und Polstermöbel Fischer in Heilbronn. Daneben sind weitere Möbelhäuser in Leingarten (Möbel Endner), Neckarsulm (Polsterwelt Obereisesheim), Künzelsau (Möbel Schmezer) sowie Gundelsheim (Möbel Kallenberger) vorhanden. Das Angebot wird hier ergänzt durch zahlreiche unterschiedliche Spezialanbieter für Möbel und Küchen im Raum Heilbronn. Insb. im Küchenbereich ist Heilbronn mit der Rieger KüchenArena und dem Hofmeister Küchenfachmarkt stark aufgestellt. Der Angebotsstandort Heilbronn ist somit ebenfalls in regionaler Hinsicht besonders hervorzuheben.
- /// In Richtung **Südwesten und Westen** sind bereits die Möbelangebote im Raum Mannheim / Heilbronn von Relevanz, welche über das Neckartal bzw. aus Richtung des Kraichgau / Sinsheim gut zu erreichen sind. Dieser Raum ist für Kunden aus dem Einzugsgebiet weniger von Relevanz. Als nächstgelegener größerer Möbelanbieter im Raum Sinsheim ist hier auf Möbel Roller hinzuweisen.

**Karte 5: Überregionale Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes**



**Legende**

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- Zone IV

**Wettbewerber (über 1.000 m² VK)**

- Möbelhäuser (größenskaliert)
- ▲ Küchenfachmärkte

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing GMA-Bearbeitung 2022

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass außerhalb des Einzugsgebietes v. a. Richtung Norden, Nordosten und Süden eine umfassende Wettbewerbssituation mit den starken Möbelstandorten Aschaffenburg, Würzburg und Heilbronn vorhanden ist. Daraus resultieren umfangreiche Kundeneinkaufsbeziehungen an diese Möbelstandorte außerhalb des Einzugsgebietes. So ist davon auszugehen, dass Kunden aus dem Einzugsgebiet i. W. auch die großen Möbelhäuser außerhalb des Einzugsgebietes frequentieren.

**Tabelle 5: Wettbewerber > 1.000 m<sup>2</sup> VK außerhalb des Einzugsgebietes**

Stadt	Anbieter	Verkaufsflächen- größenklasse	Vertriebsform
Aschaffenburg	Möbel Kempf	20.000-50.000	Wohnkaufhaus
	Reddy Küchen	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
	Plana Küchenland	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
Bad König	Möbel Kempf	20.000-50.000	Wohnkaufhaus
Großwallstadt	Spilgers Sparmaxx	10.000 – 20.000	Mitnahmemarkt
	Küchen Fries	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
Mainaschaff	Wasserbett-Zentrum Knöchel	1.000 – 2.500	Spezialanbieter
Obernburg a. M.	Wohncenter Spilger	20.000-50.000	Wohnkaufhaus
Sulzbach am Main	Mobile Wohnspass	10.000 – 20.000	Vollsortimenter
Eschelbronn	Möbel Geiß	5.000 – 10.000	Vollsortimenter
Sinsheim	Roller Möbel	10000 – 20.000	Mitnahmemarkt
Bretzfeld	B+B Berger Küchenstudio	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
Gundelsheim	Möbelhaus Kallenberger	1.000 – 2.500	Vollsortimenter
Heilbronn	Möbel Bierstorfer	20.000-50.000	Wohnkaufhaus
	Möbel Rieger	20.000-50.000	Wohnkaufhaus
	Mömax	10.000 – 20.000	Mitnahmemarkt
	Küchen Arena	5.000 – 10.000	Küchenfachmarkt
	Poco Domäne	5.000 – 10.000	Mitnahmemarkt
	Hofmeister Küchenfachmarkt	2.500 – 5.000	Küchenfachmarkt
	Polster Fischer	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
	Eberhard Küchenstudio	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
Neckarsulm	Polsterwelt Obereisesheim	1.000 – 2.500	Mitnahmemarkt
Künzelsau	Möbel Schmezer	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
Leingarten	Möbel Endner	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
	Bett und Sofa	1.000 – 2.500	Sonderform
Öhringen	Zeitgeist	1.000 – 2.500	Sonderform
	Fleisch der Ideenschreiner	1.000 – 2.500	Sonderform
Neubrunn	Spitzhüttl Home Company	2.500 – 5.000	Vollsortimenter
	Viva Spitzhüttl	2.500 – 5.000	Mitnahmemarkt
Rottendorf	Möbelum	1.000 – 2.500	Sonderform



Stadt	Anbieter	Verkaufsflächen- größenklasse	Vertriebsform
Würzburg	XXXL Neubert	> 50.000	Wohnkaufhaus
	IKEA	20.000-50.000	IKEA
	Opti Wohnwelt	10.000 – 20.000	Vollsortimenter
	Mömax	5.000 – 10.000	Mitnahmemarkt
	Poco Domäne	5.000 – 10.000	Mitnahmemarkt
	MEDA Küchen	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
	Plana Küchenland	1.000 – 2.500	Küchenfachmarkt
	Matratzen-Outlet	1.000 – 2.500	Sonderform
	Das Bett	1.000 – 2.500	Spezialanbieter
	Cabinet-Freiraum	1.000 – 2.500	Spezialanbieter

GMA-Erhebung 2022

### 3. Methodik der Umsatzumverteilungsberechnung



Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

-  die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
-  der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

### 4. Umsatzumverteilungseffekte

Für die Bewertung der geplanten Erweiterung des wohnfitz Möbelhauses in Walldürn werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

-  Der Gebäudekörper mit dem Küchenbereich und einer saisonal betriebenen Fläche für Gartenmöbel wird auf einer Gesamtverkaufsfläche von 7.480 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 32,9 Mio. € erzielen. Dabei wurde berücksichtigt, dass sowohl der Küchenmöbelbereich wie auch der Bereich Gartenmöbel bereits heute angeboten werden. Für die einzelnen neuen Teilflächen wurden bei der Prognose der Umsatzleistungen die unterschiedlichsten Flächenleistungen und insbesondere auch das Thema einer großzügigeren Warenpräsentation und Sondernutzungen innerhalb der Verkaufsflächen (z. B. große Kochschule mit Essbereich, Gerätedemonstrationsbereich, Planungsflächen) berücksichtigt.
-  Darüber hinaus bleibt festzuhalten, dass wohnfitz bereits seit Jahren am Standort mit einer Verkaufsfläche von aktuell rd. 5.470 m<sup>2</sup>, davon 5.250 m<sup>2</sup> im Haupthaus und rd. 220 m<sup>2</sup> Gartenmöbel im Zelt / Außenbereich, vorhanden sind. Der Anbieter erwirtschaftet auf dieser Fläche einen Umsatz von rd. 26,9 Mio. €. Diese Umsätze sind bereits heute

am Standort gebunden und werden von Kunden aus einem regionalen und überregionalen Einzugsgebiet erzielt. An der generellen Kundenzusammensetzung und der Marktdurchdringung des Standortes in das Einzugsgebiet werden sich keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist für die Prognose der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ausschließlich der am Standort im Rahmen einer worst case-Prognose prognostizierte **zusätzliche Umsatz in einer Größenordnung von rd. 6,0 Mio. € gegenüber den Anbietern im und außerhalb des Einzugsgebietes umzuverteilen.**

- Bei der Prognose der Umsatzumverteilungseffekte wurde berücksichtigt, dass der Standort ein überregionales Einzugsgebiet erschließt und Kunden für den Möbelkauf bereit sind, auch längere Strecken zu Möbelanbietern auf sich zu nehmen. Entsprechend wird der am Standort zusätzlich zu erwartende Umsatz nicht ausschließlich im Nahumfeld des Standortes bzw. im Einzugsgebiet wirksam werden, sondern wird ebenfalls die Wettbewerbsstandorte außerhalb des Einzugsgebietes betreffen. Dies ist insbesondere für die Anbieter im Raum Aschaffenburg, Würzburg, Heilbronn und Mannheim / Heidelberg von Relevanz. Es ist daher aufgrund der regionalen bzw. überregionalen Verteilung der Kunden von einer **starken Streuung der Effekte innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes** auszugehen.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch den erweiterten Standort von wohnfitz zu prognostizieren:

**Tabelle 6: Umsatzumlenkungen durch die Erweiterung von wohnfitz im Einzugsgebiet**

Zone / Stadt	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung abs. in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
<b>Zone I (GVV Hardheim-Walldürn)</b>				
Hardheim / Walldürn	630	2,1	<<0,1	1
<b>Zone II (Restl. MB Buchen)</b>				
Buchen (Odenwald)	11.000	24,9	0,4 – 0,5	2
sonstige Standorte	300	0,3	<<0,1	n.n.
<b>Zone III (MB Mosbach / Raum Miltenberg)</b>				
Großheubach	8.560	14,5	0,1 – 0,2	1
Mosbach	8.000	21,6	0,1	<1
Weilbach	1.500	2,5	<<0,1	<1
sonstige Standorte	2.060	5,6	<<0,1	<1
<b>Zone IV (MB Tauberbischofsheim, Wertheim, Bad Mergentheim, Eberbach)</b>				
Bad Mergentheim	9.820	20,1	<<0,1	<1
Eberbach	1.800	4,2	<<0,1	<1
Freudenberg	2.550	5,6	<<0,1	<1
Igersheim	4.000	5,2	<<0,1	<1
Lauda-Königshofen	4.000	10,0	<0,1	<1
Tauberbischofsheim	7.730	21,6	0,1 – 0,2	1
Wertheim	2.950	11,0	<0,1	<1

Zone / Stadt	Verkaufs- fläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung abs. in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
<b>außerhalb des Einzugsgebietes</b>				
Aschaffenburg / Bad König	129.600	241,4	1,4	<1
Heilbronn/Umgebung	139.435	271,5	1,4	<1
Würzburg	138.510	399,3	1,8 – 1,9	<1
sonstige Standorte	---	---	0,3	n.n.
<b>Umsatzumverteilung Gesamt</b>	---	---	6,0	---

n.n.: Umsatzumverteilungseffekte auf einem nicht nachweisbaren Niveau

GMA-Berechnungen 2022

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum sind folgende wirtschaftliche bzw. städtebauliche Effekte zu erwarten:

- I** In **Zone I** des Einzugsgebietes, welches durch den **GVV Hardheim-Walldürn** ausgebildet wird, ist im Wesentlichen mit sehr geringen Rückwirkungen gegenüber den Anbietern im Küchenmöbelbereich (Küchen Duo, Lulic) in Walldürn zu rechnen. Diese bewegen sich auf einem Niveau von max. 1 % und sind daher als geringe wirtschaftliche Effekte zu bewerten. Innerhalb des GVV Hardheim-Walldürn sind durch das Vorhaben keine negativen Effekte zu erwarten. Vielmehr wird der Bestand des für den GVV und auch in Teilen für den Mittelbereich Buchen wichtigsten Möbelanbieters langfristig gesichert.
- II** In **Zone II** des Einzugsgebietes und hier insbesondere im **Mittelzentrum Buchen** werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 0,4 – 0,5 Mio. € erwartet. Diese betreffen im Wesentlichen den Anbieter Möbel Gramlich mit vergleichbarem Angebotsspektrum und Ausrichtung sowie die sonstigen Wettbewerber im Möbelbereich in Buchen. Es werden Umsatzumverteilungseffekte von durchschnittlich rd. 2 % erwartet. Bei dem Hauptwettbewerber Möbel Gramlich ist von etwas höheren Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 3 – 4 % auszugehen. Die Effekte gegenüber dem Mittelzentrum Buchen sind ebenfalls als wirtschaftliche Effekte einzuordnen. Es ist nicht zu erwarten, dass durch das Vorhaben wohnfitz einer der weiteren Möbel- bzw. Küchenmöbelanbieter im Mittelzentrum Buchen schließen wird. Die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte liegen hier weitab von kritischen Schwellenwerten. Im sonstigen Mittelbereich Buchen werden keine relevanten Rückwirkungen erwartet.
- III** In **Zone III** des Einzugsgebietes ist gegenüber dem Mittelzentrum **Mosbach** mit dem dortigen Besatz mit allenfalls sehr geringen Rückwirkungen zu rechnen, da hier das Angebot im Möbelbereich nicht mit dem von wohnfitz vergleichbar ist und im Küchenmöbelbereich sich mögliche Rückwirkungen auf eine Vielzahl von verschiedenen Standorten verteilen werden. Entsprechend gering fallen die Umsatzumverteilungseffekte an den Einzelstandorten aus. Am Standort **Großheubach** auf bayerischer Seite sind mehrere vergleichbare Anbieter wie beispielsweise das Möbelhaus Sandt, Broßler und weitere Anbieter vorzufinden. Hier sind Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 1 % zu erwarten. Auch diese Anbieter strahlen hinsichtlich ihres Einzugsgebietes in ein regionales Umfeld aus, so dass diese leistungsstark aufgestellt sind. Insofern sind auch im Mittelbereich Mosbach sowie im Raum Miltenberg keine städtebaulich relevanten Rückwirkungen zu erwarten.

■ In **Zone IV** des Einzugsgebietes, welches im Wesentlichen die **Mittelbereiche Tauberbischofsheim, Wertheim, Bad Mergentheim und Eberbach** umfasst, sind jeweils in den Mittelzentren größere Anbieter vorhanden, welche teilweise eine vergleichbare Ausrichtung aufweisen wie das Möbelhaus wohnfitz in Walldürn. Am ehesten sind hier im Möbel-, Küchen- und Gartenmöbelbereich wettbewerbliche Effekte gegenüber dem Anbieter Möbel Schott in Tauberbischofsheim mit dem dortigen Möbelhaus und dem Outlet für Gartenmöbel zu erwarten. Diese belaufen sich auf max. 1 %. Darüber hinaus ist im Gartenmöbelbereich in Wertheim mit Umsatzumverteilungseffekten gegenüber Pavilla Outdoor Living zu rechnen. Dieser Anbieter weist allerdings ein sehr hochwertiges Angebotsspektrum auf, so dass dies ebenfalls nur bedingt vergleichbar ist. An allen anderen sonstigen Standorten in Zone IV des Einzugsgebietes bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte weitab von kritischen Werten auf einem Niveau von deutlich unter 1 % Umsatzverlust.

Zusammenfassend lässt sich somit in Bezug auf die Rückwirkungen **im Einzugsgebiet** festhalten, dass dort an keinem der untersuchten Standorte hohe Umsatzumverteilungseffekte erreicht werden. Städtebauliche Rückwirkungen auf die Versorgungsstrukturen im Möbele Einzelhandel sind auszuschließen.

■ Aufgrund der starken Wettbewerbssituation **außerhalb des Einzugsgebietes** bestehen aktuell umfangreiche Einkaufsbeziehungen an Standorte in den Großräumen Aschaffenburg, Bad König, Heilbronn und Umgebung sowie Würzburg. Diese Einkaufsbeziehungen in Richtungen der umliegenden Standorte werden sich etwas abschwächen, jedoch an keinem der jeweiligen Angebotsstandorte zu nennenswerten spürbaren Umsatzumverteilungseffekten führen. Auch außerhalb des Einzugsgebietes sind an den jeweiligen größeren Wettbewerbsstandorten keine städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten.

**Zusammenfassend** lässt sich somit festhalten, dass aufgrund des großen Einzugsgebiets und der „Mobilität“ der Kunden beim Kauf von Möbeln bzw. Küchenmöbeln insgesamt von einer starken Streuung der Umsatzumverteilungseffekte auszugehen ist, so dass das Vorhaben an den Einzelstandorten keine städtebaulich relevanten Effekte auslösen wird.

Selbst bei einer worst-worst case-Betrachtung und einer Umverteilung sämtlicher durch das Vorhaben generierten Umsätze innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes würde maximal eine Umsatzumverteilungsquote von 4 % im Einzugsgebiet erreicht.<sup>23</sup> Dies verdeutlicht, dass selbst bei einer nicht als realistisch einzuschätzenden worst worst case-Betrachtung bei weitem keine kritischen Umsatzumverteilungseffekte in der Region ausgelöst werden.

**Das Beeinträchtungsverbot wird somit eindeutig eingehalten.** Städtebauliche Effekte auf die Versorgungsstrukturen im Möbel-, Küchen- und Gartenmöbelbereich sind dabei eindeutig auszuschließen.

<sup>23</sup> Rechnung: 6,0 Mio. € zusätzlicher Vorhabenumsatz : 151,7 Mio. € Umsatz im Möbel- / Küchenmöbelbereich = 4 % Umsatzumverteilung.



## 5. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

- ▀ das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- ▀ die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und durch den Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar (Ziel 1.7.2.4) aufgegriffen:

*„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.“*

## 6. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- ▀ Die Analyse der Umsatzumverteilungseffekte hat gezeigt, dass Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung nicht zu erwarten sind. Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bewegen sich an jedem der untersuchten Standorte auf einem Niveau von unter 2 % und damit weitab von den landesplanerisch als Richtwert festgehaltenen Wert von max. 20 % für nicht-zentrenrelevante Sortimente. Städtebauliche Auswirkungen sowohl innerhalb des Einzugsgebietes wie auch in regionaler und überregionaler Hinsicht sind auszuschließen.

**Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.**

## VI. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

#### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Erweiterung des wohnfitz Möbelhauses von aktuell 5.470 m<sup>2</sup> VK, davon 5.250 m<sup>2</sup> VK im Haupthaus und 220 m<sup>2</sup> VK Gartenmöbel (saisonale Ausstellung) auf insgesamt 7.480 m<sup>2</sup> VK durch einen separaten Neubau direkt angrenzend an das bestehende Haupthaus</li> <li>/// Der Umfang zentrenrelevanter Randsortimente soll unverändert bleiben. Es ist ausschließlich eine Veränderung der Verkaufsfläche im Möbel-, Küchen- und Gartenmöbelbereich vorgesehen, um auf großzügigeren Ausstellungsflächen und durch die Realisierung von Sonderflächen (z. B. Kochschule, Planungspräsentationsfläche) eine moderne Einkaufsatmosphäre zu schaffen.</li> <li>/// Standort Gewerbe- und Sondergebiet Spangel mit bestehendem Sondergebiets-Bebauungsplan, Fläche für Neubau derzeit als Gewerbegebiet ausgewiesen. Daher Änderung des bestehenden Bebauungsplans notwendig.</li> <li>/// Der Standort liegt innerhalb eines Ergänzungsstandortes für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten und ist auch im Einzelhandelskonzept als Ergänzungsstandort ausgewiesen.</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Bauleitplanung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Änderung eines bestehenden Gewerbe- und Sondergebietes Bebauungsplan Spangel vorgesehen. Im Umfeld ist zudem die Verlagerung des Edeka-Marktes und damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung im gleichen Sondergebiet vorgesehen.</li> </ul>
<b>Standortrahmenbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Makrostandort: Unterzentrum Walldürn (gemeinsam mit Hardheim) mit insgesamt 11.619 Einwohnern</li> <li>/// Einzelhandelsstrukturen: Stadtkern mit kleinteiligem Einzelhandelsbesatz, Einzelhandelsagglomeration Röte mit Nahversorgungsbetrieben, Fachmarktnutzungen und sonstigen Anbietern als Einkaufsschwerpunkt der Stadt Walldürn, Vorhabenstandort wohnfitz liegt östlich der Einzelhandelsagglomeration Röte noch innerhalb des Einkaufsschwerpunktes von Walldürn</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Das Einzugsgebiet des Standortes wurde anhand von Kundenherkunftsdaten des Auftraggebers für das Jahr 2021 abgegrenzt. Demnach wird ein regionales bzw. überregionales Einzugsgebiet erreicht. Lediglich 16 % der Kunden kommen aus dem GVV Hardheim-Walldürn.</li> <li>/// Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet rd. 347.039 Einwohner.</li> <li>/// Das Kaufkraftpotenzial im Möbelbereich ist auf rd. 140,2 Mio. € zu berechnen.</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Der erweiterte wohnfitz-Standort wird eine Umsatzleistung von rd. 32,9 Mio. € bei einer Verkaufsfläche von rd. 7.480 m<sup>2</sup> erzielen. Es ist – wie auch am Bestandsstandort – von einer hohen Leistungsfähigkeit auszugehen, wenngleich – bedingt durch den größeren Anteil an Präsentationsflächen und einer großzügigeren Gestaltung der Ausstellung sowie der ausschließlich saisonal angebotenen Gartenmöbel – die Flächenleistung gegenüber dem Bestandsstandort sinken wird.</li> </ul>

<b>Umsatzumverteilungseffekte in %</b>	<p>Die Umsatzumverteilungsberechnung hat gezeigt, dass sowohl innerhalb wie auch außerhalb des Einzugsgebietes an den Einzelstandorten jeweils nur mit sehr geringen Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen ist. Diese belaufen sich auf ein Niveau von max. 2 % im Mittelbereich Buchen und werden an keiner Stelle städtebaulich relevante Effekte auslösen.</p>
--	--

**Raumordnerische Bewertungskriterien (1)**

<b>Zentralitäts / Konzentrationsgebot</b>	<p>Walldürn ist gemeinsam mit Hardheim die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zugewiesen. Demnach kommt der Standort für Einzelhandelsgroßprojekte in Frage.</p> <p><b>Das Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot wird am Standort Walldürn erfüllt.</b></p>
<b>Integrationsgebot</b>	<p>Bei wohnfitz handelt es sich um einen Einzelhandelsbetrieb, der weit überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente umfasst. Entsprechend ist im Rahmen des Integrationsgebotes zu prüfen, ob sich der Standort innerhalb eines Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte befindet und die zentrenrelevanten Randsortimente beschränkt sind.</p> <p>Der wohnfitz-Standort ist innerhalb des Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß Regionalplan und interkommunalem Einzelhandelskonzept des GVV Hardheim-Walldürn gelegen. Die zentrenrelevanten Sortimente sind sowohl im Bebauungsplan wie auch durch einen raumordnerischen Vertrag auf maximal 250 m<sup>2</sup> für zentrenrelevante und 150 m<sup>2</sup> für nicht-zentrenrelevante Sortimente festgesetzt. Eine Erweiterung der zentrenrelevanten Sortimente ist in der Planung nicht vorgesehen. Die vorgesehenen Erweiterungsflächen beziehen sich ausschließlich auf den Möbel-, Gartenmöbel- und Küchenbereich.</p> <p><b>Das Integrationsgebot wird eingehalten.</b></p>
<b>Kongruenzgebot</b>	<p>Das Einzugsgebiet des wohnfitz Möbelhauses wurde auf Basis von Kundenherkunftsdaten aus dem Jahr 2021 abgegrenzt. Aus den Daten wird ersichtlich, dass der Anbieter ein regionales bis überregionales Einzugsgebiet erschließt. Gemäß Daten der Fa. wohnfitz beträgt der aktuelle Umsatzanteil bezogen auf den Gesamtumsatz rd. 16 % aus dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Walldürn (=GVV Hardheim-Walldürn). Das Kongruenzgebot wird aufgrund der Attraktivität und regionalen bzw. überregionalen Strahlkraft des Möbelhauses wohnfitz nicht eingehalten.</p> <p>Bereits bei der Verlagerung des Standortes von Waldstetten an den heutigen Standort in Walldürn wurde wegen der Nichteinhaltung des Kongruenzgebots ein Zielabweichungsverfahren durchgeführt und in diesem Verfahren einer Abweichung vom Kongruenzgebot stattgegeben.</p> <p><b>Insofern bleibt festzuhalten, dass auch das erweiterte Möbelhaus wohnfitz das Kongruenzgebot eindeutig nicht einhält. Eine Erweiterung ist deshalb nur im Rahmen eines Zielabweichungsverfahrens vom Kongruenzgebot möglich.</b></p>
<b>Beeinträchtigungsverbot</b>	<p>Die Analyse der Umsatzumverteilungseffekte hat gezeigt, dass Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung nicht zu erwarten sind. Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bewegen sich an jedem der untersuchten Standorte auf einem Niveau von unter 2 % und damit weitab von den landesplanerisch als Richtwert festgehaltenen Wert von max. 20 % für nicht-zentrenrelevante Sortimente. Städtebauliche Auswirkungen sowohl innerhalb des Einzugsgebietes wie auch in regionaler und überregionaler Hinsicht sind auszuschließen.</p> <p><b>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</b></p>

## Verzeichnisse

Seite

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Walldürn und zentralörtliche Struktur in der Region	16
Karte 2:	Mikrostandort Gewerbe- und Sondergebiet Spangel in Walldürn	21
Karte 3:	Einzugsgebiet wohnfitz auf Basis von Kundenherkunftsdaten (2021)	25
Karte 4:	Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet von wohnfitz	32
Karte 5:	Überregionale Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	35

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht Flächen Bestand und Planung	5
Tabelle 2:	Übersicht Flächen Bestand und Planung	13
Tabelle 3:	Umsatzprognose	28
Tabelle 4:	Wettbewerber > 1.000 m <sup>2</sup> VK im Einzugsgebiet	33
Tabelle 5:	Wettbewerber > 1.000 m <sup>2</sup> VK außerhalb des Einzugsgebietes	36
Tabelle 6:	Umsatzumlenkungen durch die Erweiterung von wohnfitz im Einzugsgebiet	38

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Marktanteile der Vertriebskonzepte im Möbele Einzelhandel in Deutschland	11
Abbildung 2:	Planskizze	14