Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



Fragestellung

Alle Analysewerkzeuge des Wirkungsbereichs "Standortkonkurrenz Supermärkte" beschäftigen sich mit dem Lebensmitteleinzelhandel. Auf andere Sortimente des Einzelhandels sowie auf die Nutzungen "Wohnen" und "Gewerbe" sind die Analysewerkzeuge nicht anwendbar.

Für den Lebensmitteleinzelhandel geben die Profi-Check-Analysewerkzeuge Hilfestellung bei der Beantwortung der folgenden Fragen:

- Welche Auswirkung haben ein oder mehrere zusätzliche Märkte auf dem Plangebiet (oder außerhalb) auf den Umsatz der bestehenden Märkte in den Gemeinden?
- Wie wirkt sich die Schließung eines bestehenden Marktes auf den Umsatz der anderen Bestandsmärkte in den Gemeinden bzw. eines geplanten Marktes aus?
- Welche Auswirkungen haben die Neueröffnung oder die Schließung von Märkten auf die Einzelhandelszentralität und die Verkaufsflächendichte der Gemeinden
- Welche Kaufkraftbindung entwickeln die neuen Märkte in welchen Gemeinden?

Vergleich von Bestand und Planung

Die Analysewerkzeuge im Bereich "Standortkonkurrenz Supermärkte" bauen aufeinander auf. Grundidee ihrer Anwendung ist der Vergleich von zwei Zuständen:

- der aktuellen Standortstruktur im Lebensmitteleinzelhandel ("Bestand") und
- der zukünftigen Standortstruktur im Lebensmitteleinzelhandel inklusive der neu geplanten Märkte sowie ggf. vorgesehener Schließungen ("Planung")

Für beide Zustände ("Bestand" und "Planung") wird eine Modellrechnung durchgeführt, bei der anhand der jeweiligen Standortstruktur, der kleinräumigen Siedlungsstruktur, der Erreichbarkeitsverhältnisse und der in den Gemeinden verfügbaren Kaufkraft für Lebensmittel die Umsätze der Märkte in den Gemeinden geschätzt werden. Aus der Differenz der Umsätze im Bestands- und Planfall wird die Wirkung der zusätzlichen Märkte (oder der untersuchten Schließungen) abgeleitet.

Die Ergebnisse werden stets auf Gemeindeebene aggregiert. Detailergebnisse für einzelne Bestandsmärkte werden nicht ausgewiesen. Optional können die Ergebnisse auch für Versorgungsbereiche aggregiert werden, die Sie frei in die Karte einzeichnen können.

Zur Beschreibung von Bestand und Planung sowie für die anschließende Umsatzschätzung gehen Sie wie folgt vor:

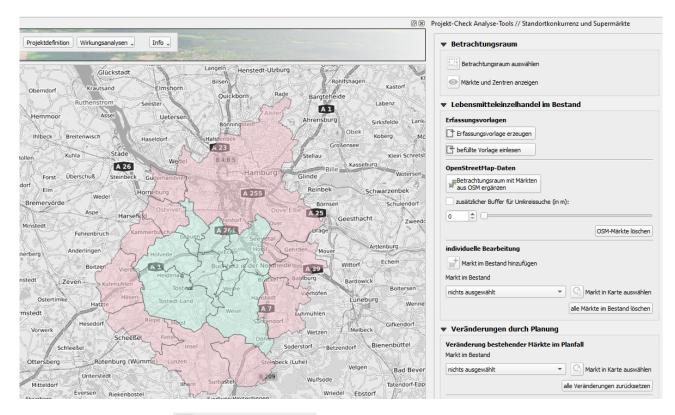
- Schritt 1: Betrachtungsraum festlegen
- Schritt 2: Beschreibung der Standortstruktur im Bestand
- Schritt 3: Beschreibung der Veränderungen des Bestandes durch Ihre Planung (neue Märkte und/oder Schließung von Märkten)
- Schritt 4: Abgrenzung von Versorgungsbereichen (optional)
- Schritt 5: Abschätzung der Umsatzumverteilung zwischen Bestand und Planung sowie von Zentralität, Verkaufsflächendichte und Kaufkraftbindung im Planungsfall

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



Schritt 1: Betrachtungsraum festlegen

Wenn Sie im obersten, durch einen Klick auf das kleine Dreieck ausklappbaren Abschnitt "Betrachtungsraum" die Funktion anklicken, wird Ihnen eine Karte mit der Projektgemeinde und den Gemeinden im Umfeld angezeigt. Aus diesen Gemeinden können Sie Ihren Betrachtungsraum auswählen. Klicken Sie hierzu auf alle Gemeinden, die zu Ihrem Betrachtungsraum gehören sollen. Diese werden anschließend grün eingefärbt. Wenn Sie eine Gemeinde erneut anklicken, wird sie wieder rot eingefärbt und gehört nicht mehr zum Betrachtungsraum.



Die zweite Schaltfläche Märkte und Zentren anzeigen im Abschnitt "Betrachtungsraum" bewirkt, dass die von Ihnen definierten Märkte und Zentren angezeigt werden. Wenn Sie den Wirkungsbereich "Standortkonkurrenz" zum ersten Mal aufrufen, wird i.d.R. nur die von Ihnen auf dem Plangebiet im Rahmen der Projektdefinition ggf. definierte Einzelhandelsnutzung in der Karte erscheinen, vorausgesetzt, Sie haben dieser in der Projektdefinition zumindest ein paar Quadratmeter Verkauffläche des Sortiments "Lebensmittel" zugewiesen.



Wie Sie weitere Märkte im Bestand (und ggf. in der Planung) hinzufügen und wie Sie Zentren definieren, wird Ihnen in den nachstehenden Schritten erläutert. Haben Sie diese bereits hinzufügt bzw. definiert, so können Sie diese mit Hilfe der Funktion Märkte und Zentren anzeigen jederzeit wieder in der Karte sichtbar machen, sollten Sie einmal nicht zu sehen sein.

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



Schritt 2: Beschreibung der Standortstruktur im Bestand

Für den eben ausgewählten Betrachtungsraum müssen Sie im nächsten Schritt die bestehende Standortstruktur im Lebensmitteleinzelhandel beschreiben. Dazu wird ein Datensatz benötigt, der beinhaltet

- welche Märkte (Bezeichnung, Kette)
- wo in der Region (Adresse)
- mit welcher Verkaufsfläche

vorhanden sind.

Entsprechende Datensätze sind in vielen Kommunen als Ergebnis von Einzelhandelsgutachten verfügbar. Alternativ lassen sich entsprechende Datensätze bei einschlägigen Geodatenanbietern käuflich erwerben oder Sie nehmen die entsprechende Recherche selbst vor.

Erfassungsvorlagen nutzen

Zum korrekten Einlesen des Datensatzes ist es notwendig eine Vorlage zu verwenden und auszufüllen. Diese Vorlage können Sie sich mit der Funktion Erfassungsvorlage erzeugen erzeugen lassen. Dabei können Sie zwischen drei Formaten wählen: Excel, csv oder Shape-File. Wie Sie die Vorlage genau nutzen und ausfüllen, wird Ihnen in einer weiteren Kurzanleitung erläutert, die Sie sich mit der Vorlage ausgeben lassen können.

Nach dem Eintragen des Bestandes an Lebensmittelmärkten im Betrachtungsraum um Umkreis können Sie die Vorlage mit der Funktion befüllte Vorlage einlesen wieder einlesen. Die im Datensatz enthaltenen Märkte im Bestand werden anschließend in der Karte dargestellt.

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte





Nutzung von OpenStreetMap-Daten

Sofern Ihnen für den Betrachtungsraum oder den Umkreis nur lückenhafte Daten vorliegen, können Sie diese optional noch um Daten aus OpenStreetMap (OSM) ergänzen lassen. Wählen Sie dazu die Funktion

Die OSM-Abfrage bezieht sich auf die Gemeinden Ihres in Schritt 1 definierten Untersuchungsraums. Sie haben optional die Möglichkeit, einen darüber hinausgehenden Buffer festzulegen, innerhalb dessen ebenfalls nach OSM-Daten zu Lebensmittelläden gesucht werden soll. Setzen Sie dazu ein Häkchen bei der Option "zusätzlicher Buffer für Umkreissuche" und tragen Sie die Größe des Buffers (in Metern) ein.

Da die OSM-Daten keine genauen Angaben zur Verkaufsfläche der einzelnen Märkte enthalten, wird jeder in OSM enthaltene Markt anhand seiner Bezeichnung einer Größenklasse zugeordnet. Sofern Ihnen genauere Daten vorliegen, sollten Sie diese daher über die o.g. Vorlage einlesen.

Zudem sollten Sie den in der Karte angezeigten Datensatz kontrollieren und bei Bedarf noch händisch nachbearbeiten. Hinweise hierzu finden Sie im nachfolgenden Abschnitt.

Über die Schaltfläche OSM-Märkte löschen können Sie die eingelesenen OSM-Daten auch wieder aus Ihrer Karte entfernen.

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



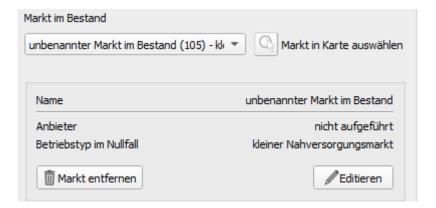
Individuelle Bearbeitung der Standortdaten: Hinzufügen, löschen, Attribute verändern

Für eine Kontrolle der OSM-Daten sowie jegliche sonstige Bearbeitung der Standortdaten in der Karte stehen Ihnen im Abschnitt "Individuelle Bearbeitung" verschiedene Funktionen zur Verfügung.

Über die Schaltfläche warkt im Bestand hinzufügen können Sie noch fehlende Märkte in der Karte hinzufügen. Nachdem Sie die Schaltfläche gedrückt haben, rastet diese ein und Sie können beliebig viele Märkte in die Karte setzen, indem Sie an die entsprechende Stelle in die Karte klicken. Über der Karte verwandelt sich der Cursor dabei in ein Fadenkreuz. Alle Märkte, die Sie auf diese Weise in der Karte einzeichnen, werden zunächst als "unbenannter Markt im Bestand" bezeichnet und entsprechend in der Karte beschriftet.



Um die beschreibenden Attributdaten eines Marktes (Name, Anbieter und Betriebstyp) zu kontrollieren und bei Bedarf zu verändern, wählen Sie diesen in der Auswahlliste aus. Daraufhin werden seine Daten (Name, Anbieter und Betriebstyp im Nullfall¹) in einer kleinen Box angezeigt. Um diese zu verändern, klicken Sie bitte auf "Editieren". Daraufhin öffnet sich ein Eingabefenster, in dem Sie alle drei Attributdaten des Marktes verändern können. Um den Markt zu löschen, klicken Sie auf "Markt entfernen."



Vor allem wenn Sie viele Märkte in Ihrer Karte haben, ist es leichter, einen Markt über eine Auswahl in der Karte statt über die Auswahlliste auszuwählen. Klicken Sie dazu auf Markt in Karte auswählen. Wenn Sie nun mit dem Cursor in die Karte zurückkehren, wird dieser zu einem Fadenkreuz. Wenn Sie nun auf einen Markt in der Karte klicken, wird dieser ausgewählt und seine Daten (Name, Anbieter und Betriebstyp) werden wie beschrieben in der Datenbox angezeigt und können entsprechend editiert werden. Ebenso kann der so selektierte Markt aus gelöscht werden.

Um alle Bestandsmärkte aus der Karte zu löschen, klicken Sie auf alle Märkte im Bestand löschen

¹ Die Begriffe "Planfall" und "Nullfall" werden weiter unter erläutert.

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



Schritt 3: Beschreibung der Veränderungen durch Ihre Planung (neue Märkte und und/oder Veränderung bestehender Märkte)

In der Wirkungsanalyse des Analysebereichs "Standortkonkurrenz Supermärkte" wird ein Planfall und ein Nullfall verglichen. Der Nullfall beschreibt die Ausgangssituation ohne Ihre Planungen. Der Planfall enthält Ihre Planungen.

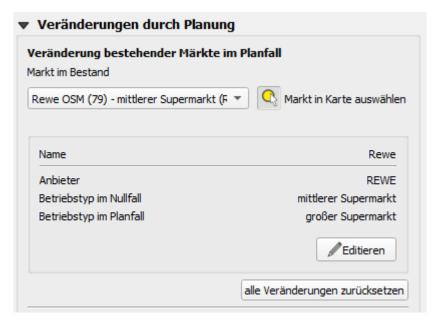
		Nullfall (= Zustand ohne Ihre Planung)	Planfall (= Zustand mit Ihrer Planung)
Märkte in Bestand		unverändert gegenüber dem in Schritt 2 erfassten Bestand	ggf. punktuell verändert (Erweiterung, Schließung, anderer Anbieter)
		in der Karte mit dünnem Rand dargestellt, z.B. 🔵	in der Karte mit dickem gelben Rand dargestellt, z.B.
Neue Märkte	im Plangebiet	nicht vorhanden	zusätzlich im Untersuchungs- raum vorhanden
	außerhalb		in der Karte mit dickem rosa Rand dargestellt, z.B. 🔷

Wie die vorstehende Tabelle zeigt, haben Sie drei Möglichkeiten, den Planfall (im Vergleich zum Nullfall) zu definieren:

- 1. Sie können neue Verkaufsflächen auf Ihrem Plangebiet definieren. Dies tun Sie über die Projektdefinition im Hauptmenü. Haben Sie dort mindestens einer Teilfläche die Nutzung "Einzelhandel" zugewiesen und hat diese zumindest ein bisschen Verkaufsfläche für das Sortiment "Lebensmittel", so wird Sie in der Karte dargestellt. Standardmäßig wird Sie dort als "Neuer Lebensmittelmarkt auf Fläche "X" bezeichnet, wobei "X" der von Ihnen vergebene Name der entsprechenden Teilfläche ist. Wenn Sie mehreren Teilflächen die Nutzung "Einzelhandel" zugewiesen haben und mehrere davon nach Ihrer Projektdefinition auch ein Sortiment "Lebensmittel" umfassen, so werden mehrere neue Märkte dargestellt.
- 2. Sie bestehende Märkte verändern, indem ihnen einen anderen Betriebstyp zuordnen. Der Betriebstyp beschreibt u.a. die (ungefähre) Verkaufsfläche. Um einen bestehenden Markt z.B. zu erweitern, können Sie ihm einen entsprechend anderen Betriebstyp im Planfall zuordnen. Nutzen Sie für entsprechende Veränderungen die Funktionen im Abschnitt "Veränderung bestehender Märkte im Planfall". Ähnlich wie bei der Bestandserfassung im vorstehenden Schritt 2 können Sie dabei einen bestehenden Markt entweder über die Auswahlliste oder über die Schaltfläche Markt in Karte auswählen und einen Klick in die Karte auswählen. Daraufhin werden seine Daten, ergänzt um eine Zeile "Betriebstyp im Planfall" in einer Datenbox unter der Auswahlliste angezeigt. Der Betriebstyp im Planfall ist für Bestandsmärkte standardmäßig der Betriebstyp im Nullfall (also ohne Veränderung). Um einen bestehenden Markt für den Planfall einen anderen Betriebstyp zu geben, klicken Sie auf "Editieren". In dem sich dann öffnenden Eingabefenster können Sie den Markt alternativ auch schließen.

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte

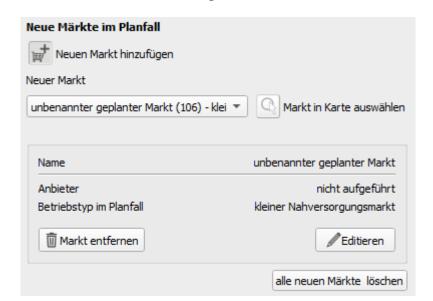




Um alle Veränderungen in Planfall an bestehenden Märkten wieder zurückzunehmen, klicken Sie auf alle Veränderungen zurücksetzen .

3. Sie können im Planfall zudem weitere neue Märkte – auch außerhalb Ihres Plangebiets – in die Betrachtung einfügen. Nutzen Sie dazu die Funktionen im Abschnitt "Neue Märkte im Planfall". Um einen neuen Markt einzufügen, drücken Sie die dortige Schaltfläche

Weuen Markt hinzufügen und klicken Sie anschließend in die Karte. Daraufhin wird ein rosa umrandeter neuer Markt in der Karte eingetragen und Sie können dessen Eigenschaften über die dann erscheinende Datenbox ergänzen. Klicken Sie hierzu auf "Editieren".



Um einen neuen Markt wieder zu entfernen, wählen Sie diesen zunächst über die Auswahlliste oder die Funktion "Markt in Karte auswählen" aus und klicken anschließend auf "Markt entfernen".

Um alle neuen Märkte wieder zu entfernen, klicken Sie auf alle neuen Märkte löschen .

Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



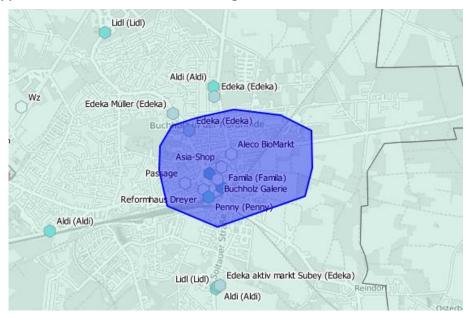
Schritt 4: Zentren

Mit den Funktionen Abschnitt "Zentren" haben Sie die Möglichkeit Zentren in die Karte einzuzeichnen. "Zentren" sind frei definierbare Teilräume innerhalb der Gemeinden, für die im Zuge der Ergebnisdarstellung – wie für die einzelnen Gemeinden – Ergebniswerte angezeigt werden. "Zentren" meint also nicht Einkaufszentren, sondern Teilräume innerhalb der Gemeinden.

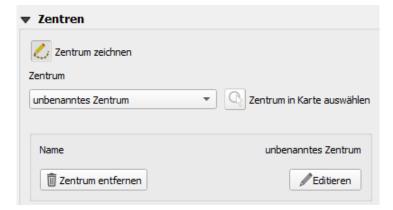
Zentren (manchmal auch als "Versorgungsbereiche" bezeichnet) werden häufig im Rahmen von Einzelhandelsgutachten festgelegt und können von dort übernommen werden. Alternativ können Sie auch eigene Festlegungen treffen.

Das Einzeichnen von Zentren ist optional. Wenn Sie keine Zentren festlegen, werden die Ergebnisse nur für die einzelnen Gemeinden des Untersuchungsraums ausgewiesen.

Um ein oder mehrere Zentren zu zeichnen, drücken Sie auf die Schaltfläche oder Zentrum zeichnen. Mit dem Fadenkreuz-Cursor können Sie nun in der Karten den Umriss eines Zentrenbereichs zeichnen. Mit einem Doppelklick schließen Sie die Zeichnung ab.



Das neu eingezeichnete Zentrum wird zunächst standardmäßig als "unbenanntes Zentrum" beschriftet und in die Auswahlliste im Abschnitt "Zentren" übernommen.



Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



Um ihm den korrekteren Namen zu geben, klicken Sie in der nach dem Einzeichnen erscheinenden Datenbox auf die Schaltfläche "Editieren" und tragen in der sich dann öffnenden Dialogbox den Namen ein. Um ein Zentrum wieder zu löschen, wählen Sie es über die Auswahlliste oder die Funktion "Zentrum in Karte auswählen" aus und klicken anschließend auf "Zentrum entfernen".

Schritt 5: Abschätzung der Umsatzumverteilung zwischen Bestand und Planung sowie von Zentralität, Verkaufsflächendichte und Kaufkraftbindung im Planungsfall

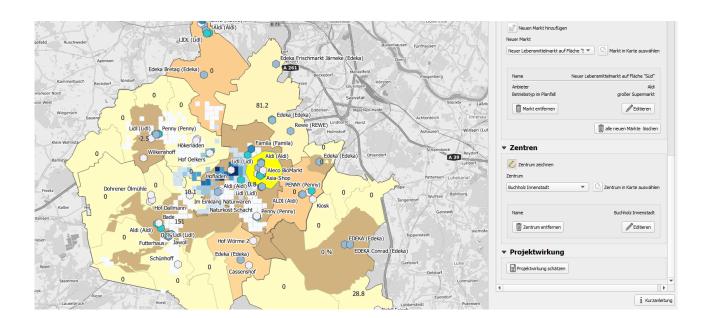
Mit der Funktion Projektwirkung schätzen starten Sie die eigentliche Modellrechnung zur Abschätzung der Umsatzumverteilung durch die in Ihrer Planung (Schritt 3) enthaltenen Veränderungen.

Die Modellrechnung ggf. kann einige Minuten in Anspruch nehmen. Den Fortschritt der Berechnung entnehmen Sie dem Protokollfenster der Funktion.

Die Ergebnisse der Berechnung werden Ihnen in mehreren Layern übereinander eingeblendet. Diese überdecken sich, so dass Sie sie zum Betrachten und Interpretieren über das Layerverzeichnis ein- und ausschalten müssen.

Das Ergebnis umfasst die folgenden Layer:

- Kaufkraftbindung der neuen Märkte in den Gemeinden (Rasterdarstellung)
- Umsatzveränderung im Bestand
 - auf Ebene der Zentren
 - o auf Ebene der Gemeinde
- Zentralität der Gemeinden im Planungsfall
- Verkaufsflächendichte im Planungsfall



Analysen im Wirkungsbereich 8: Standortkonkurrenz Supermärkte



