



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Niederhofheimer Straße 63 in Hofheim am Taunus als Nahversorgungsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu einem Erweiterungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der ALDI Süd SE & Co. KG
Hamburg, 08.05.2023



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Niederhofheimer Straße 63 in Hofheim am Taunus als Nahversorgungsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu einem Erweiterungsvorhaben

Projektnummer: 23DLP3379

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Ulrike Rehr

Bearbeitet unter Mitarbeit von: David Kamin

Im Auftrag der

ALDI Süd SE & Co. KG

Hessenring 1-3

64546 Mörfelden

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	5
3	Rahmendaten des Makrostandorts	8
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	11
4.1	Methodische Vorbemerkungen	11
4.2	Wettbewerb im Raum	11
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	13
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	14
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	16
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	16
5.2	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und prägenden Lagebereichen innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets	20
5.2.1	ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus (innerhalb des Einzugsgebiets)	21
5.2.2	FMA Kriftel (außerhalb des Einzugsgebiets)	23
5.2.3	FMA Liederbach (außerhalb des Einzugsgebiets)	24

6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	25
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	25
6.2	Wirkungsprognose	28
6.2.1	Vorbemerkungen	28
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	29
7	Bewertung des Vorhabens	32
7.1	Zu den Bewertungskriterien	32
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	35
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	36
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	38
8	Fazit	42

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Bestehender Aldi-Markt an der Niederhofheimer Straße	4
Abbildung 3: Blick in Richtung Südwesten entlang der B 519	5
Abbildung 4: Zu- und Abfahrt des Aldi-Markts (Blick in Richtung Nordosten entlang der B 519)	5
Abbildung 5: Lage im Raum	8
Abbildung 6: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	12
Abbildung 7: Einzugsgebiet des Vorhabens	13
Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation	17
Abbildung 9: Edeka-Verbrauchermarkt, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)	19
Abbildung 10: Lidl-Lebensmitteldiscounter, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)	19
Abbildung 11: Buch der Biomarkt, Hauptstraße 73 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)	19
Abbildung 12: Rewe-Supermarkt, Homburger Straße 2 in Hofheim am Taunus (sonstige Lage)	20
Abbildung 13: Blick entlang der Hauptstraße im ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus	21
Abbildung 14: Chinon Center im ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus	22
Abbildung 15: Rewe-Verbrauchermarkt an der Oberweidstraße in Kriftel	23
Abbildung 16: Lidl-Lebensmitteldiscounter an der L 3016 in Liederbach am Taunus	24
Abbildung 17: Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts (1.000 m und 2.000 m-Isodistanz)	39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	6
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	10
Tabelle 3: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	14
Tabelle 4: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	17
Tabelle 5: Marktanteile des erweiterten Aldi-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	25
Tabelle 6: Umsatzstruktur des erweiterten Aldi-Markts	26
Tabelle 7: Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Status quo)	26
Tabelle 8: Umsatzzuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung	27
Tabelle 9: Marktanteilszuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung	27
Tabelle 10: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	30

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

ALDI SÜD plant an der Niederhofheimer Straße in Hofheim die Erweiterung der Verkaufsfläche des Markts von 843 auf rd. 994 qm. Es handelt sich bei diesem Vorhaben um eine bauliche Veränderung innerhalb der bestehenden Filiale durch Lagerflächenumwandlung.

Für die Realisierung des Vorhabens ist eine Änderung des Bebauungsplans erforderlich. Der Aufstellungsbeschluss wurde im September 2022 gefasst. Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit insbesondere in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung. Prüfungsmaßstab ist damit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB. Darüber hinaus sind die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Hessen (LEP, Regionalplan) zu berücksichtigen.

1.2 Vorgehensweise

Zur Bearbeitung der Aufgabenstellung wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabens im Hinblick auf seine Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz;
- Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen am Makrostandort (Stand und Entwicklung Bevölkerung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der Wettbewerbsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels sowie kartographische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;
- Versorgungsstrukturelle Analyse des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkausflächendichte sowie Zentralität im Einzugsgebiet);

- **Städtebauliche Analyse** der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit (Stabilität/Fragilität) sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen;
- **Vorhabenprognose** bezüglich des prospektiven Einzugsgebiets, des Nachfragepotenzials, des Umsatzes und zu den Marktanteilen (Kaufkraftabschöpfung) des Vorhabens bzw. deren Veränderungen durch das Vorhaben;
- **Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des bestehenden Einzelhandels im Untersuchungsraum;
- **Städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der Verträglichkeit des Vorhabens gemäß der o.g. Kriterien;
- **Zusammenfassendes Fazit.**

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von **Primär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- **Sekundäranalysen** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **flächendeckende Vor-Ort-Erhebung** der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum mittels app-gestützter Ladenbegehungen und Flächenerfassungen;
- **intensive Begehungen des Mikrostandorts** und des Standortumfelds sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2025 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Niederhofheimer Straße 63 und somit im nördlichen Kernstadtbereich von Hofheim am Taunus.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts wird dabei über die Niederhofheimer Straße (B 519) gewährleistet. Die B 519 durchzieht das Stadtgebiet von Hofheim in Nord-Süd-Richtung und stellt eine Verbindungsachse zu weiteren Kreis- und Landesstraßen her. Die Erschließung des Vorhabenstandorts erfolgt ebenfalls über eine

Zu- und Abfahrt von der Niederhofheimer Straße, wodurch eine gute Anbindung des Grundstücks gegeben ist. Darüber hinaus ist das Stellplatzangebot für PKW-Kunden auf dem Grundstück in ausreichender Stückzahl vorhanden.

Die **Anbindung an den ÖPNV** erfolgt über die in fußläufiger Erreichbarkeit zum Vorhabenstandort gelegene Bushaltestelle „Rhein-Main-Therme“, die von der Buslinie 812 bedient wird. Diese verkehrt mehrmals in der Stunde zwischen Hofheim – Liederbach – Bad Soden – Schwalbach. Zudem hält auch die Buslinie X26 (Wiesbaden – Hofheim – Königstein – Oberursel – Bad Homburg) einmal in der Stunde an der Haltestelle.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** sowie die Anfahrt mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten sind ebenfalls gegeben.

Insgesamt ist daher die verkehrliche Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts im MIV, ÖPNV und zu Fuß/ per Fahrrad als sehr gut einzustufen.

Das **Vorhabenareal** wird derzeit bereits durch großflächigen Einzelhandel im nahversorgungs-relevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich in Form des bereits bestehenden Aldi-Markts zzgl. Lager- und Stellplatzflächen genutzt.



Abbildung 2: Bestehender Aldi-Markt an der Niederhofheimer Straße

Das **Standortumfeld** ist durch mehrere Gewerbebetriebe (u.a. Autohäuser und Reifengeschäfte) entlang der Niederhofheimer Straße (B 519) sowie der Reifenberger Straße (K 786) geprägt. In Richtung Norden grenzt ferner eine landwirtschaftlich genutzte Fläche an das Vorhabengrundstück an, bevor in rd. 150 m die Rhein-Main-Therme folgt. Die nächstgelegenen Wohneinheiten sind in rd. 250 m Entfernung an der Niederhofheimer Straße anzutreffen.

Nach dem kommunalen **Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept** der Stadt Hofheim am Taunus aus dem Jahr 2009 ist der Vorhabenstandort **nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereichs**. Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich befindet sich mit der Innenstadt in knapp 1,5 km südlicher Entfernung.



Abbildung 3: Blick in Richtung Südwesten entlang der B 519



Abbildung 4: Zu- und Abfahrt des Aldi-Markts (Blick in Richtung Nordosten entlang der B 519)

2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters an der Niederhofheimer Straße 63 in Hofheim am Taunus von aktuell rd. 843 qm auf zukünftig rd. 994 qm Verkaufsfläche. Bei dem Vorhaben handelt es sich somit um keine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung eines bereits bestehenden Einzelhandelsstandorts. Dabei wird sich der Markt in seinen räumlichen Abmessungen nicht verändern. Die Verkaufsflächenerweiterung entsteht durch den Rückbau einer Lagereinheit.

Wie die nachfolgende Tabelle zeigt, beläuft sich der vorhabeninduzierte Netto-Verkaufsflächenzuwachs am Standort auf insgesamt rd. 151 qm.

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch die Aldi-Erweiterung

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	759	136	895
aperiodischer Bedarf	84	15	99
Gesamt	843	151	994

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers.

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

Der **Sortimentsschwerpunkt des Aldi-Markts** liegt auch nach der Erweiterung in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellt das Vorhaben einen **typischen Nahversorgungsanbieter** dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente¹ wird erfahrungsgemäß bei ca. 10 % (rd. 100 qm Verkaufsfläche) liegen.

Das Vorhaben soll über eine **Bauleitplanung** realisiert werden und ist damit nach § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen.

Die angestrebte Verkaufsflächendimensionierung erscheint vor dem Hintergrund des stetigen Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel nachvollziehbar. Um den gestiegenen Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und die internen Betriebsabläufe zu optimieren, modernisieren derzeit alle Lebensmittelanbieter deutschlandweit ihr Ladennetz. Die Modernisierungen sind i.d.R. mit Verkaufsflächenerweiterungen verbunden, da sich die ökonomische Tragfähigkeit einzelner Anbieter langfristig nur sicherstellen lässt, wenn diese zeitgemäß dimensioniert sind.

Der Anpassungsdruck für die Verkaufsfläche hat verschiedene Ursachen:

- Die Erwartungshaltung der Konsumenten an den Einkaufskomfort ist in den letzten Jahren erheblich angestiegen. Dies beinhaltet vor allem erhöhte Ansprüche an die Architektur, das Ladendesign und die Warenpräsentation und äußert sich in der Notwendigkeit die Regalhöhen zu reduzieren, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen und die Gänge zu verbreitern, um ein möglichst barrierefreies und komfortables Einkaufen zu gewährleisten. Dadurch steigt der Flächenbedarf.
- Die Konsumenten kennzeichnen sich durch ein wachsendes Bewusstsein für die Themen Regionalität, Bio, Fair Trade, vegane Produkte etc.. Die damit einhergehende Ausdifferenzierung der Produktvielfalt induziert einen zusätzlichen Flächenbedarf, um entsprechende Produkte anbieten zu können. Hinzu kommt insbesondere bei Vollsortimenter, aber zunehmend auch bei den Discountern die Erwartungshaltung der Verbraucher an ein möglichst umfangreiches

¹ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

Frischeangebot (Obst/Gemüse, Wurst/Fleisch, Käse, Fisch), was ebenfalls zusätzliche Flächenansprüche induziert.

- Aber auch im konventionellen Bereich sind erhebliche Produktdifferenzierungen und -innovationen zu beobachten. Getragen durch die Werbung, erwarten die Konsumenten daher insbesondere von einem Vollsortimenter, aber auch von Discountern, ein ausdifferenziertes Angebot, was sich nur auf größeren Verkaufsflächen darstellen lässt.
- Um die Betriebsabläufe zu optimieren, wird darauf hingewirkt, möglichst viel Ware auf die Verkaufsfläche zu bekommen und den Umfang an Lagerware möglichst gering zu halten. Dadurch ist der Bedarf nach Verkaufsfläche gegenüber Lagerflächen überproportional angestiegen.

Auch wenn bei einem Erweiterungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Aldi-Markt seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des Marktes ergibt.² Schließlich ist der bestehende Aldi-Markt bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

An der Niederhofheimer Straße 63 in Hofheim am Taunus ist die Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters von aktuell rd. 843 qm Verkaufsfläche auf zukünftig rd. 994 qm geplant. Somit handelt es sich um eine Verkaufsflächenerweiterung von rd. 151 qm. Dabei wird sich der Markt in seinen räumlichen Abmessungen nicht verändern. Die Verkaufsflächenerweiterung entsteht durch den Rückbau einer Lagereinheit.

Der Standort ist sowohl fußläufig aus den angrenzenden Wohngebieten als auch über den motorisierten Individualverkehr und den ÖPNV gut erreichbar und befindet sich integrierter Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.

² Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Struktur

Die im Main-Taunus-Kreis liegende Kreisstadt Hofheim am Taunus befindet sich zwischen den Oberzentren Frankfurt am Main im Osten und Wiesbaden im Westen sowie Mainz im Südwesten. Die Entfernung zu diesen Oberzentren beträgt zwischen 15 km und 20 km. Hofheim am Taunus ist somit Teil der insgesamt sehr hoch agglomerierten Metropolregion.



Abbildung 5: Lage im Raum

Zu Hofheim gehören neben der Kernstadt zusätzlich die sechs Stadtteile Diedenbergen, Langenhain, Lorsbach, Marxheim, Wallau und Wildsachsen, die mit Ausnahme von

Hofheim (Kernstadt) und Marxheim nicht miteinander siedlungsmäßig/städtebaulich verbunden sind. Die Stadt weist insoweit eine disperse Siedlungsstruktur auf.

An das **regionale Verkehrsnetz** ist Hofheim über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende B 519 angeschlossen. Überregional ist die Stadt über die fünf Autobahnanschlüsse Frankfurt-Zeilsheim, Hattersheim, Hofheim, Diedenbergen und Hofheim-Wallau an die Autobahn A 66 (Frankfurt-Wiesbaden) angebunden. Weiterhin besteht über die S-Bahnlinie S 2 und die Regionalbahn (RB 20) eine Anbindung an das nationale und internationale Schienenverkehrsnetz. Das Oberzentrum Frankfurt ist mit der S-Bahn bzw. dem Stadtexpress in rd. 20 Minuten erreichbar, die Städte Wiesbaden und Mainz (mit den öffentlichen Verkehrsmitteln des RMV) in knapp 35 und 45 Minuten.

Im Landesentwicklungsplan 2020 des Landes Hessen ist der Stadt Hofheim die **Funktion eines Mittelzentrums** (VG Polyzentrale MZ im Regionalverband Frankfurt/Rhein-Main) zugewiesen. Polyzentrale Mittelzentren im Verbandsgebiet des Regionalverbandes Frankfurt/Rhein-Main (VG) sind charakterisiert durch die räumliche Lage, eine unterschiedliche zentralörtliche Ausprägung, die direkte Nachbarschaft zu angrenzenden Mittelzentren und damit den fehlenden oder geringen Mitversorgungsgrad. Der ausgewiesene Mittelbereich von Hofheim am Taunus umfasst noch die östlich angrenzende Gemeinde Kriftel sowie die nördlich angrenzende Stadt Eppstein.

Als **nächstgelegene Zentralen Orte** höherer Stufe sind die westlich angrenzende Landeshauptstadt Wiesbaden sowie die östlich angrenzende Stadt Frankfurt am Main aufzuführen. Mit Hochheim, Flörsheim, Bad Soden und Hattersheim befindet sich eine Vielzahl von weiteren Mittelzentren direkt angrenzend an Hofheim am Taunus.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Hofheim am Taunus verlief seit 2017 mit einem jährlichen Wachstum von rd. 0,1 % positiv. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung von Hofheim am Taunus leicht unter dem Niveau des Main-Taunus-Kreises (+ 0,3 % p.a.) als auch des gesamten Bundeslands Hessen (+ 0,3 % p.a.).

Insgesamt lebten in Hofheim am Taunus Anfang 2022

gut 39.700 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Hofheim am Taunus im Vergleich

Stadt, Kreis, Land			+/- 17/22		Veränderung p.a. in %
	2017	2022	abs.	in %	
Hofheim am Taunus	39.517	39.704	187	0,5	0,1
Kriftel	11.176	11.020	-156	-1,4	-0,3
Hattersheim am Main	27.312	28.040	728	2,7	0,5
Kelkheim (Taunus)	28.691	28.913	222	0,8	0,2
Main-Taunus-Kreis	235.708	239.276	3.568	1,5	0,3
Hessen	6.213.088	6.295.017	81.929	1,3	0,3

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Hofheim am Taunus kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research³, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren positiv entwickeln werden. Im Jahr 2025 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Hofheim am Taunus daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 40.000 Einwohnern.

Hofheim am Taunus verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁴** von 122,0. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Main-Taunus-Kreis (117,1) sowie zum Landesdurchschnitt (102,3) deutlich überdurchschnittlich aus.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung sowie der überdurchschnittlichen Kaufkraft zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Hofheim am Taunus. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

Hofheim am Taunus ist raumordnerisch als Mittelzentrum eingestuft. Der ausgewiesene Mittelbereich von Hofheim am Taunus umfasst noch die östlich angrenzende Gemeinde Kriftel sowie die nördlich angrenzende Stadt Eppstein.

³ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2022. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 14. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

⁴ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2022. Durchschnitt Deutschland=100.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Hofheim am Taunus übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld, vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus ist das eigene Filialnetz von Aldi zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den umliegenden Lebensmitteldiscountern aufgrund der Überschneidungen bezüglich der angebotenen Warensortimente und deren Preiskategorien infolge der Betriebstypenähnlichkeit. Darüber hinaus sind Vollsortimenter in Form von Supermärkten als auch Verbrauchermärkten, die in einer ähnlichen Größenordnung (oder größer) wie das Vorhaben agieren, prägend für die Ausdehnung des prospektiven Einzugsgebiets.

In der nachfolgenden Karte sind die überörtlichen Angebotsstrukturen im Lebensmittel Einzelhandel ab ca. 400 qm Verkaufsfläche dargestellt, die die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen.

Im Stadtgebiet von Hofheim am Taunus befinden sich noch zehn weitere strukturprägende Lebensmittelbetriebe, welche sich über das Stadtgebiet bzw. die einzelnen Stadtteile verteilen. Dabei stellen die vier strukturprägenden Lebensmittelmärkte (ein Lebensmitteldiscounter, zwei Verbrauchermärkte, ein Supermarkt) im Kernstadtgebiet von Hofheim die nächstgelegenen Wettbewerber dar. Im Stadtteil Marxheim ist ferner noch ein Verbundstandort um einen Rewe-Markt und einen Penny-Lebensmitteldiscounter (rd. 4,2 km Entfernung zum Vorhabenstandort) zu nennen. Vier weitere strukturprägende Lebensmittelmärkte befinden sich im südwestlichen Stadtgebiet in den Stadtteilen Diedenbergen (rd. 5,7 km Entfernung zum Vorhabenstandort) und Wallau (rd. 8,1 km Entfernung zum Vorhabenstandort).

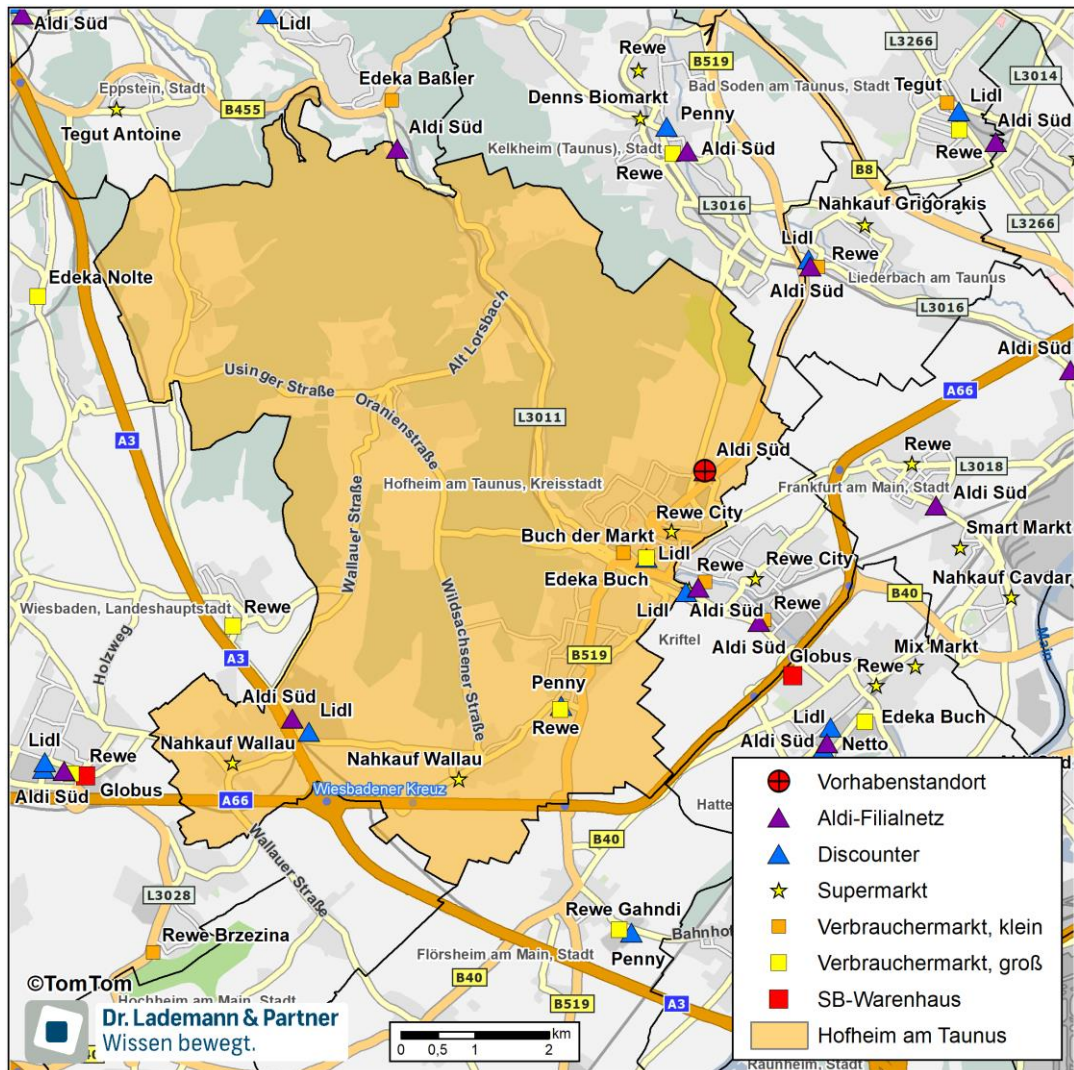


Abbildung 6: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Die nächstgelegenen Angebote des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels außerhalb der Stadt Hofheim am Taunus befinden sich in der östlich angrenzenden Gemeinde Kriftel in rd. 3,6 km Entfernung zum Vorhabenstandort (u.a. Verbundstandort um Aldi, Lidl, Rewe), der nordöstlich angrenzenden Gemeinde Liederbach am Taunus in rd. 3,9 km Entfernung zum Vorhabenstandort (Verbundstandort um Aldi, Lidl, Rewe), der Stadt Kelkheim (Taunus) in rd. 4,5 km Entfernung zum Vorhabenstandort (u.a. Standortbereich um Rewe und Aldi) sowie in der nördlich angrenzenden Stadt Eppstein in rd. 10,2 km Entfernung zum Vorhabenstandort (u.a. Aldi und Edeka).

Die nächstgelegenen Standorte von Aldi befinden sich somit zwischen knapp 4 km bis 10 km Entfernung zum Vorhabenstandort:

- Aldi-Markt an der Oberweidstraße 9 in Kriftel;
- Aldi-Markt an der Höchster Straße 1 in Liederbach am Taunus;
- Aldi-Markt an der Wilhelm-Dichmann-Straße 2-4 in Kelkheim (Taunus);

- Aldi-Markt an der Lorsbacher Straße 18-20 in Eppstein;
- Aldi-Markt an der Hessenstraße 14 in Hofheim am Taunus (Stadtteil Wallau).

Insgesamt ist somit von einer intensiven vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Raum auszugehen, die sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Innerörtlich wirken sich v.a. die L 3011 in Verbindung mit der Bahntrasse sowie der zweite Aldi-Markt begrenzend auf die Ausstrahlungskraft aus. Gleiches gilt insbesondere für den Aldi-Markt in Kriftel.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich über das Kernstadtgebiet von Hofheim am Taunus und wird in Richtung Süden durch den Verlauf der L 3011 in Verbindung mit der Bahntrasse begrenzt.

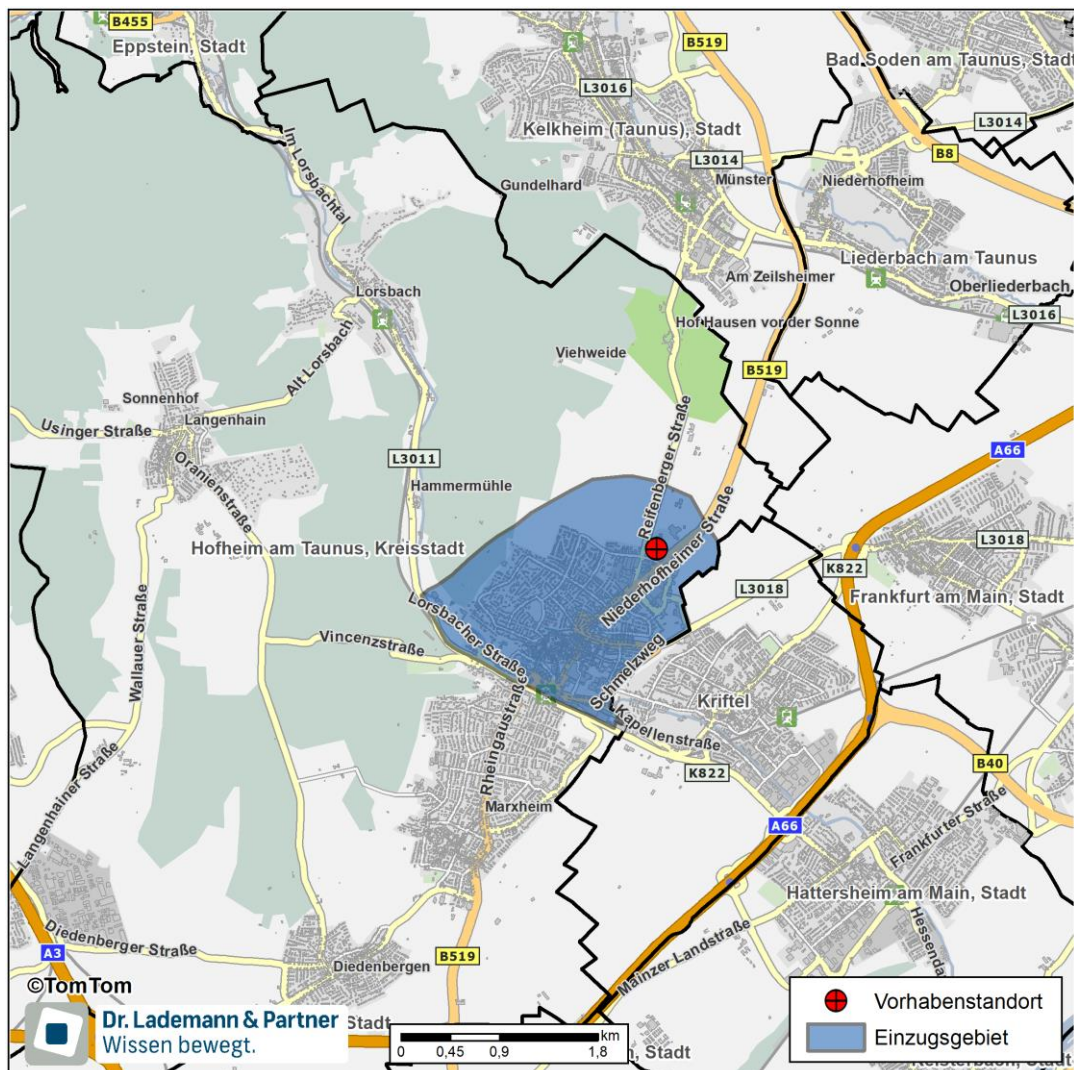


Abbildung 7: Einzugsgebiet des Vorhabens

Demnach gehört der Stadtteil Marxheim nicht dem Einzugsgebiet des Aldi-Markts an der Niederhofheimer Straße an. In Richtung Osten verläuft das Einzugsgebiet entlang der L 3018 (Schmelzweg).

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 11.300 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden Einwohnerpotenzial innerhalb des Einzugsgebiets bis zum Jahr **2025** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 11.400 Einwohnern.

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁵ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes⁶ beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 95,2 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2025 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse von einem Anstieg des Nachfragepotenzials auszugehen auf

rd. 95,9 Mio. € (+0,7 Mio. €).

Davon entfallen rd. 50,9 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2025 in Mio. €

Daten	Einzugsgebiet
Periodischer Bedarf*	50,9
Aperiodischer Bedarf**	45,0
Gesamt	95,9

Quelle: Eigene Berechnungen. *ohne pharmazeutischer und medizinischer Bedarf **ohne Möbel.

Tabelle 3: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

⁵ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2022

⁶ Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research 2022.

Für das Vorhaben ist von einer intensiven Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Zudem grenzt das eigene Filialnetz von Aldi in Hofheim am Taunus als auch den umliegenden Kommunen das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens an der Niederhofheimer Straße in Hofheim am Taunus ein. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens im Jahr 2025 rd. 11.400 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf etwa 95,9 Mio. € ansteigen, wovon rd. 50,9 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich entfallen.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet sowie die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den ggf. betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen prägenden Lagen innerhalb sowie direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert und bewertet.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im Februar 2023 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet (gemäß Kap. 4.3) des Vorhabens durchgeführt. Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (ohne aperiodische Randsortimente) vorgehalten von

rd. 8.765 qm.

Mit rd. 6.165 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon funktionsgerecht auf den ZVB Innenstadt von Hofheim am Taunus. Auf die Betriebe in den sonstigen Lagen des Einzugsgebiets entfallen rd. 2.600 qm Verkaufsfläche im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich (inkl. Aldi-Vorhabenstandort).

Der Brutto-Umsatz bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (ohne aperiodische Randsortimente) beläuft sich innerhalb des Einzugsgebiets auf insgesamt

rd. 54,0 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 6.200 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Lebensmitteldiscountern getrieben.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
ZVB Innenstadt	6.165	38,6
sonstige Lagen	2.600	15,4
Einzugsgebiet	8.765	54,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 4: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

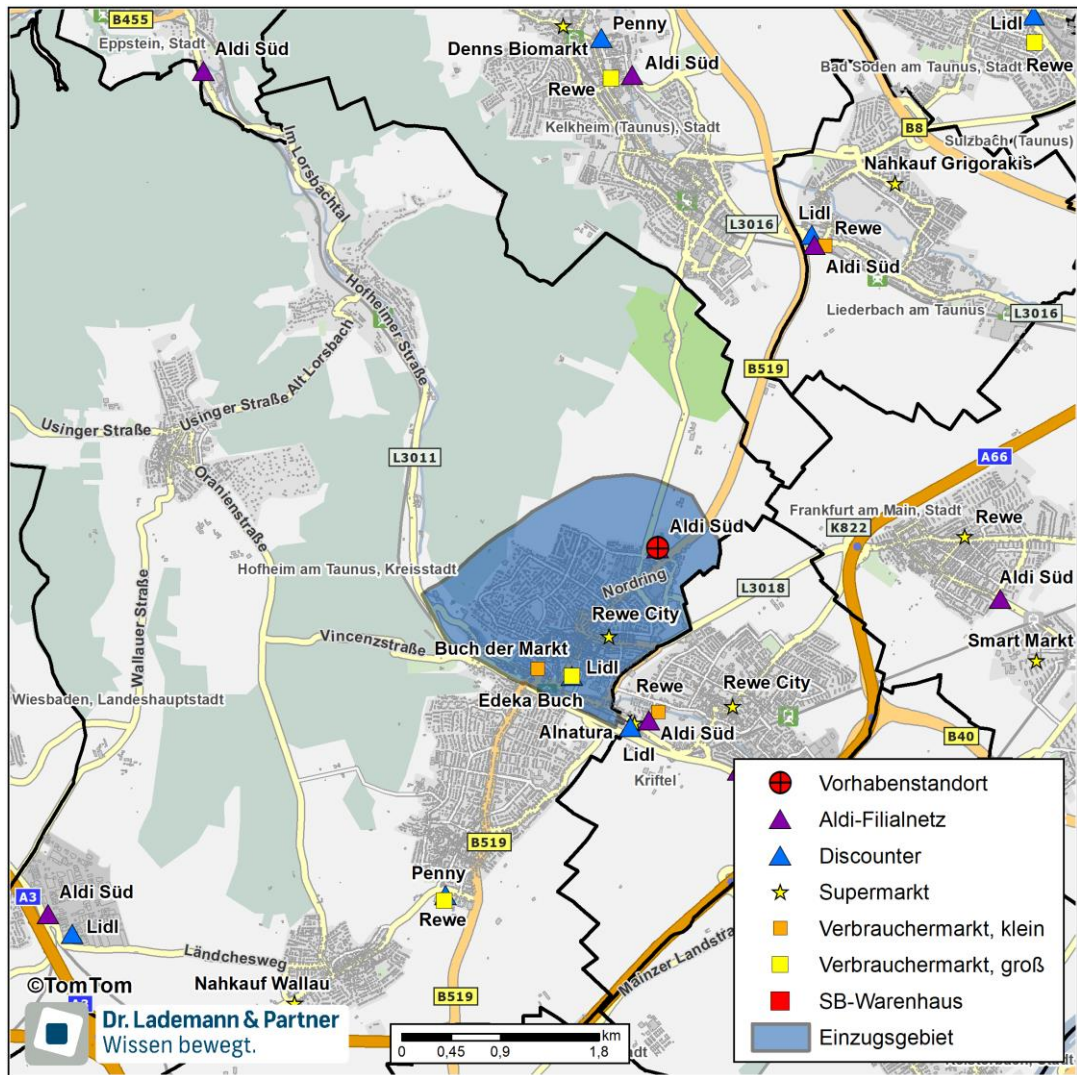


Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation

Innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets befinden sich neben dem zu erweiternden Aldi-Lebensmitteldiscounter (Niederhofheimer Straße) insgesamt vier weitere strukturprägende Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs:

- Edeka-Verbrauchermarkt, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt);
- Lidl-Lebensmitteldiscounter, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt);
- Buch der Biomarkt, Hauptstraße 73 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt);
- Rewe-Supermarkt, Homburger Straße 2 in Hofheim am Taunus (sonstige Lage).

Die **Versorgungsstruktur** im Einzugsgebiet zeigt unter Berücksichtigung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe ein ausgeglichenes Verhältnis bezüglich der Betriebstypenstruktur (zwei Vollsortimenter, zwei Lebensmitteldiscounter und ein Biomarkt). Die **räumliche Verteilung** der Lebensmittelmärkte innerhalb des Einzugsgebiets mit drei Märkten innerhalb des Hauptzentrums (ZVB Innenstadt) sowie zwei dezentralen Märkten in integrierter Lage gewährleisten eine gute räumliche Ausstattung. Hier trägt auch der Aldi-Lebensmitteldiscounter (= Vorhaben) seinen Teil dazu bei.

Die **nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte** innerhalb des Einzugsgebiets beträgt rd. 780 qm/1.000 Einwohner und fällt damit überdurchschnittlich aus⁷. Das Einzugsgebiet des Aldi-Markts (= Vorhaben) bezieht sich allerdings nur auf einen gewissen Teil des Hofheimer Stadtgebiets. Insbesondere die Ausstrahlung des ZVB Innenstadt richtet sich auf die gesamte Bevölkerung von Hofheim am Taunus. Dies muss bei der Bewertung der überdurchschnittlichen Verkaufsflächendichte berücksichtigt werden.

Die aus der Gegenüberstellung von Nachfragepotenzial und Umsatz resultierende **nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität** von rd. 107 % innerhalb des Einzugsgebiets deutet auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebiets hin. Mit Blick auf den ZVB Innenstadt von Hofheim am Taunus entspricht dies auch der Funktion des Hauptzentrums.

⁷ Der bundesdeutsche Durchschnitt beträgt aktuell rd. 540 qm / 1.000 Einwohner. Der angegebene Wert bezieht sich auf alle Betriebsformen des periodischen Bedarfsbereichs (ohne Apotheken) und basiert auf eigenen Berechnungen auf der Grundlage von Daten einschlägiger Institute und Verbände (v.a. EHI Retail Institute, TradeDimensions).



Abbildung 9: Edeka-Verbrauchermarkt, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)



Abbildung 10: Lidl-Lebensmitteldiscounter, Chinonplatz 2 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)



Abbildung 11: Buch der Biomarkt, Hauptstraße 73 in Hofheim am Taunus (ZVB Innenstadt)



Abbildung 12: Rewe-Supermarkt, Homburger Straße 2 in Hofheim am Taunus (sonstige Lage)

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt knapp 8.800 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 54,0 Mio. € Umsatz generiert. Verkaufsflächendichte und Zentralität deuten auf eine hohe Angebotsdichte und signifikante Kaufkraftzuflüsse hin.

5.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und prägenden Lagebereichen innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets

Im Folgenden sollen die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche dargestellt und hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit und Stabilität beurteilt werden. Im kommunalen Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept der Stadt Hofheim am Taunus aus dem Jahr 2009 wurde mit dem Standortbereich Innenstadt ein zentraler Versorgungsbereich innerhalb des Einzugsgebiets identifiziert.

Da das Vorhaben voraussichtlich einen gewissen Teil seines Umsatzes aus der Rückholung bisheriger Kaufkraftabflüsse generiert, wurden ebenfalls die nächstgelegenen nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in Krieffel (FMA im Bereich Kappelnstraße) und in Liederbach (FMA im Bereich Höchster Straße) direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets bei der Wirkungsprognose berücksichtigt. Daher wurden im Folgenden auch diese Standortlagen hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ausgangslage untersucht.

5.2.1 ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus (innerhalb des Einzugsgebiets)

Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** von Hofheim am Taunus in Funktion eines Hauptzentrums liegt zentral im Kernstadtgebiet und umfasst die Handelslagen entlang der Elisabethenstraße (B 519), der Hauptstraße, Straße An der Obermühle sowie den östlichen Bereich der Wilhelmstraße. Während in Süden die Bahntrasse die Ausdehnung des Hauptzentrums begrenzt, verläuft die Abgrenzung in Richtung Norden bis zur Oskar-Meyrer-Straße sowie der Zeilsheimer Straße.

Die **städtebauliche Struktur** in der Innenstadt wird stark von der kleinteiligen und historisch gewachsenen Gebäudestruktur der Altstadt geprägt. Als eine weitere bauliche Komponente ist das Chinon Center im östlichen Bereich an der Elisabethenstraße aufzuführen. Die städtebauliche Gestaltung der Altstadt kann daher als sehr positiv bewertet werden. Zudem findet zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt im Bereich Am Untertor statt.



Abbildung 13: Blick entlang der Hauptstraße im ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Zentrums wird mit dem PKW über die B 519 sowie der Landesstraßen L 3011 und L 3018 gesichert. Das Stellplatzangebot wird durch eine Vielzahl von Parkplätzen und dem Parkhaus im Chinon Center gewährleistet. Mehrere Bushaltestellen sowie der zentrale ÖPNV-Knotenpunkt am Bahnhof sichern zudem eine optimale ÖPNV-Anbindung. Durch die Einbettung der Handelslage in dichte Wohnstrukturen ist auch eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben.

Die **Einzelhandelsstruktur** in der Innenstadt wird insbesondere durch Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs geprägt. Die räumliche Verteilung des Einzelhandels ist nahezu auf den gesamten zentralen Versorgungsbereich bezogen, wengleich der dichtestete Besatz in den Hauptlagen der historischen Altstadt (Bereich Hauptstraße, Am Untertor, Langgasse, Burgstraße) sowie im Einkaufszentrum Chinon Center vorherrscht.

Als Hauptmagnetbetriebe im aperiodischen Bedarfsbereich fungieren die flächengrößten Anbieter H&M, Deichmann und Woolworth im Einkaufszentrum sowie mehrere inhabergeführte Modegeschäfte in der Altstadt. Der Innenstadt von Hofheim kann somit im aperiodischen Bedarfsbereich ein dichter und attraktiver Branchen-Mix attestiert werden, welcher der raumordnerischen Funktion eines Mittelzentrums angemessen ist.



Abbildung 14: Chinon Center im ZVB Innenstadt Hofheim am Taunus

Im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich fungiert vor allem der Edeka-Verbrauchermarkt innerhalb des Chinon Centers als ein wichtiger Magnetbetrieb. Als ein weiterer strukturprägender Lebensmittelbetrieb innerhalb des Chinon Centers agiert ein Lidl-Lebensmitteldiscounter. Beide Betriebe weisen eine moderne sowie attraktive Marktperformance auf. Zudem profitieren diese auch durch starke Agglomerationseffekte innerhalb des Einkaufszentrums, wo u.a. noch ein Müller-Drogeriemarkt sowie weitere Angebote aus dem aperiodischen Bedarfsbereich anzutreffen sind. Mit dem Biomarkt Buch in der Hauptstraße bzw. Am Untertor (Eingebettet in das Ladencenter Buch) ist in der Innenstadt ein weiterer Betriebstyp ausgeprägt. Das weitere Angebot wird durch kleinteilige Betriebe vorgehalten. Hierzu zählen u.a. Bäckereien, Feinkostanbieter und Weinläden. Insgesamt wird im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von knapp 6.200 qm (ohne aperiodische Randsortimente) innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ein Umsatz von rd. 38,6 Mio. € generiert.

Neben dem Einzelhandel sind in der Innenstadt eine Reihe von ergänzenden Komplementärangeboten vorhanden, welche generell zur Attraktivität sowie Anziehungskraft des Hauptzentrums beitragen. Hierunter fallen u.a. ergänzende Dienstleistungsbetriebe, ärztliche Einrichtungen sowie gastronomische Angebote. Frequenzen werden zudem über das Rathaus, den Bahnhof sowie den Wochenmarkt erzeugt. Zudem sind kaum Leerstände ausgeprägt. Ein strukturelles Problem ist daher nicht zu erkennen.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Hofheim am Taunus stellt das Hauptgeschäftszentrum der Stadt dar. Die Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt wird insbesondere durch Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs geprägt. Im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich wird das Angebot durch drei strukturprägende Lebensmittelbetriebe (Edeka, Lidl und Biomarkt), einen Müller-Drogeriefachmarkt sowie weitere kleinteilige Lebensmittelbetriebe vorgehalten. Insgesamt kann der zentrale Versorgungsbereich als funktionsfähig eingestuft werden, da sowohl in der historischen Altstadt als auch im Einkaufszentrum Chinon Center ein dichter und attraktiver Branchen-Mix anzutreffen ist, welcher durch eine Reihe von ergänzenden Komplementärangeboten abgerundet wird.

5.2.2 FMA Kriftel (außerhalb des Einzugsgebiets)

In der östlich an Hofheim angrenzenden Gemeinde Kriftel befinden sich im Bereich der Kapellenstraße (L 3011) und der Oberweidstraße mehrere Betriebe mit einer nahversorgungsrelevanten Angebotsstruktur im Hauptsortiment.



Abbildung 15: Rewe-Verbrauchermarkt an der Oberweidstraße in Kriftel

Die Handelslage ist dabei in zwei Standortbereiche untergliedert: So befinden sich an der Oberweidstraße ein Aldi-Lebensmitteldiscounter, ein Rewe-Verbrauchermarkt (inkl. Getränkemarkt) sowie eine Bäckerei. Diese nutzen eine gemeinsame Stellplatzanlage und sind etwas abgetrennt von der Lage an der Kapellenstraße. Hier sind neben einem Lidl-Lebensmitteldiscounter noch ein Alnatura-Biomarkt, ein dm-Drogeriemarkt sowie weitere kleinteilige Betriebe (Bäckerei, Optiker, Handyladen und

Apotheke) ansässig. Darüber hinaus ergänzende Nutzungen sind in dem Standortbereich – bis auf ein Friseur – kaum ausgeprägt. Die Entfernung zum Vorhabenstandort in Hofheim am Taunus beträgt rd. 3,6 km.

Insgesamt wird im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von knapp 4.600 qm (ohne aperiodische Randsortimente) innerhalb des Standortbereichs ein Umsatz von rd. 31,5 Mio. € generiert.

5.2.3 FMA Liederbach (außerhalb des Einzugsgebiets)

In der nördlich angrenzenden Gemeinde Liederbach am Taunus befindet sich direkt an der L 3016 (Höchster Straße) eine Handelslage mit Schwerpunkt auf den periodischen Bedarfsbereich. Diese wird durch die strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Rewe-Verbrauchermarkt, Aldi-Lebensmitteldiscounter und Lidl-Lebensmitteldiscounter geprägt. Darüber hinaus sind noch eine Bäckerei und ein dm-Drogeriemarkt an dem Standort ansässig. Weitere Handels- und Komplementärnutzungen sind nicht ausgeprägt. In dem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass für Rewe eine Verlagerung an die Straße Am Wehr geplant ist, verbunden mit einer Erweiterung der Verkaufsflächen. Die Entfernung der bestehenden Handelslage zum Vorhabenstandort in Hofheim am Taunus beträgt rd. 3,9 km.

Insgesamt wird im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von knapp 3.800 qm (ohne aperiodische Randsortimente) innerhalb des Standortbereichs ein Umsatz von rd. 27,1 Mio. € generiert.



Abbildung 16: Lidl-Lebensmitteldiscounter an der L 3016 in Liederbach am Taunus

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Erweiterung zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurden dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.

Marktanteile des Aldi-Markts nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Einzugsgebiet
Marktpotenzial (Mio. €)	50,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	8,0
Marktanteile	16%
Aperiodischer Bedarf	
Marktpotenzial (Mio. €)	45,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,7
Marktanteile	1%
Gesamt	
Marktpotenzial (Mio. €)	95,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	8,6
Marktanteile	9%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 5: Marktanteile des erweiterten Aldi-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen **Marktanteil im Einzugsgebiet** von etwa 9 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt (rd. 16 %).

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve⁸ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 9.200 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 9,1 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 8,4 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfällt.

Umsatzstruktur des Aldi-Markts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	895	9.400	8,4
aperiodischer Bedarf	99	7.000	0,7
Gesamt	994	9.200	9,1

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 6: Umsatzstruktur des erweiterten Aldi-Markts

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Discounter hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Aldi-Markts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	759	9.600	7,3
aperiodischer Bedarf	84	7.000	0,6
Gesamt	843	9.300	7,9

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 7: Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Status quo)

⁸ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Besucher, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder an dem Standort einkaufen).

Der **Umsatzzuwachs⁹** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei knapp 1,2 Mio. € liegen. Davon entfallen gut 1,1 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

Umsatzzuwachs des Aldi-Markts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	136	1,1
aperiodischer Bedarf	15	0,1
Gesamt	151	1,2

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 8: Umsatzzuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse** im Einzugsgebiet folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Aldi-Markts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Einzugsgebiet
Marktpotenzial (Mio. €)	50,9
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	2%
Aperiodischer Bedarf	
Marktpotenzial (Mio. €)	45,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,2%
Gesamt	
Marktpotenzial (Mio. €)	95,9
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,2
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 9: Marktanteilszuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung

⁹ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenerweiterung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Allerdings wurden die Attraktivität und Ausstrahlungswirkung des Gesamtstandorts berücksichtigt.

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 9 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 9,1 Mio. €, davon rd. 8,4 Mio. € im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von rd. 1,2 Mio. €. Davon entfallen gut 1,1 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2025 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus dem Einzugsgebiet auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen bzw. sonstige Lagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2025) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem Marktwachstum infolge der Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsmildernd zu berücksichtigen.

- Zudem ist der Umsatz des bestehenden Aldi-Markts vom Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets abzuziehen, um Wirkungen „gegen sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

Das Vorhaben wird einen Teil seiner Umsätze aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen sowie aus Streuumsätzen generieren. Im Sinne einer worst-case-Betrachtung werden diese Umsätze überschlägig gegen die Einkaufsalternativen direkt außerhalb des Einzugsgebiets (FMA Kriftel und FMA Liederbach am Taunus) gerechnet, um die Wirkungen vollständig raumwirksam abzubilden.

Die Wirkungen des Vorhabens im Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf) werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den Marktanteil bzw. dessen Zuwachs, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von deutlich weniger als 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass ständig wechselnde und zeitlich begrenzte Angebote in diesem Sortimentsbereich bei Discountern v.a. einen ergänzenden Charakter haben. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Aldi-Markts nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

An den untersuchten Standorten des Einzugsgebiets beläuft sich der nahversorgungsrelevante Umsatz aktuell auf rd. 54,0 Mio. €. Zunächst ist der Gesamtumsatz um den gegenwärtig generierten Umsatz des bestehenden Aldi-Markts an der

Niederhofheimer Straße von rd. 7,3 Mio. € zu reduzieren, da das Erweiterungsvorhaben nicht „gegen sich selbst“ wirken kann. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungszuwächse der nächsten Jahre wird der Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets zudem bis zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit um rd. 0,4 Mio. € zunehmen.

Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2025 ein nahversorgungsrelevanter Bestandsumsatz innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 47,1 Mio. € (ohne Aldi).

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen **nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz** von rd. 1,1 Mio. € erzielen (ohne rd. 0,06 Mio. € Streuumsätze). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (knapp 0,1 Mio. €). Diese sind daher in der Wirkungsprognose vom Vorhabenumsatz abzuziehen. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,0 Mio. €.

Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet für das Prognosejahr 2025 in Höhe von rd. 47,1 Mio. € (ohne Aldi) gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 2,1 %.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensationseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose des Erweiterungsvorhabens in Hofheim am Taunus - Umsatzzuwachs (2025)

Periodischer Bedarf	ZVB Innenstadt	sonstige Lagen	Einzugsgebiet
Umsatz vor Ort aktuell	38,59	15,44	54,03
abzgl. Bestandsumsatz des Aldi-Markts	-	-7,28	-7,28
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,30	0,06	0,36
Umsatz vor Ort (2025)	38,90	8,21	47,11
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,90	0,17	1,07
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,07	-0,01	-0,09
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,83	0,16	0,98
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2025)	2,1%	1,9%	2,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 10: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. So kann davon ausgegangen werden, dass die Betriebe im ZVB Innenstadt von Hofheim am Taunus am stärksten von dem Vorhaben

betroffen sein werden (rd. 2,1 %). Die Betriebe in den sonstigen Lagen des Einzugsgebiets sind dem Erweiterungsvorhaben durch eine Umsatzumverteilung von 1,9 % tangiert.

Wie die Wirkungstabelle zeigt, generiert das Vorhaben einen kleinen Teil seiner zusätzlichen Umsätze aus der Rückholung aktueller Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet sowie durch Streuumsätze (zusammen rd. 0,15 Mio. €¹⁰). Wenn man in einer absoluten **Worst-case-Betrachtung sämtliche Umsätze, die aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet resultieren**, zzgl. der Streuumsätze gegen Einkaufsalternativen direkt außerhalb des Einzugsgebiets (FMA Kriftel und FMA Liederbach am Taunus) rechnet, ergeben sich bezogen auf einzelne Lagebereiche absolute Umsatzrückgänge von unter 0,1 Mio. €, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht mehr nachweisbar.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die moderate Erweiterung des Aldi-Markts an der Niederhofheimer Straße in Hofheim am Taunus erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt etwa 2,1 %. In den Lagen außerhalb des Einzugsgebiets sind die Wirkungen rechnerisch nicht mehr nachweisbar (<0,1 Mio. €).

¹⁰ Dieser Betrag setzt zusammen aus: 0,09 Mio. € Rückgang der Nachfrageabflüsse und 0,06 Mio. € Streuumsätze

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben der Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters an der Niederhofheimer Straße in Hofheim am Taunus mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von 994 qm ist Adressat des § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung Hessen¹¹ und der Regionalplanung für Südhessen¹² zu berücksichtigen.

Demnach sind im Wesentlichen folgende additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

- Der Regionalplan 2010 legt im Grundsatz (G 3.4.3-1) fest, dass die **verbraucher-nahe Versorgung** unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer angemessenen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, in zumutbarer Entfernung auch für in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein muss.
- Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Zur Grundversorgung sind großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m² auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Die zentralen Ortsteile sind in den Regionalplänen festzulegen (LEP 2020 6-1 (Z) – **Zentralitätsgebot**).

Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen sich nach Verkaufsfläche, Einzugsbereich und Sortimentsstruktur in das zentralörtliche System einfügen. Gegebenenfalls sollen interkommunale Vereinbarungen getroffen werden (LEP 2020 6-2 (G) – **Kongruenzgebot**).

- Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in den im Regionalplan festgelegten Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten dargestellt bzw. festgesetzt werden. Ausnahmen sind möglich, soweit diese im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten festgelegt werden (teilintegrierte Standorte). Vorhaben, die aufgrund ihres Warenangebotes für eine Ansiedlung in den Vorranggebieten Siedlung oder an städtebaulich integrierten Standorten ungeeignet sind (z.B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug- und Brennstoffmärkte), sind

¹¹ Vgl. Landesentwicklungsplan Hessen 2020 (LEP).

¹² Vgl. Regionalplan Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan 2010.

auch außerhalb von Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich nicht integrierten Standorten zulässig.

Bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die weder in Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten noch an teilintegrierten Standorten errichtet oder erweitert werden, sind die in der Begründung aufgeführten innenstadtrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 m², zu begrenzen.

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind deren Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie deren Umweltauswirkungen vertieft zu untersuchen (LEP 2020 6-3 (Z) – [Integrationsgebot](#)).

- Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit städtebaulich integrierter Versorgungslagen der Standort- und Nachbarkommunen nicht beeinträchtigen (LEP 2020 6-4 (Z) – [Beeinträchtigerungsverbot](#)).
- Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben soll eine [Anbindung an den ÖPNV](#) erfolgen (LEP 2020 6-7 (G)).

Im Sinne des [Regionalplan Südhessen/ Regionaler Flächennutzungsplan 2010](#) sind ferner folgende Kriterien zu berücksichtigen:

- Die verbrauchernahe Versorgung muss unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer angemessenen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, in zumutbarer Entfernung auch für in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein ([Regionalplan Südhessen 2010 G3.4.3-1](#)).
- Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nur in den Ober- und Mittelzentren zulässig. Dabei ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsprojekten so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.

In begründeten Ausnahmefällen, z.B. für die örtliche Grundversorgung, und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen sowie unter besonderer Beachtung des interkommunalen Abstimmungsgebotes ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig.

Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittel-Vollversorger bis zu 2.000 qm Verkaufsfläche oder für einen Lebensmitteldiscounter bis zu 1.200 qm Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden.

Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Sie sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete unter Erreichbarkeit mit einem für Größe und Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens angemessenen ÖPNV zu integrieren.

Von großflächigen Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von integrierten Geschäftszentren (zentralen Versorgungsbereichen) in der Gemeinde und in anderen Gemeinden sowie auf die verbrauchernahe Versorgung in der Gemeinde zu erwarten sein. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt und Dorferneuerungsmaßnahmen oder Maßnahmen nach dem Gesetz zur Förderung von innerstädtischen Geschäftsquartieren – INGE ([Regionalplan Südhessen 2010 Z3.4.3-2](#)).

- In den „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe“ (Bestand und Planung) widerspricht auch die Ansiedlung von nicht großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben den Zielen der Raumordnung. Die Einrichtung von Verkaufsflächen in diesen Gebieten ist nur für die Selbstvermarktung der in diesen Gebieten produzierenden und weiterverarbeitenden Betriebe zulässig, wenn die Verkaufsfläche einen untergeordneten Teil der durch das Betriebsgebäude überbauten Fläche einnimmt und zu keinen negativen Auswirkungen führt.

Die genannten Ziele gelten auch

- für die beabsichtigte Umnutzung von bisher gewerblichen Betrieben oder anderen vorhandenen baulichen Anlagen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben,
- für die beabsichtigte Umwidmung von gewerblichen Bauflächen (Gewerbe- und Industriegebieten) zu Sondergebieten für zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel sowie Kerngebieten (auch für Industrie- und Gewerbegebiete unterhalb der Darstellungsgrenze von 5 ha) und
- für die auch mit der Zeit gewachsene Agglomeration von mehreren kleineren Einzelhandelsbetrieben, die zwar jeder für sich nicht das Kriterium der Großflächigkeit erfüllen, aber in der Summe die Ziele der Raumordnung verletzen beziehungsweise zu den in § 11 (3) BauNVO genannten Auswirkungen führen ([Regionalplan Südhessen 2010 Z3.4.3-3](#)).
- Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten (siehe Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den – für die Mittel- und Oberzentren in Abbildung 5 gebietsscharf dargestellten – zentralen

Versorgungsbereichen innerhalb der „Vorranggebiete Siedlung“ anzusiedeln ([Regionalplan Südhessen 2010 Z3.4.3-4](#)).

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

Nach den Bestimmungen des BauGB ist neben den bereits angesprochenen Belangen der Raumordnung zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das „Kongruenz- bzw. Zentralitätsgebot“, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Danach ist ein Vorhaben raumordnerisch zulässig, wenn sein Einzugsgebiet in etwa dem Verflechtungsraum entspricht, d.h. nicht wesentlich über diesen hinausreicht und funktional der Aufgabe innerhalb des zentralörtlichen Gefüges entspricht.

Die [Stadt Hofheim am Taunus](#) ist gemäß dem Landesentwicklungsplan Hessen 2020 und dem Regionalplan Südhessen als Mittelzentrum (VG Polyzentrale MZ im Regionalverband Frankfurt/Rhein-Main) ausgewiesen. [Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.](#) Funktional entspricht das Vorhaben den Versorgungsaufgaben eines Mittelzentrums. Der Vorhabenstandort befindet sich im nördlichen Siedlungsbereich der Kernstadt von Hofheim am Taunus.

Das Vorhaben ist schwerpunktmäßig auf den täglichen Bedarf ausgerichtet und dient somit hauptsächlich der zukunftsfähigen Absicherung der Grundversorgung. Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich auf die Hofheimer Kernstadt nördlich der Bahntrasse bzw. der L 3011. [Somit geht das Einzugsgebiet nicht über den raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich hinaus.](#) Negative Auswirkungen auf das raumordnerische Gleichgewicht sind daher nicht zu erwarten. So stammen mindestens 95 % des Vorhabenumsatzes aus dem Einzugsgebiet bzw. der Stadt Hofheim am Taunus. Etwa 5 % des Vorhabenumsatzes werden mit sonstigen Streukunden außerhalb des Einzugsgebiets erwirtschaftet, welche räumlich nicht genau zuzuordnen sind. [Das Vorhaben fügt sich demnach hinsichtlich Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Gefüge ein.](#)

Das Vorhaben im Mittelzentrum Hofheim am Taunus wird dem Kongruenz- und dem Zentralitätsgebot gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert). Dabei ist allerdings immer die jeweilige Ausgangslage in den Zentren und/oder Nahversorgungslagen zu berücksichtigen. Sofern Anhaltspunkte (z.B. leistungsfähig aufgestellte Magnetbetriebe, stabile Kundenfrequenz, hohe städtebauliche Qualität, moderate Wettbewerbssituation) dafür vorliegen, dass es sich um einen besonders leistungsfähig aufgestellten Standortbereich handelt, muss auch ein absatzwirtschaftlich ermittelter Umsatzrückgang von mehr als 10 % nicht zwangsläufig schädliche Folgewirkungen nach sich ziehen. Sofern ein Standortbereich jedoch gravierende städtebauliche Mängel erkennen lässt (z.B. hohe Leerstandsquote, Trading-Down-Tendenzen, vorgeschädigte Magnetbetriebe) kann umgekehrt auch schon ein Umsatzrückgang von weniger als 10 % schädliche Auswirkungen nach sich ziehen.

Das Vorhaben wird eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von im Schnitt 2,1 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit deutlich unterschreiten. Je nach Standortlage fallen die Umverteilungsquoten dabei unterschiedlich hoch aus.

Tendenziell am stärksten von dem Vorhaben betroffen ist, vor allem aufgrund der räumlichen Nähe und bedingt durch die Angebotsüberschneidungen zwischen discountorientierten Anbietern der ZVB Innenstadt von Hofheim am Taunus mit rd. 2,1 %. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt eines für die Funktionsfähigkeit des ZVB Innenstadt maßgeblichen Magnetbetriebs ist daher nicht zu erwarten. Die Betriebe in den sonstigen Lagen des Einzugsgebiets sind dem Erweiterungsvorhaben durch eine Umsatzumverteilung von 1,9 % tangiert. Auch hier sind keine vorhabenbezogenen Marktaustritte zu befürchten.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs innerhalb des Einzugsgebiets können angesichts der Höhe der Auswirkungen jedoch in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Im Sinne einer worst-case Betrachtung wurde für die Einkaufsalternativen direkt außerhalb des Einzugsgebiets (FMA Kriftel und FMA Liederbach am Taunus) eine Untersuchung bzgl. der Betroffenheit durch die Rückholung derzeit dorthin abfließender Nachfrage sowie der Umlenkung von Streuumsätzen durchgeführt. Die absoluten Umsatzrückgänge bezogen auf einzelne Lagen liegen gleichwohl unter 0,1 Mio. €, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht mehr nachweisbar sind. Faktisch werden sich zudem diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen. Folglich sind keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen für die untersuchten Einkaufsalternativen direkt außerhalb des Einzugsgebiets zu erwarten. Vorhabeninduzierte Betriebsschließungen sind in jedem Fall auszuschließen.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass das Erweiterungsvorhaben keine spürbare Umsatzumverteilung innerhalb des Einzugsgebiets auslösen wird. Mit der Realisierung des Vorhabens ist vielmehr eine Absicherung und Weiterentwicklung des eines etablierten Nahversorgers im Hofheimer Stadtgebiet verbunden, ohne dass die verbrauchernahe Grundversorgung durch die Vorhabenrealisierung mehr als unwesentlich tangiert wird. Dabei trifft das Vorhaben auf überwiegend leistungsfähige Angebotsstrukturen und eine stetig wachsende Nachfrageplattform.

Im Bereich der ergänzenden aperiodischen Sortimente wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts der Marktanteilszuwächse von weniger als 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets kann ausgeschlossen werden. Das Vorhaben erfüllt somit das Beeinträchtigungsverbot.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landes- und regionalplanerischen Vorgaben in Hessen sind großflächige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich nur im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu bestehenden Siedlungsgebieten (städtebauliches und siedlungsstrukturelles Integrationsgebot) zulässig.

Im Landesentwicklungsplan Hessen heißt es dazu:

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in den im Regionalplan festgelegten Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten dargestellt bzw. festgesetzt werden. Ausnahmen sind möglich, soweit diese im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten festgelegt werden (teilintegrierte Standorte).¹³ Vorhaben, die aufgrund ihres Warenangebotes für eine Ansiedlung in den Vorranggebieten Siedlung oder an städtebaulich integrierten Standorten ungeeignet sind (z.B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug- und Brennstoffmärkte), sind auch außerhalb von Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich nicht integrierten Standorten zulässig.

Bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die weder in Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten noch an teilintegrierten Standorten errichtet oder erweitert werden, sind die in der Begründung aufgeführten innenstadtrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 m², zu begrenzen.

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind deren Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie deren Umweltauswirkungen vertieft zu untersuchen (LEP 2020 6-3 (Z) – Integrationsgebot).

Im Regionalplan wird ferner Folgendes festgehalten:

Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Sie sind unter besonderer

¹³ In der Begründung heißt es zu den teilintegrierten Standorten: „Dies betrifft z.B. gewerbliche Flächen, die unmittelbar an Wohngebiete angrenzen, Mischgebiete, die bereits durch einen hohen Wohnanteil geprägt sind, oder Flächen, die aufgrund ihrer Größe und der regionalplanerischen Darstellungsgrenze zeichnerisch nicht eindeutig zuzuordnen sind bzw. zugeordnet werden können.“

Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete unter Erreichbarkeit mit einem für Größe und Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens angemessenen ÖPNV zu integrieren. (Z 3.4.3-2 Abs. 4 Regionalplan Südhessen)¹⁴

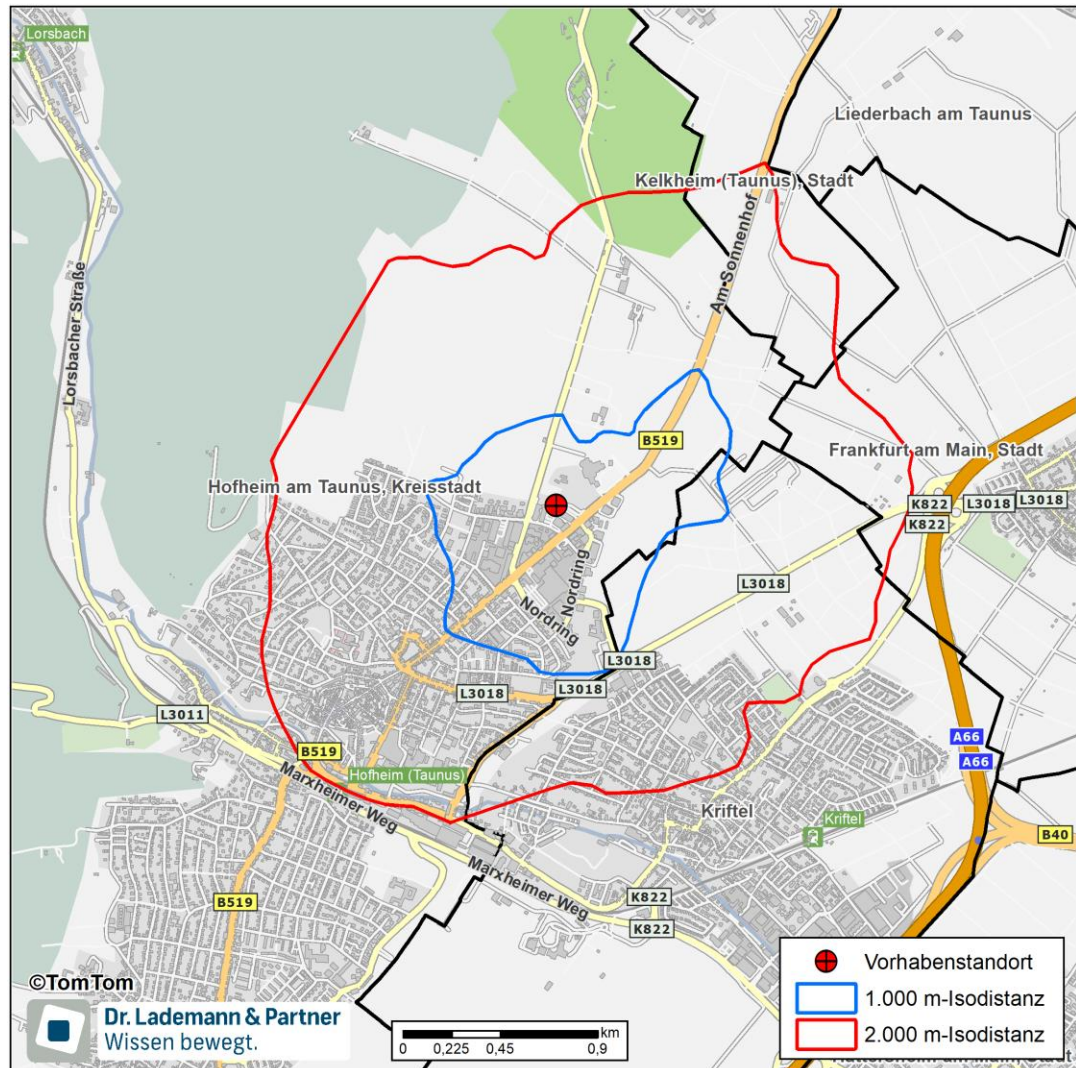


Abbildung 17: Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts (1.000 m und 2.000 m-Isodistanz)

Der Vorhabenstandort befindet sich im nördlichen Kernstadtbereich von Hofheim am Taunus und ist eingebettet in gewerbliche (u.a. Autohändler) und freizeitorientierte (Main-Taunus-Therme) Nutzungen. Die nächstgelegenen Wohneinheiten sind in rd. 250 m Entfernung an der Niederhofheimer Straße anzutreffen und erstrecken sich südlicher Richtung über die Kernstadt von Hofheim am Taunus. Die fußläufige

¹⁴ In der Begründung heißt es hierzu: „Städtebaulich integriert sind Standorte in einem insbesondere baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit überwiegendem Wohnanteil oder in dessen unmittelbarem Anschluss als Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzepts [...]. Städtebaulich integrierte Lagen zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie an den ÖPNV angebunden sind und fußläufig max. 700 m von Wohnstandorten entfernt liegen.“

Erreichbarkeit des Standorts ist somit gegeben. So leben innerhalb einer 1.000m-Iso-distanz (fußläufige Erreichbarkeit) derzeit bereits etwa 1.700 Personen bzw. in einer 1.000-Isodistanz (Erreichbarkeit per Fahrrad) etwa 13.500 Personen (davon knapp 75 % in Hofheim am Taunus).

Auch die Anbindung an den ÖPNV (Bushaltestelle „Rhein-Main-Therme“) sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über die B 519 ist bereits heute gesichert. Der Standort ist daher im Zuge der Vorhabenrealisierung als städtebaulich teintegriert zu bezeichnen.

Nach den Zielen der Landes- und Regionalplanung sind Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel auf die im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebiete Siedlung Bestand und Planung (Regionalplan Südhessen 2010) zu lenken, die in der kartographischen Darstellung des Regionalplans Südhessens flächenscharf dargestellt sind. Der Regionalplan Südhessen 2010 weist für die Fläche des Vorhabenstandorts dabei gleichwohl eine „Gewerbliche Baufläche, Bestand/geplant“ aus.

Bei dem Vorhaben handelt es sich allerdings nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung eines an diesem Standort etablierten Betriebs, der bereits fest im Bewusstsein der Verbraucher als Nahversorger verankert ist. Die Nahversorgerrolle des Vorhabens ergibt sich auch aus dem Sortimentskonzept des Discounters. So werden auf maximal rd. 10 % der Verkaufsfläche aperiodische Randsortimente (Non-Food ohne Drogeriewaren) angeboten. Damit ist der Anteil des aperiodischen Bedarfs nicht als überdimensioniert für einen Nahversorger einzustufen. Eine damit einhergehende unzulässige Attraktivitätssteigerung des Standorts ist nicht gegeben.

Insgesamt dient das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung und zahlt letztlich in das Ziel der Stärkung der qualifizierten Nahversorgung der Bevölkerung in der Kernstadt von Hofheim mit Gütern des täglichen Bedarfs ein.

Darüber hinaus sei darauf hingewiesen, dass der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt mit rd. 1,5 km zu weit vom Vorhabenstandort entfernt ist, als dass die fußläufige Nahversorgung der Kernstadt von Hofheim allein durch den ZVB getragen werden könnte. Dies unterstreicht die wichtige Funktion des Vorhabens bezüglich der verbrauchernahen Versorgung mit Waren des nahversorgungsrelevanten Sortiments.

Der Vorhabenstandort in teintegrierter Lage befindet sich zwar nicht in einem Vorranggebiet Siedlung. Allerdings dient es nachweislich der verbrauchernahen Versorgung und trägt bereits heute ganz wesentlich dazu bei, dass die Nahversorgung in der Kernstadt von Hofheim am Taunus gesichert ist.

Fazit

8 Fazit

An der Niederhofheimer Straße 63 in Hofheim am Taunus ist die Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters von aktuell rd. 843 qm Verkaufsfläche auf zukünftig rd. 994 qm geplant. Der Verkaufsflächenzuwachs am Standort beläuft sich somit auf insgesamt rd. 151 qm, wovon rd. 136 qm auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf entfallen. Dabei wird sich der Markt in seinen räumlichen Abmessungen nicht verändern. Die Verkaufsflächenerweiterung entsteht durch den Rückbau einer Lagereinheit.

Das Vorhaben soll über eine Bauleitplanung realisiert werden und war damit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den raumordnerischen Kriterien zu beurteilen.

Zusammenfassend lässt sich in der Bewertung des Vorhabens Folgendes festhalten:

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung sowie der überdurchschnittlichen Kaufkraft zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Hofheim am Taunus.

Für das Vorhaben ist von einer intensiven Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich – in Verbindung mit dem Filialnetz von Aldi – limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich daher über das nördliche Kernstadtgebiet von Hofheim am Taunus und wird in Richtung Süden durch den Verlauf der L 3011 in Verbindung mit der Bahntrasse begrenzt.

Das Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens beträgt im Jahr 2025 etwa 11.390 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf etwa 95,9 Mio. € ansteigen, wovon rd. 50,9 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich entfallen.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt knapp 8.800 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 54,0 Mio. € Umsatz generiert. Verkaufsflächendichte und Zentralität deuten auf eine hohe Angebotsdichte und Kaufkraftzuflüsse hin. Dies ist v.a. auf die Lage der Innenstadt innerhalb des Einzugsgebiets zurückzuführen.

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 9 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 9,1 Mio. € (+1,2 Mio. € gegenüber Status quo), davon rd. 8,4 Mio. € (+1,1 Mio. € gegenüber Status quo) im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die moderate Erweiterung des Aldi-Markts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des

periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt etwa 2,1 %. In den Lagen außerhalb des Einzugsgebiets sind die Wirkungen rechnerisch nicht mehr nachweisbar (<0,1 Mio. €). Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in negative städtebauliche Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung des zentralen Versorgungsbereichs sowie der verbrauchernahen Versorgung innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets kann ausgeschlossen werden. Das Vorhaben erfüllt damit das Beeinträchtungsverbot.

Mit Blick auf die weiteren prüfungsrelevanten Kriterien der Landes- und Regionalplanung zeigt sich, dass das Vorhaben im Mittelzentrum Hofheim am Taunus dem Kongruenz- und dem Zentralitätsgebot gerecht wird. Der Vorhabenstandort in teilintegrierter Lage dient nachweislich der verbrauchernahen Versorgung und trägt bereits heute ganz wesentlich dazu bei, dass die Nahversorgung in der Kernstadt von Hofheim am Taunus gesichert ist.

Hamburg, 08. Mai 2023

Ulrike Rehr

David Kamin

Dr. Lademann & Partner GmbH