

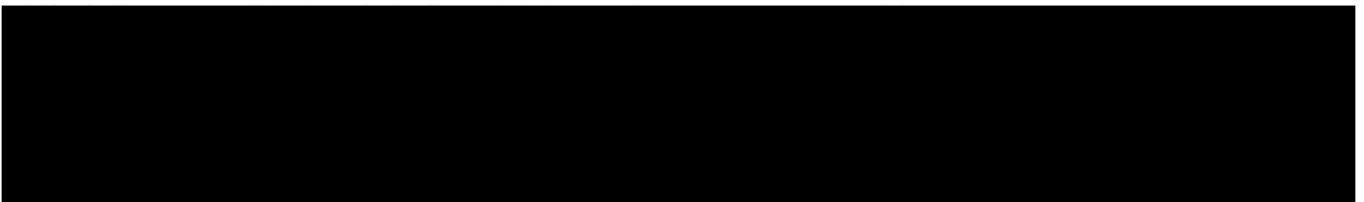
# MARKT- UND VERTRÄGLICHKEITSGUTACHTEN

Einzelhandelsnutzung im Hauptbahnhof München,  
Empfangsgebäude und Starnberger Flügelbahnhof

erstellt für: DB Station&Service AG (DB)  
Richelstraße 3, 80634 München

Projekt-Nr.: P1703-3533

München, 12.12.2018



## INHALTSVERZEICHNIS

1. ZUSAMMENFASSUNG	8
2. NEUBAU HAUPTBAHNHOF MÜNCHEN EMPFANGSGEBÄUDE UND STARNBERGER FLÜGELBAHNHOF – AUFGABENSTELLUNG	19
2.1. Methodik zur Wirkungsanalyse	21
2.2. Quellen	24
3. BESTANDSBEWERTUNG UND MARKTANALYSE	25
3.1. Soziodemografie und Sozioökonomie Landeshauptstadt München	25
3.2. Münchner Einzelhandelslandschaft	29
3.3. Einbindung des Hauptbahnhofs in die Münchner Innenstadt	31
3.4. Wettbewerbsanalyse der umliegenden Einzelhandelszentren	33
3.4.1. Stadtzentrum (Innenstadt) und Erweiterung	34
3.4.2. Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe	35
3.4.3. Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz	36
4. MIKROSTANDORT UND EINZELHANDEL IM HAUPTBAHNHOF	37
4.1. Mikrostandort Hauptbahnhof München	37
4.2. Einzelhandel im Hauptbahnhof München	39
4.3. Versorgungsbedeutung Bahnhof allgemein	41
4.4. Einzugsgebiet: Ausdehnung und Einwohnerpotenzial	41
4.5. Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	46
5. NEUBAU DES HAUPTBAHNHOFS MÜNCHEN	48
5.1. Planungsanlass und -inhalte	48
5.2. Grundlagen für Flächenableitung	49
5.3. Flächengerüst Empfangsgebäude (Neubau)	50
5.4. Flächengerüst Starnberger Flügelbahnhof (Neubau)	51
5.5. Flächenbilanz IST-SOLL	54
5.6. Simulation weiterer Flächenpotenziale	56
6. WIRKUNGSANALYSE FÜR DEN GESAMTEN HAUPTBAHNHOF	59
6.1. Flächenleistungen, Umsatzherkunft, Kaufkraftbindung, Wirkungen auf das Einzugsgebiet	59
6.2. Geplantes Bauvorhaben gesamt	61
6.2.1. Umsatzgerüst	61
6.2.2. Kaufkraftbindung	62
6.2.3. Umsatzrekrutierung	63
6.3. Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung	64
6.3.1. Umsatzgerüst	64
6.3.2. Kaufkraftbindung	66
6.3.3. Umsatzrekrutierung	66
6.4. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Stadtteilzentren	67
6.4.1. Flächenplanung nach Auer+Weber Architekten	67
6.4.2. Simulation Verkaufsflächenmaximierung	68

7. WIRKUNGSANALYSE FÜR EMPFANGSGEBÄUDE	70
7.1. Geplante Flächenentwicklung Empfangsgebäude	70
7.1.1. Umsatzgerüst	70
7.1.2. Kaufkraftbindung	71
7.1.3. Umsatzrekrutierung	72
7.2. Simulation Einkaufsflächenmaximierung	72
7.2.1. Umsatzgerüst	72
7.2.2. Kaufkraftbindung	74
7.2.3. Umsatzrekrutierung	74
7.3. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Einzelhandelsstandorte	75
7.3.1. Geplante Flächengrößen	75
7.3.2. Simulation Verkaufsflächenmaximierung	76
8. WIRKUNGSANALYSE FÜR GEBÄUDE STARNBERGER FLÜGELBAHNHOF	78
8.1. Geplante Flächenentwicklung Starnberger Flügelbahnhof	78
8.1.1. Umsatzgerüst	78
8.1.2. Kaufkraftbindung	79
8.1.3. Umsatzrekrutierung	80
8.2. Simulation Einkaufsflächenmaximierung	80
8.2.1. Umsatzgerüst	80
8.2.2. Kaufkraftbindung	81
8.2.3. Umsatzrekrutierung	82
8.3. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Einzelhandelsstandorte	82
8.3.1. Geplante Flächengrößen	82
8.3.2. Simulation – Verkaufsflächenmaximierung	83
9. ABSCHLIESSENDE BEURTEILUNG	84
10. ANHANG	85
10.1. Tabellen für die Wirkungsanalyse nach Warengruppen	85
10.1.1. Tabellen Umsatzherkunft Warengruppen – Basisszenario	85
10.1.2. Tabellen Umsatzherkunft Warengruppen – Szenario Verkaufsflächenmaximierung	87
10.1.3. Tabellen Umsatzrekrutierung Warengruppen – Basisszenario	89
10.1.4. Tabellen Umsatzrekrutierung Warengruppen – Szenario Einkaufsflächenmaximierung	90
10.2. Warengruppensystematik bulwiengesa AG	92
10.3. Häufig verwendete Abkürzungen	93
10.4. Personenströme im Hauptbahnhof München – Wirkungsanalyse für den Einzelhandel	94
10.5. Mitwirkungserklärung	128

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Skizze Gesamtbaukörper Neubau Hauptbahnhof München	8
Abb. 2:	Einzugsgebiet für Standort Hauptbahnhof	10
Abb. 3:	Kurzcharakteristik Einzugsgebiet Hauptbahnhof	11
Abb. 4:	Nachfragevolumina nach Hauptwarengruppen	11
Abb. 5:	Eckpfeiler Einzelhandel – Stadt München	12
Abb. 6:	Verkaufsflächen relevante Einzelhandelsstandorte	13
Abb. 7:	Lage und Standortumfeld	14
Abb. 8:	Verkaufsflächenbilanz – Empfangsgebäude	15
Abb. 9:	Verkaufsflächenbilanz – Gebäude Starnberger Flügelbahnhof	15
Abb. 10:	Verkaufsflächenbilanz – Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB ohne Verteilerebene)	15
Abb. 11:	Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung	16
Abb. 12:	Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe	17
Abb. 13:	Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz	17
Abb. 14:	Bearbeitungsschema	23
Abb. 15:	Bevölkerungsentwicklung/-prognose München	25
Abb. 16:	Haushaltsstruktur der Stadt München	26
Abb. 17:	Haushaltseinkommen München (2017)	26
Abb. 18:	Kaufkraftkennziffer in Deutschland	27
Abb. 19:	Kaufkraft und Zentralität München	27
Abb. 20:	Erwerbstätige, SVP-Beschäftigte und Pendlersaldo	28
Abb. 21:	Rahmendaten Einzelhandel Stadt München	29
Abb. 22:	Shoppingcenter-/Fachmarktstandorte in München	30
Abb. 23:	Einzelhandelslandschaft in der Innenstadt von München	31
Abb. 24:	Standort Hauptbahnhof im Zentrenkonzept München	32
Abb. 25:	Verkaufsflächen/Umsatz relevante Einzelhandelsstandorte gesamt (2017)	33
Abb. 26:	Stadtzentrum (Innenstadt) und Erweiterung	34
Abb. 27:	Verkaufsflächen Innenstadt (2017)	34
Abb. 28:	Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe	35
Abb. 29:	Verkaufsflächen Schwanthaler Höhe (2017)*	35
Abb. 30:	Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz	36
Abb. 31:	Verkaufsflächen Rotkreuzplatz (2017)	36
Abb. 32:	Hauptbahnhof München; Lage und Standortumfeld	37
Abb. 33:	Einzelhandelsbestand Hauptbahnhof München (IST-Zustand)	40
Abb. 34:	Sortiments- und Umsatzverteilung	40
Abb. 35:	Einzugsgebiet Zone I	42
Abb. 36:	Einzugsgebiet Zone II	43
Abb. 37:	Einzugsgebiet Zone III	44
Abb. 38:	Einzugsgebiet für Standort Hauptbahnhof	45
Abb. 39:	Einwohner und Ausgabevolumen im Einzugsgebiet	46
Abb. 40:	Nachfragevolumina nach Hauptwarengruppen	47
Abb. 41:	Flächengerüst – Empfangsgebäude	50
Abb. 42:	Flächen Empfangsgebäude im Vergleich zu benachbarten Zentren	50
Abb. 43:	Flächengerüst Starnberger Flügelbahnhof	51
Abb. 44:	Skizze Planung EG	52
Abb. 45:	Hauptbahnhof EG und SFB	52
Abb. 46:	Skizze Innengestaltung EG	53
Abb. 47:	Skizze Gesamtbaukörper Hauptbahnhof München	53



Abb. 48:	Verkaufsflächenbilanz Bestand/Neubau	54
Abb. 49:	Flächen- und Nutzungsanteile Hauptbahnhof nach Auer+Weber Architekten	55
Abb. 50:	Herleitung Flächenmix Empfangsgebäude Simulation: Maximierung EH-Flächen	56
Abb. 51:	Flächengerüst Empfangsgebäude Simulation: Maximierung Einzelhandelsflächen	57
Abb. 52:	Flächengerüst Sarnberger Flügelbahnhof Simulation: Maximierung EH-Flächen	57
Abb. 53:	Verkaufsflächenbilanz Bestand/Neubau: Simulation Maximierung EH-Verkaufsfl.	58
Abb. 54:	Reduziertes Nachfragevolumen nach Hauptwarengruppen	60
Abb. 55:	Umsatzableitung Hauptbahnhof	61
Abb. 56:	Verdrängungsumsatz Hauptbahnhof	61
Abb. 57:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Gesamt	62
Abb. 58:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Gesamt (EG + SFB)	64
Abb. 59:	Umsatzableitung Hauptbahnhof: Simulation Verkaufsflächenmaximierung	65
Abb. 60:	Verdrängungsumsatz Hauptbahnhof: Simulation Verkaufsflächenmaximierung	65
Abb. 61:	Umsatzherkunft Verkaufsflächenmaximierung Hauptbahnhof Gesamt	66
Abb. 62:	Umsatzrekrutierung VKF-Maximierung Hauptbahnhof Gesamt (EG + SFB)	66
Abb. 63:	Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung	67
Abb. 64:	Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe	67
Abb. 65:	Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz	68
Abb. 66:	Simulation Verkaufsflächenmaximierung – Auswirkung auf die Innenstadt	68
Abb. 67:	Simulation Verkaufsflächenmaximierung-Auswirkung auf die Schwanthaler Höhe	69
Abb. 68:	Simulation Verkaufsflächenmaximierung-Auswirkung auf den Rotkreuzplatz	69
Abb. 69:	Umsatzableitung Empfangsgebäude	70
Abb. 70:	Verdrängungsumsatz Empfangsgebäude	70
Abb. 71:	Umsatzherkunft Empfangsgebäude	71
Abb. 72:	Umsatzrekrutierung Empfangsgebäude	72
Abb. 73:	Umsatzableitung Empfangsgebäude – Simulation Einzelhandelsflächenmaximier.	73
Abb. 74:	Verdrängungsumsatz Empfangsgebäude – Simulation EH-Flächenmaximierung	73
Abb. 75:	Umsatzherkunft Empfangsgebäude – Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung	74
Abb. 76:	Umsatzrekrutierung Simulation Empfangsgebäude – Einkaufsflächenmaximierung	74
Abb. 77:	Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung	75
Abb. 78:	Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe	75
Abb. 79:	Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz	76
Abb. 80:	Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung	76
Abb. 81:	Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe	77
Abb. 82:	Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz	77
Abb. 83:	Umsatzableitung Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof	78
Abb. 84:	Verdrängungsumsatz Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof	78
Abb. 85:	Umsatzherkunft – Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof	79
Abb. 86:	Umsatzrekrutierung – Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof	80
Abb. 87:	Umsatzableitung Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof – Verkaufsflächenmaximier.	80
Abb. 88:	Verdrängungsumsatz Gebäude SFB – Verkaufsflächenmaximierung	81
Abb. 89:	Umsatzherkunft Simulation Verkaufsflächenmaximierung Gebäude SFB	81
Abb. 90:	Umsatzrekrutierung Simulation EH-Flächenmaximierung Gebäude SFB	82
Abb. 91:	Auswirkungsbeurteilung	82
Abb. 92:	Auswirkungsbeurteilung Sarnberger Flügelbahnhof – Verkaufsflächenmaximierung	83
Abb. 93:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München periodischer Bedarf	85
Abb. 94:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München modischer Bedarf	85
Abb. 95:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Elektro/Technik	85
Abb. 96:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München DIY/Garten/Freizeit	86

Abb. 97:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren	86
Abb. 98:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München periodischer Bedarf	87
Abb. 99:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München modischer Bedarf	87
Abb. 100:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Elektro/Technik	87
Abb. 101:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München DIY/Garten/Freizeit	88
Abb. 102:	Umsatzherkunft Hauptbahnhof München persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren	88
Abb. 103:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – periodischer Bedarf	89
Abb. 104:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – modischer Bedarf	89
Abb. 105:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Elektro/Technik	89
Abb. 106:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – DIY/Garten/Freizeit	89
Abb. 107:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren	90
Abb. 108:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – periodischer Bedarf	90
Abb. 109:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – modischer Bedarf	90
Abb. 110:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Elektro/Technik	91
Abb. 111:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – DIY/Garten/Freizeit	91
Abb. 112:	Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren	91
Abb. 113:	Warengruppensystematik	92

## URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der bulwiengesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der bulwiengesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der bulwiengesa AG einzuholen.

Ferner hat die bulwiengesa AG Ihre Zustimmung zur Weitergabe des Gutachtens unter Einräumung eines einfachen Nutzungsrechts im Rahmen der von der SB Station&Service AG gegenüber der LH München abgegebenen Mitwirkungserklärung am 12.12.2018 zugestimmt. Eine Kopie der mitgezeichneten Mitwirkungserklärung liegt dem Gutachten als Anlage 10.5 bei.

Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der bulwiengesa AG in ihrer deutschland- und europaweiten Forschungs- und Beratungstätigkeit.

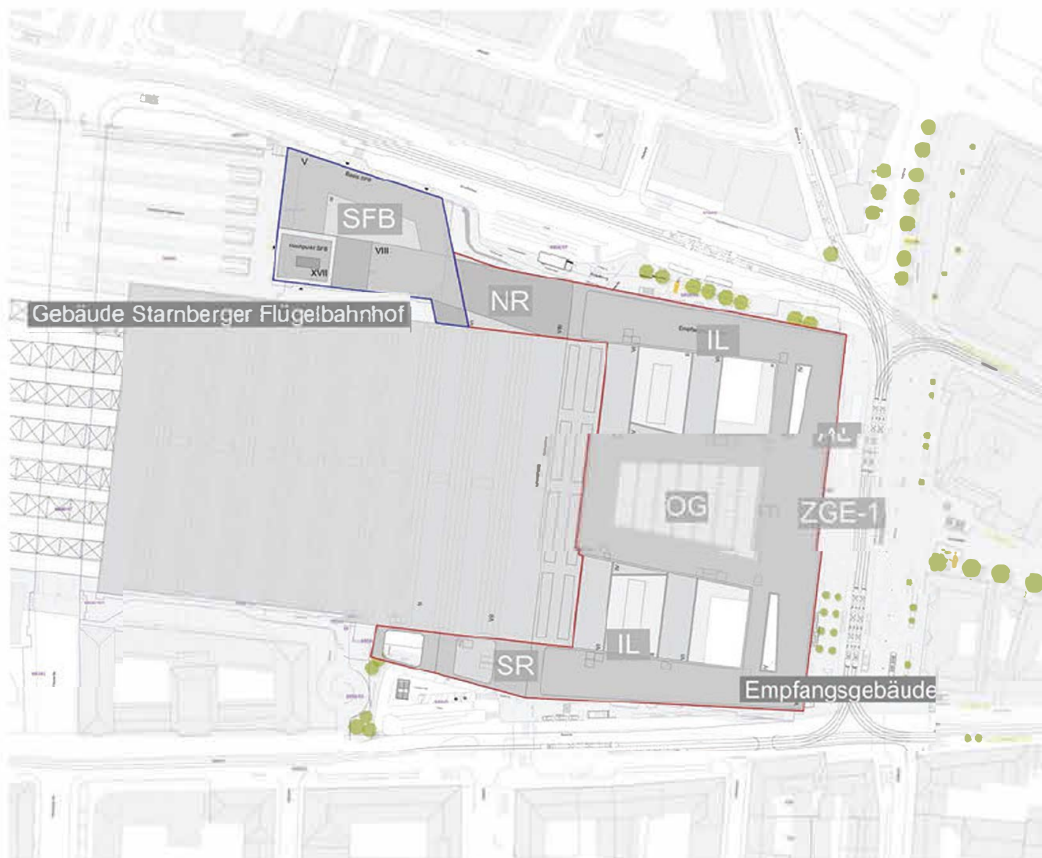
München, der 12.12.2018

## 1. ZUSAMMENFASSUNG

Der Hauptbahnhof in München soll bis Ende der 2020er Jahre umfassend umgestaltet und an die heutigen Bedürfnisse von Reisenden und anderweitigen Nutzern angepasst werden. Hierfür werden die beiden Hauptbaukörper des Münchner Bahnhofs, das Empfangsgebäude und das Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof (siehe Abb. 1) zusammen mit den Vorplätzen umgebaut bzw. neu gestaltet.

Das Empfangsgebäude (EG) soll zukünftig architektonisch deutlich zur City geöffnet werden und sieben oberirdische Vollgeschosse aufweisen. Es soll in der Gesamtheit die Charakteristik eines Terminals erreichen und sich an anderen modernen europäischen Bahnhöfen orientieren. Der Nutzungsmix soll Einzelhandels- (vor allem Ausbau moderner modischer Konzepte), Gastronomie-, Tagungs- und Eventbereiche umfassen. Im neuen Untergeschoss wird es einen niveaugleichen Übergang vom Empfangsgebäude zur Verteilerebene des U-Bahn-Bauwerks U1/U2 geben.

Abb. 1: Skizze Gesamtbaukörper Neubau Hauptbahnhof München



Quelle: DB Station&Service AG; Auer Weber

Im Bereich des Sarnberger Flügelbahnhofs (SFB) ist ein fünfgeschossiges Basisgebäude mit deutlich wahrnehmbarem Hochpunkt (Büronutzung) vorgesehen. Im Basisgebäude sind in den unteren Ebenen einzelhandelsrelevante und gastronomische Nutzungen geplant. In den Obergeschossen werden Büros entstehen. Vorhabenbedingte Stellplätze für Pkws und Fahrräder werden geschaffen.



Auf Basis der bisherigen Stadtratsbeschlüsse wurde das Projekt von Auer+Weber Architekten weiterentwickelt und dabei zwischen der DB Station&Service und dem Referat für Stadtplanung und Bauordnung Festlegungen zu Flächengrößen und -nutzungen getroffen. Diese sind für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen im Empfangsgebäude bei 20.000 qm (GF) und im Starnberger Flügelbahnhof bei 3.000 qm (GF) festgesetzt worden.<sup>1</sup> Eine Obergrenze für den Einzelhandel innerhalb dieser Flächenbegrenzung ist nicht definiert worden.

Als Grundlage für die Bauleitplanverfahren im Bereich des Hauptbahnhofs München (Empfangsgebäude und Starnberger Flügelbahnhof) ist eine gutachterliche Einschätzung erforderlich. Das Gutachten dient dem Auftraggeber und der Landeshauptstadt München u. a. dazu, belastbar darzustellen, dass ausgelöst von der geplanten Einzelhandelsansiedlung keine schädlichen Auswirkungen auf andere zentrale Bereiche ausgehen und die geplante Entwicklung mit dem Zentrenkonzept der Stadt München im Einklang steht. Wegen der unterschiedlichen Genehmigungsverfahren sind die Auswirkungen gemäß Ausschreibung separat für den Starnberger Flügelbahnhof (SFB) und das Empfangsgebäude (EG) zu untersuchen.

In der Wirkungsanalyse werden auf Basis der projektierten Einzelhandelsflächen im Empfangsgebäude und im Starnberger Flügelbahnhof die Auswirkungen auf die nächstgelegenen ausgewiesenen Zentren City (Innenstadt), Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz<sup>2</sup> untersucht. Entscheidend dabei ist die sogenannte „Maßgeblichkeitsschwelle“ von etwa 10 % Umsatzverteilung zu Ungunsten bestehender Zentren, welche eine schädigende Wirkung auf diese benachbarten Zentren hätten. Die 10 % Umverteilungsschwelle ist aufgrund mehrerer Beschlüsse und Rechtsprechungen nicht als fixer Grenzwert zu verstehen, sondern ist ein Richtwert.

Die durchgeführte Wirkungsanalyse basiert auf drei Teilschritten:

- Analyse der Umsatzherkunft (Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet, Reisende, externe Zuflüsse usw.), d. h. wo kommt der Umsatz her?
- Analyse der Umsatzrekrutierung/Umsatzlenkung, d. h. wie viel Umsatz verlagert sich aus relevanten Wettbewerbsaggregaten im Standortumfeld und aus dem sonstigen Einzugsgebiet?
- Auswirkungsanalyse/Umverteilungsquote, d. h. wie hoch ist die rechnerische Verdrängungswirkung in Relation zu den Einzelhandelsumsätzen in den betrachteten Versorgungsbereichen Innenstadt mit Erweiterung, Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz?

Grundlage für die Beantwortung dieser Fragen ist die Klärung der Nachfrage- und Angebotssituation, d. h. einerseits sind die wirtschaftlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen am Standort inkl. des Einzugsgebietes und andererseits die Einzelhandelssituation in den benachbarten Zentren (Verkaufsflächen, Einzelhandelsumsatz usw.) von Nöten. Im Abschluss muss noch der Branchenmix für die Verkaufsflächen am Hauptbahnhof bestimmt werden, um den verdrängungswirksamen Einzelhandelsumsatz berechnen zu können.

---

<sup>1</sup> Sitzungsterm ne: 24 04 2017 bzw 29 05 2017

<sup>2</sup> Das Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz wurde gegenüber dem Stadtteilzentrum Nordbad ausgewählt, da es mit den öffentlichen Verkehrsmitteln schneller zu erreichen ist



### *Makroökonomische Grundlagen der Stadt München*

Mit rund 1,46 Mio. Einwohner ist München die drittgrößte Stadt Deutschlands und hat von 2006 bis 2016 eine Bevölkerungszunahme von 13,1 % (Zensus 2011 wurde berücksichtigt) erfahren. Bis zum Jahre 2030 wird eine weitere Zunahme der Bevölkerung um 9,3 % prognostiziert. Die Haushaltsanzahl hat in den letzten Jahren stärker zugenommen als die Bevölkerung, was eine Folge der überproportionalen Zunahme der Ein-Personen-Haushalte ist. Weiter verfügen die Bürger der Stadt über eine überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer von 133,9 und München kann eine Einzelhandelszentralität von 115,3 vorweisen. Gepaart mit einer positiven Entwicklung der sozialversicherungspflichtig (SVP) Beschäftigten ist in München eine hervorragende Basis für den Einzelhandel vorhanden.

### *Einzugsgebiet Hauptbahnhof München*

Das Einzugsgebiet des Hauptbahnhofs München basiert primär auf der hohen Verkehrsfrequenz und weniger auf der Attraktivität des Einzelhandels. Mit der Funktion als ÖPNV-Knotenpunkt geht das Einzugsgebiet des Hauptbahnhofs deutlich über die benachbarten Gemeindegrenzen hinaus. Gesamt gesehen kann dem Hauptbahnhof ein vierzonales Einzugsgebiet zugewiesen werden.

Abb. 2: Einzugsgebiet für Standort Hauptbahnhof

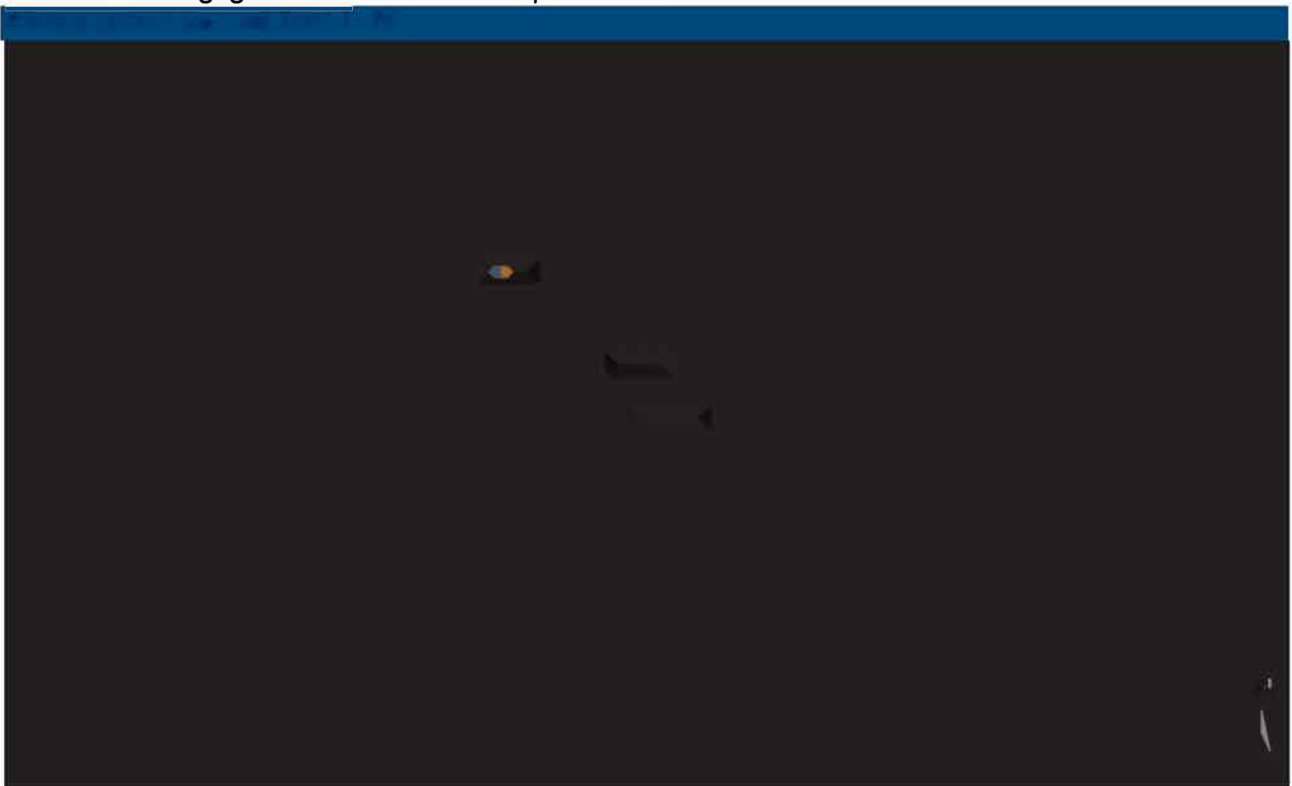


Bild wurde aufgrund fehlender Nutzungsrechte geschwärzt

Abb. 3: Kurzcharakteristik Einzugsgebiet Hauptbahnhof

Zone	Kurzcharakteristik	Räumliche Abgrenzung	Einwohner
Zone I	Fußläufige Erreichbarkeit innerhalb von 20 Minuten	Große Siedlungsbereiche der Stadtbezirke 2 und 3	54.604
Zone II	Anschluss an das Münchner U-Bahn-Netz bzw. Tram-Netz	Restliches Stadtgebiet von München	1.409.697
Zone III	Enge wirtschaftliche Verbindung zu München/sehr gute ÖPNV-Erreichbarkeit der Landeshauptstadt/ mittlere bis hohe Pendlerverflechtung	Umlandkommunen mit Anschluss an das Münchner S-Bahn-Netz	1.129.463
Zone IV	Gebiete mit einer Bahnfahrtzeit von maximal 90 Minuten/niedrige Pendlerverflechtung	Erweitertes Münchner Umland	2.995.768
<b>Einwohner gesamt</b>			<b>5.589.532</b>

Quelle: bulwiengesa AG Statistisches Landesamt Bayern

Diese vier Zonen bilden das Einzugsgebiet des Münchner Hauptbahnhofs. Anhand der ermittelten Einwohnerzahl dieser Zonen, der jeweiligen Kaufkraftkennziffer und der durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben im deutschen Einzelhandel errechnet sich das Nachfragevolumen für den Einzelhandel im Einzugsgebiet ohne Versandhandel.

Abb. 4: Nachfragevolumina nach Hauptwarengruppen

	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Gesamt	
Einwohner (31.12.2016)	54 604	1 409 697	1 129 463	2 995 768	5 589 532	
Kaufkraftkennziffer 2017 (D = 100)	140,4	133,6	128,0	123,2	127,0	
Hauptwarengruppe	Nachfragevolumen 2017 Mio. Euro p. a.					Anteil
<b>A Periodischer Bedarf</b>	<b>211,6</b>	<b>5.356,4</b>	<b>4.220,9</b>	<b>11.034,7</b>	<b>20.823,6</b>	<b>51,6 %</b>
<b>B Aperiodischer Bedarf</b>	<b>197,4</b>	<b>5.010,1</b>	<b>3.956,7</b>	<b>10.364,4</b>	<b>19.528,7</b>	<b>48,4 %</b>
davon						
1 Modischer Bedarf	46,7	1 183,7	934,7	2 448,0	4 613,1	11,4 %
2 Elektrogeräte, Foto, EDV, Telekommunikation	31,0	785,0	619,6	1 622,0	3 057,6	7,6 %
3 Heimwerker-/Gartenbedarf, Zweiräder, Kfz-Zubehör, Sport-/Campingartikel, Blumen, Pflanzen	44,0	1 117,4	882,5	2 311,7	4 355,5	10,8 %
4 Möbel, Einrichtungsbedarf, Bodenbeläge	40,6	1 031,1	814,8	2 135,3	4 021,7	10,0 %
5 Sonst. Hartwaren (GPK/HHW, Bücher, Spielwaren, Musikalien, Uhren/Schmuck, Bürobedarf, Optik, Artikel für Gesundheitspflege, Zoobedarf)	35,2	892,9	705,2	1 847,5	3 480,9	8,6 %
<b>C Stationärer Ladenhandel gesamt</b>	<b>409,0</b>	<b>10.366,6</b>	<b>8.177,6</b>	<b>21.399,2</b>	<b>40.352,4</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG mb-Research Statistisches Landesamt Bayern Rundungsdifferenzen möglich

Eine weitere Nachfragegruppe für den Hauptbahnhof sind die Fernreisende, welche am Hauptbahnhof München ihre Reise starten bzw. beenden oder München als Umsteigebahnhof nutzen. Diese Nachfragegruppe wird allerdings nicht als Zone des Einzugsgebietes dargestellt, da einerseits das geografische Gebiet zu groß wäre und die Bindungskraft zu gering. Aus diesem Grund werden in der Wirkungsanalyse diese Reisende nur mit einem Umsatzanteil dargestellt, welcher zur Plausibilisierung auf einen Pro-Kopf-Umsatz heruntergebrochen wird.

*Eckpfeiler der städtischen Einzelhandelslandschaft*

Die Verkaufsfläche im Münchner Einzelhandel lag bei der letzten Erhebung<sup>3</sup> im Jahr 2012 bei rund 1,67 Mio. qm und ist gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2004 um 8,4 % gewachsen. Die Verkaufsfläche pro Einwohner ist mit 1,1 qm rund 25 % unter dem Durchschnittswert für Deutschland (rund 1,5 qm VKF/Einwohner). Aufgrund einiger großflächiger Projektentwicklungen und einer Verdichtung in der Nahversorgung nach 2012 stieg die Verkaufsfläche im Einzelhandel auf 1,7 bis 1,8 Mio. qm Verkaufsfläche im Jahr 2017 an, was aber mit 1,2 qm VKF/Einwohner immer noch weit unter dem deutschen Pro-Kopf-Durchschnittswert liegt.

Abb. 5: Eckpfeiler Einzelhandel – Stadt München

Verkaufsflächenbestand – Stadt München (in Klammern der jeweilige Jahresstand)		
	Verkaufsfläche (qm)	Anteil
Einzelhandel gesamt (2012)	1 667 290	100,0 %
davon		
Shoppingcenter (VKF > 10.000 qm; Stand 2017)	243.150	14,6 %
Fachmarktstandorte (VKF > 10.000 qm; Stand: 2017)	409.300	24,5 %
Nahversorgungsrelevante Betriebe (Stand: 2012)	566.120	33,4 %
<b>Planung Hauptbahnhof (inkl. Bestandsflächen)</b>	<b>8.760</b>	<b>0,5 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Stadt + Handel im Auftrag der Stadt München (2012) Rundungsdifferenzen möglich

Die gesamten Einzelhandelsflächen im Neubau des Hauptbahnhofs München entsprechen 0,5 % der Gesamtverkaufsfläche des städtischen Einzelhandels. Die Erweiterung kommt nur auf einen Anteil von 0,27 %.

Bedeutsame Münchner Einzelhandelsstandorte mit überregionaler Sogwirkung sind die Innenstadt und die Shoppingcenter Olympia-Einkaufszentrum (OEZ) und Perlacher-Einkaufszentrum (PEP). Die Eröffnung der Pasing Arcaden im Westen von München und der Hofstatt in der Innenstadt sowie die Erweiterungen der Riem Arcaden und des PEPs sind nach 2012 erfolgt.

Im Frühjahr 2019 soll das Forum Schwanthalerhöhe fertiggestellt werden. Das Forum Schwanthalerhöhe (ehemaliger XXXLutz) wird durch die Hamburger HBB-Gruppe entwickelt. Die Bayerische Hausbau entwickelt ein Nahversorgungszentrum auf dem Nachbargrundstück. Beide Objekte werden im Untergeschoss miteinander verbunden sein. Aktuell sind als Mieter Decathlon, Toy's R Us, Edeka und ein Biovollsortimenter bestätigt. Für das Forum Schwanthalerhöhe wird ein Mieteranteil mit modischem Bedarf von über 70 % erwartet. Dieser Branchenmix ist typisch für ein modernes Shoppingcenter.

Der mit Abstand wichtigste Einzelhandelsstandort der Landeshauptstadt ist allerdings die Innenstadt. Ihre 1a-Lage erstreckt sich dabei zwischen Karlsplatz, Odeonsplatz, Marienplatz und Sendlinger Tor. Herzstück der 1a-Lage sind die Neuhauser Straße und die Kaufingerstraße (gehören regelmäßig zu den bestfrequentiertesten Einkaufsstraßen in Deutschland). Das Luxussegment ist in der Maximilianstraße ansässig. Die 1a-Lage ist begehrtes Expansionsziel deutscher und internationaler Einzelhändler, was zu den höchsten Spitzenmieten im deutschen Einzelhandel führt.

<sup>3</sup> Stadt + Handel (2012): Turnusgemäße Erhebung 2012 als Grundlage zur Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Landeshauptstadt München

Die laut dem Zentrenkonzept (2009) nächsten ausgewiesenen zentralen Einkaufsstandorte zum projektierten Hauptbahnhof München sind die City (Innenstadt inkl. Erweiterung), die Schwanthaler Höhe und der Rotkreuzplatz, welche bei einer Verkaufsflächenerweiterung im Hauptbahnhof als erstes von Umsatzverlagerungen betroffen wären. Aus diesem Grund wurden im Zuge der Wirkungsanalyse die 2012 erhobenen Verkaufsflächen im Mai 2017 fortgeschrieben und ergänzt.

Abb. 6: Verkaufsflächen relevante Einzelhandelsstandorte

Verkaufsflächenbestand – Innenstadt und Erweiterung, Schwanthaler Höhe, Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Fläche (qm)	Raumleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro p. a.)
Periodischer Bedarf	86.728	9.410	816,3
Modischer Bedarf	264.108	7.720	2.037,8
Elektro/Technik	30.222	9.020	272,5
DIY/Garten/Freizeit	6.803	6.680	45,4
Sonstige Hartwaren/ persönlicher Bedarf	63.258	13.110	829,2
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>451.119</b>	<b>8.870</b>	<b>4.001,2</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung München (2012) Begehung bulwiengesa AG Mai 2017 Rundungsdifferenzen möglich

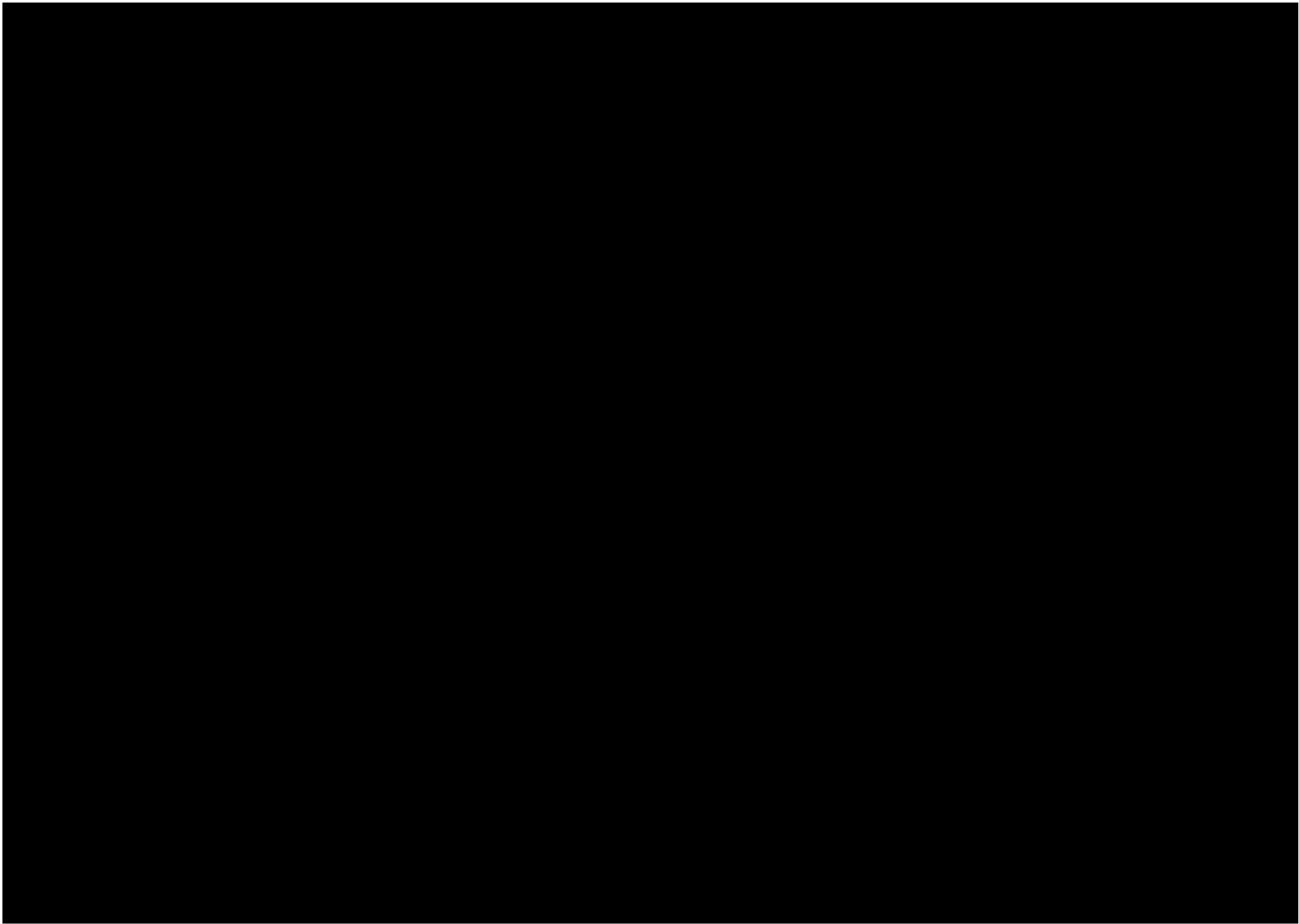
Insgesamt verfügen diese drei Einzelhandelsstandorte über eine Verkaufsfläche von rund 451,1 Tsd. qm (inkl. Neubau Forum Schwanthalerhöhe), wovon knapp 20 % auf den periodischen Bedarf entfallen. In der Wirkungsanalyse werden die Auswirkungen der Flächenerweiterung im Hauptbahnhof auf die Verkaufsflächen dieser Einzelhandelsstandorte untersucht.

#### *Mikrostandort und Objektdetails Hauptbahnhof München*

Der Hauptbahnhof verfügt über eine integrierte Lage im Münchner Stadtbezirk 2 (Ludwigvorstadt-Isarvorstadt) gekoppelt mit einer herausragenden infrastrukturellen Bedeutung. Die Nähe zur Fußgängerzone und zu den innerstädtischen großen Waren-/Kaufhäusern (Karstadt am Bahnhof, Galeria Kaufhof und C&A) binden den Standort gut in das innerstädtische Einzelhandelsgefüge ein. Das direkte Standortumfeld ist gewerblich geprägt mit Schwerpunkten Lebensmittelhandwerk, Hotellerie, Gastronomie und diversen Dienstleistungsbetrieben.

Die Verbindung zur 1a-Lage erfolgt fußläufig über den Bahnhofsvorplatz, die Schützenstraße bzw. Prielmayerstraße mit anschließender Über-/Unterquerung der Sonnenstraße. Der Bahnhofsvorplatz und die Sonnenstraße können durch das Sperrengeschoss der MVG bzw. das Untergeschoss des S-/U-Bahnhofs Karlsplatz (Stachus) unterquert werden. Alternativ kann die Strecke auch mit der Tram- bzw. S-Bahn zurückgelegt werden.





Die sehr gute verkehrliche Anbindung des Hauptbahnhofs erfolgt über die Verkehrsachsen Bayer- und Arnulfstraße. Als zentraler Haltepunkt der S-Bahnstammstrecke verlaufen acht S-Bahn-Linien durch den Bahnhof und die zwei U-Bahnhöfe der MVG sind Haltepunkt für sechs U-Bahn-Linien (ggf. mit Inbetriebnahme der U 9: sieben). Abgerundet wird das ÖPNV-Netz am Bahnhof durch diverse Bus- und Tramlinien. Der regionale bis internationale Bahnbetrieb wird über 32 oberirdische Gleise abgewickelt. Zum Erhebungszeitpunkt im Mai 2017 betrug die aktive Verkaufsfläche im Hauptbahnhof rund 4.200 qm ohne die Flächen des U-Bahnhofes. Insgesamt wird auf diesen Flächen ein Umsatz im mittleren zweistelligen Millionenbereich erwirtschaftet, womit die Raumleistung weit über dem deutschen Durchschnittsniveau im stationären Einzelhandel liegt. Ein Großteil des Umsatzes entfällt auf Waren des periodischen Bedarfs. Nach dem Münchner Zentrenkonzept ist der Hauptbahnhof formal der City-Erweiterung des Stadtzentrums zuzuordnen.

Grundlegend für die Wirkungsanalyse ist der verdrängungswirksame Umsatz, d. h. der Umsatz der durch die Restrukturierung zusätzlich erzielt wird. Aufgrund des langen Planungshorizontes (Jahr 2028/2029) wurden keine weiterführenden Untersuchungen zum zukünftigen Verbraucherverhalten bzw. zur Entwicklung neuer Angebotsformen unternommen. Mit der Restrukturierung des Hauptbahnhofes wird die Verkaufsfläche erweitert und zukünftig rund 8.760 qm (VKF) umfassen (siehe Abb. 10).



Abb. 8: Verkaufsflächenbilanz – Empfangsgebäude

Flächenbilanz Empfangsgebäude (VKF)			
Warengruppe	Fläche Bestand	Fläche Neubau	Wirkungsrelevant <sup>4</sup>
Periodischer Bedarf	3.230 qm	2.100 qm	0 qm
Modischer Bedarf	330 qm	2.800 qm	+2.470 qm
Elektro/Technik	30 qm	350 qm	+320 qm
DIY/Garten/Freizeit	50 qm	350 qm	+300 qm
Sonstige Hartwaren/ persönlicher Bedarf	440 qm	1.400 qm	+960 qm
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>4.080 qm</b>	<b>7.000 qm</b>	<b>+4.050 qm</b>

Quelle: Deutsche Bahn AG eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich wirkungsrelevante Flächen können nicht einfach aufsummiert werden

Abb. 9: Verkaufsflächenbilanz – Gebäude Sarnberger Flügelbahnhof

Flächenbilanz Sarnberger Flügelbahnhof (VKF)			
Warengruppe	Fläche Bestand	Fläche Neubau	Wirkungsrelevant
Periodischer Bedarf	140 qm	1.760 qm	+490 (= 1.620 - 1.130) qm
Modischer Bedarf	0 qm	0 qm	0 qm
Elektro/Technik	0 qm	0 qm	0 qm
DIY/Garten/Freizeit	0 qm	0 qm	0 qm
Sonstige Hartwaren/ persönlicher Bedarf	0 qm	0 qm	0 qm
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>140 qm</b>	<b>1.760 qm</b>	<b>+490 qm</b>

Quelle: Deutsche Bahn AG eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich wirkungsrelevante Flächen können nicht einfach aufsummiert werden

Abb. 10: Verkaufsflächenbilanz – Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB ohne Verteilerebene)

Flächenbilanz Hauptbahnhof (VKF)			
Warengruppe	Fläche Bestand	Fläche Neubau	Wirkungsrelevant
Periodischer Bedarf	3.370 qm	3.860 qm	+490 qm
Modischer Bedarf	330 qm	2.800 qm	+2.470 qm
Elektro/Technik	30 qm	350 qm	+320 qm
DIY/Garten/Freizeit	50 qm	350 qm	+300 qm
Sonstige Hartwaren/ persönlicher Bedarf	440 qm	1.400 qm	+960 qm
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>4.220 qm</b>	<b>8.760 qm</b>	<b>+4.540 qm</b>

Quelle: Deutsche Bahn AG eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich wirkungsrelevante Flächen können nicht einfach aufsummiert werden

Es wird davon ausgegangen, dass bei den oben beschriebenen Verkaufsflächenrealisierungen die derzeit vorliegenden Raumleistungen im Bestand auf den verdrängungswirksamen Flächen, bei entsprechender Mieterbelegung, nicht ganz realisiert werden können, da u. a. auch größere Ladenlokale geschaffen werden sollen und diese erfahrungsgemäß niedrigere Einzelhandelsumsätze erwirtschaften. Insgesamt würde nach dem Umbau im Hauptbahnhof ein hoher zweistelliger Millionenbetrag im Einzelhandel umgesetzt werden können.

<sup>4</sup> Die wirkungsrelevanten Flächen können nicht einfach aufsummiert werden, da Flächenveränderungen unterschiedlichen Sortiments nicht gegeneinander verrechnet werden können. Die eine Flächenvergrößerung im modischen Bedarf kann nicht mit einer Flächenverengung im periodischen Bedarf verrechnet werden. Es können nur Flächen innerhalb eines Sortiments miteinander verrechnet werden.

Davon ist allerdings nur der generierte Mehrumsatz als Verdrängungsumsatz anzusehen und Untersuchungsgegenstand der Wirkungsanalyse, da dieser Umsatz neu rekrutiert werden muss, was zu Lasten bereits bestehender Einzelhandelsstandorte in München, im Einzugsgebiet bzw. am Start- bzw. Zielort der Fernreisenden gehen könnte. Mit den unterstellten Raumleistungen würde sich dieser Verdrängungsumsatz in einem mittleren zweistelligen Millionenbetrag bewegen.

Mit den Raumleistungen je Warengruppe kann der verdrängungswirksame Umsatz berechnet werden. Weiter wird unterstellt, dass der Verdrängungsumsatz durch Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet generiert wird und es zu keiner Neubindung von bisher abfließender Kaufkraft durch die Angebote im Hauptbahnhof kommen wird. Das prognostizierte Einwohnerwachstum im Einzugsgebiet wird nicht eingebunden.

Die Flächenumsätze werden durch Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet und im Fernmarktgebiet (Reisende) generiert. In den Zonen 1 bis 4 lässt sich die Höhe der Kaufkraftbindung quantifizieren. Bei den Reisenden können keine Bindungsquoten herangezogen werden, hier wird der Umsatzanteil auf Pro-Kopf-Ausgabenbeträge heruntergebrochen.

*Umverteilungsquoten in den drei betrachteten Einzelhandelsstandorten*

Die Verdrängungsumsätze haben im Bezug zu den realisierten Einzelhandelsumsätzen in der Innenstadt nur einen geringen Anteil und in allen Sortimenten befindet sich der Wert der Umverteilungsquoten bei maximal 1 %.

Abb. 11: Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung

Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Innenstadt und Erw. (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	674,8	1,4	0,2 %
Modischer Bedarf	1.950,1	7,4	0,4 %
Elektro/Technik	214,3	0,9	0,4 %
DIY/Garten/Freizeit	42,6	0,4	1,0 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	787,2	3,5	0,4 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>3.669,0</b>	<b>13,6</b>	<b>0,4 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG, Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe bewegen sich die Umverteilungsquoten in einer Spanne von 0,2 bis 5,6 %. Diese Werte fallen zwar höher aus als in der Innenstadt, sind aber immer noch niedrig.

Abb. 12: Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe

Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Umsatz Schwanthaler Höhe (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	69,2	0,2	0,3 %
Modischer Bedarf	46,2	1,2	2,6 %
Elektro/Technik	55,7	0,1	0,2 %
DIY/Garten/Freizeit	1,0	0,1	5,6 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	18,0	0,4	2,2 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>190,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,1 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz bewegen sich die Umverteilungsquoten in einer Spanne von 0,2 bis 3,3 %. Diese Werte fallen zwar in einigen Warengruppen höher aus als in der Innenstadt und der Schwanthaler Höhe, sind aber auch hier noch weiter unter der Maßgeblichkeitsschwelle von 10 %.

Abb. 13: Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz

Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Umsatz Rotkreuzplatz (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	72,3	0,1	0,2 %
Modischer Bedarf	41,5	0,6	1,5 %
Elektro/Technik	2,4	0,1	2,9 %
DIY/Garten/Freizeit	1,8	0,1	3,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	24,1	0,2	1,0 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>142,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich



Unter Berücksichtigung der in den jeweiligen Warengruppen prognostizierten Umsätze und bei Beachtung der Relationen dieser Umsätze an den IST-Umsätzen in den betrachteten Geschäftszentren ergeben sich durchwegs geringe verdrängungswirksame Umsatzanteile weit unterhalb abwägungsrelevanter Intensitäten. Die Auswirkungen der Umsatzbeiträge in den einzelnen Warengruppen und den Stadtteilzentren können wie folgt bewertet werden:

- Generell erwarten wir keinen größeren Austausch von Nahversorgungsnachfrage zwischen Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz mit dem Besatz im Hauptbahnhof. Der Versorgungseinkauf wird großteils am Wohnort erledigt bzw. am nächsten zu erreichenden Standort. Es gibt auch Ausnahmen, wo Konsumenten entfernt liegendere Standorte aufgrund von vorliegenden Präferenzen oder aktuellen Angeboten aufsuchen.
- Allgemein werden folgende drei Hauptgruppen den Umsatz im periodischen Bedarf im Hauptbahnhof tragen:
  - Typische Nahversorgungskunden für die der Standort fußläufig erreichbar ist
  - Pendler und Freizeitnutzer
  - Reisende
- Beim modischen Bedarf beträgt der Mehrumsatz, der innerhalb der Stadt München und auch gegenüber den Angeboten in den betrachteten Stadtteilzentren umverteilt wird 13,5 Mio. Euro. Erwartungsgemäß fallen die Umverteilungsanteile gegenüber den Umsätzen in den Stadtteilzentren und allen voran gegenüber der Innenstadt relativ gering aus, da der Besatz flächenseits im Hauptbahnhof deutlich geringer ausfällt als in diesen drei Zentren zusammen. Die Höhe der Umverteilungsquoten schließt damit eine Schädigung des Besatzes bzw. eine Strukturgefährdung in den Stadtteilzentren grundsätzlich aus. Das restliche Umsatzpotenzial verteilt sich auf diverse Angebotsaggregate im übrigen Münchner Stadtgebiet und wird dadurch stark verwässert.
- Auch bei den Warengruppen Elektro/Technik und DIY/Garten/Freizeit ergibt sich ein ähnliches Bild, diese Warengruppen nehmen zudem den geringsten Umsatzanteil im Hauptbahnhof ein. Die äußerst geringen Anteilsquoten bei Berücksichtigung der Mehrumsatzbeträge in diesen Warengruppen lassen keine strukturschädigenden Auswirkungen erwarten.

Bei der Untersuchung des Flächenprogramms des Neubaus wurden keine über das Maß wettbewerblicher Schädigungen hinausgehende Umsatzumverteilungen zu Lasten des Angebotes in den bestehenden tangierten Stadtteilzentren und dem erweiterten Stadtzentrum festgestellt. Auch die getrennte Untersuchung der Auswirkungen des Einzelhandelsbesatzes im Starnberger Flügelbahnhof und Empfangsgebäude ergaben rechnerisch keine signifikanten Umsatzumlenkungen zu Lasten der Funktionsfähigkeit der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und der restlichen Lagen in der Stadt München.

Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass die Berechnung statisch erfolgte, d. h. es wurden die heutigen Einwohner- und Reisendenzahlen zu Grunde gelegt. Bei Berücksichtigung der Wachstumszahlen in beiden Segmenten werden die bereits niedrigen Verdrängungsquoten innerhalb weniger Jahre durch das wachsende Nachfragevolumen kompensiert.

## 2. NEUBAU HAUPTBAHNHOF MÜNCHEN EMPFANGSGEBÄUDE UND STARNBERGER FLÜGELBAHNHOF – AUFGABENSTELLUNG

### *Aufgabenstellung*

Der Hauptbahnhof München soll bis Ende des nächsten Jahrzehnts umfassend umgestaltet werden. Seit 2003 sind dazu diverse Stadtratsbeschlüsse gefasst worden. Bereits 2002 wurde durch das GfK<sup>5</sup> Prisma Institut eine Einzelhandelsuntersuchung zur Münchner Innenstadt im Auftrag der Stadt München durchgeführt, die auch eine Auswirkungsbeurteilung der Planungen für den Münchner Hauptbahnhof auf bestehende Einzelhandelsstrukturen in der Münchner Innenstadt zum Untersuchungsgegenstand hatte.

Die Nutzungen in den beiden Hauptbaukörpern des neuen Hauptbahnhofs München sehen auch weiterhin Einzelhandelsangebote vor. Nach den Planungen von Auer+Weber Architekten sollen sich die Verkaufsflächen ungefähr verdoppeln. Zwischenzeitlich wurde 2009/2010 das Zentrenkonzept der Landeshauptstadt München<sup>6</sup> fortgeschrieben, so dass die Auswirkungsbeurteilung auf die nun relevanten Zentrenabgrenzungen angepasst werden muss. Die Auswirkungsuntersuchung ist nun unter Nutzung aktueller Daten inkl. geschärfter Flächenplanungen, d. h. auf der Grundlage der derzeitigen Rahmenbedingungen zu aktualisieren.

Als Grundlage für die Bauleitplanverfahren im Bereich des Hauptbahnhofs München (Empfangsgebäude und Starnberger Flügelbahnhof) ist eine aktualisierte, gutachterliche Einschätzung erforderlich. Das Gutachten dient dem Auftraggeber und der Landeshauptstadt München u. a. dazu, belastbar darzustellen, dass ausgelöst von der geplanten Einzelhandelsansiedlung keine schädlichen Auswirkungen auf andere zentrale Bereiche ausgehen und die geplante Entwicklung mit dem Zentrenkonzept der Stadt München in Einklang steht.

Wegen der unterschiedlichen Genehmigungsverfahren sind die Auswirkungen gemäß Ausschreibung separat für den Starnberger Flügelbahnhof (SFB) und das Empfangsgebäude (EG) zu untersuchen. Die Untersuchung der Deutschen Bahn Station&Service AG zur Erstellung des Markt- und Verträglichkeitsgutachtens für die Einzelhandelsnutzungen hat den festgelegten Flächenrahmen für Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie von 20.000 qm (GF) für das Empfangsgebäude und 3.000 qm (GF) für den Starnberger Flügelbahnhof zu betrachten.

<sup>5</sup> GfK Prisma Institut für Handels- Stadt- und Regionalforschung GmbH & Co. KG: Einzelhandelsuntersuchung zur Münchner Innenstadt (2002)

<sup>6</sup> Landeshauptstadt München Referat für Stadtplanung und Bauordnung Zentrenkonzept München München 2010



*Der Untersuchungsaufbau gemäß Ausschreibung*

Die Untersuchungsmethodik wurde durch das Referat für Stadtplanung und Bauordnung im Februar 2016 und als Anforderung an das Gutachten wie folgt definiert:

Position 1:

Abstimmungsgespräch zu den Rahmenbedingungen und zur Vorgehensweise mit der Fachabteilung I/4 im Planungsreferat

Position 2:

Bestandsbewertung und Marktanalyse

Aktualisierung vorhandener Einzelhandelsbestands- und Strukturdaten (Bevölkerung, Kaufkraft, Marktpotenziale, Passantenfrequenzen)

Konkurrenz- und Wettbewerbsanalyse

Darstellung der Entwicklungen im großräumigen Umfeld (insbesondere München City)

Position 3:

Standortanalyse, Funktion des Standortes im Zentrenkonzept

(Lagebewertung, allgemeine Charakteristika, Zugänglichkeit, Umfeldsituation, Positionierung im Münchner Zentrenkonzept)

Position 4:

Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit (quantitativ/qualitativ)

Umsatzumlenkungen und Veränderungen (auf Basis des geplanten Branchenmixes)

Beschreibung der zu erwartenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, südliches Bahnhofsviertel, Stadtteilzentren, Quartierszentren, Nahbereichszentren)

Prüfung der Auswirkungen auf den kleinteiligen Besatz im Umfeld

Position 5:

Abschließende Bewertung/Erstellung einer Abwägungsgrundlage

Vereinbarkeit der Planungen mit dem Zentrenkonzept

Darstellung maximal verträglicher Verkaufsflächen am Standort gegliedert nach Sortimenten

## 2.1. Methodik zur Wirkungsanalyse

Da es sich bei dem Vorhaben in der Summe um ein großflächiges Einzelhandelsprojekt handelt, ist gemäß baurechtlichen und raumordnerischen Vorgaben zu prüfen, ob durch das Projektvorhaben zentrale Versorgungsbereiche im Einflussbereich des Vorhabens geschädigt werden. Basis hierfür ist der modellanalytisch-rechnerisch simulierte Markteintritt des Planvorhabens.

Zur Auswirkungsbeurteilung wird die projektinduzierte Umlenkung der Kaufkraftbindung, das heißt die voraussichtliche Umverteilung von Kaufkraft zu Lasten anderer Einkaufsalternativen in einem definierten Einzugsgebiet ermittelt und bewertet. Die Auswirkungsschärfe ergibt sich aus der Beurteilung der Auswirkungen auf potenzielle Umsatzverlagerungen von Bestandsstandorten bzw. Lagen in zentralen Versorgungsbereichen. Die zentralen Versorgungsbereiche sind im Zentrenkonzept der Stadt München abgegrenzt.

Als wirkungsrelevante Umsatzgröße wird nicht der Vollumsatz des Einzelhandels im neuen Bahnhof herangezogen, sondern der Mehrumsatz (Verdrängungsumsatz) in Höhe von rund 48,5 Mio. Euro gegenüber dem derzeitigen Umsatz des bereits vorhandenen Geschäftsbesatzes im Bahnhof.

Die Wirkungsanalyse basiert auf drei Teilschritten:

- Analyse der Umsatzherkunft (Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet): Nach Erstellung eines Einzugsgebietes für das Einzelhandelsangebot im Hauptbahnhof München und Ableitung eines zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet wird die Kaufkraftbindung durch die jeweiligen Branchen in diesem Einzugsgebiet ermittelt. Es ist zu berücksichtigen, dass neben der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet auch ein nicht unerheblicher Anteil von externen Zuflüssen vorliegen wird (bspw. durch Fernreisende, Geschäftsreisende). Die durch diesen Teilschritt zu beantwortende Fragestellung lautet demnach: Woher kommt der Umsatz?
- Analyse der Umsatzrekrutierung/Umsatzumlenkung: Wieviel Umsatz verlagert sich aus relevanten Wettbewerbsaggregaten im Standortumfeld und aus dem sonstigen Einzugsgebiet? Es werden die Umsatzverlagerungen aus den Angebotsaggregaten in den betrachteten Zonen zu Gunsten des Angebotes im neuen Hauptbahnhof München abgeleitet.
- Auswirkungsanalyse: Wie hoch ist die rechnerische Verdrängungswirkung gegenüber den betrachteten Versorgungsbereichen und wie ist sie zu werten? Der Anteil der abfließenden Umsatzbeiträge zu Gunsten des Hauptbahnhofs wird am bestehenden Umsatz in den relevanten Zentren berechnet. Hierzu wurde der gesamte Einzelhandelsbesatz in diesen Zentren aufgenommen und eine Umsatzschätzung vorgenommen. Die rechnerische „Verdrängungswirkung“ wird bewertet und kommentiert.

Neben der Wirkungsanalyse für eine Basisvariante mit 12.558 qm (GF) Handelsfläche hat der Auftraggeber ergänzend die Frage beauftragt, welche Erweiterungsmöglichkeiten für Einzelhandelsflächen innerhalb des festgesetzten Flächenrahmens von maximal 23.000 qm (GF) aus Dienstleistungen, Gastronomie und Einzelhandel bestehen würden? Hierzu ist eine Tragfähigkeitssimulation getrennt für Empfangsgebäude und Starnberger Flügelbahnhof durchzuführen.

Für die beiden Gebäude wurden Flächenvorgaben definiert. Die geplante Geschossfläche für das Empfangsgebäude beträgt rund 87.700 qm (GF), davon sind etwa 20.000 qm (GF) für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen vorgesehen. Für den Starnberger Flügelbahnhof sind es rund 36.200 qm (GF), davon etwa 3.000 qm (GF) für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen. Der Anteil der reinen Einzelhandelsverkaufsflächen ist nicht mit einer Obergrenze festgelegt. Insofern hat der Gutachter die Flächenannahmen für Einzelhandelsverkaufsflächen unter Berücksichtigung allgemeiner Vergleichsbeispiele aus anderen Verkehrseinrichtungen und Intermodaleinrichtungen abzuleiten. Der Stadtrat hat sich dafür ausgesprochen, dass der Branchen- und Sortimentsmix nicht den Angebotscharakter wie in einem Shoppingcenter haben soll. Prüfkriterien zur Charakterisierung eines Shoppingcenters wurden allerdings nicht weiter ausgeführt.

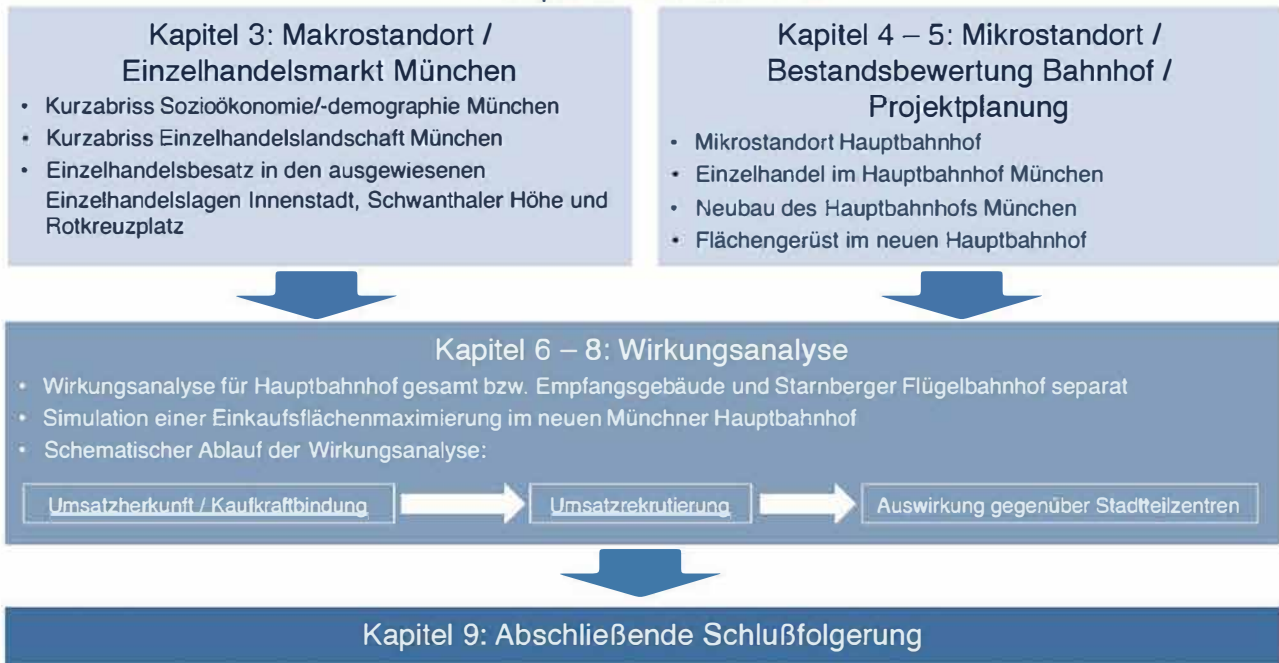
Im Rahmen der zwei oben genannten Abstimmungsrunden mit dem Auftraggeber Deutsche Bahn Station&Service AG und dem Planungsreferat bzw. der Hauptabteilung 1 der Landeshauptstadt München wurde auch die gutachterliche Methodik erörtert und Zwischenergebnisse diskutiert.

Im Vorfeld der Bearbeitung dieser Aufgabenstellung wurde erörtert, in wie weit zurechenbare Pro-Kopf-Ausgabenbeiträge den Fahrgästen zugeordnet werden können, um auf dieser Basis die Nachfragevolumina am Hauptbahnhof ermitteln zu können. Es hat sich gezeigt, dass verfügbare Informationen und Schätzungen eine hohe Schwankungsbreite von Ausgabenbeiträgen erkennen lassen. Die Ungenauigkeiten unterscheiden sich nicht nur bei der Auswahl der Intermodalimmobilie (Flughafen, Bahnhof usw.), sondern bei einer Bahnhofsimmobilie auch nach der Art der Fahrgäste (Fernreisende, Geschäftsreisende, Pendler, Nicht-Pendler und Besucher). Nachdem diese Zahlen für den Hauptbahnhof München nicht valide vorliegen, wurde das Nachfragevolumen durch ein Einzugsgebiet mit eingerechneten Pendlern abgeleitet.

Im Gutachten werden auch die Hauptwarengruppen von bulwiengesa als Sortimentsaufteilung herangezogen. Eine detaillierte Aufschlüsselung findet sich im Anhang.

Abb. 14: Bearbeitungsschema

Prüf- und Bearbeitungsschema  
 „Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung Einzelhandelsnutzung  
 im Hauptbahnhof München“



Quelle: bulwiengesa AG

**Maßgeblichkeitsschwelle**

In zahlreichen Gutachten und gerichtlichen Urteilen basiert die Einordnung und Bewertung, ab dem gemäß den relevanten städtebaulichen und raumordnungsplanerischen Kriterien im Regelfall Strukturschädigungen (z. B. maßgebliche Forcierung der Leerstandssituation) unterstellt werden, auf der "Maßgeblichkeitsschwelle" von etwa 10 % Umsatzumverteilung. Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer, im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten, Langzeitstudie (vgl. GMA (1997): Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg, S. 41). Zwischenzeitlich wurden in einer neuen Studie des DSSW diese Ergebnisse dahingehend validiert, dass per se nicht immer negative Auswirkungen eines größeren EH-Angebotes unterstellt werden können. Die 10%-Umverteilungsschwelle wurde erneut als Richtwert bestätigt, nicht als normativer und faktischer Grenzwert (DSSW: Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Berlin 2017).

Aus den Ergebnissen wurde die Schlussfolgerung gezogen, dass sich für innenstadtrelevante Sortimente erhebliche städtebauliche Folgen bei einer Umsatzumverteilung zwischen 10 % und 20 % ableiten. Jedoch wurde ergänzt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.



So hat das OVG Nordrhein-Westfalen in einem Urteil vom 01.02.2010 (Az.: 7A 1635/07) festgestellt, dass bereits ein Kaufkraftabfluss von 7,9 % bis 8,8 % in dem betroffenen Warenbereich zu einer städtebaulich nachhaltigen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches führen kann, wenn dieser schon erheblich "vorgeschädigt" ist.

Dieses Urteil zeigt auf, dass es nicht möglich ist, formelhaft auf bekannte Kennzahlen aus der Rechtsprechung zurückzugreifen, sondern es müssen die konkreten Besonderheiten des Sachverhaltes in die Betrachtung einbezogen werden. Je nach konkreter Situation können demnach auch schon unter oder ggf. erst deutlich über der 10 %-Schwelle Strukturschädigungen angenommen werden.

## 2.2. Quellen

Grundlage im Rahmen der Auftragsbearbeitung waren folgende Quellen:

- Planunterlagen und Skizzen des Architekturbüros Auer+Weber Architekten
  - Flächenübersicht Neubau Gebäude Starnberger Flügelbahnhof (SFB)
  - Flächenübersicht Neubau Empfangsgebäude (EG), Randbau Nord, Randbau Süd
- Nutzungskonzept für die Handels- und Gastronomieflächen im Zuge der Neustrukturierung des Münchner Hauptbahnhofs (Internes Papier, erstellt durch BBE Handelsberatung, 2016)
- Personenstromanalyse München Hauptbahnhof (DB, 2015)
- Einzelhandelserhebung Stadt München (im Auftrag der Stadt München, erstellt durch Stadt + Handel, 2012)
- Zentrenkonzept München (Stadt München, 2009)
- Statistiken und Veröffentlichungen kommunaler Stellen
- Statistiken und Kennzahlen von Einzelhandelsverbänden, Kammern und Institutionen der Einzelhandels- und Immobilienforschung
- bulwiengesa-eigene Daten zu den Verbrauchsausgaben sowie auch Ausgaben von Beschäftigten
- Heranziehung von Kennzahlen zur Kaufkraft (MB-Research, Nürnberg 2017)
- Auswertung sonstiger evtl. verfügbarer Untersuchungen oder Sonderuntersuchungen zu Einzelhandel, Städtebau und Stadtplanung
- LEP Bayern 2013
- Flächenerhebungen durch bulwiengesa im Mai 2017 im relevanten Einzugsgebiet der Stadt München auf Basis einer Fortschreibung der Einzelhandelserhebung des Büros Stadt + Handel (2012)

In die Studie flossen zudem die Erfahrungen aus der laufenden Begutachtung u. a. Wirkungsanalysen für neu zu entwickelnde Verkehrsstandorte, Nahversorgungszentren, Shopping-center- und Passagenentwicklungen sowie Erweiterungen von bestehenden Objekten im gesamten Bundesgebiet mit ein.



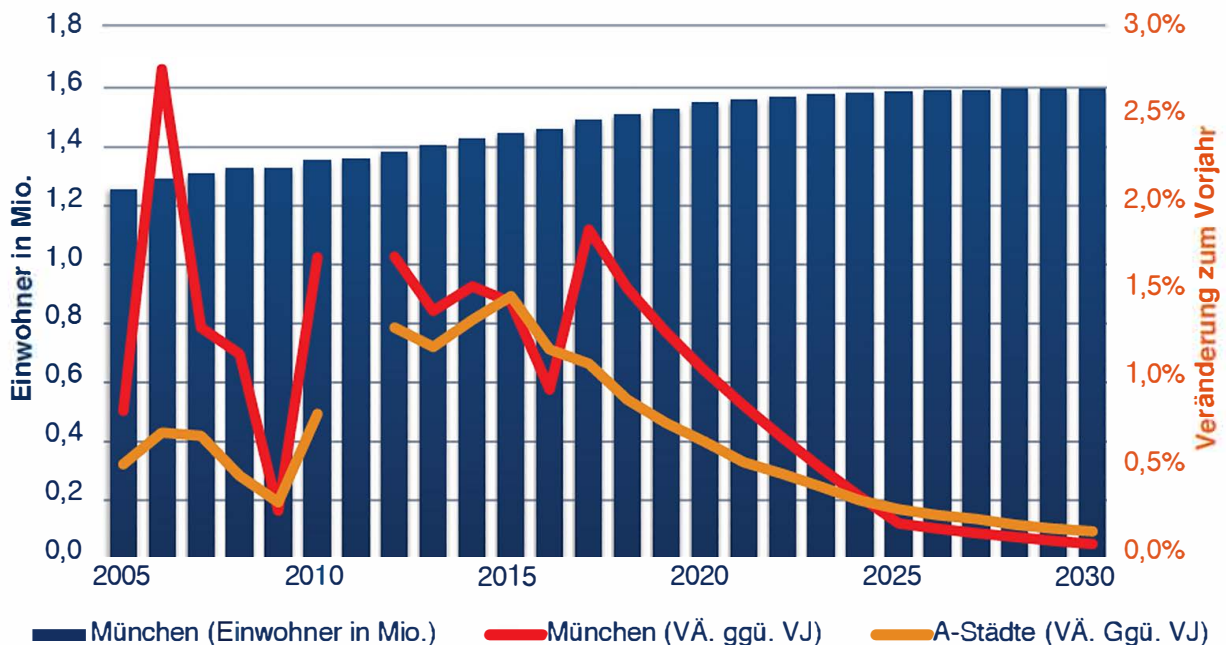
### 3. BESTANDSBEWERTUNG UND MARKTANALYSE

#### 3.1. Soziodemografie und Sozioökonomie Landeshauptstadt München

Die bayerische Landeshauptstadt ist mit rund 1,46 Mio. Einwohnern (2016) die drittgrößte Stadt Deutschlands. Dank einer robusten ökonomischen Ausgangslage und einer hohen Lebensqualität konnte München zwischen 2006 und 2016 eine Bevölkerungszunahme von 13,1 % verzeichnen (Zensus berücksichtigt). Dies entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 1,24 % p. a.. Die positive Dynamik Münchens in Bezug auf die Bevölkerungsentwicklung zeigt sich im direkten Vergleich mit anderen deutschen Metropolen. Diese wuchsen im Betrachtungszeitraum lediglich um 5,9 % beziehungsweise 0,57 % p. a..

Für den Zeitraum 2016 bis 2030 wird für München eine weitere Bevölkerungszunahme von 9,3 % beziehungsweise 0,64 % p. a. prognostiziert. Im Vergleich dazu geht die Prognose für die anderen A-Städte (ohne München: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, Stuttgart) von einem Zuwachs von 6,2 % beziehungsweise 0,43 % p. a. aus.

Abb. 15: Bevölkerungsentwicklung/-prognose München



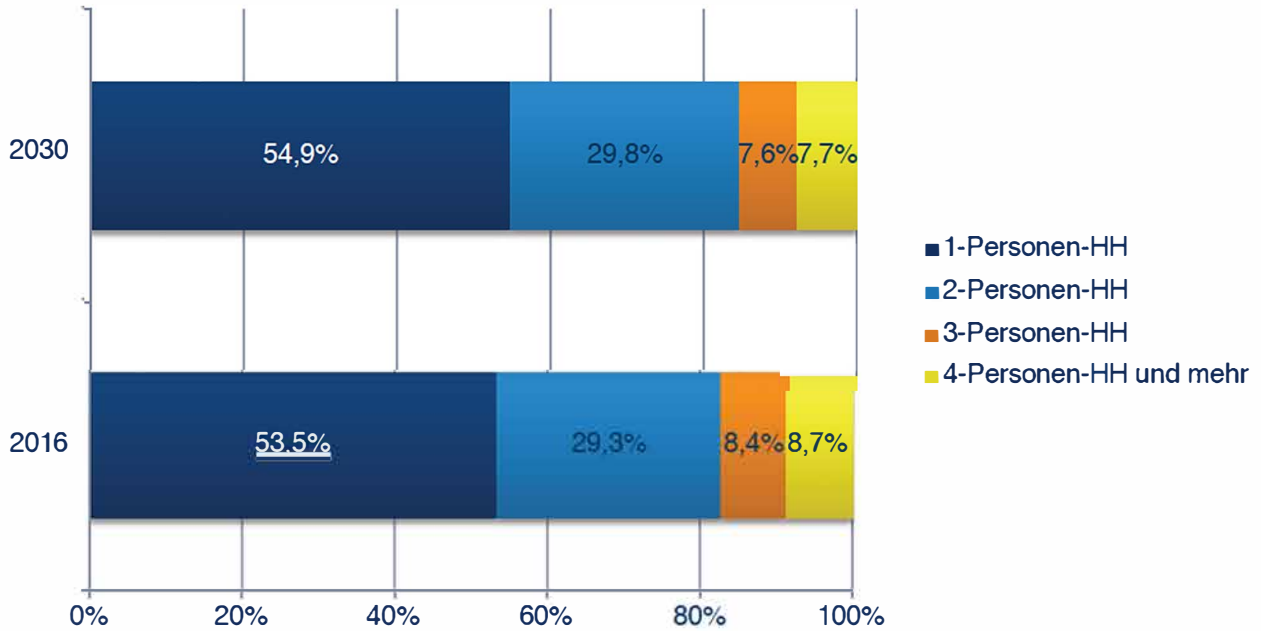
Quelle: Statistisches Bundesamt RiWIS Zensus 2011 berücksichtigt ab 2017 Prognose

Während die Einwohnerzahl Münchens seit 2006 um +13,1 % anstieg, verlief die Haushaltsentwicklung mit +17,0 % noch etwas positiver. Es werden im Münchner Stadtgebiet 846.417 Haushalte gezählt. 2016 kamen auf einen Haushalt durchschnittlich 1,73 Personen (2006: 1,79 Personen/Haushalt).

Auch die Haushalte werden bis 2030 für München auf 947.808 Haushalte ansteigen. Das entspricht einem prozentualen Plus von 12,0 % oder absolut 101.391 Haushalte mehr.

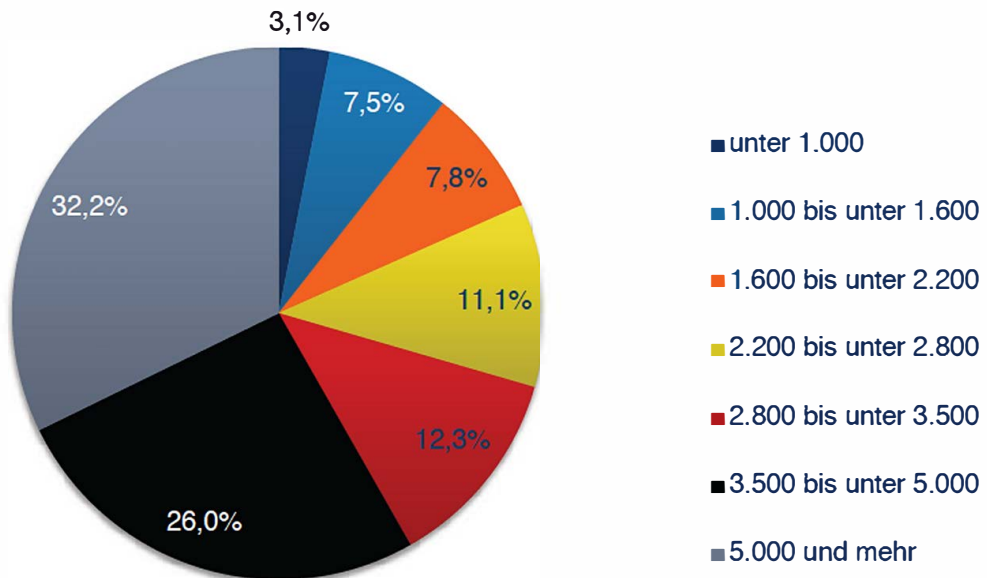
Bis 2030 werden die Ein- und Zweipersonenhaushalte um rund 100.000 Haushalte wachsen, wohingegen die Anzahl der Mehrpersonenhaushalte (3 Personen und mehr) stagnieren wird.

Abb. 16: Haushaltsstruktur der Stadt München



Quelle: Bayerisches Statistisches Landesamt MB-Research RIWIS

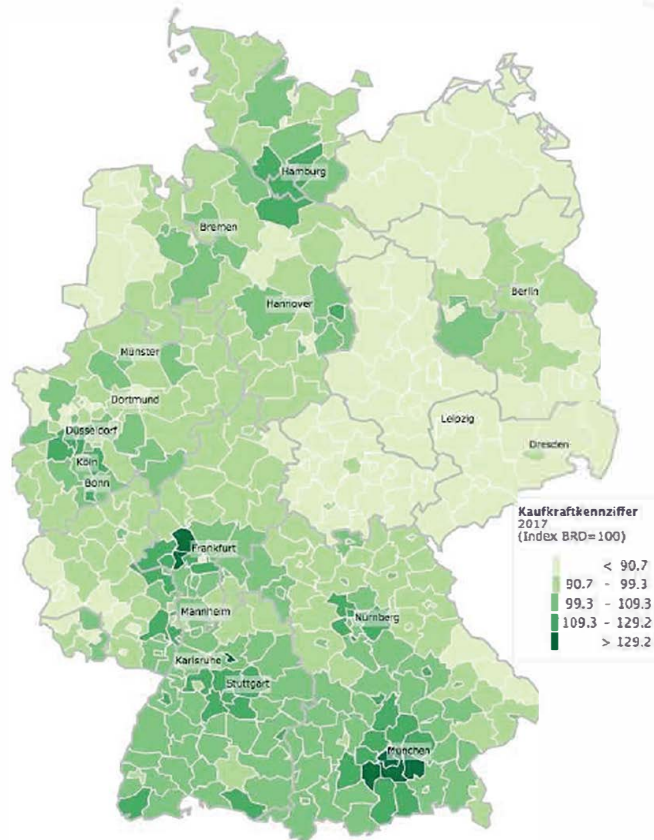
Abb. 17: Haushaltseinkommen München (2017)



Quelle: Bayerisches Statistisches Landesamt MB-Research RIWIS

Die Kaufkraft pro Kopf ist mit rund 2.506 Euro pro Monat im Vergleich zum Bundesdurchschnitt mit 1.872 Euro pro Kopf und Monat überdurchschnittlich hoch. Die oberen Einkommensgruppen (über 3.500 Euro und mehr) dominieren mit knapp 58,2 Prozent das Gesamtbild (im Vergleich Deutschland: 42,8 %).

Abb. 18: Kaufkraftkennziffer in Deutschland



Quelle: bulwiengesa AG RIWIS MB-Research 2017

Die Kaufkraft in München liegt mit 133,9 deutlich über dem deutschen Durchschnitt und auch weit höher als in den anderen A-Städten wie Berlin (93,3), Düsseldorf (118,8), Frankfurt am Main (114,7), Hamburg (110,4), Köln (107,0) und Stuttgart (112,9).

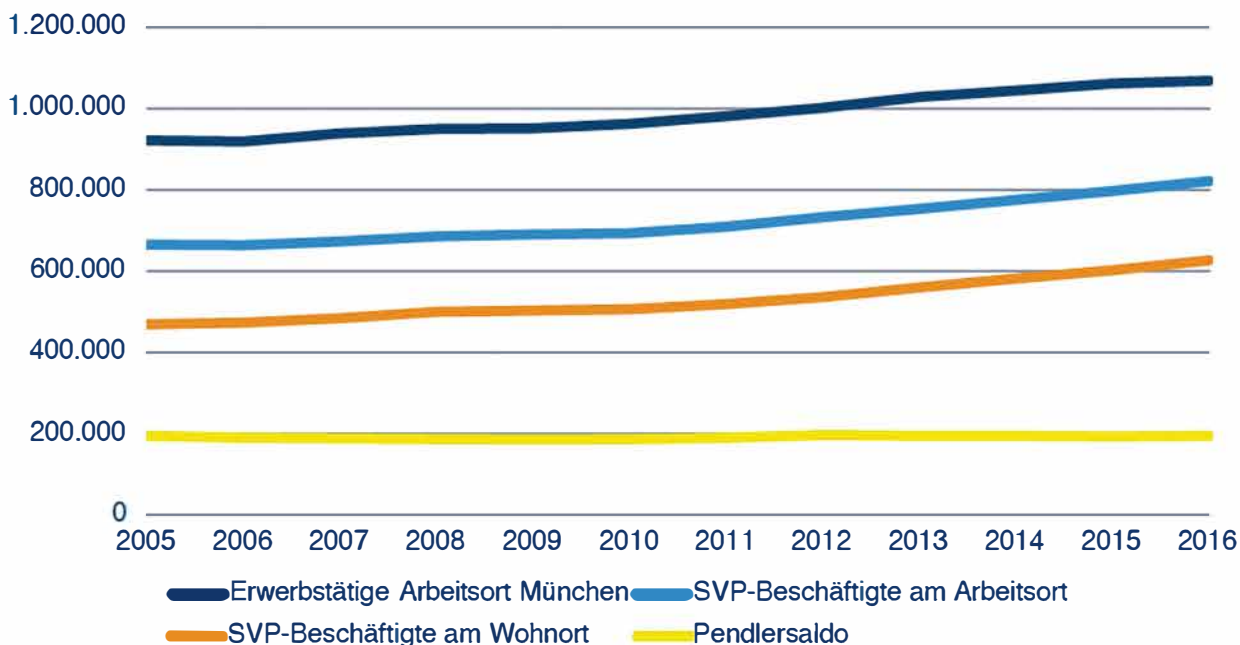
Abb. 19: Kaufkraft und Zentralität München

Kaufkraft und Zentralität (Index: D = 100)	2014	2013	2013	2014	2013	2016	2013	Delta 12-17
<b>München</b>								
Kaufkraftkennziffer	136,2	134,9	134,7	134,4	133,8	133,7	133,9	-1,0
Zentralitätskennziffer	123,2	120,3	119,2	118,3	117,0	116,1	115,3	-5,0
Kaufkraft je Einwohner (Euro)	27.320	27.677	27.970	28.460	29.057	29.475	30.074	8,7 %
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	122,1	123,2	123,0	123,3	123,3	122,9	123,9	0,7
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je EW (Euro)	7.198	7.500	7.783	7.826	7.960	7.973	8.157	8,8 %
<b>Bayern</b>								
Kaufkraftkennziffer	108,2	108,2	108,3	108,4	108,3	108,2	108,1	-0,1
Kaufkraft je Einwohner (Euro)	21.696	22.201	22.484	22.953	23.516	23.864	24.290	9,4 %
<b>Deutschland</b>								
Kaufkraft je Einwohner (Euro)	20.059	20.512	20.770	21.174	21.713	22.048	22.467	9,5 %

Quelle: MB Research bulwiengesa AG

Die Zentralität ist mit 115,3 auch weit über dem deutschen Schnitt, was Kaufkraftzuflüsse in die Stadt bedeutet. Dies verdeutlicht noch einmal die zentrale Stellung Münchens als Einzelhandelsstandort für Bayern und als wichtiger Touristenmagnet.

Abb. 20: Erwerbstätige, SVP-Beschäftigte und Pendlersaldo



Quelle: Bundesagentur für Arbeit RIWIS

Die Anzahl der SVP-Beschäftigten lag 2016 bei 822.000 und damit um 156.600 SVP-Beschäftigte höher als noch 2005. Dies entspricht einem Zuwachs von 23,5 %. Von den zu diesem Stichtag registrierten SVP-Beschäftigten waren rund 368.300 Einpendler.

Die Kaufkraftkennziffer und auch die Zentralitätskennziffer zeigen, München verfügt über eine überaus einkommensstarke Bevölkerung bzw. eine zentrale Stellung für die Region. Die starke Verflechtung der Stadt München mit dem Umland und die gute Verkehrsanbindung ergeben die intensiven Pendlerbeziehungen einer wachsenden Metropolregion.

Prognostisch lässt sich auf Basis der wachsenden Bevölkerung sowie überdurchschnittlichen Kaufkraft und Einkommen eine zukünftig gute Entwicklung der Nachfragebasis in München bestätigen.



### 3.2. Münchner Einzelhandelslandschaft

Die Verkaufsfläche im Münchner Einzelhandel lag bei der letzten Erhebung<sup>7</sup> im Jahr 2012 bei rund 1,67 Mio. qm und ist gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2004 um 8,4 % gewachsen. Die Verkaufsfläche pro Einwohner ist mit 1,1 qm rund 25 % unter dem Durchschnittswert für Deutschland (rund 1,5 qm VKF/Einwohner). Aufgrund einiger großflächiger Projektentwicklungen und einer Verdichtung in der Nahversorgung nach 2012 ist die Verkaufsfläche im Einzelhandel auf 1,7 bis 1,8 Mio. qm angestiegen, was aber mit 1,2 qm VKF/Einwohner immer noch weit unter dem deutschen Pro-Kopf-Durchschnittswert liegt.

Abb. 21: Rahmendaten Einzelhandel Stadt München

Verkaufsflächenbestand – Stadt München (in Klammern der jeweilige Jahresstand)		
	Verkaufsfläche (qm)	Anteil
Einzelhandel gesamt (2012)	1 667 290	100,0 %
davon		
Shoppingcenter (VKF > 10.000 qm; Stand 2017)	243.150	14,6 %
Fachmarktstandorte (VKF > 10.000 qm; Stand: 2017)	409.300	24,5 %
Nahversorgungsrelevante Betriebe (Stand: 2012)	566.120	33,4 %
<b>Planung Hauptbahnhof (inkl. Bestandsflächen)</b>	<b>8.760</b>	<b>0,5 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Stadt + Handel im Auftrag der Stadt München (2012) Rundungsdifferenzen möglich

Die gesamten Einzelhandelsflächen im Neubau des Hauptbahnhofs München entsprechen 0,5 % der Gesamtverkaufsfläche des städtischen Einzelhandels und die Erweiterung kommt nur auf einen Anteil von 0,27 %.

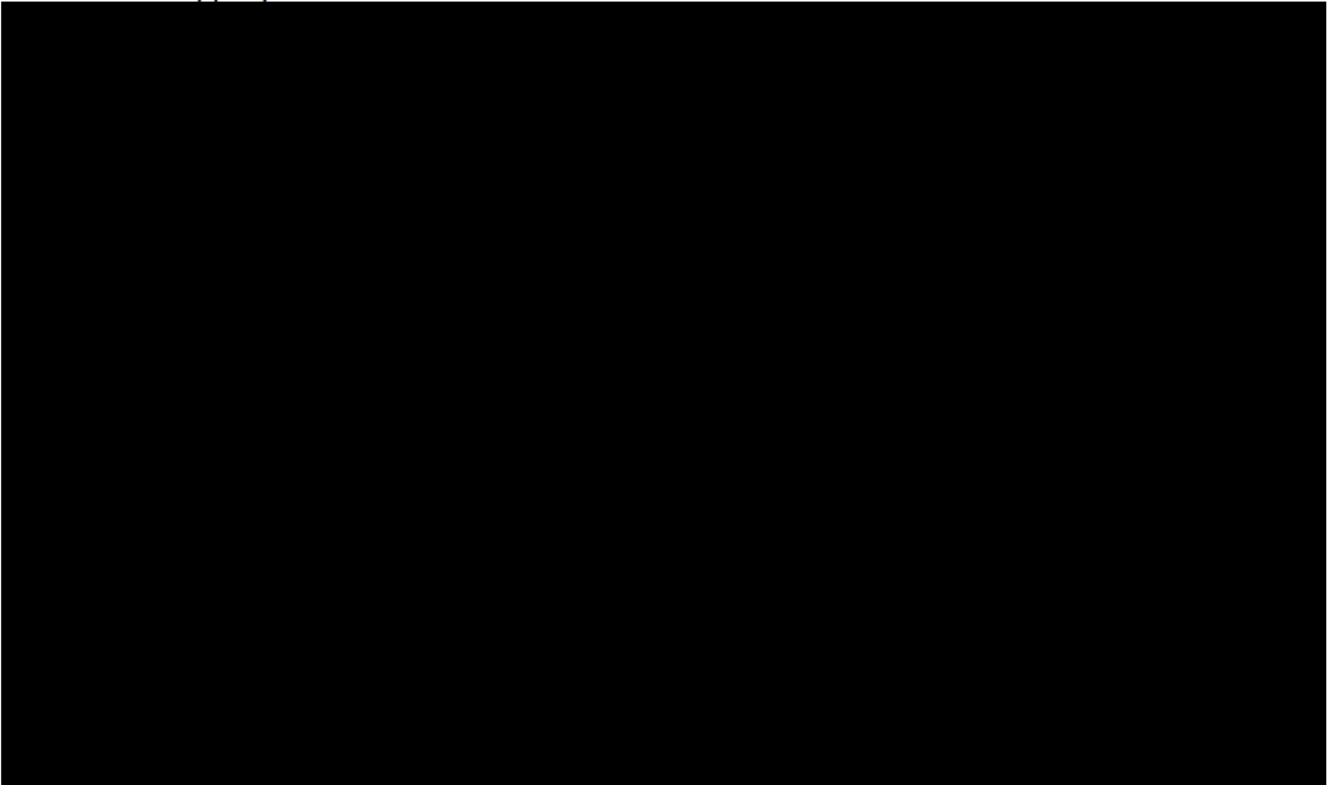
Bedeutsame Münchner Einzelhandelsstandorte mit überregionaler Sogwirkung sind die Innenstadt und die Shoppingcenter Olympia-Einkaufszentrum (OEZ) und Perlacher-Einkaufszentrum (PEP). Die Eröffnung der Pasing Arcaden im Westen von München und der Hofstatt in der Innenstadt sowie die Erweiterungen der Riem Arcaden und des PEPs sind nach 2012 erfolgt.

Im Frühjahr 2019 soll das Forum Schwanthalerhöhe fertiggestellt werden. Das Forum Schwanthalerhöhe (ehemaliger XXXLutz) wird durch die Hamburger HBB-Gruppe entwickelt. Die Bayerische Hausbau entwickelt ein Nahversorgungszentrum auf dem Nachbargrundstück. Beide Objekte werden im Untergeschoss miteinander verbunden sein. Aktuell sind als wichtige Mieter Decathlon, Toys R Us, Edeka und VollCorner bestätigt. Für das Forum Schwanthalerhöhe wird ein Mieteranteil mit modischem Bedarf von über 70 % erwartet. Dieser Branchenmix ist typisch für ein modernes Shoppingcenter.

Die Fachmarktstandorte haben ein lokales bis regionales Einzugsgebiet (je nach Größe und Warenangebot). Die wichtigsten Fachmarktstandorte im Stadtgebiet Münchens sind der Euro Industriepark (inkl. SUMA-Center) im Norden und die FMA Hans-Steinkohl-Straße (u. a. Möbel Höffner, Hornbach) im Münchner Westen.

<sup>7</sup> Stadt + Handel (2012): Turnusgemäße Erhebung 2012 als Grundlage zur Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Landeshauptstadt München

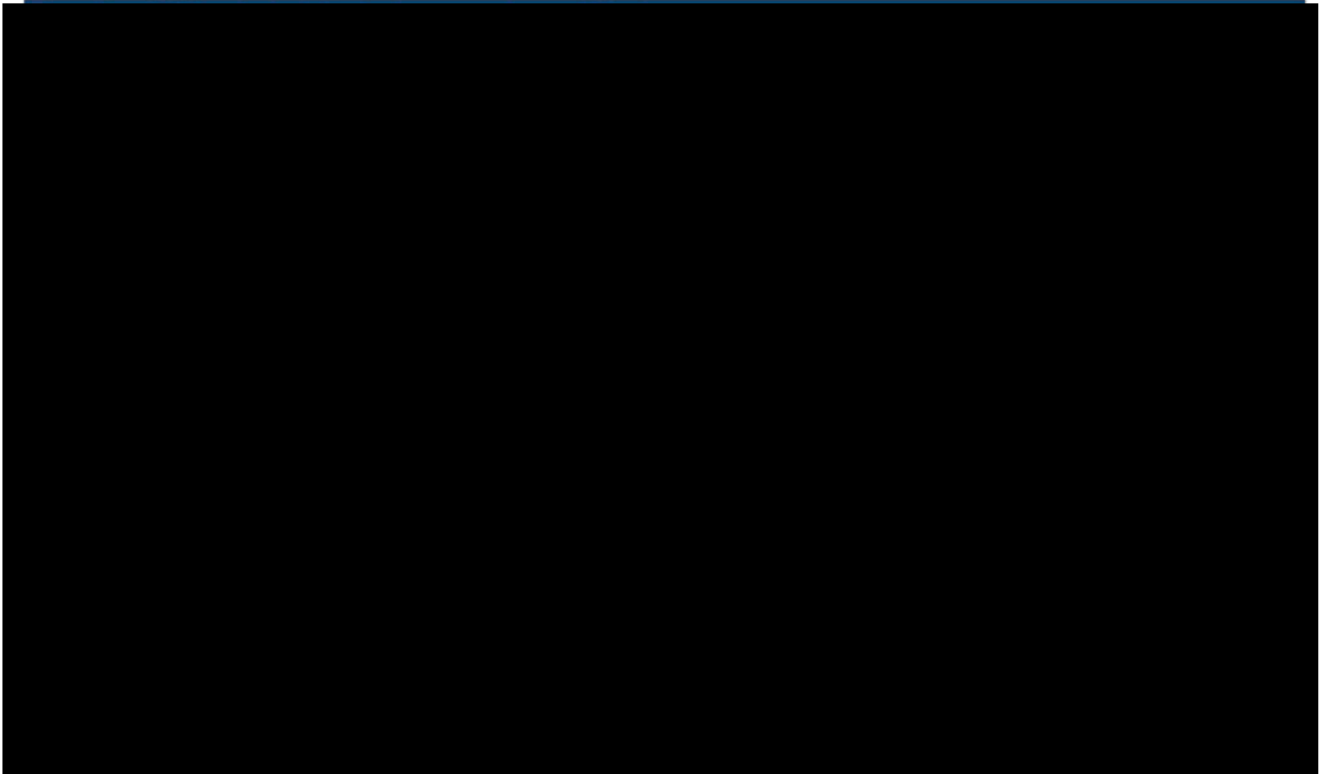
Abb. 22: Shoppingcenter-/Fachmarktstandorte in München



Der mit Abstand wichtigste Einzelhandelsstandort der Landeshauptstadt ist allerdings die Innenstadt. Ihre 1a-Lage erstreckt sich zwischen Karlsplatz, Odeonsplatz, Marienplatz und Sendlinger Tor. Herzstück der 1a-Lage sind die Neuhauser Straße und die Kaufingerstraße (gehören regelmäßig zu den bestfrequentiertesten Einkaufsstraßen in Deutschland). Das Luxussegment ist in der Maximilianstraße ansässig. Die 1a-Lage ist begehrtes Expansionsziel deutscher und internationaler Einzelhändler, was zu den höchsten Spitzenmieten im deutschen Einzelhandel führt.

Nach 2013 sind mit dem Palais an der Oper, dem Joseph Pschorr Haus (ehemaliger Karstadt am Dom) und der Hofstatt seit längerem erstmals wieder drei größere Premiumobjekte mit insgesamt über 30.000 qm Verkaufsfläche in der 1a-Lage fertiggestellt worden.

Abb. 23: Einzelhandelslandschaft in der Innenstadt von München



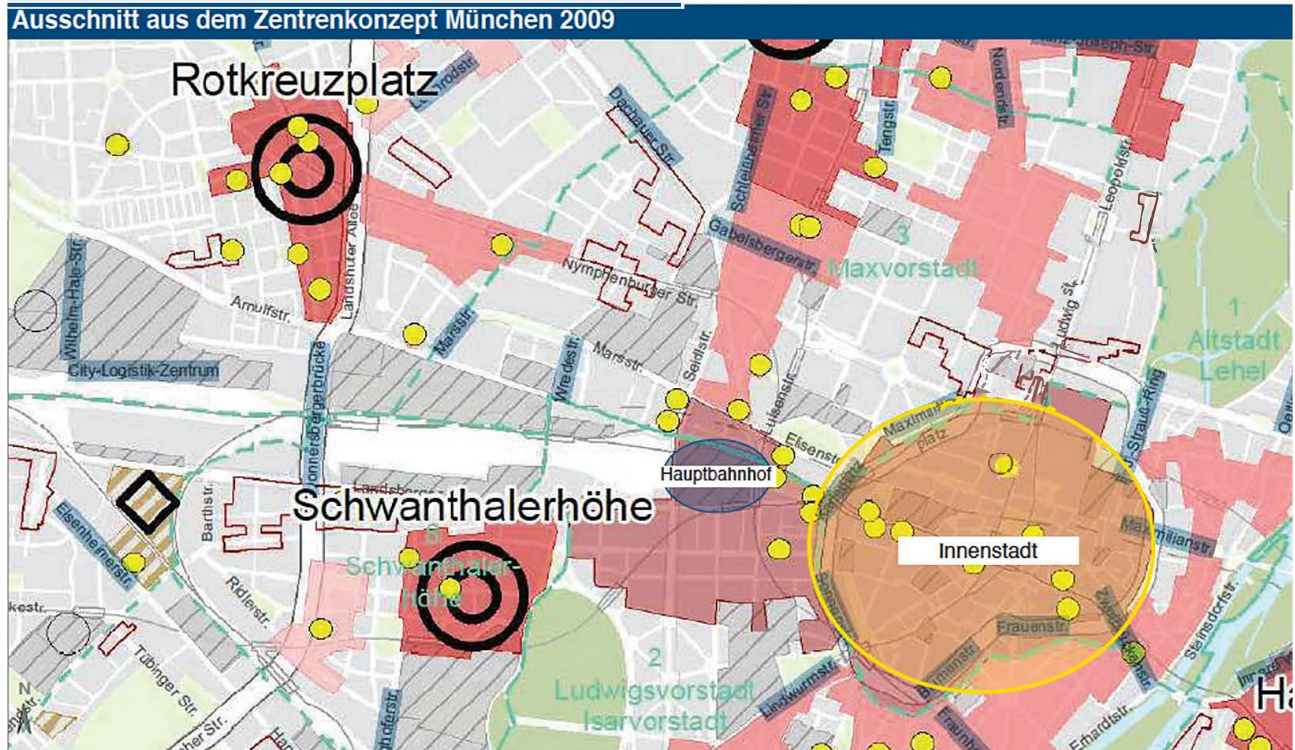
Derzeit sind verschiedene großflächige Einzelhandelsentwicklungen in der Innenstadt mehr oder weniger konkret in der Pipeline. Die Alte Akademie in der 1a-Lage soll bis 2020/2021 zu einem gemischt genutzten Ensemble mit hochwertigem Einzelhandel umgebaut werden. Der unmittelbar in Nachbarschaft zum Hauptbahnhof gelegene Elisenhof soll in den nächsten Jahren komplett umgestaltet werden. Im Gespräch ist derzeit die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters als Ergänzung zum Discounter Lidl sowie ein Fachmarkt. Umbauplanungen gibt es auch für das an der Ecke Bayerstraße/Schillerstraße gelegene C&A Textilkaufhaus. Derzeit noch völlig offen sind die Nutzungsüberlegungen für den Karstadt am Bahnhofsplatz.

### **3.3. Einbindung des Hauptbahnhofs in die Münchner Innenstadt**

Die Fläche des Hauptbahnhofs München mit seiner Lage im Stadtbezirk 2 (Ludwigsvorstadt-Isarvorstadt) ist nach dem Zentrenkonzept der City-Erweiterung des Stadtzentrums zuzuordnen.

Durch die relative Nähe zum Hauptbahnhof werden die beiden Stadtteilzentren Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz als auswirkungssensible Stadtteilzentren mit in die Wirkungsanalyse einbezogen. Stadtteilzentren versorgen die Stadtteile mit einem differenzierten und spezialisierten Einzelhandelsangebot des mittel- und langfristigen Bedarfs, aber auch des kurzfristigen Bedarfs. Sie werden ergänzt durch private und öffentliche Dienstleistungen einschließlich sozialer und kultureller Einrichtungen. Im Einzugsbereich sollen mindestens 30.000 Einwohner leben.

Abb. 24: Standort Hauptbahnhof im Zentrenkonzept München



Quelle: Zentrenkonzept Stadt München (2009)

Der Hauptbahnhof selbst hat mit seiner Ausstattung an Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen eine Sonderstellung in München. Neben dem erwähnten Einzelhandel im Empfangsgebäude und dem Stamberger Flügelbahnhof gibt es auch noch Einzelhandel-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen im Sperrengeschoss der MVG. Diese Flächen wurden in den letzten Jahren ebenfalls modernisiert. In Nachbarschaft ist fußläufig der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) angesiedelt. Der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) an der Hackerbrücke ist eine vergleichbare – aber kleinere – Immobilie mit Angeboten für Reisende. Sie verfügt über rund 2.900 qm Mietfläche Einzelhandel und rund 7.000 qm Mietfläche Büro. Die Gesamtnutzfläche einschließlich der Omnibusfläche beträgt 22.700 qm. Die beiden Ankermieter Lidl und dm Drogeriemarkt haben eine Mietfläche von zusammen etwa 1.500 qm. Die Gastronomie mit Vapiano umfasst rund 750 qm Mietfläche. Sowohl der Einzelhandel als auch die Gastronomie im ZOB übernehmen auch Nahversorgungsaufgaben für die Wohnbevölkerung und Bürobeschäftigten im Bereich Arnulfpark (etwa 1.100 Wohnungen mit rund 2.100 bis 2.500 Einwohnern und rund 185 Tsd. qm MF Büro mit rund 4.300 bis 4.800 Beschäftigten).



### 3.4. Wettbewerbsanalyse der umliegenden Einzelhandelszentren

Die Einzelhandelsflächen mit Erhebungsstand 2012 wurden in den Stadtteilzentren Innenstadt (inkl. Vorstadt), Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz im Mai 2017 fortgeschrieben und ergänzt.

Innerhalb dieser Abgrenzungen nach Stadtteilzentren und Stadtzentrum inkl. Erweiterungen wird keine weitere Untergliederung nach den verschiedenen Typisierungen Quartierszentrum, Nahbereichszentrum, integrierte Streulagen oder teilintegrierte Einzelhandelsstandorte unternommen. Dies ist rechnerisch und methodisch kaum möglich und würde letztendlich eine Scheingenauigkeit erzielen. Für die unmittelbaren arrondierenden Angebote im Bahnhofsumfeld, wie größerflächige Lebensmittelangebote und textile Sortimente, werden Aussagen getroffen.

Abb. 25: Verkaufsflächen/Umsatz relevante Einzelhandelsstandorte gesamt (2017)

Verkaufsflächenbestand – Innenstadt und Erweiterung, Schwanthaler Höhe, Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Fläche (qm)	Raumleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro p. a.)
Periodischer Bedarf	86.728	9.410	816,3
Modischer Bedarf	264.108	7.720	2.037,8
Elektro/Technik	30.222	9.020	272,5
DIY/Garten/Freizeit	6.803	6.680	45,4
Persönlicher Bedarf/ Sonstige Hartwaren	63.258	13.110	829,2
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>451.119</b>	<b>8.870</b>	<b>4.001,2</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Zusammen verfügen die drei Einzelhandelsstandorte über eine Verkaufsfläche von rund 451 Tsd. qm VKF. Mit 58,5 % entfällt mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche auf den Modischen Bedarf inkl. Schuhe. Die zweitstärkste Warengruppe ist der Periodische Bedarf mit einem Flächenanteil von 19,2 %. Von der Gesamtfläche entfallen rund 86,8 % auf die Innenstadt.

Alle Hauptwarengruppen weisen eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität auf. Die durchschnittliche Raumleistung aller Einzelhandelsflächen der drei Standorte liegt bei rund 8.870 Euro/qm VKF, was mehr als das doppelte der deutschen Durchschnittsraumleistung im Einzelhandel entspricht.

### 3.4.1. Stadtzentrum (Innenstadt) und Erweiterung

Abb. 26: Stadtzentrum (Innenstadt) und Erweiterung

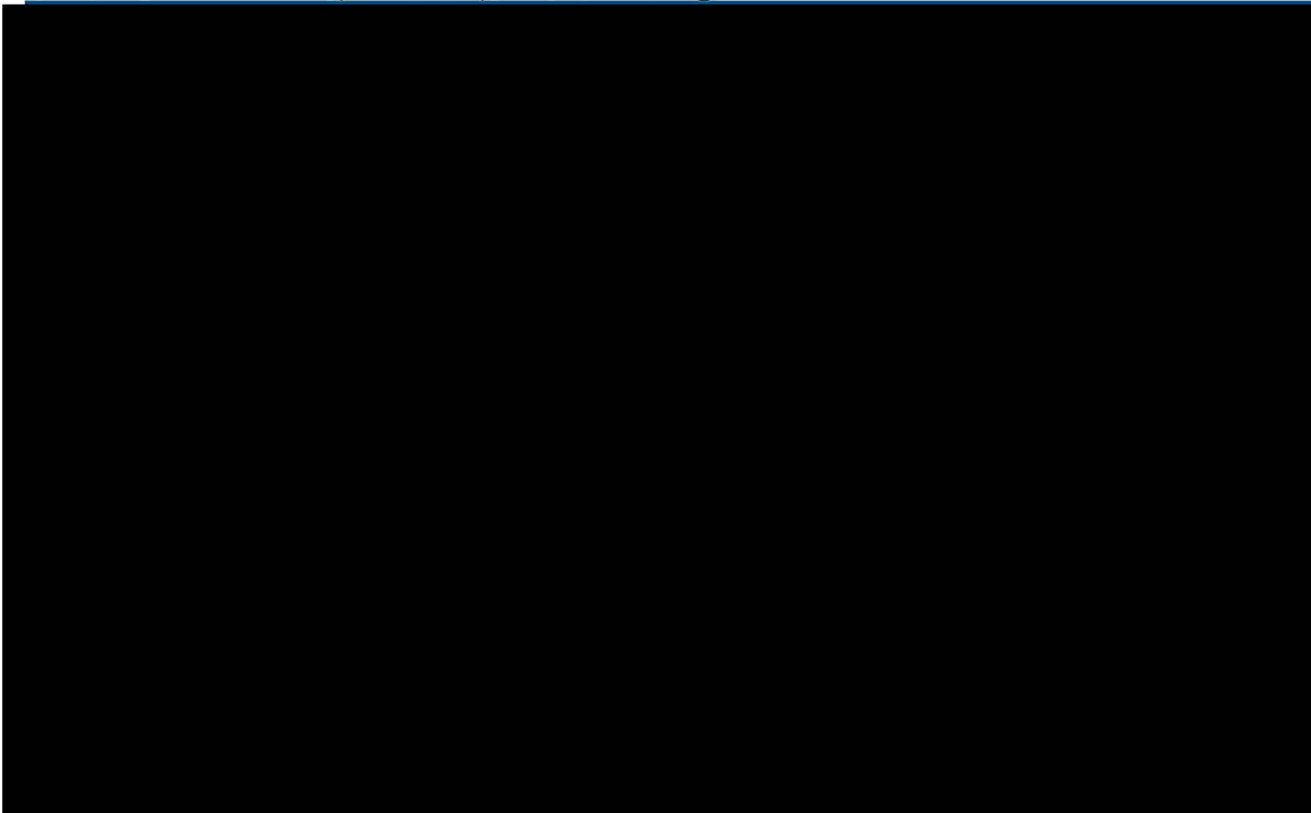


Abb. 27: Verkaufsflächen Innenstadt (2017)

Verkaufsflächenbestand – Stadtzentrum (Innenstadt) und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Fläche (qm)	Raumleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro p. a.)
Periodischer Bedarf	66.160	10.200	674,8
Modischer Bedarf	243.811	8.000	1.950,1
Elektro/Technik	19.482	11.000	214,3
DIY/Garten/Freizeit	5.762	7.400	42,6
Persönlicher Bedarf/ Sonstige Hartwaren	56.226	14.000	787,2
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>391.441</b>	<b>9.370</b>	<b>3.669,0</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen mög ch

In der Innenstadt ist die Dominanz der Leitbranche Mode mit einem Flächenanteil von 62,3 % extrem deutlich ausgeprägt. Auch die erwirtschaftete Raumleistung liegt mit rund 9.370 Euro/qm VKF deutlich höher als der städtische Durchschnitt.

### 3.4.2. Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe

Abb. 28: Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe

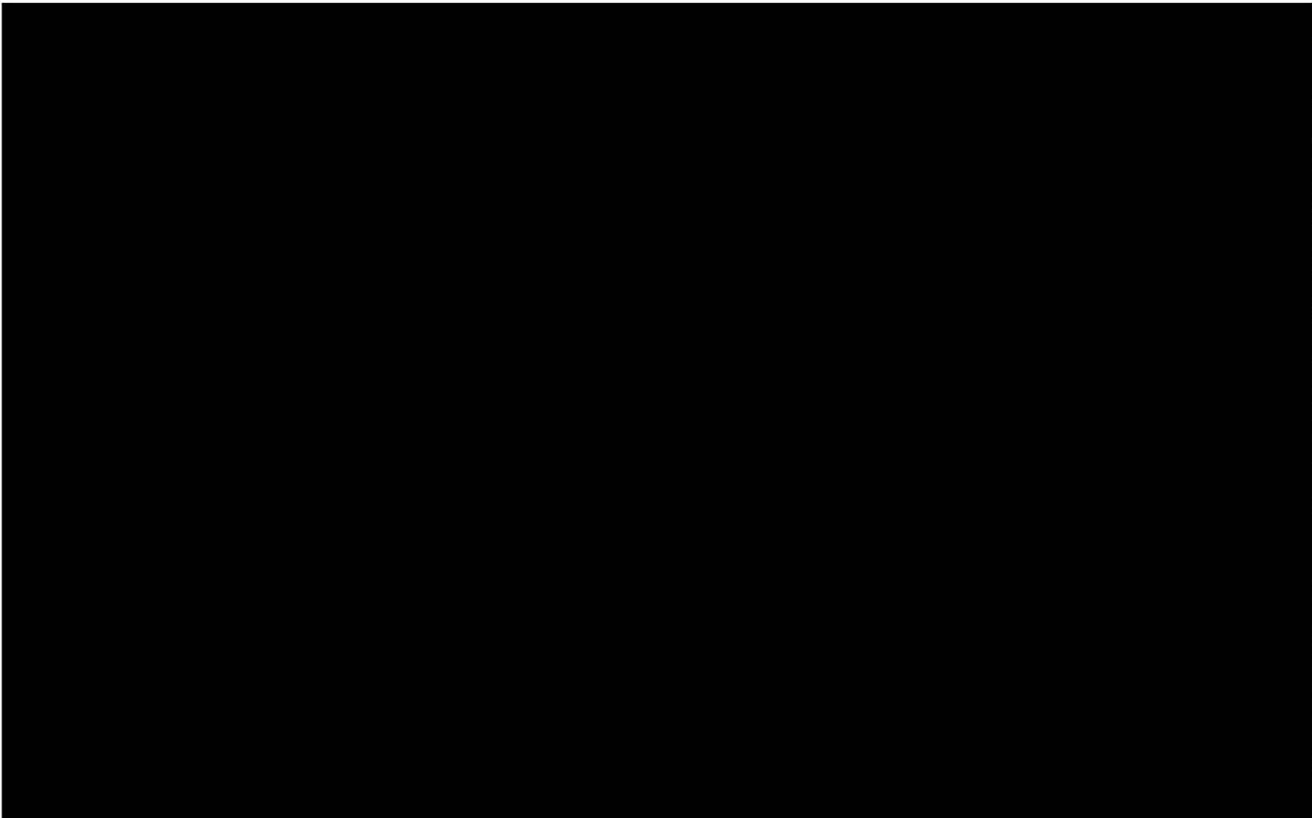


Abb. 29: Verkaufsflächen Schwanthaler Höhe (2017)\*

Verkaufsflächenbestand – Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Fläche (qm)	Raumleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro p. a.)
Periodischer Bedarf	11.527	6.000	69,2
Modischer Bedarf	12.162	3.800	46,2
Elektro/Technik	10.136	5.500	55,7
DIY/Garten/Freizeit	481	2.000	1,0
Persönlicher Bedarf/ Sonstige Hartwaren	3.596	5.000	18,0
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>37.902</b>	<b>5.020</b>	<b>190,1</b>

Quelle: bulwiengesa AG. Rundungsdifferenzen möglich. \* einschließl. Forum Schwanthaler Höhe

Im Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe sind die Flächen des projektierten Shoppingcenters bereits mit eingerechnet. Die drei dominierenden Hauptwarengruppen sind der periodische Bedarf, Mode und Elektro/Technik. Das große Angebot an Elektro/Technik ist mit dem Frequenzbringer Saturn eine wichtige Komponente für das Stadtteilzentrum. Mit der Eröffnung des Forums wird die einzelhändlerische Bedeutung des Standortes noch einmal gestärkt.

### 3.4.3. Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz

Abb. 30: Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz

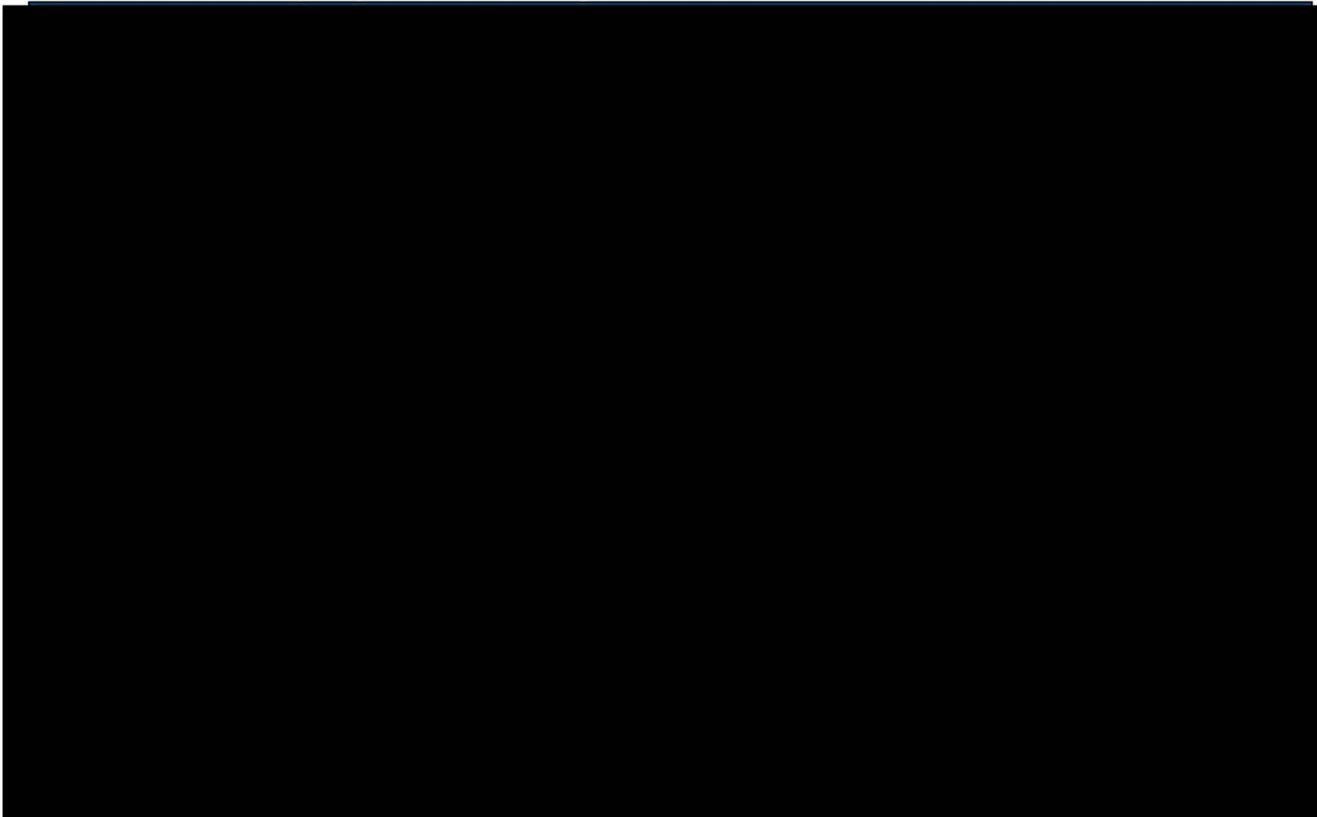


Abb. 31: Verkaufsflächen Rotkreuzplatz (2017)

Verkaufsflächenbestand – Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Fläche (qm)	Raumleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro p. a.)
Periodischer Bedarf	9.041	8.000	72,3
Modischer Bedarf	8.135	5.100	41,5
Elektro/Technik	604	4.000	2,4
DIY/Garten/Freizeit	560	3.300	1,8
Persönlicher Bedarf/ Sonstige Hartwaren	3.436	7.000	24,1
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>21.776</b>	<b>6.530</b>	<b>142,1</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

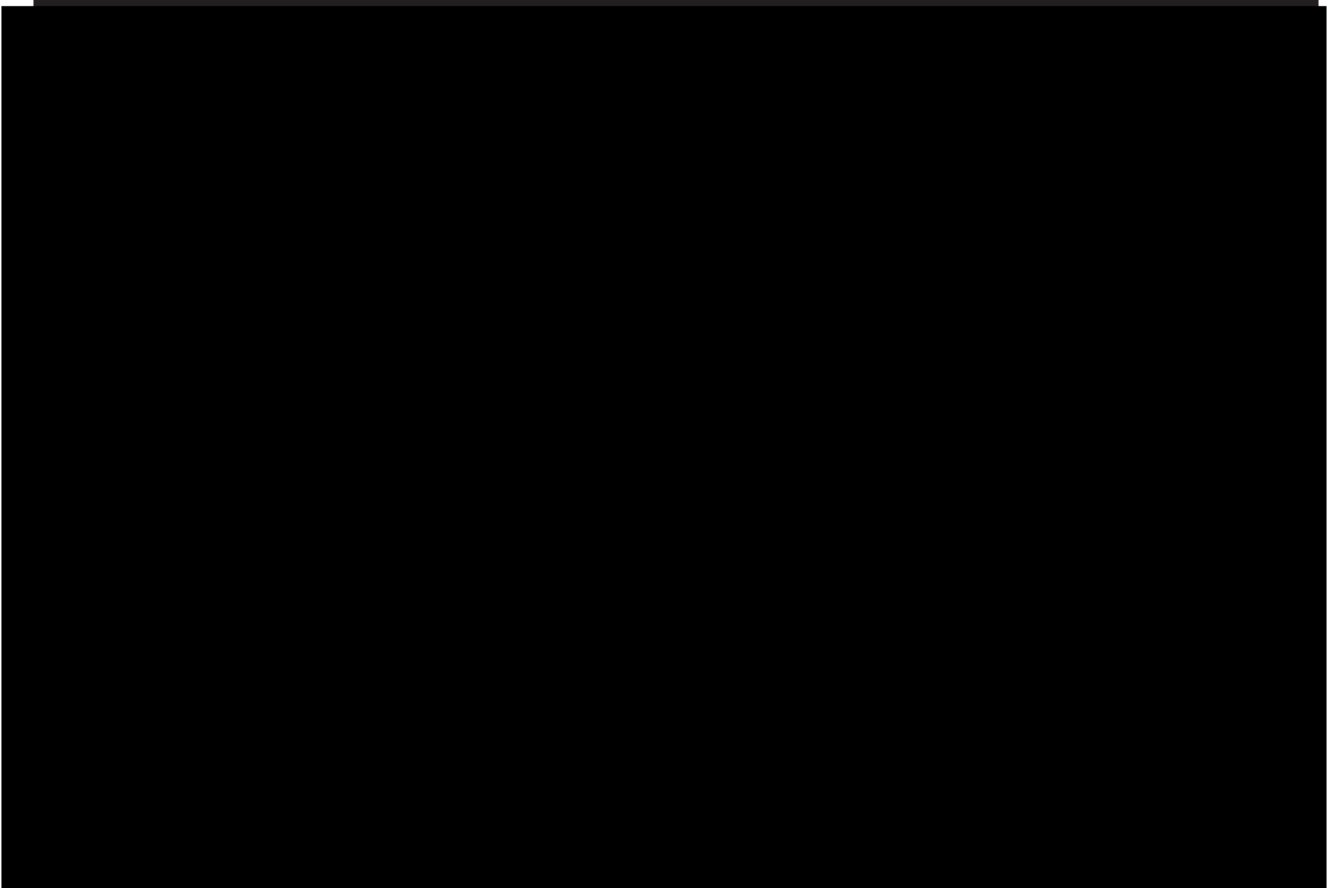
Die Leitbranchen im Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz sind der Periodische Bedarf und der Modische Bedarf mit einem Flächenanteil von 41,5 bzw. 37,4 %. Der dominierende Betrieb ist das Warenhaus Galeria Kaufhof.



## 4. MIKROSTANDORT UND EINZELHANDEL IM HAUPTBAHNHOF

### 4.1. Mikrostandort Hauptbahnhof München

Abb. 32: Hauptbahnhof München; Lage und Standortumfeld



Mit seiner städtebaulich integrierten Lage im Münchner Stadtbezirk 2 (Ludwigvorstadt-Isarvorstadt) und der räumlichen Nähe zur Münchner Innenstadt und zum Stadtbezirk 1 (Altstadt-Lehel) nimmt der Bahnhof eine herausragende infrastrukturelle Bedeutung ein. Die räumliche Nähe zum Karlsplatz mit dem Beginn der Fußgängerzone, die maximal in 10 Minuten fußläufig erreichbar ist, rundet die gute Lage ab. Die Integration und Fühlung zu den wesentlichen innerstädtischen Einzelhandelslagen sowie Großbetrieben (Karstadt am Bahnhofplatz, Galeria Kaufhof am Karlsplatz, Großbetriebe in Neuhauser Straße und Kaufingerstraße) sind sehr gute Standortfaktoren.

Das direkte Standortumfeld ist stark gewerblich geprägt mit Schwerpunkten im Lebensmittelhandwerk und Hotellerie sowie Gastronomie und diversen Dienstleistungsbetrieben. Die Straßenzüge rund um den Bahnhof weisen eine ähnliche Prägung auf:

- Arnulfstraße: diverse Angebote mit Kleingastronomie und Hotellerie
- Dachauer Straße (Bereich Hauptbahnhof Nord): Dominanz durch Spielhallenbetriebe, Take-Away-Gastronomie, Billigshops sowie kleinflächiger, meist ethnisch geprägter Einzelhandel
- Südlich der Bayerstraße: diverse Angebote mit Kleingastronomie und Kleinbetriebe mit hoher ethnischer Prägung; an der Ecke Schillerstraße/Bayerstraße C&A
- Östlich des Bahnhofs/Bahnhofplatz: Gebäude des Warenhauses Karstadt mit Ausdehnung bis zum Karlsplatz und dem Hotel Königshof

Die Verbindung zur 1a-Lage erfolgt fußläufig über den Bahnhofsvorplatz, die Schützenstraße bzw. Prielmayerstraße mit anschließender Überquerung der Sonnenstraße. Bei der fußläufigen Verbindung zur 1a-Lage sind derzeit mit dem Bahnhofplatz und der Sonnenstraße zwei vielbefahrene Straßen zu überqueren. Der Bahnhofsvorplatz kann durch das Sperrengeschoss der MVG und die Sonnenstraße durch den S-/U-Bahnhof Karlsplatz (Stachus) unterquert werden oder die Strecke kann auch alternativ mit der Tram- bzw. S-Bahn zurückgelegt werden.

#### *Verkehrliche Anbindung und Parkplätze*

Der Hauptbahnhof weist eine sehr gute verkehrliche Anbindung auf. Es bestehen Zu- bzw. Anfahrten von den Verkehrsachsen Bayerstraße und Arnulfstraße und auch vom Bahnhofplatz aus.

Der Bahnhof ist regional und überregional sowie international mit 32 oberirdischen Gleisen bestens eingebunden. Durch die Inbetriebnahme der zweiten Stammstrecke wird die Bedeutung des Hauptbahnhofs München als bedeutender Intermodalstandort noch weiter ausgebaut. Durch den Bahnhof, als ein wesentlicher Zentralhaltepunkt der S-Bahnstammstrecke, verlaufen acht S-Bahnstrecken und sechs U-Bahnlinien (ggf. mit der Inbetriebnahme der U 9: sieben Linien) in zwei U-Bahnhöfen der MVG. Im Umfeld des Bahnhofs gibt es zahlreiche Haltestellen für die Trambahn und Buslinien.

Der Großteil der Fahrgäste reist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zum Bahnhof. Für Pkw-Fahrer sind 46 Stellplätze (Kurzparker) am Eingang Süd zwischen dem Hotel Sofitel und dem Intercity Hotel vorhanden. Weitere 579 Parkplätze werden in der Tiefgarage und im Parkhaus Hauptbahnhof vorgehalten. Die Stellplatzausstattung ist insgesamt für den Innenstadtstandort als angemessen zu beurteilen.

## 4.2. Einzelhandel im Hauptbahnhof München

Der gegenwärtige Angebotsmix des Hauptbahnhofs in München entspricht dem typischen Branchen- und Sortimentsmix einer Intermodalimmobilie. Er wird überwiegend durch Reisebedarf, Gastronomie und Lebensmittelhandwerk dominiert. Dieser Grundanteil (Zeitschriften, Bücher, Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, Tabak, Drogeriewaren und Gesundheitsbedarf) wird auch im neuen Bahnhof einen bedeutenden Verkaufsflächenanteil haben.

Nach eigenen Angaben der Deutschen Bahn Station&Service AG betrug die Mietfläche, die an Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister vermietet wurde, im Jahr 2016 rund 11.200 qm. Die reine Verkaufsfläche beträgt aktuell am Hauptbahnhof rund 4.200 qm. Als reine Verkaufsfläche werden seitens der bulwiengesa AG alle Flächen gewertet, die kundenzugänglich sind und grundsätzlich dem Verkauf und dem Angebot von Waren und Sortimenten aller Art dienen. Somit wird beispielsweise bei Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger usw.) die Fläche der Sitzgastronomie nicht als Verkaufsfläche gezählt. Hier wird nur die Länge der Thekenfläche mit einer maximalen Tiefe von zwei Metern als Verkaufsfläche berücksichtigt. Die Verkaufsflächendefinition ist damit im Wesentlichen an die Definition der gif angelehnt.<sup>8</sup>

Insgesamt sind zum Erhebungszeitpunkt im Mai 2017 rund 4.200 qm aktive Verkaufsfläche im Bahnhof Empfangsgebäude, Starnberger Flügelbahnhof sowie Zwischengeschoss und Untergeschoss (nur DB Flächen) situiert. Die Flächen im Untergeschoss mit dem U-Bahnhof der U1/U2 gehören zur MVG und nicht zur DB. Diese Flächen finden deshalb keine Berücksichtigung in der Verkaufsflächenaufstellung des Hauptbahnhofs München.

Zu den aktiven Verkaufsflächen wurden auch die Thekenflächen der Pavillons der Querbahngleishalle sowie anteilig der Thekenverkauf der Firma Rubenbauer in der Ankunftshalle hinzugechnet.

Für 2016 lagen Umsatzmeldungen in Höhe von rund 47,4 Mio. Euro vor, wovon knapp 73 % dieser Umsätze mit dem Verkauf von periodischen Bedarfsgütern (im Wesentlichen Nahrungs- und Genussmittel) erzielt wurden. Die restlichen 27 % entfallen auf den Verkauf von aperiodischen Bedarfsgütern (im Wesentlichen Geschenkartikel, Bücher und Zeitschriften).

<sup>8</sup> Siehe Richtlinie zur Berechnung der Verkaufsfläche im Einzelhandel (MFV) Wesbaden 01/05/2012 S. 12) Berücksichtigung finden demnach die Flächen der Kassen MFV-a (überdeckte Flächen und absteigender Höhe umschlossen 100 %) und MFV-b (nicht absteigender Höhe umschlossene Flächen 50 %) sowie MFV-c (nicht überdeckte Flächen 25 %)

Abb. 33: Einzelhandelsbestand Hauptbahnhof München (IST-Zustand)

Verkaufsflächenbestand und Umsatz – Hauptbahnhof München (IST-Zustand)					
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz		Raumleistung
	qm	Anteil in %	Mio. Euro	Anteil in %	Euro/qm p. a.
Nahrungs- und Genussmittel	2.570	60,9	32,3	68,1	12.560
Drogerie/WPR	480	11,4	4,4	9,2	9.130
Zeitungen/Zeitschriften	320	7,6	3,6	7,6	11.220
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>3.370</b>	<b>79,9</b>	<b>40,3</b>	<b>84,9</b>	<b>11.960</b>
Elektro/Technik	30	0,7	0,1	0,3	5.000
Modischer Bedarf	330	7,8	2,7	5,6	8.050
DIY/Garten/Freizeit	50	1,2	0,4	0,8	8.000
Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf	440	10,4	3,9	8,3	8.980
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>850</b>	<b>20,1</b>	<b>7,1</b>	<b>15,1</b>	<b>8.353</b>
<b>Gesamtsumme</b>	<b>4.220</b>	<b>100,0</b>	<b>47,4</b>	<b>100,0</b>	<b>11.230</b>

Quelle: DB S&S AG bulwiengesa AG eigene Erhebung

Die durchschnittliche Flächenleistung über alle Warengruppen des Einzelhandels im Hauptbahnhof München beträgt damit rund 11.200 Euro/qm p. a.. Diese Flächenproduktivitäten liegen noch einmal deutlich über den Werten der Innenstadt und unterstreichen den Bedarf an „schneller und bequemer“ Versorgung am Zug.

Abb. 34: Sortiments- und Umsatzverteilung



Quelle: DB S&S AG bulwiengesa AG eigene Erhebung



### 4.3. Versorgungsbedeutung Bahnhof allgemein

Bahnhöfe haben als primäre Aufgabe nicht die Versorgung mit Gütern des Einzelhandles sicherzustellen, sondern eine reibungslose Abfertigung von Zügen und Passagieren zu gewährleisten. Weiter sind Bahnhöfe in den meisten Städten einer der Hauptverknüpfungspunkte verschiedener Verkehrsmittel wie Zug, S-Bahn, Tram oder Bus. Eine Folge dieser Aufgabe ist eine regelmäßig wiederkehrende Frequenz. Eigentlich haben die meisten Besucher eines Bahnhofs keine primäre Kaufabsicht, sondern die Käufe sind eher spontan oder für den Reisebedarf, aber durch die regelmäßige Frequenz bilden diese für Einzelhändler oder Gastronomen eine gute Geschäftsbasis. Im Gegensatz zu klassischen Einzugsgebieten, wo das Kaufverhalten aufgrund von Alter, Haushaltseinkommen oder Familienstand analysiert wird, ist am Bahnhof die Kategorie Reisender, Pendler oder Nicht-Reisender zu unterscheiden. Das Einkaufsverhalten ist von der verfügbaren Zeit am Bahnhof abhängig.

Entscheidender Faktor für das Einzelhandels- und Gastronomieangebot an Bahnhöfen ist die Frequenz. Bei einer ausreichenden Dimensionierung kann der Bahnhof auch eine Nahversorgungsfunktion für die direkte Umgebung erfüllen.

### 4.4. Einzugsgebiet: Ausdehnung und Einwohnerpotenzial

Das Einzugsgebiet des Münchner Hauptbahnhofs geht deutlich über die benachbarten Gemeindegrenzen hinaus. Der Hauptbahnhof München hat im nationalen Vergleich die höchste Zahl an S-Bahn- und Nahverkehrszügen.<sup>9</sup> Mit der Eröffnung der zweiten S-Bahnstammstrecke (geplant 2026) werden die Halte der S-Bahnen weiter zunehmen und dementsprechend auch am Hauptbahnhof in München steigen. Die Prognosen zu den Einwohner-, Pendler- und Fahrgastzahlen sind Grundlage zur Umsetzung des lang diskutierten Tunnelprojektes.

Aktuell beträgt das tägliche Verkehrsaufkommen in der Gleishalle nach Zählung der DB rund 308.900 Personen/24h. Bis 2025 wird ein tägliches Verkehrsaufkommen von rund 344.800 Personen/24h erwartet. Ohne Berücksichtigung der 2. Stammstrecke<sup>10</sup> wird für 2030 ein tägliches Verkehrsaufkommen von etwa 355.235 Personen/24h erwartet und mit Berücksichtigung der zweiten Stammstrecke ein Aufkommen von 377.500 Personen/ 24h.<sup>11</sup>

Das Einzugsgebiet des Hauptbahnhofs wurde nachstehend in vier aufeinanderfolgende Zonen gegliedert und mit der Gruppe der Reisenden, die am Münchner Bahnhof ankommen, umsteigen oder wieder abfahren, ergänzt. Die Zone I des Einzugsgebiets stellt einen reiseunabhängigen Nahbereich dar.

<sup>9</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Bahnhof#Meistfrequentierte\\_Fernbahn\\_C3B6fen\\_Deutschland](https://de.wikipedia.org/wiki/Bahnhof#Meistfrequentierte_Fernbahn_C3B6fen_Deutschland)

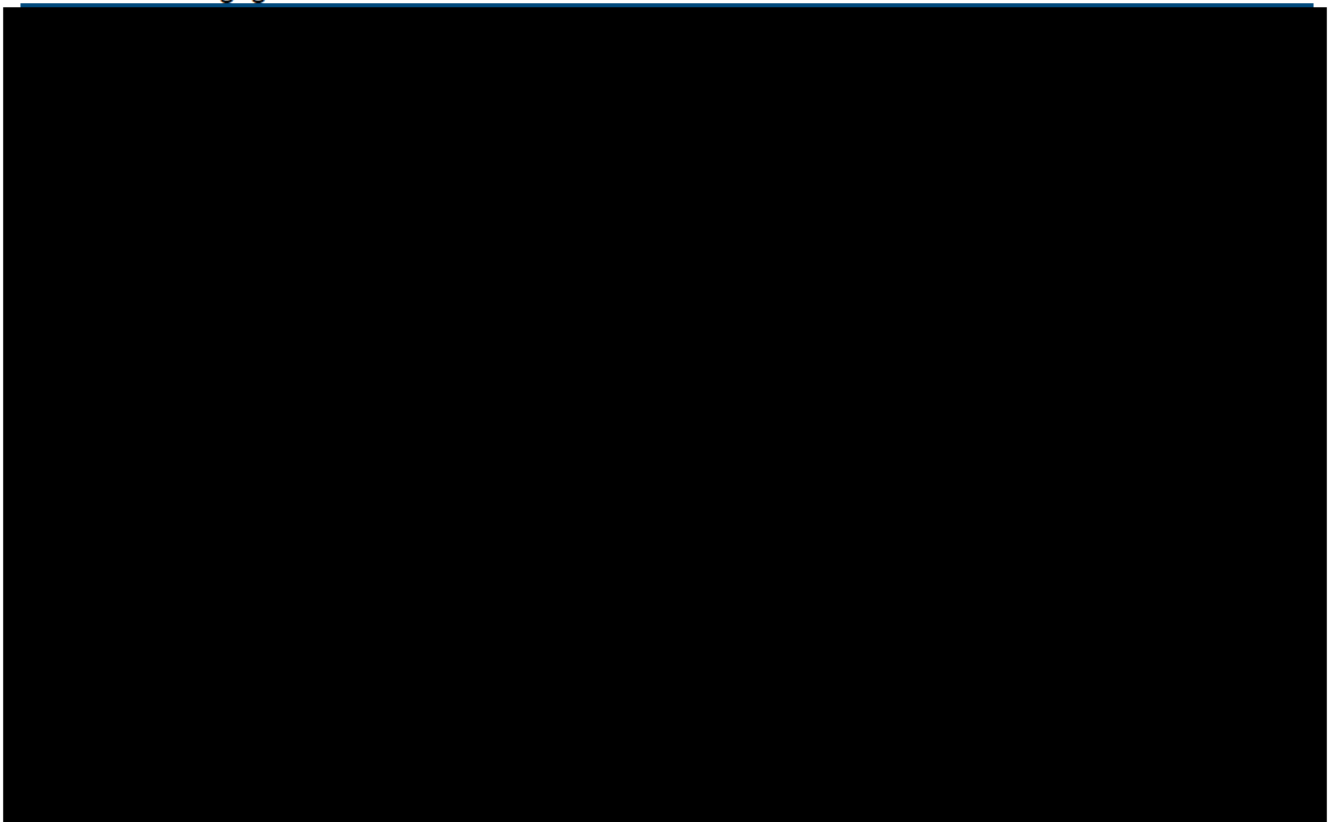
<sup>10</sup> Neubau einer zweiten S-Bahn-Röhre im Zentrum von München zur Entlastung der Hauptverkehrsstrecke. Die zweite Stammstrecke soll zwischen den Stationen Lam und Leuchtenbergring entstehen. Weitere Stationen sind u.a. Hauptbahnhof, Marienplatz und Ostbahnhof.

<sup>11</sup> DB Mobility Networks Logistics Personenstromanalyse November 2015

### *Einzugsgebiet Zone I*

Zone I ist das direkt um den Münchner Hauptbahnhof liegende Gebiet. Neben der Münchner Innenstadt mit ihren Haupthandelsachsen (Fußgängerzonenbereich) sind noch große Siedlungsbereiche des Stadtbezirks 2 (Ludwigvorstadt-Isarvorstadt) sowie des Stadtbezirks 3 (Maxvorstadt) Teile dieser Zone. Die westliche Ausdehnung endet in etwa am Mittleren Ring. Insgesamt leben in Zone I rund 54.600 Einwohner. Die Bewohner können den Bahnhof innerhalb von maximal 20 Gehminuten erreichen.

Abb. 35: Einzugsgebiet Zone I



### *Einzugsgebiet Zone II*

Die Zone II umfasst das restliche Stadtgebiet Münchens mit rund 1,4 Mio. Einwohnern. Diese Zone hat ein sehr gut ausgebautes ÖPNV-Netz, welches aus S-, U-Bahn, Tram- und Buslinien besteht. Zusammen erschließen die Verkehrsmittel das Stadtgebiet engmaschig, so dass eine ÖPNV-Anbindung grundsätzlich für jeden Bewohner in fußläufiger Entfernung vorhanden ist. Die Bewohner dieser Zone haben Einkaufsstandorte in ihrer wohnortnahen Versorgung. Der Hauptbahnhof wird je nach privaten und beruflichen Gewohnheiten/Wegen immer wieder besucht (Umsteigen, Treffpunkt usw.).

Abb. 36: Einzugsgebiet Zone II

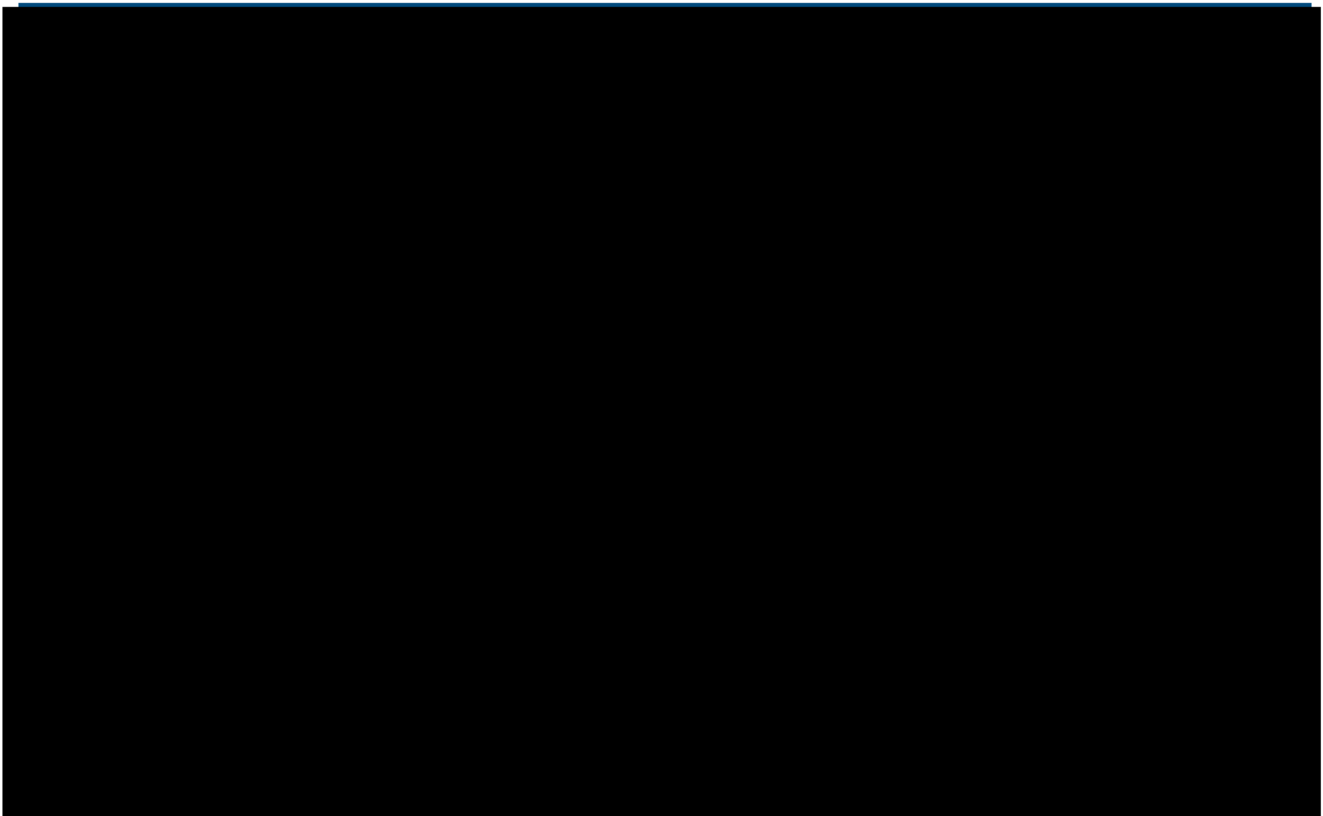


### *Einzugsgebiet Zone III*

Die Zone III grenzt an das Münchner Stadtgebiet an und wird durch die Endhaltestellen des S-Bahnnetzes charakterisiert. In diesem unmittelbaren Umlandbereich von München leben rund 1,1 Mio. Einwohner. In diesem Gebiet entsteht durch die Nähe und gute Erreichbarkeit Münchens eine enge wirtschaftliche Verflechtung. Die Einpendlerquoten nach München liegen in einer Spanne zwischen 20 bis 69 % an den gesamten SVP-Beschäftigten der jeweiligen Kommune. Der Median liegt bei 47,5 %.

Ähnlich verhält es sich bei Besuchen der Landeshauptstadt im privaten Bereich. Mit der regelmäßigen Taktung und zügigen Erreichbarkeit ist das Stadtgebiet Münchens gut erreichbar.

Abb. 37: Einzugsgebiet Zone III





### *Einzugsgebiet Zone IV*

Die Abgrenzung der Zone IV erfolgt durch die Endhaltestellen der Regionalzüge mit Fahrtzeiten von maximal 60 bis 90 Minuten. In diesen Umgriff fallen u. a. die Städte Memmingen, Ingolstadt, Donauwörth, Traunstein oder Garmisch-Partenkirchen. In dieser Zone leben rund 3 Mio. Einwohner.

Die Einpendlerquote ist aufgrund der gestiegenen Fahrtzeit deutlich geringer als in den Kommunen der Zone 3 und auch die private Verflechtung ist aufgrund der gestiegenen Fahrtzeit geringer.

Abb. 38: Einzugsgebiet für Standort Hauptbahnhof



#### 4.5. Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Grundlage für die Errechnung des Nachfragevolumens sind die durch bulwiengesa ermittelten Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben für Konsumgüter. Diese wurden zum einen aus dem verfügbaren Einkommen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung abgeleitet. Zum anderen erfolgte eine Gegenrechnung bzw. Plausibilisierung über die in den einzelnen Warengruppen erzielten Umsätze, basierend auf den Angaben der jeweiligen Branchenverbände (z. B. Bundesvereinigung deutscher Apothekerverbände, Handelsverband BAG, Bundesverband Technik des Einzelhandels, Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Deutscher Fleischer-Verband, Zentralverband des deutschen Bäckerhandwerks, Industrieverband Heimtierbedarf usw.). Auf dieser Basis wurden die Verbrauchsausgaben nach Warengruppen und Sortimenten abgeleitet.

Anschließend werden die Verbrauchsausgaben über einen Elastizitätskoeffizienten an die jeweilige Kaufkraftkennziffer angepasst. Die Einkommenselastizitäten setzen Einkommen und Ausgabeverhalten zueinander in Bezug. Sie dienen zur Anpassung der allgemeinen Kaufkraftkennziffer an die jeweilige (Haupt-)Warengruppe. Während beispielsweise bei einem hohen Einkommen die Ausgaben für Lebensmittel nur in einem engen Rahmen ansteigen, bzw. bei einem geringen Einkommen auch nur in begrenztem Umfang Sparmöglichkeiten bestehen, sind demgegenüber bei der Höhe der Ausgaben für Möbel oder auch Bekleidung große Unterschiede bei einem hohen bzw. niedrigen Einkommen vorhanden. Die aus der aktuellen Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes ermittelten Elastizitäten tragen diesem Aspekt Rechnung. Mittels dieser Elastizitäten werden die Verbrauchsausgaben entsprechend an den Standort angepasst.

Zusammenfassend ergibt sich das Nachfragepotenzial aus den Einwohnern in den ausgewählten Zonen und den mit der Kaufkraftkennziffer angepassten Verbrauchsausgaben<sup>12</sup>.

Abb. 39: Einwohner und Ausgabevolumen im Einzugsgebiet

Zone	Gebiet	Einwohner	Kaufkraftkennziffer (D = 100)	Verbrauchsausgaben* (Euro/EW p. a.)	Ausgabevolumen (Mio. Euro p. a.)	Verteilung (%)
I	Nahbereich (Isarvorstadt, City)	54.604	140,4	7.490	409,0	1,0
II	Restl. Stadtgebiet München	1.409.697	133,6	7.354	10.366,6	25,6
III	Region München (Einzugsgebiet S-Bahn)	1.129.463	128,0	7.240	8.177,6	20,3
IV	Regionsgroßraum, Metropolregion (Fahrzeit-Radius 75 Min.)	2.995.768	123,2	6.951	21.399,2	53,1
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>		<b>5.589.532</b>	<b>127,0</b>	<b>7.219</b>	<b>40.352,4</b>	<b>100,0</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich \*statonär

Insgesamt steht in den betrachteten Zonen des Einzugsgebietes bei rund 5,6 Mio. Einwohnern ein rechnerisches Ausgabenvolumen in Höhe von etwa 40,3 Mrd. Euro zur Verfügung.

<sup>12</sup> Die bulwiengesa AG berechnet jährlich die bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für rund 50 verschiedene relevante Konsumgütersortimente. Berechnungsbasis sind branchenbezogene Handelspanen des Marktjahres des HDE (Handelsverband Deutschland) sowie verschiedene Handels- und Konsumstatistiken des Statistischen Bundesamtes, darunter die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS).

48,4 % des Gesamtnachfragepotenzials werden von Sortimenten des periodischen Bedarfs eingenommen. In der Zone I beträgt das Nachfragepotenzial über alle Warengruppen rund 409 Mio. Euro.

Abb. 40: Nachfragevolumina nach Hauptwarengruppen

	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Gesamt	
Einwohner (31.12.2016)	54 604	1 409 697	1 129 463	2 995 768	5 589 532	
Kaufkraftkennziffer 2017 (D = 100)	140,4	133,6	128,0	123,2	127,0	
Hauptwarengruppe	Nachfragevolumen 2017 Mio. Euro p. a.					Anteil
<b>A Periodischer Bedarf</b>	<b>211,6</b>	<b>5.356,4</b>	<b>4.220,9</b>	<b>11.034,7</b>	<b>20.823,6</b>	<b>51,6 %</b>
<b>B Aperiodischer Bedarf</b>	<b>197,4</b>	<b>5.010,1</b>	<b>3.956,7</b>	<b>10.364,4</b>	<b>19.528,7</b>	<b>48,4 %</b>
davon						
1 Modischer Bedarf	46,7	1 183,7	934,7	2 448,0	4 613,1	11,4 %
2 Elektrogeräte, Foto, EDV, Telekommunikation	31,0	785,0	619,6	1 622,0	3 057,6	7,6 %
3 Heimwerker-/Gartenbedarf, Zweiräder, Kfz-Zubehör, Sport-/Campingartikel, Blumen, Pflanzen	44,0	1 117,4	882,5	2 311,7	4 355,5	10,8 %
4 Möbel, Einrichtungsbedarf, Bodenbeläge	40,6	1 031,1	814,8	2 135,3	4 021,7	10,0 %
5 Sonst. Hartwaren (GPK/HHW, Bücher, Spielwaren, Musikalien, Uhren/Schmuck, Bürobedarf, Optik, Artikel für Gesundheitspflege, Zoobedarf)	35,2	892,9	705,2	1 847,5	3 480,9	8,6 %
<b>C Stationärer Ladenhandel gesamt</b>	<b>409,0</b>	<b>10.366,6</b>	<b>8.177,6</b>	<b>21.399,2</b>	<b>40.352,4</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

## 5. NEUBAU DES HAUPTBAHNHOFS MÜNCHEN

### 5.1. Planungsanlass und -inhalte

Die Vollversammlung des Stadtrates hat am 19.02.2003 einen Beschluss für eine Auslobung eines Masterplans „Hauptbahnhof München – Umbau des Empfangsgebäudes und Neugestaltung der Vorplätze“ gefasst. In der Sitzung vom 07.05.2003 wurde beschlossen, das Einbinden der zukünftigen Lage des S-Bahn-Haltepunktes an der zweiten Stammstrecke mit zu untersuchen. Es wird den Aus- und Umbaumaßnahmen im Untergrund des Hauptbahnhofs weiterhin unterstellt, „dass München 21 als Option aufrecht erhalten wird.“ Auch werden die Vorgaben zur Einzelhandelsentwicklung mit zum damaligen Zeitpunkt maximal 24.000 qm [ohne Flächendefinition; Anmerkung des Gutachters] für Einzelhandel, Gastronomie und DB-Service bestätigt.<sup>13</sup>

Die Planungsvorgaben wurden für die beiden Bauwerke des Hauptbahnhofs München jeweils separat gefasst. Die zum heutigen Zeitpunkt definierten Planungsvorgaben sind Ergebnis diverser Abstimmungsprozesse der Unternehmen der Deutschen Bahn, der Landeshauptstadt München und des Planungsbüros Auer+Weber Architekten. Dieses ist 2006 als Sieger aus einem Architektenwettbewerb hervorgegangen.

Mit Beschluss der Vollversammlung des Stadtrates der Stadt München am 29.04.2015 konnten die weiteren Vorplanungen für die Entwurfs- und Genehmigungsplanung für das neue Empfangsgebäude sowie den Neubau des Starnberger Flügelbahnhofs eingeleitet werden.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Quelle: <https://www.ris-muenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3642462.pdf> [Referat für Stadtplanung und Bauordnung - Stadtentwicklungsp lanung PLAN HA 174 HLP: „Auslobung Wettbewerb Hauptbahnhof München - Umbau des Empfangsgebäudes und Neugestaltung der Vorplätze Bekanntgabe n der Sitzung des Ausschusses für Stadtplanung und Bauordnung vom 7.5.2003“]; erzeugt am 13.9.2017

<sup>14</sup> Quelle: <https://www.ris-muenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3640180.pdf> [Referat für Stadtplanung und Bauordnung: Neubau Hauptbahnhof München Sachstand und weiteres Vorgehen]; erzeugt am 13.9.2017



## 5.2. Grundlagen für Flächenableitung

Nach dem Beschluss des Stadtrates der Stadt München und der Abstimmungstermine im Vorfeld des Gutachtens soll die GF des neuen Hauptbahnhofs München für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen nicht größer als 23.000 qm (GF) ausfallen, die maximale Größe des Starnberger Flügelbahnhofs ist mit 3.000 qm (GF) und die des Empfangsgebäudes mit 20.000 qm (GF) angegeben. Die Deckelung der Flächendimensionierung beinhaltet sowohl das gastronomische Angebot als auch die Integration einzelhandelsrelevanter Dienstleistungsangebote. Die hier vorliegende Untersuchung berücksichtigt nur den Einzelhandelsbesatz. Ein Flächenprogramm für die Einzelhandelsentwicklung hat Auer+Weber Architekten hieraus für die beiden Baukörper funktional und nutzungsoptimiert entwickelt.

Zur Flächenableitung für die Wirkungsanalyse wurden folgende Prämissen eingestellt:

- Durch den langen Planungshorizont bis zum Jahr 2028/2029 und der Entwicklung neuer Angebotsformen im Einzelhandel ist die Ableitung des Flächenprogramms und einer konkreten Verkaufsflächenaufstellung für die einzelnen Ladeneinheiten zum heutigen Zeitpunkt noch nicht möglich bzw. sinnvoll.
- Grundlage zur Flächenberechnung auf Hauptwarengruppenebene sind die baulichen Konzeptskizzen von Auer+Weber Architekten mit Planungsstand 12.03.2018.
- Als Verkaufsfläche wird diejenige Fläche beschrieben, die durch den Kunden betreten werden kann, voll überbaut ist und zum Verkauf sowie der im Kundensichtbereich liegenden Vorhaltung von Waren aller Art genutzt wird.
- Potenzielle Dienstleistungsflächen wurden als zukünftig einzelhandelsaktive Verkaufsflächen gewertet, weil im Planungsentwurf von Auer+Weber Architekten nicht zwischen Handelsfläche und Dienstleistungsfläche unterschieden wurde.
- Die branchenbezogenen Verkaufsflächenanteile für das Empfangsgebäude wurden nach Vereinbarung mit dem Auftraggeber wie folgt festgelegt:
  - 30 % periodische Bedarfsfläche
  - 40 % modische Bedarfsfläche (inkl. Accessoires, Strümpfe, Schuhe)
  - 20 % Flächenanteile mit sonstigen Hartwaren/Persönlicher Bedarf
  - 5 % Flächenanteile mit Elektro/Technik
  - 5 % Garten- und Freizeitartikel (Randsortimente)

Diese Flächenaufteilung ist ein Konsens zwischen dem typischen Branchenmix in einem Shoppingcenter (sehr hoher Anteil modischer Bedarf, geringer Anteil Periodischer Bedarf) und einem typischen Mietermix in einem Bahnhof (hoher Anteil periodischer Bedarf, sehr hoher Anteil sonstige Hartwaren/persönlicher Bedarf, niedrigerer Anteil modischer Bedarf).
- Im Starnberger Flügelbahnhof wird die komplette Verkaufsfläche dem periodischen Bedarf zugeordnet.

Aus dem Flächenprogramm von Auer+Weber Architekten lässt sich für den neuen Hauptbahnhof eine Einzelhandelsverkaufsfläche von rund 8.760 qm ableiten.

### 5.3. Flächengerüst Empfangsgebäude (Neubau)

Das Empfangsgebäude (EG) soll zukünftig architektonisch deutlich zur City geöffnet werden und insgesamt sieben oberirdische Vollgeschosse aufweisen. Der Nutzungsmix soll sich an einer modernen und zeitgemäßen Intermodalimmobilie orientieren und Einzelhandels-, Gastronomie-, Tagungs- und Eventbereiche umfassen. Es soll insgesamt den Charakter eines Terminals bekommen und sich mit der Nutzungsausstattung an aktuellen Angebots- und Nutzungsclustern anderer europäischer Bahnhöfe orientieren. Hierfür sollen die Verkaufsflächen mit modischen Sortimenten gegenüber dem jetzigen Stand ausgebaut werden. Im neuen Untergeschoss wird es einen niveaugleichen Übergang vom Empfangsgebäude zur Verteilerebene des U-Bahn-Bauwerks geben.

Abb. 41: Flächengerüst – Empfangsgebäude

Verkaufsflächen – Empfangsgebäude		
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche	
	qm	Anteil in %
Periodischer Bedarf	2.100	30,0
Modischer Bedarf	2.800	40,0
Elektro/Technik	350	5,0
DIY/Garten/Freizeit	350	5,0
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.400	20,0
<b>Verkaufsfläche Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>7.000</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten bulw engesa AG

Die Einzelhandelsentwicklung (ohne Gastronomie und DB-Service) im Empfangsgebäude verteilt sich auf die Innenlagen, die Außenlage mit Öffnung zum Bahnhofplatz, das Obergeschoss, das Zwischengeschoss zum MVG-Sperrengeschoss und die nördlichen und südlichen Randbebauungen. Insgesamt sieht Auer+Weber Architekten 10.038 qm (GF) zur Einzelhandelsentwicklung im Empfangsgebäude vor. Die Verkaufsfläche kann demnach rund 7.000 qm (VKF) betragen<sup>15</sup>. Die durchschnittliche Raumleistung des Einzelhandels in diesem Gebäude wird aufgrund des weitaus höheren Verkehrsaufkommens und der Öffnung zum Bahnhofplatz mit zentraler Verkehrslage höher als im Starnberger Flügelbahnhof ausfallen.

Abb. 42: Flächen Empfangsgebäude im Vergleich zu benachbarten Zentren

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)			
	Empfangsgebäude Hauptbahnhof	Stadtzentrum inkl. Erweiterung	Schwanthaler Höhe	Rotkreuzplatz
Periodischer Bedarf	2.100	66.160	11.527	9.041
Modischer Bedarf	2.800	243.811	12.162	8.135
Elektro/Technik	350	19.482	10.136	604
DIY/Garten/Freizeit	350	5.762	481	560
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.400	56.226	3.596	3.436
<b>Verkaufsfläche gesamt</b>	<b>7.000</b>	<b>391.441</b>	<b>37.902</b>	<b>21.668</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten bulwiengesa AG

<sup>15</sup> Umrechnungsfaktoren Geschossfläche (GF) auf Einzelhandelsverkaufsfläche (VKF) in Anlehnung an die Vorgaben der g f e V und der HypZert GmbH (2016)

#### 5.4. Flächengerüst Starnberger Flügelbahnhof (Neubau)

Im Bereich des Gebäudes Starnberger Flügelbahnhof (SFB) ist ein fünfgeschossiges Basisgebäude mit deutlich wahrnehmbarem Hochpunkt (Büronutzung) vorgesehen.

Im Basisgebäude sind in den unteren Ebenen einzelhandelsrelevante und gastronomische Nutzungen vorgesehen. In den Obergeschossen werden Büros entstehen. Vorhabenbedingte Stellplätze für Pkw und Fahrräder werden geschaffen.

Abb. 43: Flächengerüst Starnberger Flügelbahnhof

Verkaufsflächen – Starnberger Flügelbahnhof		
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche	
	qm	Anteil in %
Periodischer Bedarf	1.760	100,0
<b>Verkaufsfläche Starnberger Flügelbahnhof</b>	<b>1.760</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten bulwiengesa AG

Gemäß Planungsskizze von Auer+Weber Architekten sind für Einzelhandelsentwicklungen (ohne Gastronomie und DB-Service) dem Starnberger Flügelbahnhof 2.520 qm (GF) zugeordnet, davon 2.256 qm (GF) im Erdgeschoss. Unter Annahme, dass rund 70 % dieser Flächen reine Verkaufsflächen sind, ergibt sich für den gesamten Starnberger Flügelbahnhof eine aktive Verkaufsfläche von rund 1.760 qm (VKF).

Nach bisheriger Nutzungskonzeption soll der Branchenmix auf die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln ausgerichtet sein und deshalb einen Lebensmittelmarkt integrieren. Bäckereicafés, Convenience-Stores, Tabak, Lotto und Zeitschriften sind als übliche Ergänzungen für eine kundenorientierte Nutzung anzusehen.

Wird die neu geschaffene Verkaufsfläche im SFB im periodischen Bereich von 1.760 qm in Relation zur Verkaufsfläche (90.182 qm) in den angrenzenden Zentren (Innenstadt mit Erweiterung, Schwanthaler Höhe, Rotkreuzplatz) in diesem Warenssegment gesetzt, so beträgt der Anteil geringe 2,0 %.



Abb. 44: Skizze Planung EG



Quelle: Auer+Weber Architekten

Abb. 45: Hauptbahnhof EG und SFB



Quelle: Auer+Weber Architekten

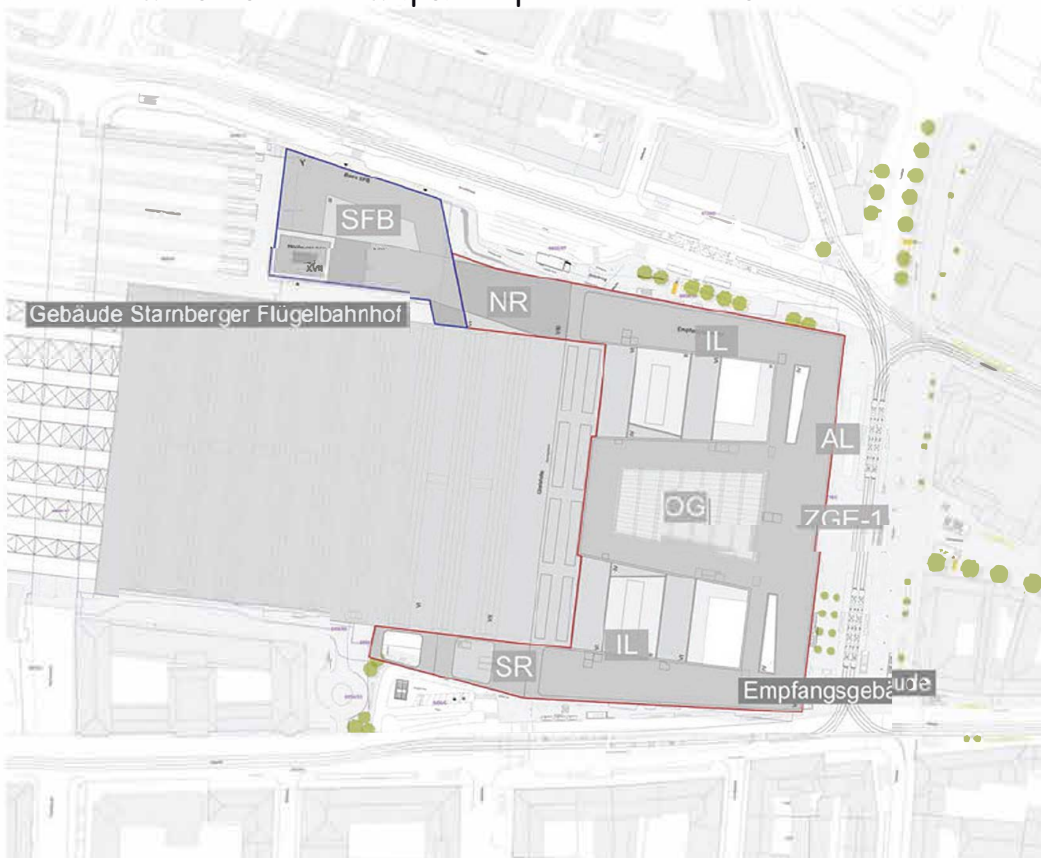


Abb. 46: Skizze Innengestaltung EG



Quelle: Auer+Weber Architekten

Abb. 47: Skizze Gesamtbaukörper Hauptbahnhof München



Quelle: DB

### 5.5. Flächenbilanz IST-SOLL

Die Planungen zu Einzelhandel, Gastronomie sowie allgemeine Dienstleistungen nach den Vorgaben von Auer+Weber Architekten implementieren ungefähr eine Verdoppelung der Einzelhandelsverkaufsflächen, wobei die Flächen im Sperrengeschoss der MVG nicht berücksichtigt werden.

Abb. 48: Verkaufsflächenbilanz Bestand/Neubau

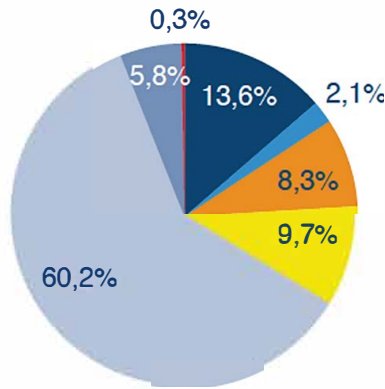
Flächenbilanz – Bestand/Neubau			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche Bestand (qm)	Verkaufsfläche Neubau (qm)	Saldo (qm)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	3.230	2.100	-1.130
Modischer Bedarf	330	2.800	+2.470
Elektro/Technik	30	350	+320
DIY/Garten/Freizeit	50	350	+300
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	440	1.400	+960
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>4.080</b>	<b>7.000</b>	<b>+2.920</b>
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	140	1.760	+1.620
<b>Hauptbahnhof gesamt(EG + SFB)</b>	<b>4.220</b>	<b>8.760</b>	<b>+4.540</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

Gegenüber der bisherigen Situation wird sich der zukünftige Branchenmix zu Gunsten des modischen Bedarfs verschieben. Der modische Bedarf soll vor allem das Angebot aufwerten und Kunden eine größere Auswahl bei Spontankäufen bieten. Mit 960 qm ist der zweitgrößte Flächenzuwachs im Segment persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren. Absolut steigt auch die Fläche im periodischen Bedarf leicht an.

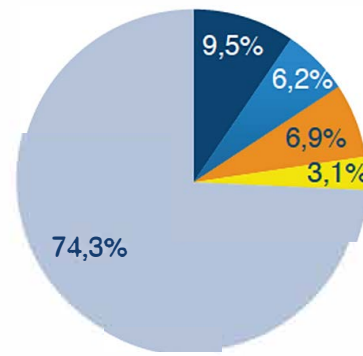
Abb. 49: Flächen- und Nutzungsanteile Hauptbahnhof nach Auer+Weber Architekten

**Empfangsgebäude**



Basis: 88.700 qm GF

**Starnberger Flügelbahnhof**



Basis: 32.650 qm GF

Quelle: Flächenaufstellung Basis Auer+Weber Architekten

Bei Gesamtbetrachtung der Flächenanteile wird deutlich, dass die Nutzungen Einzelhandel bzw. Dienstleistungen (Retail/DL) und Gastronomie gegenüber der Kernfunktion des Bahnhofs deutlich zurücktreten. In beiden Bauteilen des Hauptbahnhofs München wird Büro (inkl. Büroräume der DB) den größten Flächenanteil innerhalb aller Nutzungsarten einnehmen.

*Umfeldgestaltung*

Der Neubau des Hauptbahnhofs tangiert nicht nur die Gebäudefläche des Funktionskörpers Bahnhof, sondern initiiert auch umfangreiche städtebauliche und verkehrliche Neugestaltungen der Vorplätze. Von der Zielsetzung geleitet, den Fern- und Nahverkehr (DB, MVG) besser zu vernetzen, die Verbindung des Bahnhofs zur Altstadt zu stärken und die Platzflächen aufzuwerten, werden der Bahnhofsplatz und auch die Schützenstraße (bis zum Empfangsgebäude) weitestgehend zur Fußgängerzone umgebaut und verkehrsberuhigt. Auch am Starnberger Flügelbahnhof (Vorplatz Arnulfstraße) sind platzgestalterische Maßnahmen mit einem ausgedehnteren Fußgängerbereich geplant; Stellplätze für Kurzparker sind vorgesehen. Der Parkplatz an der Bayerstraße (Empfangsgebäude) soll ebenfalls überplant werden. Weitere bauliche Maßnahmen richten sich u. a. auf die Schaffung von Fahrradstellplätzen.

### 5.6. Simulation weiterer Flächenpotenziale

In den vorhergehenden Kapiteln wurde auf Grundlage von Auer+Weber Architekten die effektive Einzelhandelsverkaufsfläche ermittelt. Die ermittelte Verkaufsflächengröße von insgesamt 8.760 qm entspricht vollumfänglich der Beschlussfassung des Stadtrats und bietet bei Reduktion von gastronomischen Flächen und Flächen mit einzelhandelsrelevanten Dienstleistern Optionen, die Verkaufsflächen im Bahnhof zu erhöhen.

Gemäß Aufgabenstellung ist zusätzlich zu untersuchen, welcher Entwicklungsspielraum für weiteren Einzelhandel innerhalb der vom Stadtrat der Stadt München maximalen Flächendimensionierung besteht. Im Starnberger Flügelbahnhof soll die gesamte zur Verfügung stehende Fläche (3.000 qm GF) als Einzelhandelsfläche ausgewiesen werden. Die Berechnung der maximal möglichen Einzelhandelsverkaufsfläche im Empfangsgebäude ist unten aufgeführt und für eine Simulation wurden folgende Annahmen getroffen:

- Ausgangsbasis sind einerseits die realisierbaren 20.000 qm (GF) in der Empfangshalle für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung.
- Die Anforderungen an einen Bahnhof sollen mit einem bahnhofsnotwendigen, modernen Branchenmix erfüllt werden. Als Benchmark wurden Flächenverhältnisse von anderen großen Bahnhöfen in Deutschland eingebunden.
- Der Branchenmix des Basisszenarios wird beibehalten.

Mit der Obergrenze von 20.000 qm (GF) im Empfangsgebäude für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung sind nach immobilienwirtschaftlichen Umrechnungsfaktoren knapp 18.000 qm Mietfläche realisierbar. Allerdings wären Gastronomie- und Dienstleistungsflächen nicht mehr möglich.

In anderen deutschen Bahnhöfen liegen die Mietflächenanteile der Gastronomieflächen zwischen 18,2 und 35,0 %. Bei den Dienstleistungsflächen variieren die Anteilswerte zwischen 15,0 % und 32,0 %. Bei der Maximierung der Einzelhandelsflächen werden die Minimalwerte der Spannen für Gastronomie und Dienstleistungen angesetzt. Der Wert für die Dienstleistungsflächen wird für das Empfangsgebäude im Münchner Hauptbahnhof niedriger angesetzt, da die Flächen für das DB-Reisezentrum nicht mit einfließen.

Abb. 50: Herleitung Flächenmix Empfangsgebäude Simulation: Maximierung EH-Flächen

Flächenmix – Empfangsgebäude						
Segment	GF		Mietfläche		Verkaufsfläche	
	qm	Anteil in %	qm	Anteil in %	qm	Anteil in %
Einzelhandel	14.060	70,3	12.650	71,1	9.840	100,0
Gastronomie	3.640	18,2	3.090	17,3		
Einzelhandelsnahe Dienstleistungen	2.300	11,5	2.070	11,6		
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>20.000</b>	<b>100,0</b>	<b>17.810</b>	<b>100,0</b>	<b>9.840</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten Berechnungen bulwiengesa AG



Somit sind rund 9.800 qm Einzelhandelsverkaufsfläche im Empfangsgebäude realisierbar. Die Verteilung erfolgt ebenfalls nach dem vereinbarten Branchenmix.

Abb. 51: Flächengerüst Empfangsgebäude Simulation: Maximierung Einzelhandelsflächen

Verkaufsflächen – Empfangsgebäude		
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche	
	qm	Anteil in %
Periodischer Bedarf	2.940	30,0
Modischer Bedarf	3.920	40,0
Elektro/Technik	490	5,0
DIY/Garten/Freizeit	490	5,0
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.960	20,0
<b>Verkaufsfläche Empfangsgebäude gesamt*</b>	<b>9.800</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten Berechnungen bulwiengesa AG \* Gesamtverkaufsfläche wurde auf 100 qm gerundet

Am Starnberger Flügelbahnhof werden wie bei der Basisvariante von Auer+Weber Architekten nur Einzelhandelsflächen geschaffen. Unter Einbehaltung der Flächenobergrenze von 3.000 qm (GF) ist eine Verkaufsfläche von 2.100 qm (VKF) realisierbar. Unter Beibehaltung der Prämisse, dass weiterhin die gesamte Fläche von Anbietern des periodischen Bedarfs genutzt wird, würde im gesamtstädtischen Kontext der Flächenanteil trotzdem noch einen sehr geringen Anteil einnehmen.

Abb. 52: Flächengerüst Starnberger Flügelbahnhof Simulation: Maximierung EH-Flächen

Flächenmix – Starnberger Flügelbahnhof						
Segment	GF		Mietfläche		Verkaufsfläche	
	qm	Anteil in %	qm	Anteil in %	qm	Anteil in %
Einzelhandel	3.000	100,0	2.700	100,0	2.100	100,0
<b>Starnberger Flügelbahnhof gesamt</b>	<b>3.000</b>	<b>100,0</b>	<b>2.700</b>	<b>100,0</b>	<b>2.100</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten Berechnungen bulwiengesa AG

Insgesamt würde sich die Gesamtverkaufsfläche auf 11.900 qm (VKF) summieren, was rund 17.000 qm (GF) entsprechen würde. In diesem Fall könnten noch rund 6.000 qm (GF) für Dienstleistungen und Gastronomie genutzt werden.

Abb. 53: Verkaufsflächenbilanz Bestand/Neubau: Simulation Maximierung EH-Verkaufsflächen

Flächenbilanz – Bestand/Neubau				
Hauptwarengruppe	Fläche IST (qm)	Fläche Planung Auer+Weber Architekten (qm)	Fläche Planung Simulation EH-Maximierung (qm)	Saldo (Simulation zu IST) (qm)
<b>Empfangsgebäude</b>				
Periodischer Bedarf	3.230	2.100	2.940	-290
Modischer Bedarf	330	2.800	3.920	+3.590
Elektro/Technik	30	350	490	+460
DIY/Garten/Freizeit	50	350	490	+440
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	440	1.400	1.960	+1.520
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>4.080</b>	<b>7.000</b>	<b>9.800</b>	<b>+5.720</b>
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>				
Periodischer Bedarf	140	1.760	2.100	+1.960
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>4.220</b>	<b>8.760</b>	<b>11.900</b>	<b>+7.680</b>

Quelle: Auer+Weber Architekten eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

## 6. WIRKUNGSANALYSE FÜR DEN GESAMTEN HAUPTBAHNHOF

### 6.1. Flächenleistungen, Umsatzherkunft, Kaufkraftbindung, Wirkungen auf das Einzugsgebiet

Grundlegend für die Wirkungsanalyse ist der verdrängungswirksame Umsatz, d. h. der Umsatz der durch die Restrukturierung zusätzlich erzielt wird. Aufgrund des langen Planungshorizontes (Jahr 2028/2029) wurden keine weiterführenden Untersuchungen zum zukünftigen Verbraucherverhalten bzw. zur Entwicklung neuer Angebotsformen unternommen. Somit setzen die Berechnungen zur Flächenleistung auf den aktuellen Umsatzmeldungen und Verkaufsflächenbesatz auf. Mit rund 48 Mio. Euro Umsatz bei einer Verkaufsfläche von 4.200 qm im derzeitigen Einzelhandel am Hauptbahnhof errechnet sich eine Flächenleistung von 11.200 Euro/qm VKF. Folgende Grundlagen für die Raumleistungen sind eingebunden:

- Im periodischen Bedarf (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel) sowie beim sonstigen Bedarf können Flächenleistungen auf Teilflächen von bis zu 13.000 Euro/qm p. a. erreicht werden.
- Es wird unterstellt, dass die Flächenleistungen im stationären Einzelhandel bei einigen aperiodischen Bedarfsgütern (insbesondere modischer Bedarf) leicht unter den heutigen Flächenleistungen liegen werden, da auch größere Einheiten eingebunden werden können und diese erfahrungsgemäß niedrigere Raumleistungen erwirtschaften.
- Die Auswirkungsanalyse wird mit heutigen Preisen berechnet.
- Zu den umsatzrelevanten Öffnungszeiten können mit Blick auf das in der Zukunft liegende Öffnungsjahr derzeit noch keine Angaben gemacht werden. Sie werden sich aber nach dem dann geltenden Ladenschlussgesetz richten.
- Die gastronomischen Flächen und andere Flächen werden nicht umsatzbewertet. Dieses Flächenpotenzial ist nicht Gegenstand der Auswirkungsbeurteilung.

Mit den Raumleistungen je Warengruppe kann der verdrängungswirksame Umsatz berechnet werden. Weiter wird unterstellt, dass der Verdrängungsumsatz durch Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet generiert wird und es zu keiner Neubindung von bisher abfließender Kaufkraft durch die Angebote im Hauptbahnhof kommen wird. Das prognostizierte Einwohnerwachstum im Einzugsgebiet wird nicht eingebunden.

Die Flächenumsätze werden durch Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet und im Fernmarktgebiet (Reisende) generiert. In den Zonen I bis IV lässt sich die Höhe der Kaufkraftbindung quantifizieren. Bei den Reisenden können keine Bindungsquoten herangezogen werden, hier wird der Umsatzanteil auf Pro-Kopf-Ausgabebeträge heruntergebrochen.

Die Modellierung der Kaufkraftbindung unterliegt folgenden Grundannahmen:

- Güter des täglichen Bedarfs, wie bspw. Nahrungs- und Genussmittel werden vorwiegend unmittelbar am Standort nachgefragt (Zone I). Demnach sind hier die höchsten Kaufkraftbindungen zu verzeichnen.
- Die Höhe der Kaufkraftbindung variiert ebenfalls nach der Entfernung des Wohnortes zum Standort Hauptbahnhof.
- Es wird unterstellt, dass das neue Angebot eine höhere Einkaufsattraktivität für den „Nahbereich“ hat, da der Hauptbahnhof ein erweitertes Gesamtsortiment anbietet.
- Der Restumsatz verteilt sich auf die anderen Zonen und ist im Wesentlichen der Nachfrage durch Pendler geschuldet.
- Ein großer Anteil des Umsatzes wird durch Reisende (Fernkunden) getätigt werden (Souvenirs, Geschenke, Reiseproviant usw.).

Die Kaufkraftbindung und Umsatzrekutierung wird im Kapitel 6 für den gesamten Hauptbahnhof dargestellt bzw. in den Kapiteln 7 und 8 für die beiden Gebäudeteile getrennt beschrieben.

In Abweichung zu den Tabellen 40/41 wird in der Wirkungsanalyse das Nachfragevolumen ohne die Warengruppe Möbel, Einrichtungsbedarf und Bodenbeläge dargestellt, da diese Teilsortimente für den Branchenmix im neuen Hauptbahnhof seitens des Betreibers nicht vorgesehen sind, aber auch keinen „bahnhofsaffinen“ Bezug erkennen lassen. Somit bilden untenstehende Nachfragevolumina in den folgenden Kapiteln die Grundlage für die Nachfrage.

Abb. 54: Reduziertes Nachfragevolumen nach Hauptwarengruppen

	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Gesamt
Einwohner (31.12.2016)	54 604	1 409 697	1 129 463	2 995 768	5 589 532
Kaufkraftkennziffer 2017 (D = 100)	140,4	133,6	128,0	123,2	127,0
<b>Hauptwarengruppe</b>	<b>Nachfragevolumen 2017 Mio. Euro p. a.</b>				
<b>A Periodischer Bedarf</b>	<b>211,6</b>	<b>5.356,4</b>	<b>4.220,9</b>	<b>11.034,7</b>	<b>20.823,6</b>
<b>B Aperiodischer Bedarf</b>	<b>156,8</b>	<b>3.979,0</b>	<b>3.142,0</b>	<b>8.229,2</b>	<b>15.507,0</b>
davon					
1 Modischer Bedarf	46,7	1 183,7	934,7	2 448,0	4 613,1
2 Elektrogeräte, Foto, EDV, Telekommunikation	31,0	785,0	619,6	1 622,0	3 057,6
3 Heimwerker-/Gartenbedarf, Zweiräder, Kfz-Zubehör, Sport-/Campingartikel, Blumen, Pflanzen	44,0	1 117,4	882,5	2 311,7	4 355,5
5 Sonst. Hartwaren (GPK/HHW, Bücher, Spielwaren, Musikalien, Uhren/Schmuck, Bürobedarf, Optik, Artikel für Gesundheitspflege, Zoobedarf)	35,2	892,9	705,2	1 847,5	3 480,9
<b>C Stationärer Ladenhandel gesamt</b>	<b>368,4</b>	<b>9.335,5</b>	<b>7.362,8</b>	<b>19.263,9</b>	<b>36.330,6</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen mög ch



## 6.2. Geplantes Bauvorhaben gesamt

### 6.2.1. Umsatzgerüst

Mit den oben erläuterten Grundlagen und Annahmen sowie den letzten Umsatzmeldungen 2016 des Auftraggebers kann für die zukünftigen Verkaufsflächen im Hauptbahnhof ein Zielumsatz von rund 95,9 Mio. Euro prognostiziert werden, was einer Raumleistung von knapp 11.000 Euro/qm VKF entspricht.

Abb. 55: Umsatzableitung Hauptbahnhof

Umsatzableitung – Hauptbahnhof			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	3.860	11.600	44,9
Modischer Bedarf	2.800	9.700	27,2
Elektro/Technik	350	9.200	3,2
DIY/Garten/Freizeit	350	8.500	3,0
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.400	12.600	17,6
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>8.760</b>	<b>10.950</b>	<b>95,9</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Zur Beurteilung des verdrängungswirksamen Umsatzes wird vom Zielumsatz der derzeitige Einzelhandelsumsatz im Hauptbahnhof abgezogen. Demzufolge ist ein Einzelhandelsmehrumsatz von 48,5 Mio. Euro verdrängungswirksam, da dieser den zusätzlichen Flächen im Sinne der Wirkungsanalyse zugerechnet werden kann. Der modische und der persönliche Bedarf haben aufgrund des größten Flächenwachstums die höchsten Werte am Verdrängungsumsatz.

Abb. 56: Verdrängungsumsatz Hauptbahnhof

Umsatzbilanz – Hauptbahnhof – Bestand/Neubau			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Neubau (Mio. Euro)	Verdrängungsrelevanter Mehrumsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	40,3	44,9	+4,6
Modischer Bedarf	2,7	27,2	+24,5
Elektro/Technik	0,1	3,2	+3,1
DIY/Garten/Freizeit	0,4	3,0	+2,6
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	3,9	17,6	+13,7
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>47,4</b>	<b>95,9</b>	<b>+48,5</b>

Quelle: eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

Aufgrund der unterstellten Neupositionierung des Bahnhofs werden wegen der reduzierten Flächen die periodischen Bedarfsgüter im Empfangsgebäude einen Umsatzrückgang haben. Aber mit der Ausweitung der Verkaufsflächen mit periodischen Gütern im Starnberger Flügelbahnhof wird das Umsatzvolumen insgesamt um 4,6 Mio. Euro gegenüber heute leicht ansteigen.

### 6.2.2. Kaufkraftbindung

Der Verdrängungsumsatz von 48,5 Mio. Euro wird hinsichtlich der Herkunft in die vier Zonen des Einzugsgebietes und die Gruppe der Reisenden (Umsteiger, Touristen) gegliedert.

Im Allgemeinen wird bei einer „normalen“ Einzelhandelsimmobilie (Supermarkt, Fachmarkt, Fachmarktzentrum, Shoppingcenter) ein Großteil des Umsatzes aus dem Einzugsgebiet generiert und je nach Standort ein geringer Teil durch externe Zuflüsse. Als externe Zuflüsse werden Umsätze von Kunden bezeichnet, die außerhalb des Einzugsgebietes wohnen und zufällig den Einkaufsstandort aufsuchen, z. B. Geschäftsreisende oder Touristen. Der externe Zufluss ist auch abhängig von der Art des Standortes. So wird ein verkehrsorientierter Lebensmittelmarkt einen höheren externen Zufluss haben als ein Supermarkt in einem Wohngebiet.

Am Münchner Hauptbahnhof liegt folgende Situation vor: Einerseits gibt es das Einzugsgebiet mit seinen vier aufeinanderfolgenden Zonen, die aufgrund zur Entfernung zum Hauptbahnhof bzw. zu alternativen Standorten eine unterschiedliche Affinität zum Standort vorweisen werden, und andererseits den externen Zufluss, welcher im Folgenden als Reisende bezeichnet wird. Im Unterschied zur „normalen“ Einzelhandelsimmobilie liegt bei Intermodalimmobilien (Flughäfen, Bahnhöfe) der externe Zufluss viel höher. Grund dafür ist der höhere Anteil von Reisenden.

Da für die derzeitige Umsatzrekrutierung im Einzelhandel des Bahnhofes keine detaillierten Untersuchungen bzw. Unterlagen zur Verfügung standen, wurden im Folgenden gutachterliche Annahmen getroffen.

Der Verdrängungsumsatz von 48,5 Mio. Euro kann je zur Hälfte aus dem Einzugsgebiet und den Reisenden generiert werden. Die höchste Bindungsquote wird mit rund 2,5 % in Zone I erreicht, da hier der Bahnhof fußläufig erreichbar ist und somit eine Einkaufsalternative für die Bewohner darstellt.

Abb. 57: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Gesamt

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	368,4	2,49 %	9,2	18,9 %
Zone II	9.335,4	0,07 %	6,6	13,7 %
Zone III	7.362,9	0,08 %	5,5	11,4 %
Zone IV	19.263,9	0,02 %	3,1	6,4 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>36.330,7</b>	<b>0,07 %</b>	<b>24,4</b>	<b>50,4 %</b>
Reisende			24,1	49,6 %
<b>Gesamt (EG + SFB)</b>			<b>48,5</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Die Zone II umfasst das restliche Münchner Stadtgebiet und somit nimmt die Bindungsquote im Gegensatz zur Zone I schon erheblich ab, da der Hauptbahnhof von den Bewohnern dieser Zone meist als Umsteigepunkt genutzt wird und die Bewohner der Zone II eine Vielzahl an Einkaufsalternativen haben. Der Zone III wird eine vergleichbare Bindungsquote wie der Zone II zugerechnet, da durch das S-Bahn-Netz eine enge Verknüpfung der Kommunen mit der Landeshauptstadt besteht und alle S-Bahnen durch den Hauptbahnhof führen.

Die Bindungsquote in Zone IV wird geringer als in Zone II und III eingeschätzt, da die Anbindung der Ortschaften zur Landeshauptstadt länger und aufwändiger wird.

Aufgrund der großen Beliebtheit Münchens als Reiseziel, der großen Anzahl der Umsteiger und der hohen Zugfrequentierung des Bahnhofes wird der Anteil am Verdrängungsumsatz auf knapp 50 % eingeschätzt. Dieser Anteil entspricht rund 24,1 Mio. Euro. Auf Basis von Frequenzzählungen am Bahnhof durch die Deutsche Bahn (verschiedene Zählpunkte u. a. an allen Bahnhofsein-/ausgängen, Zu-/Abgängen zu den Bahnsteigen, an den Hauptdurchgängen usw.) wurden die Passanten der Gruppe der Reisenden bzw. Pendler/Einwohner des Einzugsgebiets zugeordnet. Für die Zahl der Reisenden und Pendler wurden allerdings nur die Zählpunkte an den Gleisen berücksichtigt, um Doppelzählungen zu vermeiden. Mit dieser Zuordnung ergab sich eine Reisendenzahl von 10,2 Mio. Personen jährlich. Für die Berechnung des Einzelhandelsumsatzes durch Reisende wurden Angaben des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie als Grundlage herangezogen über das Ausgabeverhalten von Touristen in Bayern. In München geben Touristen rund 44,60 Euro am Tag im Einzelhandel aus. Von diesem Betrag wurden etwa 5 % als Ausgabensatz für die Reisenden im Bahnhofseinzelhandel angenommen, was einem Betrag von rund 2,35 Euro/Reisenden entspricht. Wird dieser Ausgabensatz mit den Reisenden von 10,2 Mio. Personen multipliziert, ergibt sich der Einzelhandelsumsatz durch die Reisenden von 24,1 Mio. Euro.

### 6.2.3. Umsatzrekrutierung

Bei der Umsatzrekrutierung wird dargestellt von welchen Einzelhandelsstandorten der verdrängungswirksame Umsatz umgeleitet wird. Dabei werden folgende grundlegende Prämissen getroffen:

- Es werden nur Umsatzzumlenkungen aus Münchner Einzelhandelsstandorten berücksichtigt. Dabei wird nach der Innenstadt, der Schwanthaler Höhe, dem Rotkreuzplatz und „restliches München“ unterschieden.
- Der Einzelhandelsumsatzanteil der Fernreisenden wird nicht von Münchner Standorten umgeleitet, sondern es kann davon ausgegangen werden, dass die Reisenden am Münchner Bahnhof getätigte Einkäufe andernfalls in ihrem Start- oder Endbahnhof erledigt hätten.
- Die Einzelhandelsumsätze der Zonen I bis IV werden im Gegensatz zur Gruppe der Fernreisenden komplett im Münchner Stadtgebiet umverteilt.
- Näher am Bahnhof liegende Einzelhandelsstandorte sind von einer Umverteilung stärker betroffen.

Aufgrund der obigen Annahmen ist für die Umsatzrekrutierung nicht mehr der gesamte Verdrängungsumsatz von 48,5 Mio. Euro heranzuziehen, sondern nur noch 24,5 Mio. Euro aus den Zonen I bis IV.

Abb. 58: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Gesamt (EG + SFB)

Umsatzrekrutierung Gesamt – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	9,2	57,2 %	5,2	8,9 %	0,8	3,7 %	0,3	30,2 %	2,8
Zone II	6,6	53,8 %	3,6	12,8 %	0,8	8,5 %	0,6	25,0 %	1,7
Zone III	5,5	56,0 %	3,1	4,0 %	0,2	2,7 %	0,1	37,2 %	2,1
Zone IV	3,1	55,6 %	1,7	3,9 %	0,1	2,7 %	0,1	37,8 %	1,2
<b>Gesamt</b>	<b>24,4</b>	<b>55,8 %</b>	<b>13,6</b>	<b>8,2 %</b>	<b>2,0</b>	<b>4,6 %</b>	<b>1,1</b>	<b>31,4 %</b>	<b>7,7</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Der größte Umsatzanteil mit knapp 56 % wird aus der Innenstadt umgeleitet. Gründe dafür sind:

- Räumliche Nähe zum Hauptbahnhof bzw. durch die bauliche Veränderung der Vorplätze „rückt“ der Hauptbahnhof näher an die 1a-Lage
- Erweitertes Gesamtsortiment im Hauptbahnhof => Kunde kann bei Waren seiner Wahl fündig werden

Die umgeleiteten Umsatzanteile aus den beiden Stadtteilzentren Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz fallen mit 8,2 % bzw. 4,6 % weitaus geringer aus, da diese beiden Standorte weiter vom Bahnhof entfernt sind.

Auf das restliche Stadtgebiet entfällt rund ein Drittel des Verdrängungsumsatzes.

### 6.3. Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung

#### 6.3.1. Umsatzgerüst

Für die Berechnung der Zielumsätze wurden gegenüber der Basisvariante folgende Modifikationen zu Grunde gelegt:

- Raumleistungen werden abgesenkt aufgrund optional größerer Verkaufseinheiten. Im Ergebnis ergibt sich eine durchschnittliche Raumleistung in Höhe von 9.770 Euro/qm p. a. bei einem Gesamtumsatzvolumen in Höhe von rund 116,0 Mio. Euro.
- Die prozentuale Gewichtung der Herkunftsanteile der Umsatzbeiträge (siehe Tabellen Umsatzherkunft) und die allgemeine Verteilungsgewichtung (siehe Tabellen Umsatzrekrutierung) gegenüber den betroffenen Zentren wird zur Ausgangslage nach Auer+Weber Architekten beibehalten.



Abb. 59: Umsatzableitung Hauptbahnhof: Simulation Verkaufsflächenmaximierung

Umsatzableitung – Hauptbahnhof Simulation Verkaufsflächenmaximierung (EG + SFB)			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Hauptbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	5.040	10.580	53,3
Modischer Bedarf	3.920	8.500	33,2
Elektro/Technik	490	8.000	3,9
DIY/Garten/Freizeit	490	7.600	3,7
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.960	11.200	21,9
<b>Hauptbahnhofgesamt (EG + SFB)</b>	<b>11.900</b>	<b>9.770</b>	<b>116,0</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Auch für die Zielumsätze des Erweiterungsszenarios reichen niedrige Bindungsquoten im Einzugsgebiet aus, welche nachhaltig unter den bestehenden Wettbewerbsbedingungen erreicht werden können. Der Verdrängungsumsatz für die gesamte Projektierung beträgt 68,6 Mio. Euro und wird um 20,1 Mio. Euro höher ausfallen als beim Basisszenario.

Abb. 60: Verdrängungsumsatz Hauptbahnhof: Simulation Verkaufsflächenmaximierung

Umsatzableitung – Hauptbahnhof Simulation Verkaufsflächenmaximierung (EG + SFB)			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Neubau Verkaufsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)
<b>Hauptbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	40,3	53,3	+13,0
Modischer Bedarf	2,7	33,2	+30,5
Elektro/Technik	0,1	3,9	+3,8
DIY/Garten/Freizeit	0,4	3,7	+3,3
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	3,9	21,9	+18,0
<b>Hauptbahnhofgesamt (EG + SFB)</b>	<b>47,4</b>	<b>116,0</b>	<b>+68,6</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

### 6.3.2. Kaufkraftbindung

Abb. 61: Umsatzherkunft Verkaufsflächenmaximierung Hauptbahnhof Gesamt

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof Simulation Verkaufsflächenmaximierung (EG + SFB)				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	368,0	3,54 %	13,0	19,0 %
Zone II	9.335,4	0,10 %	9,1	13,3 %
Zone III	7.362,9	0,10 %	7,7	11,2 %
Zone IV	19.263,9	0,02 %	4,3	6,2 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>36.330,2</b>	<b>0,09 %</b>	<b>34,1</b>	<b>49,7 %</b>
Reisende			34,5	50,3 %
<b>Gesamt (EG + SFB)</b>			<b>68,6</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Obwohl die Umsatzzusammensetzungen bei der Simulation in den einzelnen Hauptwarengruppen genauso gewählt wurden, verändern sich die Umsatzanteile für das Gesamtprojekt geringfügig. Ursache sind die unterschiedlichen Raumleistungen in den einzelnen Segmenten. Die höchste Kaufkraftbindung beträgt 3,5 % in Zone I, d. h. von möglichen 100 Euro jährlich für den Einzelhandel werden durchschnittlich 3,50 Euro am Hauptbahnhof ausgegeben.

### 6.3.3. Umsatzrekrutierung

Abb. 62: Umsatzrekrutierung VKF-Maximierung Hauptbahnhof Gesamt (EG + SFB)

Umsatzrekrutierung Gesamt – Hauptbahnhof Simulation Verkaufsflächenmaximierung (EG + SFB)									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	13,0	59,8 %	7,8	9,0 %	1,2	3,8 %	0,5	27,4 %	3,6
Zone II	9,1	52,7 %	4,8	12,5 %	1,1	8,9 %	0,8	25,8 %	2,3
Zone III	7,7	57,4 %	4,4	4,6 %	0,4	2,9 %	0,2	35,1 %	2,7
Zone IV	4,3	56,9 %	2,4	4,4 %	0,2	2,9 %	0,1	35,8 %	1,5
<b>Gesamt</b>	<b>34,1</b>	<b>57,0 %</b>	<b>19,4</b>	<b>8,4 %</b>	<b>2,8</b>	<b>4,9 %</b>	<b>1,7</b>	<b>29,8 %</b>	<b>10,2</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Wie bei der Kaufkraftbindung bleiben auch bei der Umsatzrekrutierung die Anteile der abgehenden Umsätze vom Gesamtumsatz in einer ähnlichen Größenordnung wie bei der Basisvariante.

## 6.4. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Stadtteilzentren

### 6.4.1. Flächenplanung nach Auer+Weber Architekten

Die Verdrängungsumsätze haben im Bezug zu den realisierten Einzelhandelsumsätzen in der Innenstadt nur einen geringen Anteil und in allen Sortimenten befindet sich der Wert der Umverteilungsquoten bei maximal 1 %.

Abb. 63: Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung

Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Innenstadt und Erw. (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	674,8	1,4	0,2 %
Modischer Bedarf	1.950,1	7,4	0,4 %
Elektro/Technik	214,3	0,9	0,4 %
DIY/Garten/Freizeit	42,6	0,4	1,0 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	787,2	3,5	0,4 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>3.669,0</b>	<b>13,6</b>	<b>0,4 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe bewegen sich die Umverteilungsquoten in einer Spanne von 0,2 bis 5,6 %. Diese Werte fallen zwar höher aus als in der Innenstadt, aber sind immer noch sehr niedrig.

Abb. 64: Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe

Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Umsatz Schwanthaler Höhe (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	69,2	0,2	0,3 %
Modischer Bedarf	46,2	1,2	2,6 %
Elektro/Technik	55,7	0,1	0,2 %
DIY/Garten/Freizeit	1,0	0,1	5,6 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	18,0	0,4	2,2 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>190,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,1 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz bewegen sich die Umverteilungsquoten in einer Spanne von 0,2 bis 3,3 %. Diese Werte fallen zwar in den wichtigen Warengruppen höher aus als in der Innenstadt und der Schwanthaler Höhe, sind aber auch hier noch weiter unter der Maßgeblichkeitsschwelle von 10 %.

Abb. 65: Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz

Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Umsatz Rotkreuzplatz (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	72,3	0,1	0,2 %
Modischer Bedarf	41,5	0,6	1,5 %
Elektro/Technik	2,4	0,1	2,9 %
DIY/Garten/Freizeit	1,8	0,1	3,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	24,1	0,2	1,0 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>142,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

#### 6.4.2. Simulation Verkaufsflächenmaximierung

Bei der Simulation einer Verkaufsflächenmaximierung sind die Verdrängungsumsätze aufgrund der vergrößerten Verkaufsfläche mit einer daraus resultierenden Umsatzsteigerung im Verhältnis zu den IST-Einzelhandelsumsätzen in den jeweiligen Einzelhandelsstandorten höher.

In der Innenstadt beträgt die Umverteilungsquote geringe 0,5 % und die Werte schwanken in den einzelnen Hauptwarengruppen zwischen 0,5 und 1,3 %.

Abb. 66: Simulation Verkaufsflächenmaximierung – Auswirkung auf die Innenstadt

Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Innenstadt und Erw. (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Verkaufsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	674,8	4,0	0,6 %
Modischer Bedarf	1.950,1	9,2	0,5 %
Elektro/Technik	214,3	1,1	0,5 %
DIY/Garten/Freizeit	42,6	0,5	1,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	787,2	4,6	0,6 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>3.669,0</b>	<b>19,4</b>	<b>0,5 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich



Für die Schwanthaler Höhe liegt die durchschnittliche Umverteilungsquote über alle Warengruppen bei 1,5 %. Die Spanne in den einzelnen Warengruppen bewegt sich zwischen 0,7 und 6,3 %, wobei die Werte in den stadtteilprägenden Warengruppen (Periodischer Bedarf, Modischer Bedarf und Elektro/Technik) bei moderaten 0,9 bis 3,1 % liegen.

Abb. 67: Simulation Verkaufsflächenmaximierung-Auswirkung auf die Schwanthaler Höhe

Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Umsatz Schwanthaler Höhe (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Verkaufsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	69,2	0,6	0,9 %
Modischer Bedarf	46,2	1,4	3,1 %
Elektro/Technik	55,7	0,2	0,4 %
DIY/Garten/Freizeit	1,0	0,1	6,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	18,0	0,5	2,8 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>190,1</b>	<b>2,8</b>	<b>1,5 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz fällt die Umverteilungsquote mit 1,2 % auch gering aus. In den einzelnen Warengruppen beträgt der Höchstwert nur 4,1 %, wobei dies die Warengruppe DIY/Garten/Freizeit betrifft, welche den geringsten Umsatzanteil im Stadtteilzentrum einnimmt.

Abb. 68: Simulation Verkaufsflächenmaximierung-Auswirkung auf den Rotkreuzplatz

Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Umsatz Rotkreuzplatz (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Verkaufsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Hauptbahnhof gesamt</b>			
Periodischer Bedarf	72,3	0,4	0,6 %
Modischer Bedarf	41,5	0,8	1,8 %
Elektro/Technik	2,4	0,1	3,6 %
DIY/Garten/Freizeit	1,8	0,1	4,1 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	24,1	0,3	1,3 %
<b>Hauptbahnhof gesamt (EG + SFB)</b>	<b>142,1</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

## 7. WIRKUNGSANALYSE FÜR EMPFANGSGEBÄUDE

In diesem Kapitel wird nur das Empfangsgebäude, somit ohne den Bauteil Starnberger Flügelbahnhof betrachtet. Die Grundlagen und Annahmen zum gesamten Hauptbahnhof werden eingebunden (siehe Kapitel 6).

### 7.1. Geplante Flächenentwicklung Empfangsgebäude

#### 7.1.1. Umsatzgerüst

Im Empfangsgebäude soll zukünftig eine Verkaufsfläche von 7.000 qm für den Einzelhandel entstehen. Diese Verkaufsfläche entspricht einer Geschossfläche von rund 10.000 qm. Damit könnten im Bereich Gastronomie und Dienstleistung ebenfalls noch 10.000 qm (GF) entwickelt werden. Wie bereits im Kap. 5.6 erläutert, würde dieser Anteilswert für Gastronomie und Dienstleistungen im Vergleich mit anderen deutschen Bahnhöfen auf einem vergleichbaren Anteilsniveau liegen. Auf Basis des geplanten Branchenmixes würde sich folgende Umsatzverteilung ergeben.

Abb. 69: Umsatzableitung Empfangsgebäude

Umsatzableitung – Empfangsgebäude			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	2.100	13.000	27,3
Modischer Bedarf	2.800	9.700	27,2
Elektro/Technik	350	9.200	3,2
DIY/Garten/Freizeit	350	8.500	3,0
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.400	12.600	17,6
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>7.000</b>	<b>11.190</b>	<b>78,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Periodischer und modischer Bedarf generieren zusammen rund 55 % des Einzelhandelsumsatzes im Empfangsgebäude. Die Flächenleistungen liegen weit über den durchschnittlichen Flächenleistungen im deutschen Einzelhandel, was der Sonderstellung von Bahnhöfen geschuldet ist.

Abb. 70: Verdrängungsumsatz Empfangsgebäude

Umsatzbilanz – Empfangsgebäude Bestand/Neubau			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Neubau (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	39,1	27,3	0,0
Modischer Bedarf	2,7	27,2	+24,5
Elektro/Technik	0,1	3,2	+3,1
DIY/Garten/Freizeit	0,4	3,0	+2,6
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	3,9	17,6	+13,7
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>46,2</b>	<b>78,3</b>	<b>+43,9</b>

Quelle: eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

Bei Betrachtung des Verdrängungsumsatzes ergibt sich ein leicht anderes Bild. Hier hat weiterhin der modische Bedarf den größten Anteil, aber im Gegensatz zum Gesamtumsatz haben sonstige Hartwaren/persönlicher Bedarf die zweitwichtigste Rolle inne. Ein Verdrängungsumsatz im Segment periodischer Bedarf besteht nicht, da derzeit im periodischen Bedarf im Hauptbahnhof mehr umgesetzt wird als nach dem Neubau im Empfangsgebäude. Die Bereiche Elektro/Technik und DIY/Garten/Freizeit weiten gegenüber dem IST-Zustand ihre Umsatzanteile erheblich aus, aber in der Gesamtbetrachtung spielen sie weiterhin eine untergeordnete Rolle.

### 7.1.2. Kaufkraftbindung

Insgesamt kann das Empfangsgebäude einen Verdrängungsumsatz in Höhe von rund 43,9 Mio. Euro auf sich vereinen. Die durchschnittlichen Kaufkraftbindungen liegen erwartungsgemäß nur in der Zone I über 2 %. In allen anderen Zonen fallen diese, gemessen am zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial äußerst gering aus. Im Normalfall nimmt die Bindungsquote mit Zunahme der Entfernung zum Einkaufsstandort ab, da die Konsumenten mehr Alternativstandorte zur Verfügung haben und die in Anspruch genommene Zeit für die Fahrt größer wird.

Abb. 71: Umsatzherkunft Empfangsgebäude

Umsatzherkunft Gesamt – Empfangsgebäude				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (qm)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	368,5	2,24 %	8,3	18,8 %
Zone II	9.335,4	0,07 %	6,2	14,0 %
Zone III	7.362,9	0,07 %	5,1	11,5 %
Zone IV	19.263,9	0,01 %	2,9	6,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>36.330,7</b>	<b>0,06 %</b>	<b>22,4</b>	<b>50,9 %</b>
Reisende			21,5	49,1 %
<b>Gesamt</b>			<b>43,9</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Die Zone I hat zwar mit 2,24 % die mit Abstand höchste Bindungsquote, aber beim Umsatzanteil relativiert sich dies wieder, da das zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen weitaus geringer ist als in den Zonen II bis IV. Der Umsatzanteil der Reisenden liegt bei 49 % bzw. einem Umsatz von 21,5 Mio. Euro, was einem durchschnittlichen Ausgabesatz pro Kopf von 2,10 Euro entspricht.

Die Einzelbetrachtung der Umsatzherkunft in den einzelnen Warengruppen im Empfangsgebäude findet sich im Anhang.

### 7.1.3. Umsatzrekutierung

Die Umsatzrekutierung beschreibt die Umverteilung der Verdrängungsumsätze aus bestehenden Einzelhandelsstandorten in der Stadt München, dabei sind erfahrungsgemäß näher liegende Standorte stärker betroffen als weiter entfernte Standorte.

Abb. 72: Umsatzrekutierung Empfangsgebäude

Umsatzrekutierung Gesamt – Empfangsgebäude									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz Mio. Euro	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	8,3	54,7 %	4,5	8,8 %	0,7	3,5 %	0,3	33,1 %	2,7
Zone II	6,2	54,8 %	3,4	13,0 %	0,8	8,0 %	0,5	24,2 %	1,5
Zone III	5,1	54,7 %	2,8	3,5 %	0,2	2,5 %	0,1	39,3 %	2,0
Zone IV	2,9	54,5 %	1,6	3,4 %	0,1	2,5 %	0,1	39,6 %	1,1
<b>Gesamt</b>	<b>22,4</b>	<b>54,7 %</b>	<b>12,2</b>	<b>8,0 %</b>	<b>1,8</b>	<b>4,4 %</b>	<b>1,0</b>	<b>32,9 %</b>	<b>7,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Die Umverteilungen aus dem Stadtzentrum werden mit über 50 % des Verdrängungsumsatzes am höchsten ausfallen, da die räumliche Nähe gegeben ist und im neuen Hauptbahnhof eine ähnlich hohe Filialistenquote wie in der Innenstadt implementiert wird. Folgedessen können Konsumenten gewisse Produkte, die sie früher in der Innenstadt besorgen mussten, auch am Hauptbahnhof erwerben.

Die Umverteilungsquoten in den Stadtteilzentren Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz fallen geringer aus, da die beiden Zentren weiter vom Hauptbahnhof entfernt sind, aber aus diesen beiden Zentren werden immerhin noch 2,8 Mio. Euro des Verdrängungsumsatzes umverteilt.

Auf die restlichen Münchner Einzelhandelsstandorte entfallen rund 7,3 Mio. Euro bzw. rund 31 %. Dieser Umsatz kommt dadurch zustande, dass Konsumenten aufgrund von Wartezeiten beim Umsteigen, Spontankauf oder zeittechnischen Gründen (Ladenschlusszeiten) ihren Einkauf am Hauptbahnhof erledigen.

Die Umsatzumlenkungen für die einzelnen Warengruppen im Empfangsgebäude befinden sich im Anhang.

## 7.2. Simulation Einkaufsflächenmaximierung

### 7.2.1. Umsatzgerüst

Bei der Simulation der Einkaufsflächenmaximierung waren folgende beide Annahmen entscheidend:

- Flächenobergrenze von 20.000 qm (GF) für die Nutzungen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung
- Schaffung eines funktionierenden Nutzungsmixes zwischen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung



Für die Festlegung des passenden Mixes wurden Vergleichswerte aus anderen bereits sanierten, deutschen Bahnhöfen herangezogen. Mit der Schaffung maximaler Verkaufsfläche wurden die Nutzungen Gastronomie und Dienstleistung mit einem möglichst geringen, aber ausreichenden Flächenpotenzial angesetzt.

Mit den branchenüblichen Umrechnungsfaktoren wurde anschließend die Einzelhandelsverkaufsfläche ermittelt. Die Verkaufsfläche kann im Empfangsgebäude um rund 2.800 qm gegenüber der Basisvariante gesteigert werden.

Gegenüber der Basisvariante wurde auch bei der Verkaufsflächenmaximierung die durchschnittliche Flächenleistung je Segment etwas niedriger angesetzt. Mit diesen Raumleistungen ergibt sich ein Umsatz von insgesamt 96,7 Mio. Euro. Dieser Umsatz entspricht einer durchschnittlichen Raumleistung von 9.870 Euro je qm Verkaufsfläche.

Abb. 73: Umsatzableitung Empfangsgebäude – Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung g

Umsatzableitung – Empfangsgebäude Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	2.940	11.500	33,8
Modischer Bedarf	3.920	8.500	33,3
Elektro/Technik	490	8.000	3,9
DIY/Garten/Freizeit	490	7.600	3,7
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	1.960	11.200	22,0
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>9.800</b>	<b>9.870</b>	<b>96,7</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im periodischen Bedarf entsteht per Saldo wiederum kein Verdrängungsumsatz, da der Umsatz auch bei der Verkaufsflächenmaximierung noch unter den 40,3 Mio. Euro des derzeitigen Einzelhandelsumsatzes liegt. Der höchste Verdrängungsumsatz entsteht im modischen Bedarf (+30,6 Mio. Euro) und bei sonstigen Hartwaren/persönlicher Bedarf (+18,1 Mio. Euro).

Abb. 74: Verdrängungsumsatz Empfangsgebäude – Simulation EH-Flächenmaximierung

Umsatzbilanz – Empfangsgebäude Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Einzelhandelsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	40,3	33,8	0,0
Modischer Bedarf	2,7	33,3	+30,6
Elektro/Technik	0,1	3,9	+3,8
DIY/Garten/Freizeit	0,4	3,7	+3,3
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	3,9	22,0	+18,1
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>47,4</b>	<b>96,7</b>	<b>+55,7</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Die Segmente Elektro/Technik und DIY/Garten/Freizeit weisen mit ihren Verdrängungsumsätzen von je etwas über 3 Mio. Euro eine untergeordnete Rolle auf.

### 7.2.2. Kaufkraftbindung

Aufgrund der höheren Umsätze der flächenmaximierten Variante fallen die Kaufkraftbindungen in den einzelnen Zonen höher aus, aber sind immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau.

Abb. 75: Umsatzherkunft Empfangsgebäude – Simulation Einzelhandelsflächenmaximierung

Umsatzherkunft Gesamt – Empfangsgebäude				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	368,5	2,83 %	10,4	18,7 %
Zone II	9.335,4	0,08 %	7,8	14,0 %
Zone III	7.362,9	0,09 %	6,4	11,5 %
Zone IV	19.263,9	0,02 %	3,6	6,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>36.330,7</b>	<b>0,08 %</b>	<b>28,2</b>	<b>50,8 %</b>
Reisende			27,4	49,2 %
<b>Gesamt</b>			<b>55,6</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen mög ch

Die Einzelbetrachtung der Umsatzherkunft in den einzelnen Warengruppen im Empfangsgebäude findet sich im Anhang.

### 7.2.3. Umsatzrekrutierung

Zur Berechnung der Umsatzrekrutierung wurden die gleichen prozentualen Verdrängungswirkungen und Anteile unterstellt, wie bei dem Grundszenario auf Basis der Ableitung von Auer+Weber Architekten. Im Ergebnis würden rechnerisch, bei einer Verkaufsflächenmaximierung rund 15,5 Mio. Euro als verdrängungswirksam gegenüber der Innenstadt, rund 2,3 Mio. Euro gegenüber der Schwanthaler Höhe und rund 1,2 Mio. Euro gegenüber dem Rotkreuzplatz anzunehmen sein. 9.3 Mio. Euro würden sich insgesamt auf das übrige Angebotsgefüge auswirken.

Abb. 76: Umsatzrekrutierung Simulation Empfangsgebäude – Einkaufsflächenmaximierung

Umsatzrekrutierung Gesamt – Empfangsgebäude									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz Mio. Euro	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	10,4	54,7 %	5,7	8,7 %	0,9	3,5 %	0,4	33,0 %	3,4
Zone II	7,8	54,9 %	4,3	12,9 %	1,0	7,9 %	0,6	24,3 %	1,9
Zone III	6,4	54,8 %	3,5	3,5 %	0,2	2,5 %	0,2	39,2 %	2,5
Zone IV	3,6	54,5 %	2,0	3,4 %	0,1	2,5 %	0,1	39,5 %	1,4
<b>Gesamt</b>	<b>28,2</b>	<b>54,7 %</b>	<b>15,5</b>	<b>8,0 %</b>	<b>2,3</b>	<b>4,4 %</b>	<b>1,2</b>	<b>32,9 %</b>	<b>9,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen mög ch

Die Umsatzumlenkungen für die einzelnen Warengruppen im Empfangsgebäude befinden sich im Anhang.

### 7.3. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Einzelhandelsstandorte

#### 7.3.1. Geplante Flächengrößen

Die Relation der Umlenkungsumsätze auf die bestehenden Einzelhandelsumsätze in den drei nächst liegenden Einkaufsstandorten sind alle in einer verträglichen Relation. In der Innenstadt reichen die Werte von 0,4 bis 1,0 %, wobei der höchste Wert in der Warengruppe DIY/Garten/Freizeit entsteht. Die Warengruppen modischer Bedarf und sonstiger/persönlicher Bedarf erreichen einen Wert von jeweils 0,4 %. Der Gesamtwert beträgt 0,3 %.

Abb. 77: Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung

Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Innenstadt und Erw. (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	674,8	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	1.950,1	7,4	0,4 %
Elektro/Technik	214,3	0,9	0,4 %
DIY/Garten/Freizeit	42,6	0,4	1,0 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	787,2	3,5	0,4 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>3.669,0</b>	<b>12,2</b>	<b>0,3 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe liegen die Werte der Umverteilungsquoten zwischen 0,2 und 5,6 %. In der Leitbranche Mode liegt die Umverteilungsquote bei 2,6 %. Den niedrigsten Wert (abgesehen vom periodischen Bedarf) weist das Segment Elektro/Technik auf, was mit der Präsenz der großen Saturn-Filiale in der Schwanthaler Höhe zu erklären ist. Der Wert über alle Warengruppen liegt bei 0,9 %.

Abb. 78: Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe

Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Umsatz Schwanthaler Höhe (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	69,2	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	46,2	1,2	2,6 %
Elektro/Technik	55,7	0,1	0,2 %
DIY/Garten/Freizeit	1,0	0,1	5,6 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	18,0	0,4	2,2 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>190,1</b>	<b>1,8</b>	<b>0,9 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Im Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz wird der höchste Umverteilungswert in Relation zum IST-Einzelhandelsumsatz in der Warengruppe DIY/Garten/Freizeit mit 3,3 % erreicht. Den niedrigsten Wert weist die Warengruppe sonstiger/persönlicher Bedarf mit 1,0 % auf. Auch am Rotkreuzplatz sind alle Werte auf einem niedrigen Niveau. Über alle Warengruppen weist das Stadtteilzentrum Rotkreuzplatz eine Umverteilungsquote von marginalen 0,7 % auf.

Abb. 79: Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz

Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Umsatz Rotkreuzplatz (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	72,3	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	41,5	0,6	1,5 %
Elektro/Technik	2,4	0,1	2,9 %
DIY/Garten/Freizeit	1,8	0,1	3,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	24,1	0,2	1,0 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>142,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,7 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

### 7.3.2. Simulation Verkaufsflächenmaximierung

Unter Annahme einer Verkaufsflächenmaximierung steigen die Anteile der Umverteilungsquoten aufgrund der höheren Einzelhandelsumsätze in den einzelnen Stadtteilzentren leicht an, weisen aber immer noch Werte weit unterhalb abwägungsrelevanter Größenordnungen auf.

In der Innenstadt steigt der Wert über alle Warengruppe von 0,3 % auf 0,4 % an und liegt in jeder Warengruppe unter 2 %.

Abb. 80: Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung

Auswirkungsbeurteilung auf die Innenstadt und Erweiterung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Innenstadt und Erw. (Mio. Euro)	Umsatz Einzelhandelsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	674,8	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	1.950,1	9,2	0,5 %
Elektro/Technik	214,3	1,1	0,6 %
DIY/Garten/Freizeit	42,6	0,5	1,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	787,2	4,6	0,6 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>3.669,0</b>	<b>15,5</b>	<b>0,4 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich



Im Stadtteilzentrum Schwanthaler Höhe wächst die Umverteilungsquote von 0,9 auf 1,2 % an. In der Warengruppe modischer Bedarf wird ein Wert von 3,1 % erreicht.

Abb. 81: Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe

Auswirkungsbeurteilung auf die Schwanthaler Höhe			
Hauptwarengruppe	Umsatz Schwanthaler Höhe (Mio. Euro)	Umsatz Einzelhandelsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	69,2	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	46,2	1,4	3,1 %
Elektro/Technik	55,7	0,2	0,4 %
DIY/Garten/Freizeit	1,0	0,1	6,3 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	18,0	0,5	2,8 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>190,1</b>	<b>2,3</b>	<b>1,2 %</b>

Quelle: bulwengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Beim Rotkreuzplatz steigt die Umverteilungsquote ebenfalls auf 0,9 % in Relation zum derzeitigen Einzelhandelsumsatz an und liegt damit auf einem absolut verträglichen Niveau.

Abb. 82: Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz

Auswirkungsbeurteilung auf den Rotkreuzplatz			
Hauptwarengruppe	Umsatz Rotkreuzplatz (Mio. Euro)	Umsatz Einzelhandelsflächenmaximierung (Mio. Euro)	Umverteilungsquote (%)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	72,3	0,0	0,0 %
Modischer Bedarf	41,5	0,8	1,8 %
Elektro/Technik	2,4	0,1	3,6 %
DIY/Garten/Freizeit	1,8	0,1	4,1 %
Persönlicher Bedarf/Sonstige Hartwaren	24,1	0,3	1,3 %
<b>Empfangsgebäude gesamt</b>	<b>142,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9 %</b>

Quelle: bulwengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

## 8. WIRKUNGSANALYSE FÜR GEBÄUDE STARNBERGER FLÜGELBAHNHOF

In diesem Kapitel wird nur das Gebäude Starnberger Flügelbahnhof, somit ohne den Bauteil Empfangsgebäude betrachtet. Die Grundlagen und Annahmen zum gesamten Hauptbahnhof werden eingebunden (siehe Kapitel 6).

### 8.1. Geplante Flächenentwicklung Starnberger Flügelbahnhof

#### 8.1.1. Umsatzgerüst

Im Starnberger Flügelbahnhof wird auf Basis der Planungen von Auer+Weber Architekten eine Verkaufsfläche von rund 1.760 qm realisiert werden. Aufgrund des vorgeschlagenen Flächenkonzeptes und Branchenmixes des Auftraggebers ist für den Starnberger Flügelbahnhof eine komplette Nutzung mit Gütern des periodischen Bedarfs vorgesehen.

Abb. 83: Umsatzableitung Gebäude Starnberger Flügelbahnhof

Umsatzableitung – Starnberger Flügelbahnhof			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	1.760	10.000	17,6
<b>Starnberger Flügelbahnhof gesamt</b>	<b>1.760</b>	<b>10.000</b>	<b>17,6</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Hinsichtlich der Raumleistungen gehen wir von einer durchschnittlichen Raumleistung von 10.000 Euro/qm VKF über alle Flächen aus. Im Erdgeschoss können dabei höhere Raumleistungen erzielt werden als im Zwischengeschoss. Insgesamt ergibt sich somit ein Umsatz von 17,6 Mio. Euro.

Der Verdrängungsumsatz beläuft sich auf rund 4,6 Mio. Euro und errechnet sich aus dem Einzelhandelsumsatz im periodischen Bedarf im Empfangsgebäude und des Starnberger Flügelbahnhofs abzüglich des derzeitigen IST-Umsatzes im periodischen Bedarf des Hauptbahnhofs.

Abb. 84: Verdrängungsumsatz Gebäude Starnberger Flügelbahnhof

Umsatzbilanz – Starnberger Flügelbahnhof Bestand/Neubau			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Neubau (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	39,1	27,3	-11,8
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	1,2	17,6	+16,4
<b>Starnberger Flügelbahnhof gesamt</b>	<b>1,2</b>	<b>17,6</b>	<b>+4,6</b>

Quelle: eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

### 8.1.2. Kaufkraftbindung

Insgesamt gehen wir von einem Umsatz im Starnberger Flügelbahnhof von rund 16,4 Mio. Euro aus. Dieser setzt sich einzig und allein aus Sortimenten der Warengruppe periodischer Bedarf zusammen. Nur 4,6 Mio. Euro sind zusätzlicher Umsatz nach Neupositionierung, denn 11,8 Mio. Euro werden als bereits vorhandener Umsatz per Saldo aus der heutigen Ausgangssituation übernommen.

Die Umsatzherkunft teilt sich auf 45 % aus dem Einzugsgebiet, davon 20 % aus der Zone I, und 55 % Umsatzanteil von den Reisenden auf. Der hohe Umsatzanteil der Reisenden resultiert u. a. aus dem neuen Betriebskonzept im Starnberger Flügelbahnhof seitens der Deutschen Bahn (Ausweitung der Abfertigung von IC-/ICE-Zügen) nach dem Umbau und Preisvorteilen der periodischen Anbieter (z. B. großflächiger Lebensmittelmarkt) gegenüber den Convenience Shops im Empfangsgebäude.

Somit unterscheidet sich die Umsatzherkunft des periodischen Bedarfs im SFB deutlich von einer solitären Lebensmitteleinzelhandelsimmobilie. Diese rekrutiert rund 70 % ihres Umsatzes aus dem unmittelbaren Nahbereich. Vergleichbare Einzelhandelsanbieter in Bahnhöfen, wie zum Beispiel auch der Lebensmitteldiscounter im ZOB München, rekrutieren hingegen den gleichen Anteil eher aus entfernteren Zonen und dem Fernmarktgebiet. Somit handelt es sich bei der Bewertung der Kaufkraftbindung nicht um einen klassischen Nahversorger. Dies ist bei der Bewertung der Auswirkungen zu berücksichtigen.

Abb. 85: Umsatzherkunft – Gebäude Starnberger Flügelbahnhof

Umsatzherkunft Gesamt – Starnberger Flügelbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	211,6	0,43 %	0,9	20,0 %
Zone II	5.356,4	0,01 %	0,5	10,0 %
Zone III	4.220,9	0,01 %	0,5	10,0 %
Zone IV	11.034,7	0,00 %	0,2	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>20.823,6</b>	<b>0,01 %</b>	<b>2,1</b>	<b>45,0 %</b>
Reisende			2,5	55,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>4,6</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

\* In Abzug gebracht wurde der reduzierte Umsatz in Höhe von 11,8 Mio. Euro gegenüber der Ausgangslage. Der Absolutumsatz am SFB beträgt rund 16,4 Mio. Euro

Die Bindungsquoten fallen damit in allen Zonen des Einzugsgebiets sehr niedrig aus. Der Umsatz der Reisenden beträgt rund 2,5 Mio. Euro, was pro Reisenden durchschnittlich 0,25 Euro entspricht.

### 8.1.3. Umsatzrekrutierung

Durch die Planungen am Starnberger Flügelbahnhof können rund 16,4 Mio. Euro erwirtschaftet werden. Als reiner Mehrumsatz sind jedoch nur rund 4,6 Mio. Euro auswirkungsrelevant.

Von diesen 4,6 Mio. Euro werden wiederum nur die innerhalb des Einzugsgebiets erwirtschafteten Umsätze verdrängungswirksam. Insgesamt werden gegenüber den Münchner Einzelhandelsstandorten rund 2,1 Mio. Euro im periodischen Bereich umverteilt.

Abb. 86: Umsatzrekrutierung – Gebäude Starnberger Flügelbahnhof

Umsatzrekrutierung Gesamt – Starnberger Flügelbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz Mio. Euro	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	0,9	80,0 %	0,7	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	5,0 %	0,0
Zone II	0,5	40,0 %	0,2	10,0 %	0,0	15,0 %	0,1	35,0 %	0,2
Zone III	0,5	70,0 %	0,3	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	15,0 %	0,1
Zone IV	0,2	70,0 %	0,2	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	15,0 %	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>2,1</b>	<b>67,8 %</b>	<b>1,4</b>	<b>10,0 %</b>	<b>0,2</b>	<b>7,2 %</b>	<b>0,1</b>	<b>15,0 %</b>	<b>0,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Von den 2,1 Mio. Euro werden rund zwei Drittel aus der Innenstadt inkl. Erweiterung umverteilt. Auf die Stadtteilzentren Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz bzw. die restlichen Münchner Einzelhandelsstandorte entfallen etwas mehr als 0,6 Mio. Euro.

## 8.2. Simulation Einkaufsflächenmaximierung

### 8.2.1. Umsatzgerüst

Bei einer simulierten Verkaufsflächenmaximierung können im Starnberger Flügelbahnhof insgesamt rund 2.100 qm Verkaufsfläche realisiert werden, im Umkehrschluss sind damit keine Potenziale mehr für Gastronomie und Dienstleistungen im Starnberger Flügelbahnhof vorhanden.

Abb. 87: Umsatzableitung Gebäude Starnberger Flügelbahnhof – Verkaufsflächenmaximierung

Umsatzableitung – Starnberger Flügelbahnhof Verkaufsflächenmaximierung			
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche (qm)	Flächenleistung (Euro/qm p. a.)	Umsatz (Mio. Euro)
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	2.100	9.300	19,5
<b>Starnberger Flügelbahnhof gesamt</b>	<b>2.100</b>	<b>9.300</b>	<b>19,5</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Aufgrund der größeren Verkaufsflächen wird auch in dieser Berechnung von etwas geringeren Raumleistungen ausgegangen. Mit diesen Annahmen ergibt sich ein Gesamtumsatz von rund 19,5 Mio. Euro im Starnberger Flügelbahnhof.



Mit einem Zielumsatz von 19,5 Mio. Euro auf den neuen Verkaufsflächen im Starnberger Flügelbahnhof ergibt sich ein Verdrängungsumsatz von 13,0 Mio. Euro. Der Minderumsatz im periodischen Bedarf von 5,3 Mio. Euro aus dem Empfangsgebäude wird hier mitberücksichtigt.

Abb. 88: Verdrängungsumsatz Gebäude SFB – Verkaufsflächenmaximierung

Umsatzbilanz – Starnberger Flügelbahnhof Simulation Verkaufsflächenmaximierung			
Hauptwarengruppe	Umsatz Bestand (Mio. Euro)	Umsatz Neubau (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz (Mio. Euro)
<b>Empfangsgebäude</b>			
Periodischer Bedarf	39,1	33,8	-5,3
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Periodischer Bedarf	1,2	19,5	+18,3
<b>Starnberger Flügelbahnhof gesamt</b>	<b>1,2</b>	<b>19,5</b>	<b>+13,0</b>

Quelle: eigene Berechnungen Rundungsdifferenzen möglich

### 8.2.2. Kaufkraftbindung

Bei der Annahme derselben Umsatzanteile wie in der Basisvariante ergibt sich auch für die Verkaufsflächenmaximierung keine nennenswert hohen Bindungsquoten. Die Bindungsquote von 1,23 in Zone I des Einzugsgebiets ist für den periodischen Bedarf als marginal einzustufen.

Abb. 89: Umsatzherkunft Simulation Verkaufsflächenmaximierung Gebäude SFB

Umsatzherkunft Gesamt – Starnberger Flügelbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	211,1	1,23 %	2,6	20,0 %
Zone II	5.356,4	0,02 %	1,3	10,0 %
Zone III	4.220,9	0,03 %	1,3	10,0 %
Zone IV	11.034,7	0,01 %	0,7	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>20.823,1</b>	<b>0,03 %</b>	<b>5,9</b>	<b>45,0 %</b>
Reisende			7,2	55,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>13,0</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

In den anderen Zonen liegt die Bindungsquote bei weit unter einem Prozent. Der Umsatz der Reisenden beträgt rund 7,2 Mio. Euro, was pro Reisenden durchschnittlich 0,70 Euro entspricht.

### 8.2.3. Umsatzrekrutierung

Zur Berechnung der Umsatzrekrutierung bei der Simulation einer Verkaufsflächenmaximierung wurden die gleichen prozentualen Verdrängungswirkungen und Anteile unterstellt, wie bei dem Grundszenario. Im Ergebnis würden rund 5,9 Mio. Euro gegenüber den Münchner Einzelhandelsstandorten verdrängungswirksam sein. Der Hauptanteil entfällt mit zwei Drittel bzw. rund 4,0 Mio. Euro auf die Innenstadt inkl. Erweiterung. Auf die Stadtteilzentren Schwanthaler Höhe bzw. Rotkreuzplatz kommen 0,6 bzw. 0,4 Mio. Euro.

Abb. 90: Umsatzrekrutierung Simulation EH-Flächenmaximierung Gebäude SFB

Umsatzrekrutierung Gesamt – Starnberger Flügelbahnhof Simulation Einkaufsflächenmaximierung									
Herkunftsraum	Verdrängungsumsatz Mio. Euro	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro	Anteil	Mio. Euro
Zone I	2,6	80,0 %	2,1	10,0 %	0,3	5,0 %	0,1	5,0 %	0,1
Zone II	1,3	40,0 %	0,5	10,0 %	0,1	15,0 %	0,2	35,0 %	0,5
Zone III	1,3	70,0 %	0,9	10,0 %	0,1	5,0 %	0,1	15,0 %	0,2
Zone IV	0,7	70,0 %	0,5	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	15,0 %	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>5,9</b>	<b>67,8 %</b>	<b>4,0</b>	<b>10,0 %</b>	<b>0,6</b>	<b>7,2 %</b>	<b>0,4</b>	<b>15,0 %</b>	<b>0,9</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

### 8.3. Auswirkungsbeurteilung auf die betrachteten Einzelhandelsstandorte

#### 8.3.1. Geplante Flächengrößen

Die Auswirkung für den Starnberger Flügelbahnhof fallen aufgrund des geringen Verdrängungsumsatzes für alle drei betrachteten Stadtteilzentren marginal aus. Die Werte variieren zwischen 0,1 und 0,3 %.

Abb. 91: Auswirkungsbeurteilung

Auswirkungsbeurteilung auf die nächstliegenden Stadtteilzentren (Innenstadt inkl. Erweiterung, Schwanthaler Höhe, Rotkreuzplatz)			
Hauptwarengruppe	Umsatz periodischer Bedarf (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau SFB (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Innenstadt inkl. Erweiterung	674,8	1,4	0,2 %
Schwanthaler Höhe	69,2	0,2	0,3 %
Rotkreuzplatz	72,3	0,1	0,1 %

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

### 8.3.2. Simulation – Verkaufsflächenmaximierung

Bei der Simulation der Verkaufsflächenmaximierung steigen die Werte gegenüber der Basisvariante an, bleiben aber weiterhin in jedem der drei betrachteten Standorte unter einem Prozent und ganz weit unterhalb abwägungsrelevanter Größenordnungen.

Abb. 92: Auswirkungsbeurteilung Starnberger Flügelbahnhof – Verkaufsflächenmaximierung

Auswirkungsbeurteilung auf die nächstliegenden Stadtteilzentren (Innenstadt inkl. Erweiterung, Schwanthaler Höhe, Rotkreuzplatz)			
Hauptwarengruppe	Umsatz periodischer Bedarf (Mio. Euro)	Verdrängungsumsatz Neubau SFB (Mio. Euro)	Umverteilungsquoten (%)
<b>Starnberger Flügelbahnhof</b>			
Innenstadt inkl. Erweiterung	674,8	4,0	0,6 %
Schwanthaler Höhe	69,2	0,6	0,9 %
Rotkreuzplatz	72,3	0,4	0,5 %

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Somit gehen auch für die Verkaufsflächenmaximierung im Starnberger Flügelbahnhof keine schädlichen Wirkungen für die betrachteten Einzelhandelsstandorte aus.

## 9. ABSCHLIESSENDE BEURTEILUNG

Unter Berücksichtigung der in den jeweiligen Warengruppen prognostizierten Umsätze und bei Beachtung der Relationen dieser Umsätze an den IST-Umsätzen in den betrachteten Geschäftszentren ergeben sich durchwegs geringe verdrängungswirksame Umsatzanteile unterhalb abwägungsrelevanter Intensitäten. Die Auswirkungen der Umsatzbeiträge in den einzelnen Warengruppen und den Stadtteilzentren können wie folgt bewertet werden:

- Generell erwarten wir kaum einen größeren Austausch von Nahversorgungsnachfrage zwischen Schwanthaler Höhe und Rotkreuzplatz mit dem Besatz im Hauptbahnhof. Der Versorgungseinkauf wird großteils am Wohnort erledigt bzw. am nächsten zu erreichenden Standort. Es gibt natürlich auch Ausnahmen, wo Konsumenten entfernt liegendere Standorte aufgrund von vorliegenden Präferenzen oder aktuellen Angeboten aufsuchen.
- Allgemein werden folgende drei Hauptgruppen den Umsatz im periodischen Bedarf im Hauptbahnhof tragen:
  - Typische Nahversorgungskunden, für die der Standort fußläufig erreichbar ist
  - Pendler und Freizeitnutzer
  - Reisende
- Beim modischen Bedarf beträgt der Mehrumsatz, der innerhalb der Stadt München und auch gegenüber den Angeboten in den betrachteten Stadtteilzentren umverteilt wird 13,5 Mio. Euro. Erwartungsgemäß fallen die Umverteilungsanteile gegenüber den Umsätzen in den Stadtteilzentren und allen voran gegenüber der Innenstadt relativ gering aus, da der Besatz flächen-seits im Hauptbahnhof deutlich geringer ausfällt als in diesen drei Zentren zusammen. Die Höhe der Umverteilungsquoten schließt damit eine Schädigung des Besatzes bzw. eine Strukturgefährdung in den Stadtteilzentren grundsätzlich aus. Das restliche Umsatzpotenzial verteilt sich auf diverse Angebotsaggregate im übrigen Münchner Stadtgebiet und wird dadurch stark verwässert.
- Auch bei den Warengruppen Elektro/Technik und DIY/Garten/Freizeit ergibt sich ein ähnliches Bild. Diese Warengruppen nehmen zudem den kleinsten Umsatzanteil im Hauptbahnhof ein. Die äußerst geringen Anteilsquoten bei Berücksichtigung der Mehrumsatzbeträge in diesen Warengruppen lassen keine strukturschädigenden Auswirkungen erwarten.

Bei Untersuchung des Flächenprogramms des Neubaus wurden keine über das Maß wettbewerblicher Schädigungen hinausgehende Umsatzumverteilungen zu Lasten des Angebotes in den bestehenden tangierten Stadtteilzentren und dem erweiterten Stadtzentrum festgestellt. Auch die getrennte Untersuchung der Auswirkungen des Einzelhandelsbesatzes im Starnberger Flügelbahnhof und Empfangsgebäude ergaben rechnerisch keine signifikanten Umsatzumlenkungen zu Lasten der Funktionsfähigkeit der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und der restlichen Lagen in der Stadt München.

Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass die Berechnung statisch erfolgte, d. h. es wurden die heutigen Einwohner- und Reisendenzahlen zu Grunde gelegt. Bei Berücksichtigung der Wachstumszahlen in beiden Segmenten werden die bereits niedrigen Verdrängungsquoten innerhalb weniger Jahre kompensiert.



## 10. ANHANG

### 10.1. Tabellen für die Wirkungsanalyse nach Warengruppen

#### 10.1.1. Tabellen Umsatzherkunft Warengruppen – Basisszenario

Abb. 93: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München periodischer Bedarf

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	211,6	0,43 %	0,9	20,0 %
Zone II	5.356,4	0,01 %	0,5	10,0 %
Zone III	4.220,9	0,01 %	0,5	10,0 %
Zone IV	11.034,7	0,00 %	0,2	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>20.823,6</b>	<b>0,01 %</b>	<b>2,1</b>	<b>45,0 %</b>
Reisende			2,5	55,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>4,6</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 94: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München modischer Bedarf

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	46,7	10,49 %	4,9	20,0 %
Zone II	1.183,7	0,31 %	3,7	15,0 %
Zone III	934,7	0,33 %	3,1	12,5 %
Zone IV	2.448,0	0,08 %	1,8	7,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>4.613,1</b>	<b>0,29 %</b>	<b>13,5</b>	<b>55,0 %</b>
Reisende			11,0	45,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>24,5</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 95: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Elektro/Technik

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	31,0	2,50 %	0,8	25,0 %
Zone II	785,0	0,05 %	0,4	12,5 %
Zone III	619,6	0,05 %	0,3	10,0 %
Zone IV	1.622,0	0,01 %	0,2	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>3.057,6</b>	<b>0,05 %</b>	<b>1,6</b>	<b>52,5 %</b>
Reisende			1,5	47,5 %
<b>Gesamt</b>			<b>3,1</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 96: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München DIY/Garten/Freizeit

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	44,0	1,18 %	0,5	20,0 %
Zone II	1.117,4	0,03 %	0,4	15,0 %
Zone III	882,5	0,04 %	0,3	12,5 %
Zone IV	2.311,7	0,01 %	0,2	7,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>4.355,6</b>	<b>0,03 %</b>	<b>1,4</b>	<b>55,0 %</b>
Reisende			1,2	45,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>2,6</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 97: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	35,2	5,84 %	2,1	15,0 %
Zone II	892,9	0,19 %	1,7	12,5 %
Zone III	705,2	0,19 %	1,4	10,0 %
Zone IV	1.847,5	0,04 %	0,7	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>3.480,8</b>	<b>0,17 %</b>	<b>5,8</b>	<b>42,5 %</b>
Reisende			7,9	57,5 %
<b>Gesamt</b>			<b>13,7</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

### 10.1.2. Tabellen Umsatzherkunft Warengruppen – Szenario Verkaufsflächenmaximierung

Abb. 98: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München periodischer Bedarf

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	211,1	1,23 %	2,6	20,0 %
Zone II	5.356,4	0,02 %	1,3	10,0 %
Zone III	4.220,9	0,03 %	1,3	10,0 %
Zone IV	11.034,7	0,01 %	0,7	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>20.823,1</b>	<b>0,03 %</b>	<b>5,9</b>	<b>45,0 %</b>
Reisende			7,2	55,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>13,0</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 99: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München modischer Bedarf

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	46,7	13,06 %	6,1	20,0 %
Zone II	1.183,7	0,39 %	4,6	15,0 %
Zone III	934,7	0,41 %	3,8	12,5 %
Zone IV	2.448,0	0,09 %	2,3	7,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>4.613,1</b>	<b>0,36 %</b>	<b>16,8</b>	<b>55,0 %</b>
Reisende			13,7	45,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>30,5</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 100: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München Elektro/Technik

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	31,0	3,06 %	1,0	25,0 %
Zone II	785,0	0,06 %	0,5	12,5 %
Zone III	619,6	0,06 %	0,4	10,0 %
Zone IV	1.622,0	0,01 %	0,2	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>3.057,6</b>	<b>0,07 %</b>	<b>2,0</b>	<b>52,5 %</b>
Reisende			1,8	47,5 %
<b>Gesamt</b>			<b>3,8</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 101: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München DIY/Garten/Freizeit

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	44,0	1,50 %	0,7	20,0 %
Zone II	1.117,4	0,04 %	0,5	15,0 %
Zone III	882,5	0,05 %	0,4	12,5 %
Zone IV	2.311,7	0,01 %	0,2	7,5 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>4.355,6</b>	<b>0,04 %</b>	<b>1,8</b>	<b>55,0 %</b>
Reisende			1,5	45,0 %
<b>Gesamt</b>			<b>3,3</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 102: Umsatzherkunft Hauptbahnhof München persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren

Umsatzherkunft Gesamt – Hauptbahnhof				
Herkunftsraum	Ausgabenvolumen (Mio. Euro)	Kaufkraftbindung	Umsatzbeitrag (Mio. Euro)	Umsatzanteil
Zone I	35,2	7,67 %	2,7	15,0 %
Zone II	892,9	0,25 %	2,3	12,5 %
Zone III	705,2	0,26 %	1,8	10,0 %
Zone IV	1.847,5	0,05 %	0,9	5,0 %
<b>EZG Gesamt</b>	<b>3.480,8</b>	<b>0,22 %</b>	<b>7,7</b>	<b>42,5 %</b>
Reisende			10,4	57,5 %
<b>Gesamt</b>			<b>18,0</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen mögch



### 10.1.3. Tabellen Umsatzrekrutierung Warengruppen – Basisszenario

Abb. 103: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – periodischer Bedarf

Umsatzrekrutierung periodischer Bedarf – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	0,9	80,0 %	0,7	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	5,0 %	0,0
Zone II	0,5	40,0 %	0,2	10,0 %	0,0	15,0 %	0,1	35,0 %	0,2
Zone III	0,5	70,0 %	0,3	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	15,0 %	0,1
Zone IV	0,2	70,0 %	0,2	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	15,0 %	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>2,1</b>	<b>67,8 %</b>	<b>1,4</b>	<b>10,0 %</b>	<b>0,2</b>	<b>7,2 %</b>	<b>0,1</b>	<b>15,0 %</b>	<b>0,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 104: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – modischer Bedarf

Umsatzrekrutierung modischer Bedarf – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	4,9	55,0 %	2,7	10,0 %	0,5	2,5 %	0,1	32,5 %	1,6
Zone II	3,7	55,0 %	2,0	15,0 %	0,6	10,0 %	0,4	20,0 %	0,7
Zone III	3,1	55,0 %	1,7	2,5 %	0,1	2,5 %	0,1	40,0 %	1,2
Zone IV	1,8	55,0 %	1,0	2,5 %	0,0	2,5 %	0,0	40,0 %	0,7
<b>Gesamt</b>	<b>13,5</b>	<b>55,0 %</b>	<b>7,4</b>	<b>8,6 %</b>	<b>1,2</b>	<b>4,5 %</b>	<b>0,6</b>	<b>31,8 %</b>	<b>4,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 105: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Elektro/Technik

Umsatzrekrutierung Elektro/Technik – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	0,8	55,0 %	0,4	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	30,0 %	0,2
Zone II	0,4	55,0 %	0,2	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	30,0 %	0,1
Zone III	0,3	55,0 %	0,2	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	37,5 %	0,1
Zone IV	0,2	55,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	37,5 %	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>1,6</b>	<b>55,0 %</b>	<b>0,9</b>	<b>8,6 %</b>	<b>0,1</b>	<b>4,3 %</b>	<b>0,1</b>	<b>32,1 %</b>	<b>0,5</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 106: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – DIY/Garten/Freizeit

Umsatzrekrutierung DIY/Garten/Freizeit – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	0,5	30,0 %	0,2	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	55,0 %	0,3
Zone II	0,4	30,0 %	0,1	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	55,0 %	0,2
Zone III	0,3	30,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	62,5 %	0,2
Zone IV	0,2	30,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	62,5 %	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>1,4</b>	<b>30,0 %</b>	<b>0,4</b>	<b>8,2 %</b>	<b>0,1</b>	<b>4,1 %</b>	<b>0,1</b>	<b>57,7 %</b>	<b>0,8</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 107: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren

Umsatzrekrutierung persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	2,1	60,0 %	1,2	5,0 %	0,1	5,0 %	0,1	30,0 %	0,6
Zone II	1,7	60,0 %	1,0	10,0 %	0,2	5,0 %	0,1	25,0 %	0,4
Zone III	1,4	60,0 %	0,8	5,0 %	0,1	2,5 %	0,0	32,5 %	0,4
Zone IV	0,7	60,0 %	0,4	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	32,5 %	0,2
<b>Gesamt</b>	<b>5,8</b>	<b>60,0 %</b>	<b>3,5</b>	<b>6,5 %</b>	<b>0,4</b>	<b>4,1 %</b>	<b>0,2</b>	<b>29,4 %</b>	<b>1,7</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

#### 10.1.4. Tabellen Umsatzrekrutierung Warengruppen – Szenario Einkaufsflächenmaximierung

Abb. 108: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – periodischer Bedarf

Umsatzrekrutierung periodischer Bedarf – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	2,6	80,0 %	2,1	10,0 %	0,3	5,0 %	0,1	5,0 %	0,1
Zone II	1,3	40,0 %	0,5	10,0 %	0,1	15,0 %	0,2	35,0 %	0,5
Zone III	1,3	70,0 %	0,9	10,0 %	0,1	5,0 %	0,1	15,0 %	0,2
Zone IV	0,7	70,0 %	0,5	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	15,0 %	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>5,9</b>	<b>67,8 %</b>	<b>4,0</b>	<b>10,0 %</b>	<b>0,6</b>	<b>7,2 %</b>	<b>0,4</b>	<b>15,0 %</b>	<b>0,9</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 109: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – modischer Bedarf

Umsatzrekrutierung modischer Bedarf – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	6,1	55,0 %	3,4	10,0 %	0,6	2,5 %	0,2	32,5 %	2,0
Zone II	4,6	55,0 %	2,5	15,0 %	0,7	10,0 %	0,5	20,0 %	0,9
Zone III	3,8	55,0 %	2,1	2,5 %	0,1	2,5 %	0,1	40,0 %	1,5
Zone IV	2,3	55,0 %	1,3	2,5 %	0,1	2,5 %	0,1	40,0 %	0,9
<b>Gesamt</b>	<b>16,8</b>	<b>55,0 %</b>	<b>9,2</b>	<b>8,6 %</b>	<b>1,4</b>	<b>4,5 %</b>	<b>0,8</b>	<b>31,8 %</b>	<b>5,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 110: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – Elektro/Technik

Umsatzrekrutierung Elektro/Technik – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	1,0	55,0 %	0,5	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	30,0 %	0,3
Zone II	0,5	55,0 %	0,3	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	30,0 %	0,1
Zone III	0,4	55,0 %	0,2	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	37,5 %	0,1
Zone IV	0,2	55,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	37,5 %	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>2,0</b>	<b>55,0 %</b>	<b>1,1</b>	<b>8,6 %</b>	<b>0,2</b>	<b>4,3 %</b>	<b>0,1</b>	<b>32,1 %</b>	<b>0,6</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 111: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – DIY/Garten/Freizeit

Umsatzrekrutierung DIY/Garten/Freizeit – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	0,7	30,0 %	0,2	10,0 %	0,1	5,0 %	0,0	55,0 %	0,4
Zone II	0,5	30,0 %	0,1	10,0 %	0,0	5,0 %	0,0	55,0 %	0,3
Zone III	0,4	30,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	62,5 %	0,3
Zone IV	0,2	30,0 %	0,1	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	62,5 %	0,2
<b>Gesamt</b>	<b>1,8</b>	<b>30,0 %</b>	<b>0,5</b>	<b>8,2 %</b>	<b>0,1</b>	<b>4,1 %</b>	<b>0,1</b>	<b>57,7 %</b>	<b>1,0</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 112: Umsatzrekrutierung Hauptbahnhof – persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren

Umsatzrekrutierung persönlicher Bedarf/sonstige Hartwaren – Hauptbahnhof									
Herkunftsraum	Verdrängungs- umsatz	Innenstadt		Schwanthaler Höhe		Rotkreuzplatz		Restl. München	
		Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante	Mo Euro	Ante
Zone I	2,7	60,0 %	1,6	5,0 %	0,1	5,0 %	0,1	30,0 %	0,8
Zone II	2,3	60,0 %	1,4	10,0 %	0,2	5,0 %	0,1	25,0 %	0,6
Zone III	1,8	60,0 %	1,1	5,0 %	0,1	2,5 %	0,0	32,5 %	0,6
Zone IV	0,9	60,0 %	0,5	5,0 %	0,0	2,5 %	0,0	32,5 %	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>7,7</b>	<b>60,0 %</b>	<b>4,6</b>	<b>6,5 %</b>	<b>0,5</b>	<b>4,1 %</b>	<b>0,3</b>	<b>29,4 %</b>	<b>2,3</b>

Quelle: bulwiengesa AG Rundungsdifferenzen möglich



## 10.2. Warengruppensystematik bulwiengesa AG

Abb. 113: Warengruppensystematik

Periodischer Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel, Körper- und Gesichtspflege (Arzneimittel anteilig), Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Zeitungen/Zeitschriften, Heimtiernahrung
Aperiodischer Bedarf, davon	
Modischer Bedarf	Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Kurzwaren, Accessoires
Elektro/Technik	Haushaltstechnik, Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer und Zubehör, Tonträger und Foto
DIY/Garten/Freizeit	Bau- u. Heimwerkerbedarf, Gartenartikel, Blumen/Pflanzen, Camping, Zweirad- und Kfz-Zubehör
Einrichtungsbedarf	Möbel, Einrichtungsbedarf, Bodenbeläge, Heimtextilien, Lampen und Leuchten
Persönlicher Bedarf/ sonstige Hartwaren	Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Schreibwaren, Optik, Waffen, Spielwaren, Sportartikel, Bücher, Geschenkartikel, Uhren, Schmuck, Gebrauchtwaren, medizinisch-orthop. Artikel

Quelle: bulwiengesa AG



### 10.3. Häufig verwendete Abkürzungen

EG	Empfangsgebäude
EH	Einzelhandel
EZG	Einzugsgebiet
DB	Deutsche Bahn
DB S&S	DB Station&Service AG
DIY	Do It Yourself
GF	Geschossfläche
KKB	Kaufkraftbindung
MF	Mietfläche
Mio.	Milionen
MVG	Münchener Verkehrsgesellschaft
qm	Quadratmeter
rd.	rund
SFB	Starnberger Flügelbahnhof
SVP	Sozialversicherungspflichtig
VKF	Verkaufsfläche
ZOB	Zentraler Omnibusbahnhof