



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Pflanzenfachmarktes in Bad Vilbel

AUFTRAGGEBER: Porta West V+V GmbH & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin
Patrick Bergmann, Projektleiter

Köln, den 08.07.2026

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Foto GMA



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

Tel 0221 989438-0
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Porta West V+V GmbH & Co. KG erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Pflanzenfachmarktes in Bad Vilbel.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA, neben Angaben des Auftraggebers, eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Bad Vilbel, des Statistischen Bundesamtes sowie der Bundesagentur für Arbeit zur Verfügung. Des Weiteren erfolgten im Juni 2026 eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsraum durch die GMA. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Bad Vilbel. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundären Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 09.07.2026
KO/BNP

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Projektdaten	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens	6
2.1 Regelungen der BauNVO	6
2.2 Landes- und Regionalplanung	6
2.3 Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Vilbel 2020 / 2021	7
II. Planvorhaben und Standortbewertung	10
1. Betriebstyp Pflanzenfachmarkt	10
2. Daten und Angaben zum Planvorhaben (Nutzungskonzept Pflanzenfachmarkt)	10
3. Makrostandort Bad Vilbel	11
4. Mikrostandort Bad Vilbel-Dortelweil, Industriestraße	13
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	16
1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	16
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
IV. Wettbewerbssituation	20
1. Projektrelevanter Wettbewerb im Einzugsgebiet	20
2. Projektrelevanter Einzelhandel außerhalb des Einzugsgebietes	21
3. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation	22
V. Auswirkungsanalyse	23
1. Methodischer Ansatz	23
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	23
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	24
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	25
5. Exkurs: Betrachtung der Auswirkungen des zu erweiternden Pflanzenfachmarkt vor dem Hintergrund der Gesamtplanung am Standort Industriestraße	27
6. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung	28
7. Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Bad Vilbel 2020 / 21	29
8. Fazit	30

I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Projektdaten

1. Aufgabenstellung

Im Jahr 2023 / 2024 hat die GMA eine Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau des Möbelhauses Porta und zur Ansiedlung von weiteren Fachmärkten (Lebensmitteldiscounter, Zoofachmarkt, JYSK-Einrichtungsfachmarkt oder alternativ dazu ein Fahrradfachmarkt) in Bad Vilbel-Dortelweil, Industriestraße erstellt, die Endfassung datiert vom November 2024.¹ Zu dieser Planung liegt ein positiver Zielabweichungsbescheid vor.

Nun bestehen Planungen zur Integration des am Standort schon bestehenden Pflanzenfachmarktes (Kitzinger Blumen und Pflanzen) in die Neubauten des Porta-Möbelmarktes. In diesem Zuge soll der bestehende Pflanzenfachmarkt abgerissen und von derzeit ca. 500 m² auf dann insgesamt rd. 1.500 m² Verkaufsfläche erweitert werden.

Von den geplanten 1.500 m² Verkaufsfläche sollen rd. 1.000 m² auf ein Gebäude und Gewächshaus und die restlichen 500 m² auf eine Außenfläche entfallen. Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente für den Pflanzenfachmarkt sollen laut Angaben des Auftraggebers auf max. 10 % begrenzt werden.

Im Zuge der Planung soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden. Hierfür ist eine **Auswirkungsanalyse** zu erstellen, welche **auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO** die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen sowie die Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben prüft.

Hierfür werden folgende Aspekte behandelt:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen
- /// Beschreibung des Planvorhabens
- /// Bewertung der Standorteigenschaften des Planareals
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes
- /// Ermittlung der Bevölkerungspotenziale und der projektrelevanten Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet
- /// Darstellung und Bewertung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum
- /// Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen gegenüber bestehenden Standortlagen und Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben in Hessen
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Vilbel 2020 / 2021

¹ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau des Möbelhauses Porta und zur Ansiedlung von Fachmärkten in Bad Vilbel-Dortelweil, Stand: 13.11.2024.

2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

- „1. Einkaufszentren,
 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.
- Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landes- und Regionalplanung

Neben den Instrumenten der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch landes- und regionalplanerische Vorgaben (vgl. LEP Hessen 2020, Kapitel 2.4 Großflächiger Einzelhandel und Regionalplan Südhessen / RegFNP2010, Kapitel 3.4.3 Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe). Die wesentlichen Prüfelemente der Landes- und Regionalplanung werden in Kapitel V., 6 behandelt.

Derzeit befindet sich der Regionalplan Südhessen und Regionale Flächennutzungsplan für den Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main **im Verfahren der Neuaufstellung**. Es liegt bereits ein Entwurf / Vorentwurf des neuen Regionalplans / Regionalen Flächennutzungsplans vor.² Dieser wurde durch das Regierungspräsidium Darmstadt gemeinsam mit dem Regionalverband FrankfurtRheinMain erarbeitet. Im Herbst 2025 fand die erste Offenlage zum Entwurf statt. Bis der Plan rechtskräftig wird, behält der aktuell geltende RPS / RegFNP 2010 seine Gültigkeit.

² vgl. Regierungspräsidium Darmstadt / Regionalverband FrankfurtRheinMain, Regionalplan Südhessen und Regionaler Flächennutzungsplan für den Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main (RPS/RegFNP) –Entwurf / Vorentwurf 2025.

2.3 Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Vilbel 2020 / 2021

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Bad Vilbel zu berücksichtigen. Die Stadt Bad Vilbel verfügt seit Jahren über ein **Einzelhandelskonzept**, welches zuletzt 2020 / 2021 fortgeschrieben wurde.³ Wesentliche Ziele dieses städtebaulichen Planungskonzeptes sind der langfristige Erhalt und die gezielte Ergänzung der mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Bad Vilbel, Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der Innenstadt, Sicherung und Stärkung einer leistungsfähigen, verbrauchernahen Grundversorgung sowie ein sparsamer Umgang mit Flächenressourcen.

Mit der **Sortimentsliste der Stadt Bad Vilbel** werden nahversorgungs- bzw. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert (vgl. Übersicht 1). Die geplanten Sortimente des zu erweiternden Pflanzenfachmarktes umfassen neben dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör auch einen geringen Anteil nahversorgungsrelevante Randsortimente (vgl. Kapitel II., 2). Zu letzteren zählen Schnittblumen und Zimmerpflanzen.

Des Weiteren definiert das aktuelle Einzelhandelskonzept mit dem Hauptzentrum Innenstadt und den beiden Nahversorgungszentren Dortelweil und Heilsberg insgesamt **drei zentrale Versorgungsbereiche** (vgl. Karte 1). Dazu werden drei Bestandsstandorte zur Nahversorgung (Bahnhof Ostseite, Kernstadt Nord und Quellenpark) definiert, welche die wohnortnahe Lebensmittelversorgung in den dicht besiedelten Wohnquartieren der nördlichen Kernstadt sichern sollen.

Für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel sind drei **Sonderstandorte** ausgewiesen. Hierzu zählt auch der Planstandort im **Gewerbegebiet Dortelweil**, an welchem die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Angebotsergänzung und zum Erhalt der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bad Vilbel vorgesehen ist.

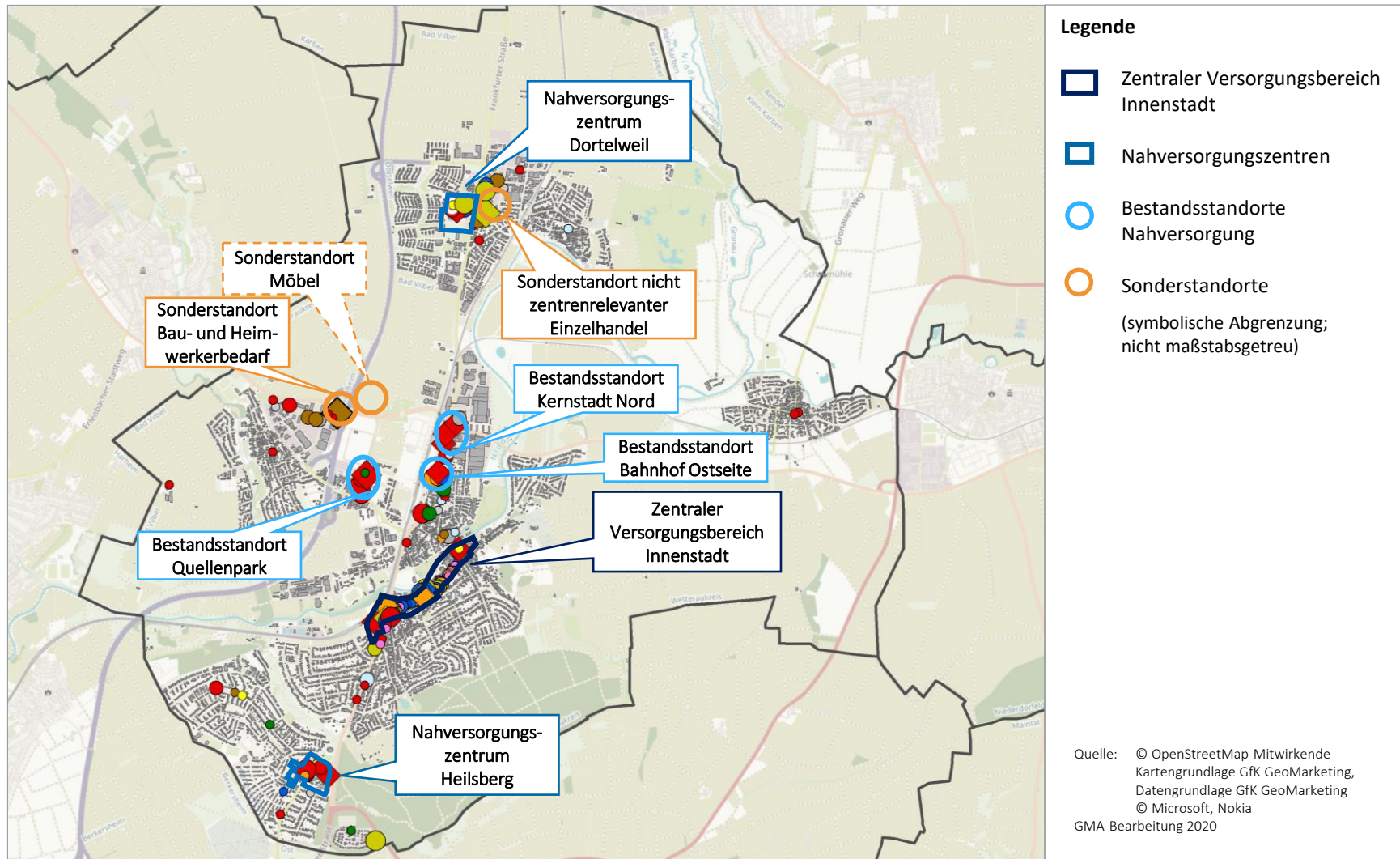
³ GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Bad Vilbel, Stand: 29.04.2021.

Übersicht 1: Sortimentsliste der Stadt Bad Vilbel

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Innenstadtrelevante Sortimente	
- Parfümerie - Sanitäts- und Orthopädiwaren - Bücher - Papier- und Schreibwaren, Papeterie, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelartikel - Spielwaren, Babyartikel - Oberbekleidung, Wäsche - Schuhe, Lederwaren, modische Accessoires (inkl. Handtaschen, Reisegepäck, Rucksäcke, Schirme) - Sportbekleidung, -schuhe, Sportartikel, Sportkleingeräte - Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik (TV, Hifi, Video), Computer, Kommunikationselektronik, Bild- und Tonträger, Fotobedarf, Kaffeeautomaten - Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenk- und Dekorationsartikel - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen, Kunsthandel, Antiquitäten - Heimtextilien, Haus-, Tisch-, Bettwäsche - Gardinen und -Zubehör, Handarbeitsbedarf (Wolle, Kurzwaren, Stoffe, Nähmaschinen) - Uhren, Schmuck, Silberwaren - Optik, Hörgeräteakustik - Musikinstrumente, Musikalien	- Zooartikel, Tiernahrung, lebende Tiere - Elektrogroßgeräte („weiße Ware“) - Elektroinstallationsbedarf, Gebäude- und Sicherheitstechnik, Messtechnik, Antennen / Satellitenanlagen - Beleuchtungskörper, Lampen - Möbel, Matratzen / Bettwaren, Gartenmöbel, Büroeinrichtung - Küchenmöbel und -einrichtungen (einschließlich Einbaugeräte, Herde) - Baustoffe, Bauelemente, Holz, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Sanitär / Fliesen, Badeinrichtung und -zubehör, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen - Tapeten, Farben, Lacke, Malereibedarf - Teppiche, Teppichboden, Bodenbeläge - Gartenbedarf, Pflanzen und Zubehör, Pflanzgefäße, Pflanzen-Pflege- und Düngemittel, Erde / Torf, Gartengeräte und -werkzeuge, Garten- und Gewächshäuser, Gartenhölzer, Zäune, Gartendekoration (großteilig) - Campingartikel, Grills und Grillzubehör - Fahrräder, Elektrofahrräder, E-Scooter, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung) - Sportgroßgeräte inkl. Zubehör (Reitsport, Fitness, Tauch- und Wassersport usw.), Waffen- und Jagdbedarf, Boote und Zubehör - Motorradzubehör und -bekleidung - Autozubehör, Reifen, Land- und Gartenmaschinen, Rasenmäher - Kinderwagen, Kindersitze - motorisierte Fahrzeuge aller Art - Öfen, Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
- Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Lebensmittelhandwerk, Getränke, Tabakwaren, E-Zigaretten) - Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Körperpflege, Kosmetika) - Pharmazeutika - Schnittblumen, Zimmerpflanzen - Zeitungen, Zeitschriften	

Quelle: GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Bad Vilbel, Stand: 29.04.2021. Seite 53.

Karte 1: Standortkonzept der Stadt Bad Vilbel 2020 (Übersicht)



II. Planvorhaben und Standortbewertung

1. Betriebstyp Pflanzenfachmarkt

Der am Planstandort vorgesehene Betriebstyp **Fachmarkt** ist zunächst wie folgt zu definieren:

*„Ein **Fachmarkt** ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.“⁴*

Es ist anzumerken, dass – abweichend von der Definition des EHI – die Verkaufsfläche von Fachmärkten auch unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit liegen kann. Für die Einordnung eines Vorhabens als Fachmarkt kommt es nicht auf das Überschreiten von 800 m² Verkaufsfläche an, sondern vielmehr auf das Vorhandensein der sonstigen in der EHI-Definition genannten Merkmale, insbesondere die überwiegende Selbstbedienung.

Der Sortimentsschwerpunkt eines **Pflanzenfachmarktes** liegt auf **lebenden Pflanzen** (u.a. Beet- und Balkonpflanzen, Kräuter- und Gemüsepflanzen, Zimmerpflanzen, Stauden, Obstgehölze) und **Pflanzenzubehör** (v. a. Pflanzerden, Dünger / Pflanzenschutz, Saatgut, Pflanzgefäße). Von anderen Betriebstypen, welche diese Sortimente ebenfalls führen (z.B. Bau- und Gartencenter), unterscheiden sich Pflanzenfachmärkte v.a. durch die Breite des Angebotes. Während Pflanzenfachmärkte überwiegend auf den Verkauf von Pflanzen und Pflanzenzubehör spezialisiert sind, umfasst das Sortiment eines Gartencenters dazu i.d.R. auch Gartenmöbel, Grills (inkl. Zubehör), Gartenwerkzeuge, Gartentechnik, Bewässerung, Teichbedarf, Gartenhäuser und sonstige Gartenartikel.

Des Weiteren zeichnen sich Pflanzenfachmärkte durch einen großen Verkaufsflächenanteil in Form von Frei- und / oder Gewächshausflächen aus.

2. Daten und Angaben zum Planvorhaben (Nutzungskonzept Pflanzenfachmarkt)

Im Zuge der Umstrukturierung des Porta-Möbelmarktes in Bad Vilbel, Dortelweil soll der bereits bestehende Pflanzenfachmarkt Kitzinger Blumen und Pflanzen in die Neubauten des Möbelmarktes integriert werden. Hierfür soll der bestehende Pflanzenfachmarkt abgerissen und von derzeit ca. 500 m² auf dann **insgesamt rd. 1.500 m² Verkaufsfläche** erweitert werden.

Etwa zwei Drittel der Gesamtverkaufsfläche (rd. 1.000 m²) des neuen Pflanzenfachmarktes soll auf ein Gebäude und Gewächshaus (Innenverkaufsfläche) entfallen. Die restlichen 500 m² Verkaufsfläche sind einer Außenfläche vorbehalten.

Neben dem **Kernsortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör** umfasst das Sortiment des projizierten Pflanzenfachmarktes die **nahversorgungsrelevanten Randsortimente⁵ Schnittblumen und Zimmerpflanzen**. Letztgenannte Sortimente nehmen einen Verkaufsflächenanteil von

⁴ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, Seite 374.

⁵ Einteilung nach Bad Vilbeler Sortimentsliste (siehe Übersicht 1).

max. 10 % der geplanten Gesamtverkaufsfläche ein (= max. 150 m² Verkaufsfläche) und sind im Innenbereich des Marktes vorgesehen.

3. Makrostandort Bad Vilbel

Die an der Nidda liegende Stadt Bad Vilbel befindet sich in der südlichen Wetterau und ist mit derzeit ca. 37.260 Einwohnern⁶ die größte Stadt im Wetteraukreis. In der Landesplanung wird Bad Vilbel die **zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums** zugewiesen. Die nächstgelegenen Mittelzentren befinden sich mit Bad Homburg vor der Höhe, Friedrichsdorf und Oberursel in nordwestlicher bzw. westlicher Richtung. Die Lage der Stadt wird insbesondere durch die Nähe zum Oberzentrum Frankfurt a.M. geprägt, welches südlich an Bad Vilbel angrenzt. Die Distanz zur Frankfurter Innenstadt beträgt dahingehend nur ca. 9 km. Die weiteren Umlandkommunen Karben (nördlich) sowie Niederdorfelden und Schöneck (östlich) sind als Unter- bzw. Kleinzentren ausgewiesen.

Die **überörtliche Verkehrsanbindung** von Bad Vilbel erfolgt vorrangig über die Bundesstraßen B 521 (Büdingen – Altenstadt – Frankfurt) und B 3 (Friedberg – Karben – Frankfurt), die ca. 2 km südlich der Stadtgrenze an die A 661 (Oberursel – Egelsbach) anschließen. Durch die perspektivische Fertigstellung des Riederwaldtunnels wird sich auch die Anbindung an den Frankfurter Osten und die A 66 deutlich verbessern. Aus den Nachbarorten ist Bad Vilbel über zahlreiche Landes-, Kreis- und Ortsstraßen erreichbar. An das Bahnnetz im RMV-Verbund ist die Stadt mit drei Bahnhaltspunkten (Bad Vilbel, Bad Vilbel-Süd und Dortelweil) angekoppelt. Verbindungen zum Regionalbahn- bzw. Regionalexpressnetz bestehen durch die Haltestellen Bad Vilbel und Bad Vilbel-Gronau (Niddertalbahn). Verschiedene Buslinien erschließen zusätzlich das Bad Vilbeler Stadtgebiet.

Wegen der Nähe zu Frankfurt, der guten Infrastruktur am Ort und der Lage im Grünen ist Bad Vilbel ein sehr **beliebter Wohnstandort** in der Rhein-Main-Region. Zusätzlich ist die Stadt auch ein **bedeutender Wirtschaftsstandort** der südlichen Wetterau. Derzeit sind in Bad Vilbel rd. 12.185 Arbeitnehmer sozialversicherungspflichtig beschäftigt, davon ein Großteil im Dienstleistungssektor und im Sektor Handel / Verkehr / Gastgewerbe. Mit ca. 9.474 Einpendlern und ca. 12.940 Auspendlern liegen in der Stadt beträchtliche Pendlerbewegungen vor.⁷

Das **Stadtgebiet** umfasst neben der Kernstadt noch vier weitere Stadtteile: Dortelweil, Gronau, Heilsberg und Massenheim. Einwohnerschwerpunkte befinden sich in der Kernstadt (18.647 Einwohner), in Dortelweil (ca. 6.810 Einwohner) und in der Siedlung Heilsberg (ca. 6.186 Einwohner).⁸ Das **Bevölkerungsaufkommen** der Stadt Bad Vilbel ist in den letzten Jahren gestiegen (2019 – 2025: rd. + 5,6 %⁹). Gestützt von einer anhaltenden Zuwanderung in der Metropolregion Rhein-Main ist auch in den kommenden Jahren mit einer positiven Einwohnerentwicklung in Bad Vilbel zu rechnen.

⁶ Quelle: Stadt Bad Vilbel, Stand 31.12.2025, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz.

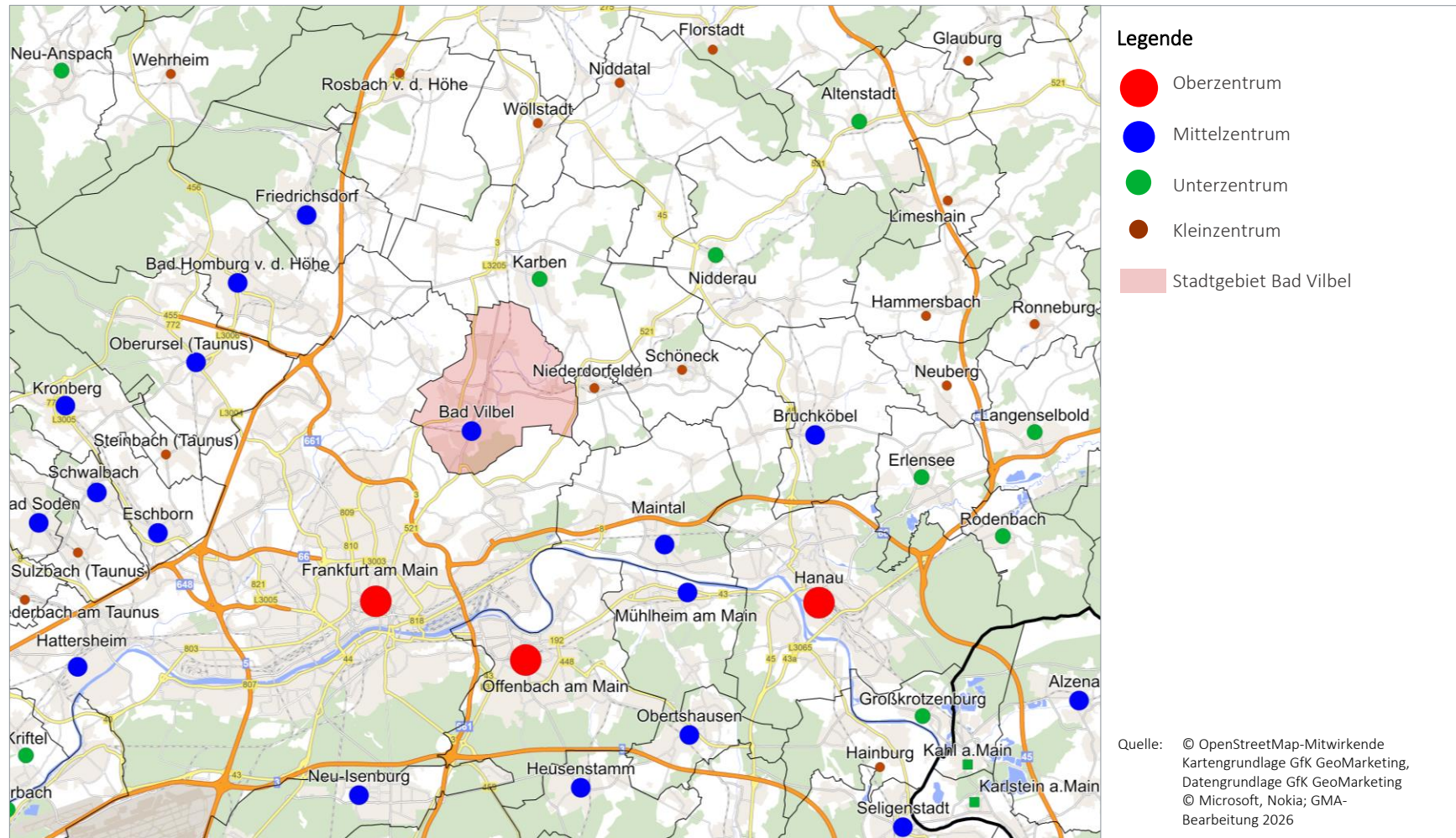
⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2025, nur sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze.

⁸ Quelle: Stadt Bad Vilbel, Stand 31.12.2025, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz.

⁹ Quelle: Stadt Bad Vilbel, Stand 31.12.2019 und 31.12.2025, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz.

Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2014 und 31.12.2024.

Karte 2: Lage und zentralörtliche Struktur in der Region



4. Mikrostandort Bad Vilbel-Dortelweil, Industriestraße

Der Planstandort befindet sich im nördlichen Bad Vilbeler Stadtteil **Dortelweil** im Bereich zwischen Friedberger Straße, Industriestraße, Eibenstraße und Hohemarkstraße. Im südlichen Bereich des Areals befindet sich das heutige Möbelhaus Porta sowie der zu erweiternde Pflanzenfachmarkt Kitzinger (vgl. Foto 1). Das Möbelhaus soll im Zuge der Planung abgerissen und parallel zur Eibenstraße neu errichtet werden. Im südwestlichen Bereich des Areals, am Standort des Porta-Bestandsmarktes, sind nach derzeitigem Planungsstand ein Lebensmitteldiscounter und ergänzende Fachmärkte (u. a. der projektierte Pflanzenfachmarkt sowie je nach Szenario ein Zoofachmarkt, ein Einrichtungsfachmarkt und / oder ein Fahrradfachmarkt) vorgesehen. Der neue Pflanzenfachmarkt soll in den Gebäuderiegel mit den Fachmärkten integriert werden. Die Zufahrt zu dem Planstandort soll auf Höhe des Kreisverkehrs Friedberger Straße / Willy-Brandt-Straße erfolgen. Westlich bzw. nördlich des geplanten Gebäuderiegels ist die Stellplatzanlage des Vorhabens vorgesehen. Die nördlich an das Planareal angrenzenden Bestandsgebäude an der Industriestraße (Küchenfachmarkt Plana, Hotel Tannenblick) werden nicht von der Planung tangiert und sollen bestehen bleiben.

Das direkte **Umfeld** des Planareals ist überwiegend gewerblich bzw. im weiteren Verlauf durch Wohnnutzungen geprägt. Westlich der Friedberger Straße grenzt das Nahversorgungszentrum Dortelweil mit dem Einkaufszentrum Brunnen Center (u.a. mit E-Center Herkules, Rossmann, Deichmann, T€di, Woolworth, NKD) sowie die Stadtverwaltung Bad Vilbel an. Im Norden existieren diverse gewerbliche Nutzungen (u.a. Schuhgeschäft, Fitnessstudio, Holzhandel / Lagerverkauf), ein Indoor-Spielplatz sowie vereinzelte Wohnnutzungen. Östlich der Eibenstraße ist ein größerer Gewerbebetrieb (Stahlhändler) ansässig, an welchen im Süden ein Wohnquartier (Kastanienstraße, Lindenstraße, Erlenstraße, Kreisstraße) angrenzt. Weitere reine Wohnstraßen befinden sich südlich des Planareals.

Foto 1: Möbelmarkt Porta (links) und Pflanzenfachmarkt Kitzinger (rechts)



Foto 2: Friedberger Straße (Blickrichtung Norden)



GMA 2026

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Planstandortes für den **motorisierten Individualverkehr** ist aufgrund der direkten Anbindung an die Friedberger Straße, welche in Nord-Süd-Richtung die Hauptverkehrsachse Dortelweils darstellt, insgesamt noch als gut zu bezeichnen. Über die Theodor-Heuss-Straße besteht zudem Anschluss an die westlich von Dortelweil verlaufende Bundesstraße B 3 (Frankfurt-Preungesheim – Bad Vilbel – Karben), womit eine überregionale

Anbindung des Planstandortes gewährleistet wird. Der nächstgelegene Anschluss an eine Autobahn erfolgt über die B 3 am Preungesheimer Dreieck (Anschlussstelle A 661), etwa 8 km südlich des Planstandortes (ca. 6 Minuten Fahrtzeit). Darüber hinaus ist das Areal von der Friedberger Straße sowie den umliegenden Nebenstraßen direkt einsehbar. Die Anbindung des Areals an den **ÖPNV** wird aktuell durch die Bushaltestellen „Dortelweil Hohemarkstraße“ und „Dortelweil Am Sonnenplatz“ an der Friedberger Straße gewährleistet, welche dem Planstandort unmittelbar vorgelagert sind. Des Weiteren befindet sich die östlich des Planareals gelegene S-Bahn-Haltestelle Dortelweil (Haltestelle der Linie S 6) in fußläufiger Distanz zu den projektierten Einzelhandelsnutzungen (ca. 500 – 600 m fußläufige Distanz).

Gemäß Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bad Vilbel 2021 ist das Planareal als **Sonderstandort Gewerbegebiet Dortelweil** eingestuft. An diesem ist lt. Einzelhandelskonzept die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorgesehen.

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

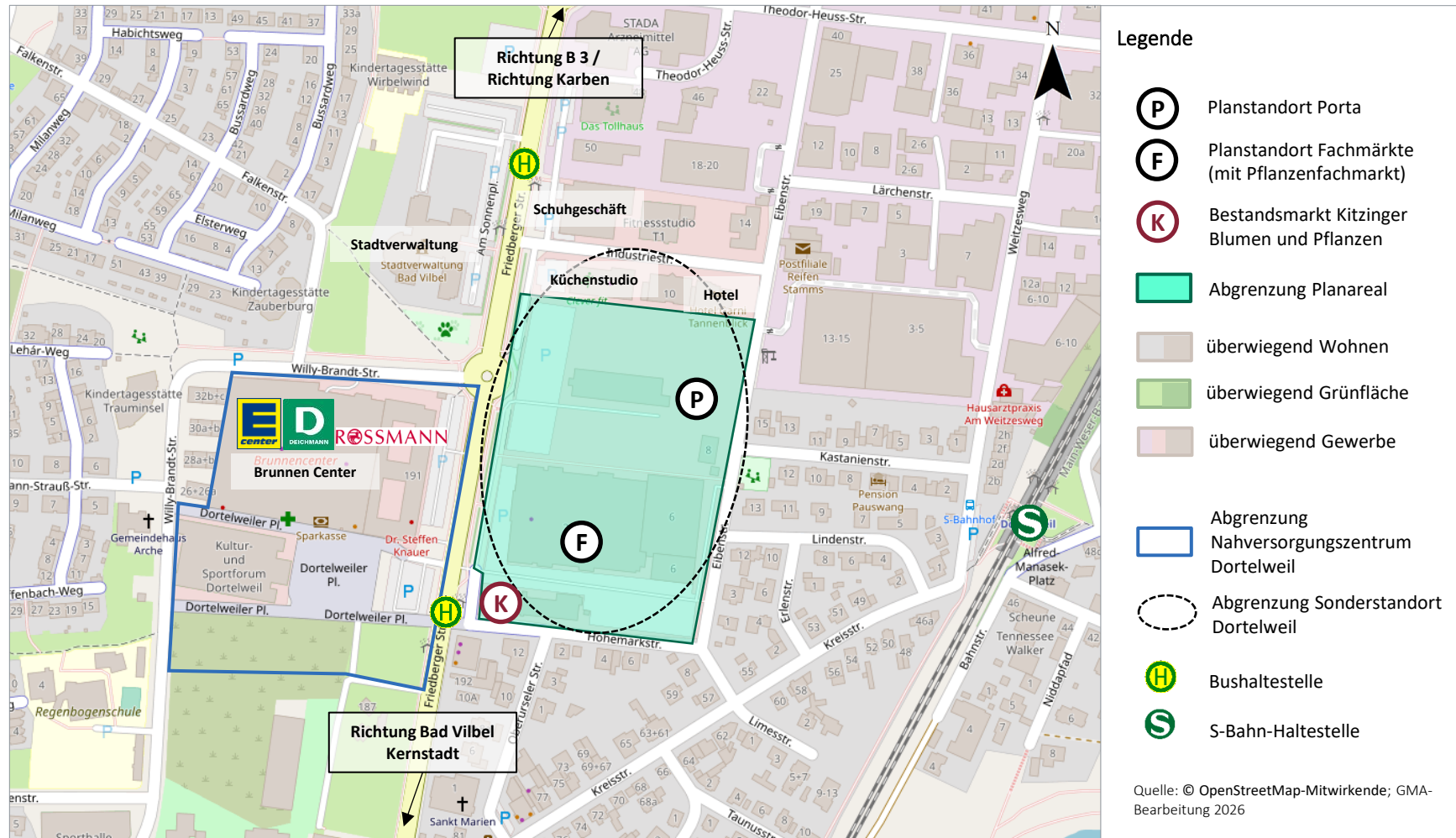
Standortfaktoren:

- /// gute Verkehrsanbindung des Planareals an der Friedberger Straße
- /// ausreichende Flächenverfügbarkeit für umstrukturiertes Möbelhaus und ergänzende Fachmärkte
- /// gute Anbindung an den ÖPNV über Bushaltestellen an der Friedberger Straße und S-Bahn-Haltestelle Dortelweil (Haltestelle Linie S 6)
- /// Zuordnung zu einem Sonderstandort für Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment
- /// Synergieeffekte durch die Nähe zum Einkaufszentrum Brunnen Center und somit Stärkung des Nahversorgungszentrums Dortelweil

Aus **betrieblicher Sicht** ist das Planareal grundsätzlich gut für die Umstrukturierung des Porta Möbelhauses und die Ansiedlung ergänzender Fachmärkte geeignet. Insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit, die ebenerdige Flächenverfügbarkeit sowie die zu erwartenden Synergieeffekte durch und für benachbarte Einzelhandelsnutzungen sind positiv zu bewerten.

Unter **städtebaulichen** Gesichtspunkten ist anzuführen, dass sich der Standort an einem Sonderstandort befindet. Hier ist die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (zu dem auch das Kernsortiment des zu erweiternden Pflanzenfachmarktes zu zählen ist) ausdrücklich vorgesehen.

Karte 3: Mikrostandort Bad Vilbel-Dortelweil, Industriestraße



III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Planvorhaben ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betreiber, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Hauptwettbewerber
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der oben angeführten Kriterien lässt sich für das Vorhaben ein Einzugsgebiet abgrenzen, das wie folgt zoniert werden kann (vgl. Karte 4):

Zone I:	Bad Vilbel	ca. 37.260 Einwohner ¹⁰
Zone II:	Frankfurt am Main (anteilig Stadtteile Nieder-Erlenbach, Nieder-Eschbach, Harheim, Bonames und Kalbach-Riedberg), Bad Homburg v.d.H. (Ortsteil Ober-Erlenbach), Karben, Niederdorfelden	ca. 65.430 Einwohner ¹¹

Einzugsgebiet gesamt	ca. 102.690 Einwohner
-----------------------------	------------------------------

Insgesamt leben im Einzugsgebiet des projektierten Pflanzenfachmarktes gegenwärtig ca. 102.690 Einwohner, von denen ca. 36 % auf Zone I und ca. 64 % auf Zone II entfallen.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) umfasst die Standortkommune Bad Vilbel. Hier findet aufgrund der räumlichen Nähe die größte Orientierung auf den Planstandort statt. In Zone I des Einzugsgebietes leben derzeit insgesamt ca. 37.260 Einwohner.

Zone II ist dem erweiterten Einzugsgebiet des projektierten Pflanzenfachmarktes zuzuordnen. Dieses wird sich im Wesentlichen auf das ebenfalls zum zentralörtlichen Verflechtungsbereiches von Bad Vilbel gehörige Karben, die Gemeinde Niederdorfelden, den Bad Homburger Ortsteil Ober-Erlenbach sowie Teilbereiche der Frankfurter Stadtteile Nieder-Erlenbach, Nieder-Eschbach, Harheim, Bonames und Kalbach-Riedberg beziehen (vgl. Karte 4). Aufgrund der

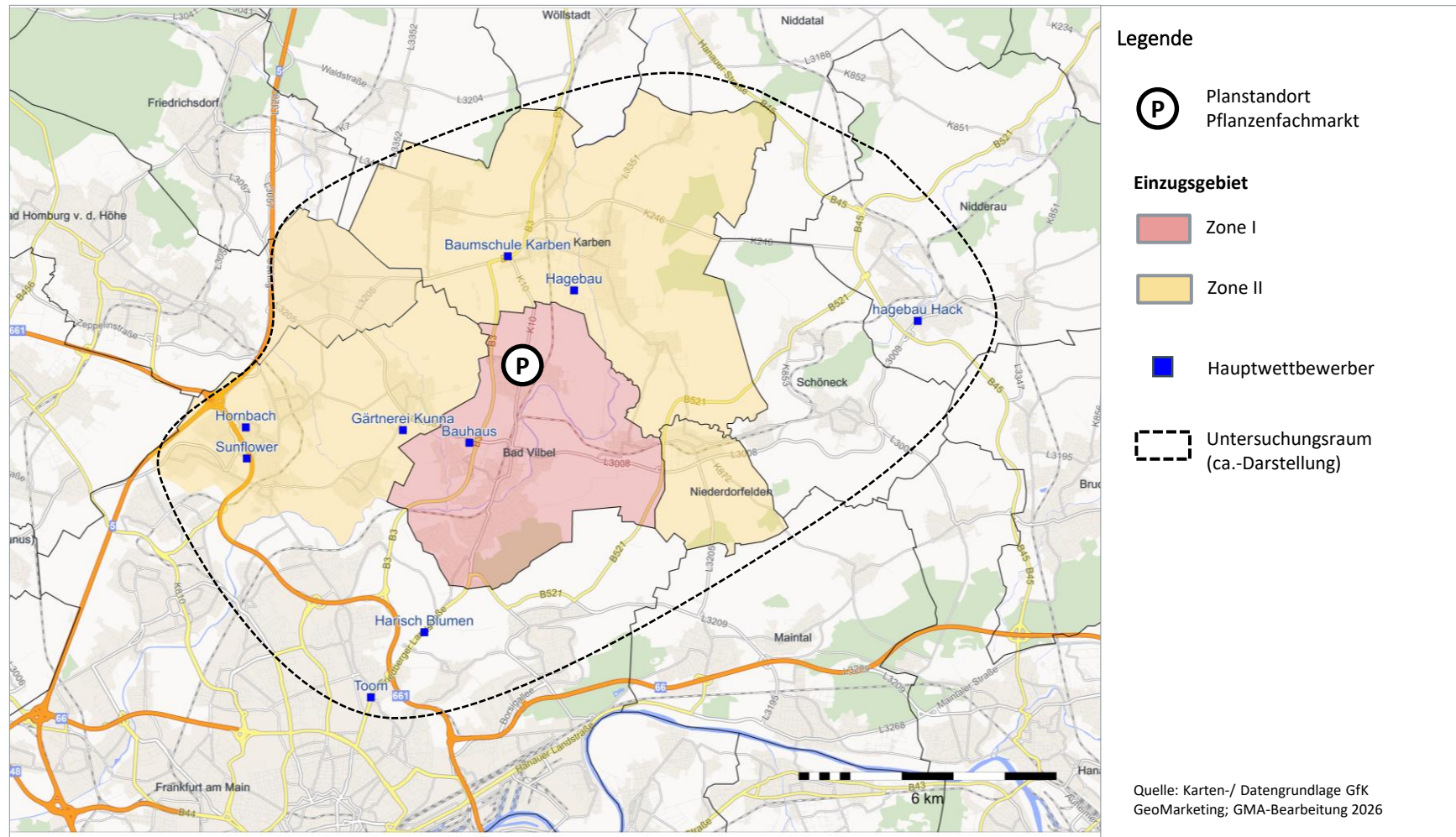
¹⁰ Quelle: Stadt Bad Vilbel, Stand: 31.12.2025.

¹¹ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2025; Michael Bauer Research GmbH 2026 basierend auf Statistisches Bundesamt, Stand: 01.01.2025; panadress geomarkets 2024

größeren räumlichen Entfernung zum Planstandort und weiterer Hauptwettbewerber in Zone II des Einzugsgebietes (v. a. Sunflower in Kalbach-Riedberg und Hornbach in Nieder-Eschbach sowie Hagebau in Karben) bzw. im weiteren Umland (z. B. Hagebau in Nidderau sowie außerhalb des Untersuchungsraums das Gartencenter Mauk in Oberursel, die Bau- und Gartenmärkte Toom in Oberursel und Friedrichsdorf bzw. Dehner in Frankfurt Rödelheim) liegt hier bereits eine Mehrfachorientierung der Verbraucher vor. Dementsprechend sind die Marktanteile des Vorhabens deutlich niedriger als im Kerneinzugsgebiet einzustufen (vgl. Kapitel V., 2). Insgesamt leben in Zone II des Einzugsgebietes rd. 65.430 Einwohner.

Aus gutachterlicher Sicht ist eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes v. a. aufgrund der weiteren räumlichen Distanz sowie der Wettbewerbsüberschneidung mit Konkurrenzstandorten nicht abzuleiten. Es ist jedoch davon auszugehen, dass das Vorhaben aufgrund der Lage in einer Standortagglomeration mit einem weit ausstrahlenden Möbelhaus und weiteren Fachmärkten einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes erwirtschaftet. Umsätze mit solchen Kunden werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. **Streuumsätze** einbezogen.

Karte 4: Einzugsgebiet des Pflanzenfachmarktes und Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum



2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ladeineinzelhandelsrelevante¹² Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell **ca. 7.099 €** pro Jahr. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel **ca. 3.096 €** und auf Nicht-Lebensmittel **ca. 4.003 €**. Für die untersuchungsrelevanten Sortimente des projektierten Pflanzenfachmarktes (Blumen, Pflanzen) wird eine jährliche Pro-Kopf-Ausgabe in Höhe von **insgesamt ca. 88 €** angesetzt.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der örtliche Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.¹³ Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau im abgegrenzten Einzugsgebiet zwischen 102,1 (Niederdorfelden, Teil von Zone II) und 126,2 (Bad Homburg / Ober-Erlenbach, Teil von Zone II) und somit über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). In der Standortkommune Bad Vilbel beträgt der Kaufkraftkoeffizient derzeit 118,9.

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet (vgl. Karte 4) beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Blumen, Pflanzen** auf **ca. 10,3 Mio. € p.a.**

Dieses verteilt sich wie folgt auf die Zonen des Einzugsgebietes:

	Zone I:	ca. 3,9 Mio. € p.a. (rd. 38 %)
	Zone II:	ca. 6,4 Mio. € p.a. (rd. 62 %)

¹² Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

¹³ Quelle: MB Research, Stand 2026.

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation wurde von der GMA im Juni 2026 eine Bestandserfassung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum durchgeführt.

Als Wettbewerber für die Erweiterung des Pflanzenfachmarktes gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsnutzungen, in denen Warengruppen angeboten werden, welche Überschneidungen mit den Sortimenten des Pflanzenfachmarktes aufweisen. Hierzu zählen in erster Linie größere Pflanzenfachmärkte sowie Bau- und Gartenmärkte. In Zone I des Einzugsgebietes (Stadtgebiet Bad Vilbel) wurden darüber hinaus auch kleinere Blumengeschäfte berücksichtigt.

1. Projektrelevanter Wettbewerb im Einzugsgebiet

In **Bad Vilbel (Zone I)** sind **rd. 950 m² projektrelevante Verkaufsfläche** mit einem **Umsatz von rd. 2,4 Mio. €** vorhanden¹⁴. Davon entfallen etwa 460 m² bzw. 0,7 Mio. € auf Pflanzen und Pflanzenzubehör sowie etwa 490 m² bzw. 1,7 Mio. € auf die in Bad Vilbel nahversorgungsrelevanten Sortimente Schnittblumen und Zimmerpflanzen. Der genannte Bestand verteilt sich auf den Bau- und Gartenmarkt Bauhaus am Sonderstandort Zeppelinstraße sowie drei über das Stadtgebiet verteilte Blumengeschäfte (davon eines im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt).

Im erweiterten Einzugsgebiet (**Zone II**) beläuft sich die projektrelevante Verkaufsfläche auf **etwa 12.500 m²** (davon etwa 780 m² bei Schnittblumen und Zimmerpflanzen). Der Umsatz in den projektrelevanten Sortimenten liegt schätzungsweise bei **rd. 17,4 Mio. €** (davon etwa 2,7 Mio. € bei Schnittblumen und Zimmerpflanzen). Zu den Hauptwettbewerbern in Zone II des Einzugsgebietes zählt insbesondere das Gartencenter Sunflower im Frankfurter Stadtteil Kalbach-Riedberg sowie die Baumärkte Hornbach in Frankfurt-Nieder-Eschbach (Ergänzungsstandort Züricher Straße) und Hagebau in Karben.

In nachfolgender Tabelle 1 werden alle wesentlichen Wettbewerber im Einzugsgebiet aufgeführt.

¹⁴ Die nachfolgend dargestellten Verkaufsflächen und Umsätze beziehen sich auf die Hauptwettbewerber (größere Pflanzenfachmärkte, Bau- und Gartenmärkte sowie in Bad Vilbel zusätzlich kleinere Blumengeschäfte) im Untersuchungsraum und beinhalten nicht das Erweiterungsobjekt sowie Anbieter, die die projektrelevanten Sortimente als untergeordnetes Randsortiment führen (z.B. Lebensmittelmärkte, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Möbelmärkte). Die dargestellten Verkaufsflächen und Umsätze beziehen sich jeweils auf die Sortimente Pflanzen und Pflanzenzubehör bzw. Zimmerpflanzen und Schnittblumen, d.h. die Verkaufsflächen und Umsätze der sonstigen geführten Sortimente (z. B. Baumarktartikel) sind nicht berücksichtigt.

Tabelle 1: Wesentliche strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet

Anbieter	Ort	Straße	VK-Größen- klasse (m²) – nur projektre- levante Sorti- mente*	Betriebstyp / Lage	Zone EZG
Bauhaus	Bad Vilbel / Massenheim	Zeppelin- straße	600 – 800	Bau- und Gartenmarkt; Sonderstandort Zeppelinstraße, autokundenorientierte Lage / Gewerbegebiet	Zone I
Der Blumen- stengel	Bad Vilbel / Kernstadt	Frankfurter Straße	< 50	Blumengeschäft; ZVB Innenstadt, städte- baulich integriert	Zone I
Blumen Fischer	Bad Vilbel / Kernstadt	Friedberger Straße	50 – 200	Blumengeschäft; sonstige Lage, städte- baulich integriert	Zone I
Blüte mit Stil	Bad Vilbel / Kernstadt	Kasseler Straße	50 – 200	Blumengeschäft; sonstige Lage, städte- baulich integriert	Zone I
Hornbach	Frankfurt / Nieder-Esch- bach	Züricher Straße	3.000 – 3.500	Bau- und Gartenmarkt; Ergänzungsstand- ort Züricher Straße, autokundenorien- tierte Lage / Gewerbegebiet	Zone II
Sunflower	Frankfurt / Kalbach- Riedberg	Am Martins- zehnten	6.000 – 6.500	Gartencenter, sonstige Lage, autokun- denorientiert / Gewerbegebiet	Zone II
Gärtnerei Kunna	Frankfurt / Nieder-Er- lenbach	Erlenbacher Stadtweg	200 – 400	Gärtnerei, sonstige Lage, autokundenori- entiert	Zone II
Hagebau Kom- pakt	Karben / Klein-Karben	Dieselstraße	600 - 800	Bau- und Gartenmarkt; sonstige Lage, autokundenorientiert / Gewerbegebiet	Zone II
Baumschule Kar- ben	Karben / Kloppen- heim	Ober-Erlen- bacher- Straße	2.000 – 2.500 (davon Groß- teil Freifläche / Baumschule)	Pflanzenfachmarkt / Baumschule; sons- tige Lage, autokundenorientiert	Zone II

GMA-Zusammenstellung 2026; * projektrelevante Sortimente: Pflanzen und Pflanzenzubehör, Zimmerpflanzen, Schnittblumen

2. Projektrelevanter Einzelhandel außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes ist insbesondere auf die Baumärkte Hagebau Hack in Nid-
derau-Windecken und Toom in Frankfurt (Grundversorgungszentrum Friedberger Warte) so-
wie den Blumen- und Pflanzenfachmarkt Harisch Blumen in Frankfurt-Seckbach hinzuweisen
(vgl. Tabelle 2). Hier beläuft sich die projektrelevante Verkaufsfläche summiert auf rd. 5.150
m² (davon etwa 220 m² bei Schnittblumen und Zimmerpflanzen). Der projektrelevante Umsatz
liegt schätzungsweise bei rd. 2,7 Mio. € (davon rd. 0,4 Mio. € bei Schnittblumen und Zimmer-
pflanzen).

Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes

Anbieter	Ort	Straße	VK-Größenklasse (m²) – nur projekt-relevante Sortimente*	Betriebstyp / Lage
Toom	Frankfurt / Bornheim	Friedberger Landstraße	100 – 200	Bau- und Gartenmarkt; Grundversorgungszentrum Friedberger Warte; städtebaulich integriert
Harisch Blumen	Frankfurt / Seckbach	Friedberger Landstraße	3.500 – 4.000 (davon Großteil Freifläche)	Pflanzenfachmarkt / Blumengeschäft; sonstige Lage, autokundenorientiert
Hagebau Hackk	Nidderau / Windecken	Kilianstädter Straße	1.000 – 1.200	Bau- und Gartenmarkt; sonstige Lage, autokundenorientiert

GMA-Zusammenstellung 2026;* projektrelevante Sortimente: Pflanzen und Pflanzenzubehör, Zimmerpflanzen, Schnittblumen

3. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation

Insgesamt weisen die projektrelevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum (vgl. Karte 4) eine Verkaufsfläche von **rd. 18.600 m²** (davon etwa 1.490 m² bei Schnittblumen und Zimmerpflanzen) mit einer Umsatzleistung von **ca. 22 - 23 Mio. €** (davon rd. 4,5 – 5,0 Mio. € bei Schnittblumen und Zimmerpflanzen) bei den projektrelevanten Sortimenten auf.

Aus gutachterlicher Sicht werden die Wettbewerbsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes aufgrund der räumlichen Entfernung sowie der weiteren Wettbewerber im Umfeld durch die Erweiterung des Pflanzenfachmarktes in Bad Vilbel allenfalls marginal betroffen sein.

Neben den o. g. strukturprägenden Anbietern für das Sortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör sind im Untersuchungsraum noch eine Vielzahl von Betrieben ansässig, die die projektrelevanten Sortimente als untergeordnetes Randsortiment führen (z.B. Lebensmittelmärkte, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Möbelmärkte). Diese sind aufgrund ihrer Sortimentsstruktur nicht als wesentliche Wettbewerber des Vorhabens einzustufen.

V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Wettbewerbswirkungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

Daran anschließend erfolgt die Bewertung der potenziellen Auswirkungen des Vorhabens im Untersuchungsraum. Dabei wird untersucht, inwiefern die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 3 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Tabelle 3: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (Pflanzenfachmarkt mit 1.500 m² VK)

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. € p.a.	in % (NuG)
Zone I	3,9	30 – 31	1,2	67
Zone II	6,4	6 – 7	0,4 – 0,5	23
Einzugsgebiet gesamt	10,3	15 - 16	1,6 – 1,7	90
Streuumsätze			0,1 – 0,2	10
Umsatz gesamt			1,8	

GMA-Berechnungen 2026 (ca.-Werte, gerundet).

Insgesamt kann für den zu erweiternden Pflanzenfachmarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² (davon rd. 500 m² Freifläche) von einer **Umsatzleistung in Höhe von ca. 1,8 Mio. €** ausgegangen werden. Davon entfallen ca. 1,5 – 1,6 Mio. € auf das Kernsortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Randsortimente Zimmerpflanzen und Schnittblumen.

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung in den projektrelevanten Sortimenten werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Projektstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen des geplanten Erweiterungsvorhabens ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Pflanzenfachmarktes der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“¹⁵

Etwa 0,6 – 0,7 Mio. € werden von dem Pflanzenfachmarkt schon heute erzielt, davon bei Pflanzen und Pflanzenzubehör ca. 0,5 – 0,6 Mio. € und bei Zimmerpflanzen und Blumen ca. 0,1 Mio. €. Diese Umsätze bleiben damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb, da sie vom Markt bereits realisiert werden. Der **prüfungsrelevante Umsatzzuwachs** infolge der geplanten Erweiterung des Pflanzenfachmarktes wird bei insgesamt ca. **1,1 – 1,2 Mio. €** liegen, davon entfallen ca. **1,0 Mio. €** auf Pflanzen- und Pflanzenzubehör und ca. **0,1 – 0,2 Mio. €** auf Zimmerpflanzen und Blumen.

¹⁵ vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

Mit der Verkaufsflächenerweiterung des Pflanzenfachmarktes und dem damit verbundenen Umsatzzuwachs von ca. 1,1 – 1,2 Mio. € werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen bei Pflanzen und Pflanzenzubehör betreffen in erster Linie die Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes. Hier belaufen sich die Umsatzumverteilungen summiert auf insgesamt ca. 0,9 Mio. €. Diese verteilen sich auf die Anbieter in Bad Vilbel (Zone I, ca. 0,1 Mio. €), in den Frankfurter Stadtteilen Kalbach-Riedberg, Nieder-Eschbach und Nieder-Erlenbach und in Karben (Zone II, summiert ca. 0,8 Mio. €).
- Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes – insbesondere in Frankfurt-Bornheim und -Seckbach und Nidderau-Windecken – werden in untergeordneter Form vom Erweiterungsvorhaben tangiert. Hier liegen die zu erwartenden Umsatzumverteilungen bei Pflanzen und Pflanzenzubehör insgesamt bei weniger als 0,1 Mio. €.
- Etwa 0,1 – 0,2 Mio. € werden in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Zimmerpflanzen und Blumen umsatzumverteilungswirksam

Tabelle 4 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche das Vorhaben im Bereich Pflanzen und Pflanzenzubehör auslösen wird.

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Pflanzen und Pflanzenzubehör

Zone / Gemeinde	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Zone I (Bad Vilbel)	0,7	0,1	15 – 16
Zone II (Frankfurt – Stadtteile Kalbach-Riedberg, Nieder-Eschbach und Nieder-Erlenbach)	13,2	0,7 - 0,8	5 – 6
Zone II (Karben)	1,5	< 0,1	4
Summe innerhalb des Einzugsgebietes (Zone I + II)	15,4	0,9	5 – 6
Summe außerhalb des Einzugsgebietes (Frankfurt – Stadtteile Bornheim und Seckbach, Nidderau-Windecken)	2,3	< 0,1	2 – 3
Summe gesamt	17,7	1,0	5 – 6

GMA-Berechnung 2026 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich, Bestandsumsätze und Umsatzumverteilungen beziehen sich auf das Sortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör; im Bestand nicht berücksichtigt sind Anbieter, welche die projektrelevanten Sortimente als untergeordnetes Randsortiment führen (z.B. Lebensmittelmärkte, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Möbelmärkte) sowie kleinteilige Blumengeschäfte in Zone II bzw. außerhalb des Einzugsgebietes.

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

Die durch die Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Pflanzen und Pflanzenzubehör in Höhe von ca. 1,0 Mio. €** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- In **Zone I des Einzugsgebietes (Bad Vilbel)** sind durch die Erweiterung des Pflanzenfachmarktes Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von rd. 0,1 Mio. € bzw. ca. 15 – 16 % zu

erwarten, welche insbesondere den Bau- und Gartenmarkt Bauhaus am Sonderstandort Zeppelinstraße treffen würden. Da sich die ermittelten Umverteilungswirkungen allein auf ein Randsortiment des Bauhaus-Marktes beziehen und diese absolut betrachtet auf einem sehr niedrigen Niveau liegen, sind hieraus keine betriebsschädigenden Auswirkungen abzuleiten. Da die hier dargestellten Umverteilungswirkungen allein das Sortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör tangieren, sind hier auch keine Überschneidungen mit klassischen Blumengeschäften festzustellen, welche überwiegend das Sortiment Schnittblumen und Zimmerpflanzen führen (siehe Bewertung zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Zimmerpflanzen und Blumen weiter unten)

■ Im **überörtlichen Einzugsgebiet (Zone II)** befinden sich weitere Wettbewerber, bei denen mit Umverteilungswirkungen zu rechnen ist. Diese Umverteilungswirkungen beziehen sich in erster Linie auf das Gartencenter Sunflower in Frankfurt Kalbach-Riedberg, den Bau- und Gartenmarkt Hornbach in Frankfurt Nieder-Eschbach sowie den Bau- und Gartenmarkt Hagebau Kompakt und eine Baumschule / ein Pflanzenfachmarkt in Karben:

- In **Frankfurt** (Stadtteile Kalbach-Riedberg, Nieder-Eschbach und Nieder-Erlenbach) sind absolut betrachtet die höchsten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von rd. 0,7 – 0,8 Mio. € (Umverteilungsquote: ca. 5 – 6 %) zu erwarten. Primär davon tangiert werden das Gartencenter Sunflower sowie der Bau- und Gartenmarkt Hornbach. Da es sich hierbei um zwei überdurchschnittlich leistungsfähige Wettbewerber mit guten Standortrahmenbedingungen handelt und sich die Umverteilungswirkungen allein auf das Sortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör beziehen, werden die Anbieter die Umverteilungswirkungen kompensieren können. Nachhaltige Betriebschwächungen infolge der Umsetzung des Planvorhabens in Bad Vilbel Dortelweil sind damit auszuschließen.
- In **Karben** liegen die Umverteilungseffekte bei weniger als 0,1 Mio. € bzw. max. 4 %. Vor dem Hintergrund der niedrigen Umverteilungswirkungen sind auch hier keine Betriebsschädigungen zu erwarten.

■ **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden weniger als rd. 0,1 Mio. € umverteilungswirksam, die sich auf mehrere Anbieter in diversen Standortlagen verteilen. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von etwa 2 – 3 %. Die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen liegen absolut und prozentual betrachtet unterhalb einer kritischen Größenordnung, sodass eine Funktionseinschränkung einer der hier vorhandenen Anbieter auszuschließen ist. Damit sind auch negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Grundversorgungszentrum Friedberger Warte, in dem sich der Toom-Markt befindet, auszuschließen.

■ In den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten Zimmerpflanzen und Blumen** werden summiert rd. 0,1 – 0,2 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche diese Sortimente sowohl als Hauptsortimente (v. a. Blumengeschäfte in Bad Vilbel) als auch als Randsortimente (u. a. Gartencenter und Pflanzenfachmärkte, Bau- und Gartenmärkte, Lebensmittelmärkte, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Möbelmärkte) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen die Umverteilungswirkungen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung liegen und städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung des Pflanzenfachmarktes in Bad Vilbel weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen eintreten. Auch im Umland sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen festzuhalten.

5. Exkurs: Betrachtung der Auswirkungen des zu erweiternden Pflanzenfachmarkt vor dem Hintergrund der Gesamtplanung am Standort Industriestraße

In der von der GMA 2024 vorgelegten Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau des Möbelhauses Porta und zur Ansiedlung von weiteren Fachmärkten in Bad Vilbel-Dortelweil, wurden zwei Szenarien betrachtet. In beiden Szenarien wurde angenommen, dass das Möbelhaus Porta von derzeit ca. 18.800 m² auf 17.000 m² Verkaufsfläche verkleinert und der Standortbereich durch einen Lebensmitteldiscounter mit ca. 800 m² Verkaufsfläche sowie einen Zoofachmarkt mit ca. 700 m² ergänzt wird. In Szenario 1 wurde darüber hinaus die Ergänzung durch einen Einrichtungsfachmarkt des Anbieters JYSK mit ca. 950 m² Verkaufsfläche projiziert. Szenario 2 sah anstatt dessen die Ergänzung durch einen Fahrradfachmarkt mit ca. 3.000 m² Verkaufsfläche vor. Im Ergebnis waren in beiden Szenarien keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Folgewirkungen abzuleiten.¹⁶

Zur Bewertung der Auswirkungen des zu erweiternden Pflanzenfachmarktes unter Berücksichtigung der Gesamtplanung ist zu prüfen, inwiefern Überschneidungen der Sortimente des Pflanzenfachmarktes mit den Sortimenten des Möbelmarktes und den anderen untersuchten Fachmärkten bestehen. Hier ist auf die in der Auswirkungsanalyse von 2024 dargelegten Verkaufsflächen- und Sortimentskonzepte der beiden Szenarien zu verweisen.¹⁷

In beiden Szenarien bestehen gewisse Sortimentsüberschneidungen mit dem umstrukturierten Möbelhaus Porta, dem Einrichtungsfachmarkt JYSK (nur in Szenario 1) und zeitweise mit dem Lebensmitteldiscounter. So führen Porta und JYSK nach der Umstrukturierung max. 318 m² Verkaufsfläche (bzw. 300 m² ohne JYSK in Szenario 2)¹⁸ sonstige nicht zentrenrelevante Randsortimente. Hierzu zählt neben Tapeten / Farben und weiteren Randsortimenten auch das Sortiment Gartenbedarf (u. a. Übertöpfe, Kunstblumen / Gestecke, sonstiger Gartenbedarf). Der projizierte Lebensmitteldiscounter wird das Sortiment Gartenbedarf (u.a. Pflanzern, Gartengeräte, Blumen) lediglich als Aktionsware und somit nur temporär führen. Dabei ist anzumerken, dass sich das Kernsortiment des Pflanzenfachmarktes auf Pflanzen und Pflanzenzubehör (ohne Gartengeräte, etc.) beschränkt und die geführten Sortimente der genannten Betriebstypen nicht ganz vergleichbar sind.

Insgesamt sind die Sortimentsüberschneidungen mit dem Pflanzenfachmarkt somit als marginal einzustufen. In der Zusammenschau mit den anderen geplanten Betriebstypen dürften in dem Kernsortiment des Pflanzenfachmarktes nur geringfügig höhere Umverteilungswirkungen ausgelöst werden, die jedoch unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung liegen, **womit der projizierte Pflanzenfachmarkt auch unter Berücksichtigung der Gesamtplanung als verträglich eingestuft werden kann.**

Dazu ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass die Hauptwettbewerber des Pflanzenfachmarktes außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an meist autokundenorientierten

¹⁶ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau des Möbelhauses Porta und zur Ansiedlung von Fachmärkten in Bad Vilbel-Dortelweil, Stand: 13.11.2024.

¹⁷ vgl. ebd., Kapitel II., 2.1 und 2.2.

¹⁸ Die in der GMA-Auswirkungsanalyse von 2023 / 2024 dargestellten Verkaufsflächen sind als Maximalwerte eines Flächenpools zu verstehen. Mit der Ausschöpfung eines Sortimentes geht automatisch die Reduzierung der anderen Sortimente einher. In Summe sollen die nicht zentrenrelevanten und zentrenrelevanten Randsortimente jeweils in ihrer bisherigen Größenordnung von rd. 1.400 m² bzw. rd. 2.000 m² beibehalten werden.

Standorten gelegen sind und das Kernsortiment Pflanzen und Pflanzenzubehör als nicht zentrenrelevantes Sortiment laut Bad Vilbeler Sortimentsliste geführt wird. Somit handelt es sich lediglich um wettbewerbliche Auswirkungen ohne städtebauliche Relevanz.

6. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens in Bad Vilbel und im Umland sind zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung folgende Anmerkungen zu treffen (in Klammern jeweils die Zielziffern des Regionalplans Südhessen / RegFNP). Da für den Abriss und Neubau von Porta und die Ansiedlungen der weiteren Fachmärkte (siehe GMA-Auswirkungsanalyse 2024) bereits ein positiver Zielabweichungsbescheid vorliegt, sind nachfolgende Anmerkungen bezüglich der Erweiterung des Pflanzenfachmarktes in Ergänzung zu den Einschätzungen in der Auswirkungsanalyse 2024 zu verstehen¹⁹:

■ Zentralitätsgebot (Ziel Z3.4.3-2):

Der erweiterte Pflanzenfachmarkt mit dann rd. 1.500 m² Verkaufsfläche ist als großflächiges Einzelhandelshandelsvorhaben gem. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO einzustufen. Als Mittelzentrum ist in Bad Vilbel die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich zulässig, womit das **Zentralitätsgebot eingehalten** wird.

■ Kongruenzgebot (Ziel Z3.4.3-2):

Der zentralörtliche Verflechtungsbereich (Mittelbereich) von Bad Vilbel umfasst lt. LEP Hessen 2020 neben dem Mittelzentrum Bad Vilbel auch das Grundzentrum Karben. Zwar überschreitet das Einzugsgebiet des Pflanzenfachmarktes (vgl. Kapitel III., 1) diesen Verflechtungsbereich, allerdings wird ein Großteil des zu erwartenden Umsatzes in Bad Vilbel selbst (rd. 67 %) erzielt. Ein gewisser Anteil des Umsatzes aus Zone II des Einzugsgebietes entfällt dazu auf Karben, womit insgesamt etwa drei Viertel des Umsatzes des Pflanzenfachmarktes im zentralörtlichen Verflechtungsbereich Bad Vilbels generiert werden. **Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.**

■ Integrationsgebot (Ziel Z3.4.3-2):

Der südliche Bereich des Planareals in Bad Vilbel-Dortelweil (Standort des Bestandsmarktes von Porta) ist im RegFNP als „Sondergebiet Einkauf (Bestand)“ gekennzeichnet. Demgegenüber liegt der nördliche Bereich des Planareals sowie der Streifen unmittelbar nördlich der Hohemarkstraße (Bestandsstandort des Pflanzenfachmarktes und Parkplatz Porta) in einer „Gewerbefläche (Bestand)“. Das gesamte Planareal ist zudem Bestandteil eines „Sonstigen großflächigen Einzelhandelsstandortes Bestand“ gem. Beikarte 2 des RegFNP.²⁰

Aufgrund der zentralen Lage des Planareals im Bad Vilbeler Stadtteil Dortelweil sowie den unmittelbar südlich und westlich angrenzenden Wohnquartieren kann der Standort als **siedlungsräumlich integriert** bewertet werden. Die angrenzenden Siedlungsgebiete sind fußläufig gut zu erreichen. Darüber hinaus besteht über die nahegelegenen Bushaltestellen an der Friedberger Straße sowie die S-Bahn-Haltestelle Dortelweil östlich des Planstandortes ein **guter ÖPNV-Anschluss**.

¹⁹ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zum Abriss / Neubau des Möbelhauses Porta und zur Ansiedlung von Fachmärkten in Bad Vilbel-Dortelweil, Stand: 13.11.2024, Kapitel V., 5.

²⁰ Teil dieser Fläche ist außerdem noch das Brunnen-Center westlich des Planstandortes sowie ein Teil der Bestandsgebäude an der Industriestraße.

Aktuell liegt ein Teilbereich des Planareals noch innerhalb einer „Gewerbefläche (Bestand)“. Für das Gesamtvorhaben soll jedoch ein Bebauungsplan aufgestellt werden, der für das gesamte Planareal ein Sonstiges Sondergebiet (SO) für Einzelhandelsnutzungen festsetzt.

Das Integrationsgebot wird somit eingehalten.

Begrenzung zentrenrelevanter Sortimente und Ergänzungsstandorte (Ziel Z3.4.3-5)

Das Kernsortiment des zu erweiternden Pflanzenfachmarktes ist in der Bad Vilbeler Sortimentsliste als **nicht zentrenrelevant** eingestuft. Der Pflanzenfachmarkt wird nach der Erweiterung max. 150 m² Verkaufsfläche bei zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Randsortimenten (max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche) führen und somit die gem. Regionalplan Südhessen / RegFNP 2010 vorgesehene Beschränkung auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 800 m² Verkaufsfläche einhalten.

Bei der Gesamtplanung handelt es sich um regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben, welche laut Regionalplan Südhessen / RegFNP 2010 nach Möglichkeit den zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen bzw. – falls dort keine Flächen vorhanden sind – auf die in der Beikarte 2 dargestellten **Ergänzungsstandorte** zu lenken sind. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Bad Vilbel sind keine entsprechend großen Flächen für das Planvorhaben verfügbar. In Bad Vilbel selbst sind im Regionalplan / RegFNP keine Ergänzungsstandorte ausgewiesen. Allerdings ist das Planareal in Beikarte 2 des RegFNP bereits als „Sonstiger großflächiger Einzelhandelsstandort Bestand“ gekennzeichnet.

Insgesamt wird das **Ziel 3.4.3-5 aus dem Regionalplan Südhessen / RegFNP 2010 somit eingehalten.**

Beeinträchtigungsverbot (Ziel Z3.4.3-2):

In Folge der geplanten Erweiterung des Pflanzenfachmarktes sind – selbst unter Berücksichtigung der Gesamtplanung am Standort Industriestraße – **keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen** auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten im Untersuchungsraum und deren zentralen Versorgungsbereiche abzuleiten (vgl. Kapitel V., 4 und 5), womit das **Beeinträchtigungsverbot eingehalten** wird.

Insgesamt erfüllt das Vorhaben die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung.

7. Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Bad Vilbel 2020 / 21

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Vilbel wurde zuletzt 2020 / 2021 fortgeschrieben.²¹ Die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes sollen in der Steuerung und Ausrichtung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Rahmen künftiger Bauleitplanungen sowie in der Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben Berücksichtigung finden. Das Planvorhaben ist im Hinblick auf die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes wie folgt zu bewerten:

-  Der Projektstandort ist dem Sonderstandort Gewerbegebiet Dortelweil zugeordnet. An diesem ist lt. Einzelhandelskonzept die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Angebotsergänzung und zum Erhalt der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bad Vilbel vorgesehen. Bei dem Kernsortiment des zu erweiternden Pflanzenfachmarktes (Pflanzen und Pflanzenzubehör) handelt es sich, laut Sortimentsliste der Stadt Bad Vilbel, um ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment.

²¹ GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Bad Vilbel, Stand: 29.04.2021.

- Die vorgesehene Verkaufsfläche der nahversorgungsrelevanten Randsortimente des Pflanzenfachmarktes beträgt insgesamt max. 150 m² bzw. max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche und liegt somit im Rahmen der im Einzelhandelskonzept genannten Schwelle von max. 10 % Verkaufsflächenanteil bzw. max. 800 m² Verkaufsfläche.
- Mit dem Vorhaben in Bad Vilbel-Dortelweil gehen weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen einher; auch werden zentrale Versorgungsbereiche in Bad Vilbel oder im Umland nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

Insgesamt entspricht das Vorhaben den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bad Vilbel von 2021 / 2022.

8. Fazit

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es sich bei dem Vorhaben am Standort Bad Vilbel-Dortelweil zwar um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben handelt, von dem aber keine negativen Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung in Bad Vilbel oder im Umland ausgehen. Die relevanten Vorgaben des LEP Hessen 2020 und des Regionalplans Südhessen / RegFNP 2010 werden allesamt erfüllt. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Vilbel ist der Projektstandort als Sonderstandort für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Angebotsergänzung und zum Erhalt der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bad Vilbel ausgewiesen. Dazu soll mit der Umstrukturierung von Porta und der Ergänzung durch weitere Fachmärkte (u.a. der Erweiterung des am Planstandort bestehenden Pflanzenfachmarktes) einem jahrelang in Bad Vilbel etablierten Einzelhandelsstandort die Möglichkeit gegeben werden, sich zukunftsfähig aufzustellen.

Verzeichnisse

Seite

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Möbelmarkt Porta (links) und Pflanzenfachmarkt Kitzinger (rechts)	13
Foto 2:	Friedberger Straße (Blickrichtung Norden)	13

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Standortkonzept der Stadt Bad Vilbel 2020 (Übersicht)	9
Karte 2:	Lage und zentralörtliche Struktur in der Region	12
Karte 3:	Mikrostandort Bad Vilbel-Dortelweil, Industriestraße	15
Karte 4:	Einzugsgebiet des Pflanzenfachmarktes und Hauptwettbewerber des Vorhabens	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet	21
Tabelle 2:	Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes	22
Tabelle 3:	Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (Pflanzenfachmarkt mit 1.500 m ² VK)	23
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Pflanzen und Pflanzenzubehör	25

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Sortimentsliste der Stadt Bad Vilbel	8
--------------	--------------------------------------	---