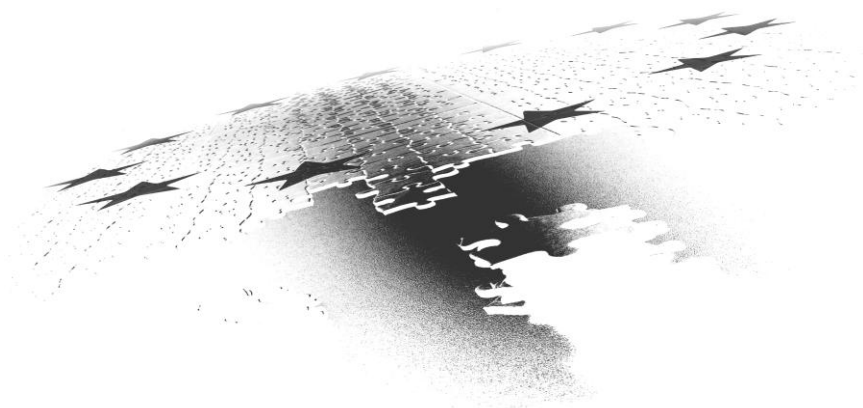


Märkte verstehen • Risiken bewerten • Chancen erkennen

**ecöstra**



## **Kurzfassung**

der wesentlichen Ergebnisse der Auswirkungsanalyse zur möglichen Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der großen Kreisstadt

## **Sinsheim (Rhein-Neckar-Kreis)**

---

ecöstra-Untersuchung im Auftrag der Neuland GmbH & Co. KG,  
Güglingen-Eibensbach

08. Oktober 2010

**ecöstra** GmbH

Wirtschafts-, Standort- und Strategieberatung in Europa  
Homburger Strasse 29  
D-65197 Wiesbaden

Tel: +49 – (0) 611 – 71 69 575 - 0  
Fax: +49 – (0) 611 – 71 69 575 - 25  
Email: [office@ecostra.com](mailto:office@ecostra.com)  
Internet: [www.ecostra.com](http://www.ecostra.com)

# Inhaltsangabe

	Seite
1. VORBEMERKUNG.....	1
2. PROJEKTBECHREIBUNG UND PROJEKTDATEN.....	1
3. PLANSTANDORT.....	2
4. EINZUGSGEBIET UND BEVÖLKERUNGSPOTENTIAL.....	3
5. EINZELHANDELS- UND PROJEKTRELEVANTE KAUFKRAFT IM EINZUGSGEBIET.....	3
6. MARKTANTEILE UND UMSATZERWARTUNG DES IN SINSHEIM GEPLANTEN FACTORY OUTLET CENTERS.....	6
7. KAUFKRAFTBEWEGUNGEN.....	7
8. ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSSITUATION IM UNTERSUCHUNGSRAUM.....	8
9. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE ZENTRALEN ORTE IM UNTERSUCHUNGSRAUM.....	10
10. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE SONSTIGEN STÄDTE UND GEMEINDEN IM UNTERSUCHUNGSRAUM.....	11
11. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE NAHVERSORGUNG.....	11
12. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE RAUMORDNERISCHE KONZEPTION.....	15
13. FAZIT.....	15

## 1. VORBEMERKUNG

Die Große Kreisstadt Sinsheim (Rhein-Neckar-Kreis) liegt im Nordwesten Baden-Württembergs im Städtedreieck zwischen Heilbronn, Heidelberg und Karlsruhe, unmittelbar an der BAB A6 (Mannheim – Heilbronn). Bekannt ist Sinsheim v.a. durch das Auto- und Technikmuseum, die Messe Sinsheim sowie die sportlichen Erfolge der TSG 1899 Hoffenheim bzw. deren neues Stadion, der Rhein-Neckar-Arena. Landesplanerisch ist Sinsheim als Mittelzentrum im Bereich des Oberzentrums Heidelberg festgelegt.

Nachdem – u.a. auch bedingt durch den zunehmenden Wettbewerb im Messewesen – diverse Veranstaltungen der Messe Sinsheim an andere Standorte abgewandert sind, bestehen Überlegungen die Messetätigkeit am Standort Sinsheim aufzugeben und die vorhandenen Hallengebäude einer neuen Nutzung zuzuführen. Als mögliche marktfähige Nachnutzung hat sich – nicht zuletzt auch aufgrund der Standortlage an einer hochfrequentierten Autobahn, der unmittelbaren Nachbarschaft zum Auto- und Technikmuseum sowie zur Rhein-Neckar-Arena – die Realisierung eines Designer Outlet Centers (DOC) konkretisiert. Renommiertere und international erfahrene DOC-Betreiber haben bereits ein konkretes Interesse an dem Standort geäußert.

Als Bewertungs- und Entscheidungsgrundlage für das anstehende Genehmigungsverfahren zur Realisierung eines Designer Outlet Centers am Planstandort in Sinsheim wurde durch ecöstra eine Verträglichkeitsuntersuchung zu den möglichen Auswirkungen erstellt, die bei einer Realisierung eines Designer Outlet Centers in der Stadt Sinsheim zu erwarten sind. Dabei wurden die Auswirkungen dieses Vorhabens u.a. auf den Wettbewerb im Naheinzugsgebiet (bis ca. 30 PKW-Fahrminuten), auf die innerstädtischen Geschäftslagen und auf das außerhalb des Naheinzugsgebietes liegende Oberzentrum Mannheim wie auch auf sonstige bedeutende Einzelhandelsstandorte, die Nahversorgung, die landesplanerisch vorgesehenen Versorgungsstrukturen im Raum sowie den Verkehr untersucht und bewertet.

## 2. PROJEKTBSCHREIBUNG UND PROJEKTDATEN

Am Standort der ehemaligen Messehallen in Sinsheim ist auf einer Grundfläche von ca. 16.000 m<sup>2</sup> die Realisierung eines Designer Outlet Centers mit ca. 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorgesehen. Die momentane Projektkonzeption sieht die Errichtung eines Mallcenters in den bestehenden Messehallen vor. Dabei erlauben sowohl die Höhe der Messehallen als auch die Rasterweiten der inneren Stahlstützen die Integration von Shopeinheiten in den Hallenkörper. Die Parkierungsflächen sollen zum einen ebenerdig vorgelagert ausgeführt werden, zum anderen ist die Errichtung eines Parkhauses auf der gegenüberliegenden Straßenseite der Neulandstraße geplant.

Das Planobjekt soll durch einen leistungsfähigen und erfahrenen Betreiber geführt werden. Weiterhin wird davon ausgegangen, dass bezogen auf die qualitativ unterscheidbaren Typen von DOC das Planobjekt nicht als sog. „upper level scheme“ – d.h. im Premium-Markensegment – positioniert werden wird, sondern es wird eine Positionierung als sog. „upper / middle scheme“ zugrunde gelegt.

Unter diesen Voraussetzungen ist beim Planobjekt von einer DOC-typischen Sortimentskonzeption auszugehen, wobei ca. 60 – 70 % der Verkaufsflächen auf Bekleidungs assortimente (inkl. Sportartikel), ca. 10 – 20 % auf Schuhe und Lederwaren und die restlichen Verkaufsflächen auf sonstige Sortimente (Heimtextilien, GPK, Spielwaren etc.) entfallen. Damit ergibt sich in etwa folgende Flächen- und Nutzungskonzeption:

			Mittelwerte
Bekleidung (inkl. Sportartikel)	=	ca. 6.000 – 7.000 m <sup>2</sup> VK	6.500 m <sup>2</sup> VK
Schuhe & Lederwaren	=	ca. 1.000 – 2.000 m <sup>2</sup> VK	1.500 m <sup>2</sup> VK
Sonstige Sortimente	=	ca. 1.000 – 3.000 m <sup>2</sup> VK	2.000 m <sup>2</sup> VK
<b>Planobjekt insgesamt</b>	=	---	<b>10.000 m<sup>2</sup> VK</b>

Für die weiteren Untersuchungsschritte im Rahmen dieser Analyse wird diese Grobkonzeption des Planobjektes zugrunde gelegt.

### 3. PLANSTANDORT

Der Mikrostandort des geplanten DOC liegt im südöstlichen Stadtgebiet von Sinsheim, unmittelbar nördlich der 6-spurig ausgebauten BAB A6 und östlich der „Südlichen Randstraße“ bzw. „Dietmar-Hopp-Straße“ die über die Bundesautobahn zur südlich gelegenen Rhein-Neckar-Arena führt. Der Planstandort befindet sich inmitten eines über Jahrzehnte gewachsenen und wenig geordneten Industrie- und Gewerbegebietes, dass sich in Ost-West-Richtung parallel zur Bundesautobahn A6 erstreckt. Innerhalb dieses Areals findet sich ein Mix unterschiedlichster Nutzungsarten mit Gewerbe- und Industriebetrieben, Einzelhandel, Gastronomie sowie dem Auto & Technik Museum Sinsheim. Die verkehrliche Erschließung des Planstandortes erfolgt im Wesentlichen über die unmittelbar am Standort vorbeiführende 6-spurige BAB A6 und die neu eingerichtete Autobahnanschlussstelle „Sinsheim-Süd“. Darüber hinaus befindet sich ca. 750 m nordöstlich des Planareals die S-Bahn-Haltestelle „Sinsheim Museum/Arena“ die von S-Bahnen des Verkehrsverbundes Rhein-Neckar aus Richtung Eppingen bzw. Heidelberg angefahren wird. Zusätzlich verkehren Linienbusse entlang der „Neulandstraße“; die Messe besitzt hier eine eigene Haltestelle.

Eine Einsehbarkeit des Planstandortes ist von der BAB A6 uneingeschränkt gegeben. Sowohl aus Fahrtrichtung Osten wie auch aus Westen kommend läuft die Autobahn leicht bergab, so dass sich bei einer Anfahrt über die Autobahn eine sehr gute Sichtbeziehung zum Planobjekt ergibt. Auch unmittelbar auf Höhe des Planstandortes ist das derzeitige Messegebäude aufgrund seiner Höhe von der Autobahn gut sichtbar.

Insgesamt handelt es sich bei dem Untersuchungsstandort für das geplante DOC in Sinsheim um einen autokundenorientierten, dezentralen Standort. Sinsheim bzw. das Gelände des Planstandortes ist bereits als Messe-, Sport- und Freizeitstandort überregional bekannt und positioniert. Hingegen fehlt dem Areal bisher eine (überregionale) Bekanntheit als Einkaufsdestination. Der Standort verfügt über ausgezeichnete Erreichbarkeitsfaktoren für den motorisierten Individualverkehr (MIV) durch seine Lage unmittelbar an einer stark frequentierten Autobahn. Optimierungsbedarf besteht ggf. hinsichtlich der kleinräumigen Verkehrsführung sowie im Hinblick auf den Aufmerksamkeitswert der bestehenden Messehallen.

Wie die Standortanalyse und -bewertung gezeigt hat, weist der Standortbereich v.a. aufgrund der Erreichbarkeitsfaktoren, des großen und kaufkräftigen erschließbaren Einwohnerpotentials im Einzugsgebiet sowie des überregionalen Bekanntheitsgrads des Standortes Sinsheim eine insgesamt ausgezeichnete Standorteignung für ein Outlet Center auf. Weiterhin besteht hier ein Synergiepotential mit touristischen Einrichtungen sowie die Möglichkeit, Tourismusströme auf der hoch frequentierten BAB A6 abzuschöpfen. Es ist davon auszugehen, dass die räumliche Entfernung zu den markenorientierten Angeboten in den innerstädtischen Haupteinkaufslagen (v.a. Mannheim und Stuttgart) bzw. in den Top-Shopping-Centern (v.a. Rhein-Neckar Zentrum in Viernheim, Breuninger Land in Ludwigsburg, Ettliger Tor in Karlsruhe) kaum zu Konflikten

mit den bestehenden Vertriebslinien von Markenherstellern führen wird (sog. „Retail Sensitivity“). Allerdings könnten sich aufgrund der räumlichen Nähe zur Zentrale des Sporthandelsverbundes „Intersport“ ggf. Schwierigkeiten bei der Vermietung im Sportartikelsegment ergeben. Einschränkend ist außerdem auf die bereits etablierten Wettbewerber in der Region hinzuweisen, die eine mögliche Ausstrahlung des Planobjektes nach Südwesten und Nordosten einschränken. Darüber hinaus ist auch auf die mögliche Entwicklung von weiteren Wettbewerbsstandorten im regionalen Umfeld hinzuweisen, und hier u.a. auf die Planungen in Montabaur und Herrieden. In jüngster Zeit sind hier noch Planungen zur Umnutzung des Einkaufszentrums „Walzmühle“ in Ludwigshafen in ein FOC bekannt geworden.

#### **4. EINZUGSGEBIET UND BEVÖLKERUNGSPOTENTIAL**

Für das Untersuchungsobjekt wurde auf Grundlage empirischer Erfahrungen sowie in Anlehnung an Raumverträglichkeitsuntersuchungen für DOC ein Einzugsgebiet abgegrenzt, das in etwa eine Distanz von ca. 90-PKW-Fahrminuten umfasst, im Westen und Nordosten aufgrund der Wettbewerbssituation jedoch gestaucht ist (vgl. nachfolgende Karte). Dieser Raum wurde in Intensitätszonen einer abgestuften Kundenanbindung unterteilt, welche sich an PKW-Fahrdistanzen von ca. 30- bzw. 60-PKW-Fahrminuten orientieren. Das Einzugsgebiet umfasst einen Raum, welcher wesentliche Teile der Bundesländer Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz ebenso wie auch Teilräume des Bundeslandes Bayern beinhaltet. Insgesamt weist dieses abgegrenzte Einzugsgebiet derzeit ein Einwohnerpotential von knapp ca. 9.813.710 Personen auf, das sich wie folgt verteilt:

- ca. 1.217.630 Einwohner = ca. 12,4 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 3.063.090 Einwohner = ca. 31,2 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 5.532.990 Einwohner = ca. 56,4% auf die Zone III (Fernezeinzugsgebiet)

Auf Grundlage der Prognosen der statistischen Landesämter von Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Hessen und Bayern zur zukünftigen Einwohnerentwicklung ist davon auszugehen, dass die Bevölkerungszahl innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bis zum Jahr 2015 auf insgesamt ca. 9.884.420 Einwohner (= ca. +0,7 %) geringfügig steigen wird.

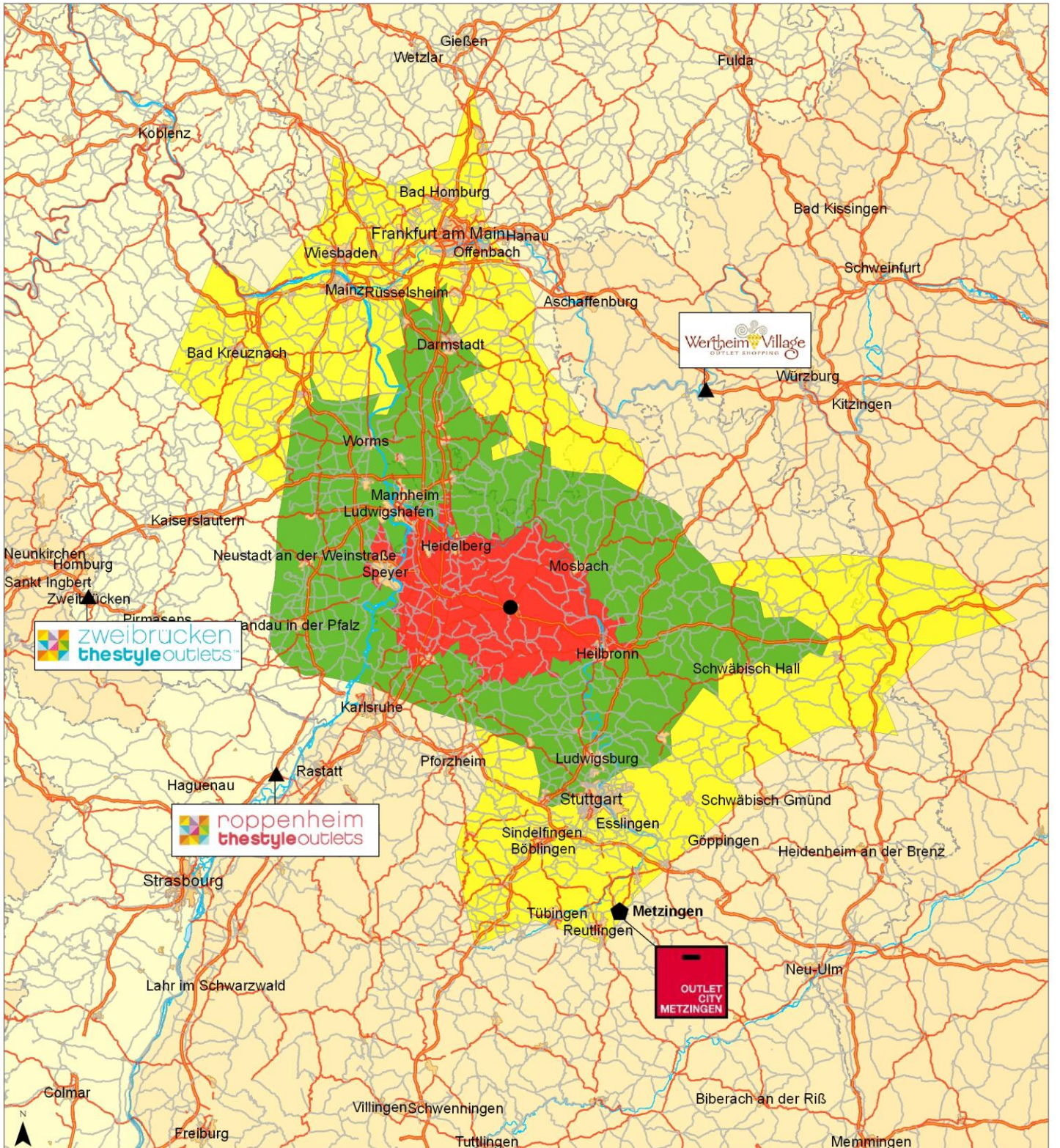
#### **5. EINZELHANDELS- UND PROJEKTRELEVANTE KAUFKRAFT IM EINZUGSGEBIET**

Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes des geplanten DOC in Sinsheim schwankt das Kaufkraftniveau zwischen einem Wert von ca. 94,5 für den Landkreis Ansbach (Zone III) und einem Wert von ca. 152,4 für den Hochtaunuskreis (Zonen III). Nach **ecöstra**-Berechnungen beläuft sich das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential im abgegrenzten Einzugsgebiet des Planobjektes auf ca. 57.857,3 Mio. €. Hiervon entfällt auf die in einem DOC typischerweise geführten Waren ein projektrelevantes Kaufkraftvolumen von ca. 13.215,9 Mio. € bzw. ca. 22,8 % des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens.



# Das abgegrenzte Einzugsgebiet eines FOC am Planstandort Sinsheim

- unter Berücksichtigung von in Betrieb oder im Bau befindlichen FOC-Wettbewerbsstandorten -



## Untergliederung des Einzugsgebietes:

- |  |               |
|--|---------------|
| <span style="color: red;">■</span> Zone I (Naheinzugsgebiet)                           | Autobahn      |
| <span style="color: green;">■</span> Zone II (mittleres Einzugsgebiet)                 | Bundesstraßen |
| <span style="color: yellow;">■</span> Zone III (Ferneinzugsgebiet)                     | Landesstraßen |
| <span style="color: black;">●</span> Planstandort                                      |               |
| <span style="color: black;">▲</span> FOC-Wettbewerbsstandorte (in Betrieb oder im Bau) |               |
| <span style="color: black;">◆</span> Factory Outlet Stores Agglomeration (in Betrieb)  |               |





**Tabelle 1:** Die einzelhandelsrelevanten sowie die DOC-relevanten Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet eines Designer Outlet Centers am Standort Sinsheim nach Warengruppen

<b>Einzugsgebietszonen</b>	<b>Zone I (Naheinzugs- gebiet)</b>	<b>Zone II (mittleres Einzugs- gebiet)</b>	<b>Zonen I+II (Kerneinzugs- gebiet)</b>	<b>Zone III (Ferneinzugs- gebiet)</b>	<b>Zonen I-III (Einzugsgebiet insgesamt)</b>
<b>Warengruppen</b>	<b>Angaben in Mio. €</b>				
• Nahrungs- und Genussmittel	2.516,5	6.336,1	8.852,6	11.668,7	20.521,3
• Gesundheit, Körperpflege	950,9	2.396,3	3.347,2	4.495,8	7.843,0
• Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	111,3	280,6	391,9	526,4	918,4
• Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	171,5	432,2	603,7	810,8	1.414,5
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.750,2</b>	<b>9.445,2</b>	<b>13.195,4</b>	<b>17.501,8</b>	<b>30.697,2</b>
• PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren	253,4	638,6	892,0	1.198,1	2.090,1
• Bekleidung, Schuhe, Sport	968,8	2.441,4	3.410,3	4.580,5	7.990,8
• GPK, Hausrat, Geschenkartikel	198,4	499,9	698,3	937,9	1.636,2
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.420,6</b>	<b>3.579,9</b>	<b>5.000,5</b>	<b>6.716,5</b>	<b>11.717,0</b>
• Elektrowaren	540,1	1.361,0	1.901,1	2.553,5	4.454,6
• Einrichtung, Möbel	536,2	1.351,3	1.887,6	2.535,3	4.422,9
• Sonstiger Einzelhandel	796,0	2.006,0	2.802,1	3.763,6	6.565,7
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>1.872,3</b>	<b>4.718,4</b>	<b>6.590,7</b>	<b>8.852,4</b>	<b>15.443,2</b>
<b>Einzelhandelswaren insgesamt</b>	<b>7.043,1</b>	<b>17.743,5</b>	<b>24.786,6</b>	<b>33.070,7</b>	<b>57.857,3</b>
Davon DOC-relevante Warenbereiche:					
• Bekleidung & Sportartikel	799,9	2.015,7	2.815,6	3.781,8	6.597,4
• Schuhe & Lederwaren	168,9	425,7	594,7	798,7	1.393,4
• Sonstiges	633,5	1.596,5	2.230,0	2.995,2	5.225,1
<b>DOC-relevante Kaufkraft insgesamt</b>	<b>1.602,3</b>	<b>4.037,9</b>	<b>5.640,2</b>	<b>7.575,7</b>	<b>13.215,9</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Nach **ecostra**-Berechnungen kann für das Prognosejahr 2015 – bei realer Betrachtung, d.h. ohne Berücksichtigung der Preisentwicklung – von einem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets in Höhe von ca. 61.856,8 Mio. € ausgegangen werden, was einer realen Kaufkraftzunahme von ca. +3.999,5 Mio. € bzw. von ca. +6,9 % entspricht. Bei den DOC-relevanten Sortimentsbereichen ist bis zum Jahr 2015 von einem realen Zuwachs der im abgegrenzten Einzugsgebiet verfügbaren Kaufkraftvolumina um ca. +787,5 Mio. € bzw. um ca. +6,0 % auf ca. 14.003,4 Mio. € auszugehen. Die Kaufkraftzuwächse sind bedingt durch die leicht positive Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet, aber auch durch die bis zum Jahr 2015 insgesamt steigenden einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben und verteilen sich über alle drei Zonen des Einzugsgebietes.

**Tabelle 2:** Die einzelhandelsrelevanten sowie die DOC-relevanten Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet eines Designer Outlet Centers am Standort Sinsheim nach Warengruppen im Jahr 2015 (Kaufkraftprognose)

<b>Einzugsgebietszonen</b>	<b>Zone I (Naheinzugs- gebiet)</b>	<b>Zone II (mittleres Einzugs- gebiet)</b>	<b>Zonen I+II (Kerneinzugs- gebiet)</b>	<b>Zone III (Ferneinzugs- gebiet)</b>	<b>Zonen I-III (Einzugsgebiet insgesamt)</b>
<b>Warengruppen</b>	<b>Angaben in Mio. €</b>				
• Nahrungs- und Genussmittel	2.708,8	6.772,1	9.480,9	12.470,9	21.951,8
• Gesundheit, Körperpflege	1.090,9	2.730,3	3.821,2	5.121,0	8.942,2
• Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	125,8	314,9	440,7	590,6	1.031,4
• Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	173,8	435,0	608,9	815,9	1.424,8
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4.099,3</b>	<b>10.252,4</b>	<b>14.351,7</b>	<b>18.998,5</b>	<b>33.350,2</b>
• PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren	262,0	655,8	917,8	1.230,0	2.147,8
• Bekleidung, Schuhe, Sport	1.030,0	2.577,7	3.607,7	4.834,8	8.442,5
• GPK, Hausrat, Geschenkartikel	207,5	519,4	727,0	974,3	1.701,3
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.499,5</b>	<b>3.753,0</b>	<b>5.252,5</b>	<b>7.039,1</b>	<b>12.291,6</b>
• Elektrowaren	579,8	1.451,2	2.031,0	2.721,9	4.752,9
• Einrichtung, Möbel	561,7	1.405,7	1.967,4	2.636,6	4.604,0
• Sonstiger Einzelhandel	836,7	2.094,0	2.930,7	3.927,5	6.858,2
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>1.978,2</b>	<b>4.950,9</b>	<b>6.929,1</b>	<b>9.286,0</b>	<b>16.215,1</b>
<b>Einzelhandelswaren insgesamt</b>	<b>7.577,0</b>	<b>18.956,3</b>	<b>26.533,3</b>	<b>35.323,5</b>	<b>61.856,8</b>
Davon DOC-relevante Warenbereiche:					
• Bekleidung & Sportartikel	850,9	2.129,7	2.980,7	3.994,5	6.975,1
• Schuhe & Lederwaren	179,0	448,0	627,0	840,3	1.467,3
• Sonstiges	678,4	1.697,9	2.376,3	3.184,6	5.561,0
<b>DOC-relevante Kaufkraft insgesamt</b>	<b>1.708,4</b>	<b>4.275,7</b>	<b>5.984,0</b>	<b>8.019,4</b>	<b>14.003,4</b>

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen; reale Entwicklung zu Preisen von 2009

## 6. MARKTANTEILE UND UMSATZERWARTUNG DES IN SINSHEIM GEPLANTEN DESIGNER OUTLET CENTERS

Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation etc.), der Flächendimensionierung des Planobjektes sowie einer möglichen Positionierung zumindest als „upper / middle scheme“ ist davon auszugehen, dass das in Sinsheim geplante DOC einen Einzelhandelsumsatz in Höhe von ca. 76,3 Mio. € erwirtschaftet, was bei einer geplanten Verkaufsflächendimensionierung von ca. 10.000 m<sup>2</sup> einer Flächenproduktivität von ca. 7.630,- € / m<sup>2</sup> VK entspricht. Hierbei handelt es sich um einen oberen Werteansatz.

Mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet werden ca. 66,4 Mio. € bzw. ca. 87,0 % des Einzelhandelsumsatzes getätigt und auf Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes entfallen ca. 10,0 Mio. € bzw. ca. 13,0 % der Umsatzerwartung (sog. Streuumsätze). Diese Umsatzerwartung setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:



• Zone I (Naheinzugsgebiet)	ca. 21,1 Mio. €	bzw. ca. 27,7 % des Umsatzes
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	ca. 23,1 Mio. €	bzw. ca. 30,3 % des Umsatzes
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	ca. 22,1 Mio. €	bzw. ca. 29,0 % des Umsatzes
• Streuumsätze	ca. 10,0 Mio. €	bzw. ca. 13,0 % des Umsatzes

Mit einer Flächenproduktivität in Höhe von ca. 7.630,-- € / m<sup>2</sup> VK liegt das Planobjekt im Vergleich zu den in Deutschland bereits in Betrieb befindlichen DOC in einem deutlich überdurchschnittlichen Bereich. Auch wurde in keinem anderen Genehmigungsverfahren für ein DOC in Deutschland in den letzten Jahren von einer vergleichbar hohen Flächenproduktivität ausgegangen, so dass dieser hohe Wert als sog. „worst-case“-Ansatz zu bewerten ist.

## 7. KAUFKRAFTBEWEGUNGEN

Vor dem Hintergrund der ermittelten Umsatzleistung sowie der räumlichen Umsatzherkunft wurden die durch das Planobjekt ausgelösten Kaufkraftbewegungen analysiert. Die Realisierung des Vorhabens wird dazu führen, dass bestehende Kaufkraftströme beeinflusst und in der Folge Umsätze von anderen Standorten zum Planobjekt verlagert werden. Im Sinne eines „worst-case“-Ansatzes wird bei der Analyse der durch das Planobjekt in Sinsheim ausgelösten Kaufkraftbewegungen davon ausgegangen, dass

- von dem Umsatz des Untersuchungsobjektes mit Kunden **aus der Zone I (Naheinzugsgebiet)** etwa 90 % durch den Einzelhandel in den Städten und Gemeinden der Zone I gebunden war und somit zu Lasten des Bestandes geht. Die übrigen ca. 10 % waren bereits durch den Einzelhandel der Zone II gebunden, wobei hier die Kaufkraftströme v.a. auf den dominierenden Einzelhandelsstandort Mannheim sowie die dezentralen Einkaufslagen in Viernheim und in Ludwigsburg gerichtet sind.<sup>1</sup> In Anbetracht der Einzelhandelsstrukturen in der Zone I des Einzugsgebietes und der aktuell bestehenden Kaufkraftströme ist eine Kaufkraftbindung von ca. 90 % im projektrelevanten Sortimentsbereich für die Zone I ein sehr hoher Wertansatz, welcher im Sinne des „worst-case“ so gewählt wurde.
- von ca. 23,1 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone II (mittleres Einzugsgebiet)** ca. 2,3 Mio. € bzw. ca. 10 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. Betroffen ist hiervon insbesondere der Einzelhandel der Stadt Heidelberg, der einen Teil seines Umsatzes durch Kunden aus dem Raum nördlich der Stadt (Zone II) generiert, die Stadt Heilbronn und hier speziell der Umsatz mit Kunden aus dem östlich und südlich gelegenen Raum (Zone II) sowie der Einzelhandel der Stadt Speyer und dessen Umsatz mit Kunden aus dem Raum westlich der Stadt (ebenfalls Zone II). Auch hierbei handelt es sich in Anbetracht der aktuell erkennbaren Kaufkraftströme um einen oberen Wertansatz.
- von ca. 22,1 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden **aus der Zone III (Ferneinzugsgebiet)** ca. 1,1 Mio. € bzw. ca. 5 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden. In Anbetracht der bereits hohen Entfernungen und der Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum dürfte es sich auch hier um einen absolut oberen Ansatz handeln.

<sup>1</sup> Entsprechende Einkaufsorientierungen der Bevölkerung innerhalb der Zone I zu Einkaufsdestinationen außerhalb der Zone I wurden durch mehrere der befragten Experten aufgezeigt. (Gespräch IHK Heilbronn-Franken, Stadtverwaltung Neckarsulm, Stadtverwaltung Schifferstadt, IHK Rhein-Neckar)

- von ca. 10,0 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden von **außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (sog. Streuumsätze)** ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 5 % bereits durch den Einzelhandel in der Zone I gebunden waren und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam werden

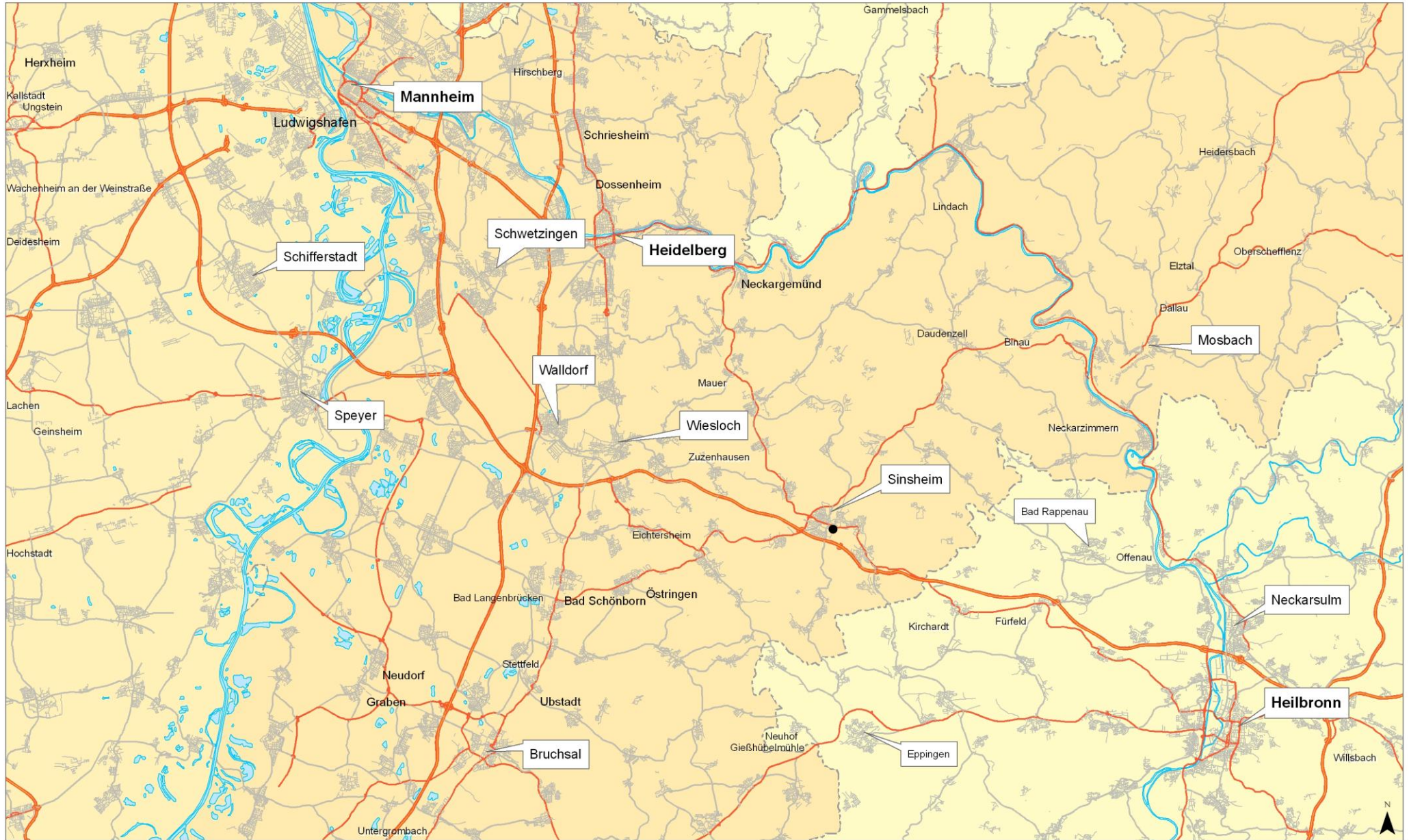
Damit erzielt das Untersuchungsobjekt ca. 23,0 Mio. € des zu erwartenden Umsatzes zu Lasten von Einzelhandelsbetrieben in den Städten und Gemeinden innerhalb des Naheinzugsgebietes (Zone I). Damit wird an dieser Stelle noch einmal der „worst-case“-Ansatz deutlich, da davon ausgegangen wird, dass ca. 30,1 % des zu erwartenden Umsatzes des Planobjektes zu Lasten des bestehenden Einzelhandels in einem bestimmten Raum umverteilt werden, in dem „nur“ ca. 12,4 % der Einwohner des gesamten Einzugsgebietes leben bzw. in dem „nur“ ca. 12,2 % der projektrelevanten Kaufkraft lokalisiert sind.

Bezogen auf die, durch die mögliche Realisierung eines DOC in Sinsheim innerhalb der Zone II ausgelösten Kaufkraftbewegungen wird davon ausgegangen, dass **ca. 25 % des gesamten projektrelevanten Umsatzes des Planobjektes mit Kunden aus der Zone II durch den Einzelhandel in der Stadt Mannheim gebunden war** und dort – im Sinne einer Kaufkraftumlenkung auf das Planobjekt – zukünftig als Umsatzrückgang wirksam wird. Dies bedeutet, dass auch hier im Sinne des „worst-case“-Ansatzes davon ausgegangen wird, dass ca. 25,0 % des zu erwartenden Umsatzes des Planobjektes aus Zone II zu Lasten des bestehenden Einzelhandels in Mannheim umverteilt wird, wobei in Mannheim „nur“ ca. 10,2 % aller Einwohner der gesamten Zone II leben.

## 8. ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSSITUATION IM UNTERSUCHUNGSRAUM

Als Grundlage für die erstellte Auswirkungsanalyse wurde der Einzelhandelsbestand in den zentralen Orten im Naheinzugsgebiet detailliert erfasst und bewertet. Hierbei wurde v.a. der Einzelhandel in den Oberzentren Heidelberg und Heilbronn sowie der Mittelzentren Bruchsal, Mosbach, Neckarsulm, Schifferstadt, Schwetzingen, Sinsheim, Speyer, Walldorf und Wiesloch einer detaillierten Analyse unterzogen. Aufgrund der räumlichen Nähe wurde außerdem der Einzelhandel in den Kernstädten (ohne Ortsteile) der Unterzentren Bad Rappenau und Eppingen erfasst. Im Oberzentrum Mannheim, das bereits außerhalb des Naheinzugsgebietes des Planobjektes liegt, wurde der gesamte innerstädtische Einzelhandel erhoben sowie eine intensive Standortbesichtigung weiterer Bezirkszentren in den Stadtteilen vorgenommen. Darüber hinaus erfolgte auch eine Einschätzung und Bewertung der Bestands- und Leistungsdaten im Einzelhandel der Unter- bzw. Grundzentren innerhalb des Naheinzugsgebietes sowie weiterer bedeutender Einkaufsdestinationen in der Region.

# Erhobene Einzelhandelsstandorte im Umfeld des geplanten DOC in Sinsheim



- Autobahn
- Bundesstraßen
- sonstige Straßen

● Planstandort

**Oberzentrum, z.B. Mannheim**

Mittelzentrum, z.B. Speyer

Unterkernzentrum, z.B. Eppingen

0 5 10 Kilometer

## 9. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE ZENTRALEN ORTE IM UNTERSUCHUNGSRAUM

Die durchgeführten Analysen und Berechnungen zeigen, dass durch die Realisierung des Vorhabens im Segment

- Bekleidung & Sportartikel es insbesondere in den drei Oberzentren Mannheim, Heilbronn und Heidelberg zu den quantitativ höchsten Umsatzrückgängen in diesem v.a. für Innenstadtlagen sehr bedeutsamen Angebotssegment kommt. So hat die Stadt Mannheim insgesamt einen Umsatzrückgang in der Größenordnung von ca. 4,4 – 4,5 Mio. € zu erwarten, wobei auf die Mannheimer Innenstadt ein Umsatzrückgang von ca. 3,8 – 3,9 Mio. € entfällt; die Umsatzumverteilungsquote (gegenüber dem relevanten Bestand) liegen mit ca. 0,7 % bzw. ca. 0,8 % jedoch in einer kaum wahrnehmbaren Größenordnung. Für die Stadt Heilbronn errechnet sich einen Umsatzabzug von insgesamt ca. 3,6 – 3,7 Mio. € und für die Innenstadt von ca. 3,1 – 3,2 Mio. €. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 1,5 % bzw. ca. 1,6 %. Ähnlich stellen sich in diesem Angebotssegment auch die möglichen Auswirkungen auf das Oberzentrum Heidelberg dar, dass insgesamt eine Umsatzumverteilung von ca. 3,1 – 3,2 Mio. € zu erwarten hat. Auf die Innenstadt entfällt davon ein Umsatzrückgang von ca. 2,9 – 3,0 Mio. €. Die Umverteilungsquote liegt mit 1,5 % bzw. ca. 1,6 % in einer vergleichbaren Größenordnung wie in Heilbronn. In jedem Fall aber liegen die Umsatzumverteilungsquoten für alle drei Oberzentren im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen. Deutlich spürbare Wettbewerbswirkungen können hingegen im Mittelzentrum Sinsheim – und hier sowohl in der Innenstadt als auch in den sonstigen Einzelhandelslagen – erwartet werden, die aber mit ca. 7,5 % (Innenstadt Sinsheim) bzw. ca. 5,6 % (sonstige Lagen in Sinsheim) jeweils noch deutlich unterhalb eines städtebaulich relevanten Schwellenwertes der Umsatzumverteilung liegen. Selbiges gilt für die beiden nahe gelegenen Unterzentren Bad Rappenau und Eppingen, für die sich eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 5,0 % (Innenstadt Bad Rappenau) bzw. 5,4 % (Innenstadt Eppingen) errechnet. Die Umsatzrückgänge der anderen untersuchten zentralen Orte und deren errechneten Umsatzumverteilungsquoten fallen niedriger aus.
- Schuhe & Lederwaren ebenfalls in den drei Oberzentren Mannheim, Heilbronn und Heidelberg und hier in den jeweiligen Innenstädten die höchsten Umsatzrückgänge erwartet werden können. Für die Innenstadt von Mannheim errechnet sich ein Umsatzrückgang von ca. 0,7 – 0,8 Mio. € und eine Umverteilungsquote von ca. 2,0 %, womit sich die Wettbewerbswirkung des Planobjektes im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen bewegt. Für die Innenstadt von Heilbronn errechnet sich eine Umverteilungsquote von ca. 4,3 % bei einer Umsatzumverteilung von ca. 0,7 – 0,8 Mio. €. Die Heidelberger Innenstadt hat mit einer Umverteilungsquote von ca. 5,8 % bei einem Umsatzrückgang von ca. 0,6 – 0,7 Mio. € zu rechnen. Damit sind in den beiden Innenstädten von Heilbronn und Heidelberg in diesem Segment zwar spürbare Wettbewerbswirkungen zu erwarten, wettbewerbsbedingte Betriebsaufgaben in diesem Angebotssegment sind jedoch nicht zu erwarten. Die höchste Umsatzumverteilungsquote berechnet sich auch hier für das Mittelzentrum Sinsheim (ca. 7,9 %) und hier für die Innenstadt (ca. 8,2 %). In Anbetracht der insgesamt stabile Situation des innerstädtischen Einzelhandels mit einem attraktiven Angebot für unterschiedliche Zielgruppen und einer guten Passantenfrequenz ist eine nachhaltige Beeinträchtigung der innerstädtischen Geschäftslagen ausgeschlossen. Bei den Einzelhandelsstandorten in den weiteren untersuchten Mittel- und Unterzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten niedriger und überwiegend im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen.
- sonstige DOC-Sortimente wiederum die drei Oberzentren Mannheim, Heilbronn und Heidelberg die höchsten absoluten Umsatzrückgänge zu erwarten haben von ca. 0,8 – 0,9 Mio. € in Mannheim, ca. 0,7 – 0,8 Mio. € in Heilbronn und ebenfalls ca. 0,7 – 0,8 Mio. € in

Kurzfassung Auswirkungsanalyse zur möglichen Realisierung eines DOC in Sinsheim 2010

[www.ecostr.com](http://www.ecostr.com)



Heidelberg. Die entsprechenden Umsatzumverteilungsquoten liegen bei ca. 0,6 % in Mannheim, ca. 1,1 % in Heilbronn und ca. 1,0 % in Heidelberg. Wiederum wird die Stadt Sinsheim und hier die Innenstadt mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,8 % am deutlichsten von Wettbewerbswirkungen durch das Planobjekt betroffen sein. Die zu erwartenden Auswirkungen liegen hier sehr deutlich unterhalb eines städtebaulich relevanten Schwellenwertes. Bei allen anderen untersuchten Handelslagen liegen die Umsatzumverteilungsquoten nochmals niedriger und bewegen sich – sofern überhaupt spürbar – im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen.

Insgesamt kann somit auf Basis der ermittelten Auswirkungen des Untersuchungsobjektes in Sinsheim für alle untersuchten zentralen Orte bzw. Zentren innerhalb dieser Orte eine nachhaltige Schwächung der Angebotsattraktivität, des Branchenmixes und der Versorgungsleistung des Einzelhandels ebenso wie eine wesentliche Einschränkung von stadtplanerischen Entwicklungsmöglichkeiten (z.B. im Rahmen von Sanierungsmaßnahmen) ausgeschlossen werden. Da Marktwirkungen eines Einzelhandelsobjektes mit zunehmender Distanz in ihrer Intensität üblicherweise nachlassen, trifft diese Feststellung auch auf Zentren außerhalb des detailliert untersuchten Naheinzugsgebietes (Zone I) zu, wie sich auch an dem ebenfalls untersuchten Oberzentrum Mannheim (Zone II) zeigt. Gerade die in hohem Maße markenorientierte Mannheimer Innenstadt wird in Anbetracht ihres qualitativen und quantitativen Angebotes von den Wirkungen des Planobjektes in Sinsheim kaum beeinflusst werden, wie die niedrigen Umsatzumverteilungsquoten belegen.

## **10. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE SONSTIGEN STÄDTE UND GEMEINDEN IM UNTERSUCHUNGSRAUM**

Gegenüber den sonstigen Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet (u.a. die Unter- bzw. Grundzentren Limburgerhof, Römerberg, Dudenhofen, Waldsee, Bad Friedrichshall, Weinsberg, Östringen, Bad Schönborn, Waghäusel, Hockenheim, Leimen und Neckargemünd) ist bei einer Einzelbetrachtung kein nennenswerter Umsatzrückgang festzustellen. Der mögliche Kaufkraftabzug durch das Planobjekt bewegt sich – in Anbetracht der häufig geringen Sortimentsüberschneidungen – unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze. Sofern Überschneidungen in den relevanten Sortimenten in den Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet bestehen, handelt es sich hierbei überwiegend um Angebote von Fachmärkten und/oder Discountern in zumeist dezentralen Lagen. Diese städtebaulich nicht integrierten Standorte sind in einer marktwirtschaftlichen Ordnung üblicherweise nicht durch das Bau- und Raumordnungsrecht geschützt. Weiterhin können in geringem Maße auch innerörtliche Anbieter betroffen sein, die vereinzelt in den zentralen Lagen der Grund- bzw. Unterzentren lokalisiert sind. Hierbei handelt es sich jedoch um einzelbetriebliche Auswirkungen, wie sie im Wettbewerb in einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung üblich sind. Vor diesem Hintergrund können hier negative Auswirkungen des Untersuchungsobjektes auf den Einzelhandel in den sonstigen Städten und Gemeinden des Naheinzugsgebietes ausgeschlossen werden.

## **11. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE NAHVERSORGUNG**

Negative Auswirkungen auf die Nahversorgung im Sinne eines Ausdünnens von Nahversorgungsstandorten der kurzfristigen Bedarfsdeckung sind nicht zu erwarten, da die Sortimentsstruktur eines Designer Outlet Centers nur in sehr geringem Umfang Waren beinhaltet, welche dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen sind.



**Tabelle 3:** Überblicksdarstellung des durch das Untersuchungsobjekt verursachten Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel in den zentralen Orten und sonstigen Gemeinden im Naheinzugsgebiet (Zone I) sowie gegenüber dem Oberzentrum Mannheim im mittleren Einzugsgebiet (Zone II)

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentral-örtliche Einstufung	Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.	Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.
Speyer	Mittelzentrum	380	1,4 – 1,5	0,3 – 0,4	0,3 – 0,4	2,0 – 2,1	1,7	3,1	0,8	1,6
• Innenstadt Speyer	--	122	1,2 – 1,3	0,2 – 0,3	0,1 – 0,2	1,6 – 1,7	1,9	3,4	1,0	1,8
• Sonstige EH-Lagen	--	258	0,2 – 0,3	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	0,4 – 0,5	1,3	2,7	0,6	1,1
Schifferstadt	Mittelzentrum	53	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Innenstadt Schifferstadt	--	12	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstige EH-Lagen	--	41	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Schwetzingen	Mittelzentrum	191	0,2 – 0,3	< 0,1	< 0,1	0,2 – 0,3	2,0	k.A.	k.A.	1,3
• Innenstadt Schwetzingen	--	26	0,1 – 0,2	< 0,1	< 0,1	0,2 – 0,3	2,0	k.A.	k.A.	1,6
• Sonstige EH-Lagen	--	165	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Bruchsal	Mittelzentrum	332	1,0 – 1,1	0,2 – 0,3	0,2 – 0,3	1,4 – 1,5	2,5	4,1	0,7	1,9
• Innenstadt Bruchsal	--	83	0,5 – 0,6	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	0,8 – 0,9	2,7	4,5	0,8	2,1
• Sonstige EH-Lagen	--	249	0,4 – 0,5	< 0,1	< 0,1	0,6 – 0,7	2,4	k.A.	k.A.	1,7
Wiesloch	Mittelzentrum	158	0,8 – 0,9	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,1 – 1,2	2,8	4,4	1,4	2,6
• Innenstadt Wiesloch	--	58	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,0 – 1,1	3,1	4,7	1,5	2,8
• Sonstige EH-Lagen	--	100	0,1 – 0,2	< 0,1	< 0,1	0,1 – 0,2	1,7	k.A.	k.A.	1,5
Walldorf	Mittelzentrum	153	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,4 – 0,5	4,2	k.A.	k.A.	3,9
• Innenstadt Walldorf	--	21	0,2 – 0,3	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	4,9	k.A.	k.A.	4,5
• Sonstige EH-Lagen	--	132	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

k.A. = keine Angabe möglich, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Fortsetzung der Tabelle von der vorhergehenden Seite

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentral-örtliche Einstufung	Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.	Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.
Sinsheim	Mittelzentrum	209	2,5 – 2,6	0,6 – 0,7	0,5 – 0,6	3,7 – 3,8	7,0	7,9	2,5	5,6
• <i>Innenstadt Sinsheim</i>	--	59	2,0 – 2,1	0,2 – 0,3	0,4 – 0,5	2,7 – 2,8	7,5	8,2	2,8	5,9
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	150	0,5 – 0,6	0,3 – 0,4	0,1 – 0,2	0,9 – 1,0	5,6	7,6	1,9	5,0
Mosbach	Mittelzentrum	238	0,9 – 1,0	0,2 – 0,3	0,2 – 0,3	1,3 – 1,4	3,0	2,8	1,0	2,2
• <i>Innenstadt Mosbach</i>	--	66	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,0 – 1,1	3,1	3,1	1,2	2,6
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	172	0,2 – 0,3	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	2,7	k.A.	k.A.	1,6
Neckarsulm	Mittelzentrum	213	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,1 – 0,2	1,0 – 1,1	3,2	3,5	1,3	2,6
• <i>Innenstadt Neckarsulm</i>	--	30	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,4 – 0,5	3,3	k.A.	k.A.	2,6
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	183	0,4 – 0,5	< 0,1	< 0,1	0,5 – 0,6	3,1	k.A.	k.A.	2,6
Heilbronn	Oberzentrum	895	3,6 – 3,7	0,8 – 0,9	0,7 – 0,8	5,3 – 5,4	1,5	3,7	1,1	1,5
• <i>Innenstadt Heilbronn</i>	Hauptzentrum	347	3,1 – 3,2	0,7 – 0,8	0,6 – 0,7	4,4 – 4,5	1,6	4,3	1,1	1,6
• <i>Bahnhofsvorstadt</i>	Nebenzentrum	5	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• <i>Innenstadt/Südstadt</i>	Nebenzentrum	43	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• <i>Böckingen</i>	Nebenzentrum	17	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	483	0,5 – 0,6	< 0,1	0,1 – 0,2	0,7 – 0,8	1,1	k.A.	1,0	1,1
Heidelberg	Oberzentrum	851	3,1 – 3,2	0,7 – 0,8	0,7 – 0,8	4,7 – 4,8	1,5	5,0	1,0	1,6
• <i>Innenstadt Heidelberg</i>	Hauptzentrum	287	2,9 – 3,0	0,6 – 0,7	0,4 – 0,5	4,0 – 4,1	1,6	5,8	1,3	1,8
• <i>Bergheim</i>	Nebenzentrum	9	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• <i>Weststadt</i>	Nebenzentrum	21	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	534	0,2 – 0,3	0,1 – 0,2	0,2 – 0,3	0,6 – 0,7	0,9	3,1	0,6	0,9

k.A. = keine Angabe möglich, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite

Fortsetzung der Tabelle von der vorhergehenden Seite

Stadt / Gemeinde / Handelsstandort	Zentral-örtliche Einstufung	Einzelhandelsumsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €				Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %			
			Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.	Bekleidung & Sportartikel	Schuhe & Lederwaren	Sonstiges	Insg.
Bad Rappenau (Kernstadt)	Untierzentrum	80	0,6 – 0,7	< 0,1	0,1 – 0,2	0,7 – 0,8	5,0	k.A.	1,6	3,7
• <i>Innenstadt Bad Rappenau</i>	--	22	0,5 – 0,6	< 0,1	< 0,1	0,6 – 0,7	5,0	k.A.	k.A.	4,0
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	58	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Eppingen (Kernstadt)	Untierzentrum	68	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,5 – 0,6	5,3	k.A.	k.A.	3,9
• <i>Innenstadt Eppingen</i>	--	30	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,5 – 0,6	5,4	k.A.	k.A.	4,2
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	38	< 0,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
<b>Zentrale Orte in Zone I</b>			<b>15,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>	<b>23,0</b>				
Mannheim	Oberzentrum	1.950	4,4 – 4,5	1,1 – 1,2	0,8 – 0,9	6,4 – 6,5	0,7	1,9	0,6	0,8
• <i>Innenstadt Mannheim</i>	Hauptzentrum	717	3,8 – 3,9	0,7 – 0,8	0,5 – 0,6	5,1 – 5,2	0,8	2,0	0,8	0,9
• <i>Sonstige EH-Lagen</i>	--	1.233	0,6 – 0,7	0,3 – 0,4	0,3 – 0,4	1,3 – 1,4	0,5	1,6	0,4	0,5
<b>Zentrale Orte in Zone I zzgl. Mannheim</b>			<b>20,1</b>	<b>4,9</b>	<b>4,4</b>	<b>29,4</b>				

k.A. = keine Angabe möglich, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Quelle: ecostra-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen, Einzelhandelsumsatz der Städte und Gemeinden z.T. geschätzt

## 12. MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES AUF DIE RAUMORDNERISCHE KONZEPTION

Das in Sinsheim geplante DOC besitzt ein Einzugsgebiet, das den mittelzentralen Verflechtungsbereich von Sinsheim deutlich überschreitet. Damit besteht ein Konflikt mit dem sog. Kongruenzgebot. Ein solcher Konflikt bestände jedoch auch, wenn Sinsheim landesplanerisch die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen wäre. Aufgrund der bereits bestehenden Nutzungen in Sinsheim (Auto- und Technikmuseum, Rhein-Neckar-Arena) und deren räumlicher Ausstrahlung hat sich in Sinsheim aber bereits ein Standort mit einer in Teilbereichen überregionalen bzw. nationalen Ausstrahlung entwickelt. Sinsheim ist somit bereits heute ein Mittelzentrum mit Versorgungsangeboten, welche weit über die typischen Angebotsstrukturen eines Mittelzentrums hinausgehen. Mit der geplanten Realisierung eines Designer Outlet Centers in Sinsheim ist ein weiterer Ausbau der Zentralität von Sinsheim – in diesem Fall der Einzelhandelszentralität – verbunden, die sich vor allem aus einer Verstärkung von Kaufkraftzuflüssen aus einem weiträumigen Einzugsgebiet ergibt. Dieser Zentralitätszuwachs erfolgt aber – wie die Analyse der Kaufkraftströme im Rahmen der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung ganz eindeutig ergeben hat – nicht zu Lasten einer nennenswerten Beeinträchtigung der Zentralität anderer zentraler Orte, welche in ihrer Versorgungsbedeutung und -leistung durch das Vorhaben kaum wesentlich tangiert werden. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten liegen deutlich unter einem Schwellenwert, ab dem erhebliche Auswirkungen auf die raumordnerische Konzeption zu vermuten wären.

## 13. FAZIT

In einem Fazit ist aus gutachterlicher Sicht festzustellen, dass die Realisierung eines Designer Outlet Centers in Sinsheim als **wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch verträglich** einzustufen ist. Die im Rahmen dieser Untersuchung ermittelten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Innenstädten, Stadtbezirkszentren und sonstigen städtebaulich integrierten Lagen im Naheinzugsgebiet und darüber hinaus liegen sämtlich mehr oder weniger deutlich unter einem städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Schwellenwert der Umsatzumverteilung, so dass kaum wesentlich negative Auswirkungen zu erwarten sind. Sofern überhaupt spürbare Auswirkungen durch das Vorhaben ermittelt werden konnten, ist aufgrund der überwiegend stabilen Situation in den Innenstädten aber auch aufgrund zu erwartender Kaufkraftzuwächse durch eine positive Bevölkerungsentwicklung – v.a. in den Städten und Gemeinden im Naheinzugsgebiet – ein Umsatzabzug durch das Planobjekt zu relativieren. Insofern werden z.B. laufende oder zukünftige städtebauliche Maßnahmen zur Stabilisierung und Entwicklung der Innenstädte und Stadtbezirkszentren durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt. Auch ist zu beachten, dass insbesondere die räumlich nahe gelegenen Städte (v.a. Sinsheim, Bad Rappenau, Eppingen) stärker von Umsatzumverteilungswirkungen betroffen sein werden, diese aber gleichzeitig auch in besonderem Maße von möglichen Kundenzuführeffekten durch das Projekt profitieren. Weiterhin sind – bei geeigneter Vermarktung – durchaus gewisse Synergien mit den Tourismusangeboten der Region (z.B. Freizeit- und Erlebnistourismus mit Technikmuseum, oder Tripsdrill, Städtetourismus in Heidelberg etc.) im Sinne einer gegenseitigen Befruchtung möglich. Unabhängig davon ist jedoch zu empfehlen, bei einer möglichen Projektrealisierung am Planstandort in Sinsheim die Vertriebsform DOC und dessen spezifische Merkmale in ein enges planungsrechtliches „Korsett“ einzubinden.