



Gutachterliche Stellungnahme zum aktuellen Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel in Neulingen, zur Standortverlagerung und Erweiterung der bestehenden Edeka-Filiale sowie zur Neuansiedlung eines „Treff 3000“ Lebensmitteldiscounters in Neulingen

Potenzial- und Auswirkungsanalyse: Lebensmittelstandort Neulingen



imakomm AKADEMIE GmbH
Ulmer Str. 130
D-73431 Aalen
www.imakomm-akademie.de

Projektleitung:
Dr. Peter Markert
Dipl.-Geographin Julia Bubbel
Jens Wolter M.A.

Aalen/Neulingen, im Februar 2011

Vorbemerkungen

Die Gemeinde Neulingen hat die imakomm AKADEMIE GmbH, Aalen, im November 2010 mit der Erarbeitung einer gutachterlichen Stellungnahme zur geplanten Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Edeka Lebensmittelmarktes in Neulingen sowie zur beabsichtigten Ansiedlung eines Treff 3000 Lebensmitteldiscounters beauftragt. Vor diesem Hintergrund sollen zudem die grundsätzlichen Ansiedlungspotenziale im Bereich Lebensmitteleinzelhandel¹ beleuchtet werden.

Zu begutachten sind die möglichen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Standortverlagerung sowie der damit verbundenen Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Edeka-Supermarktes (= Lebensmittelvollsortimenter) von derzeit 930 m² Verkaufsfläche auf dann ca. 1.500 m² Verkaufsfläche. Der bestehende Edeka-Supermarkt befindet sich derzeit in Ortsrandlage von Neulingen in der Fasanenstraße 6 (= Planstandort). Die Planungen sehen eine Verlagerung dieses Supermarktes auf ein angrenzendes Nachbargrundstück vor. Der bestehende Standort soll anschließend gemäß den Planungen des Grundstückseigentümers sowie des Betreibers Edeka mit dem Anbieter „Treff 3000“ (= Softdiscounter der Edeka-Gruppe) belegt werden und somit als Standort für Lebensmitteleinzelhandel erhalten bleiben. Demzufolge ergäben sich durch die Vorhaben Verkaufszuwächse im Bereich Lebensmittel in Neulingen von insgesamt ca. 1.500 m² Verkaufsfläche.

Das Vorhaben fällt damit unter das raumordnerische Kriterium der Großflächigkeit gemäß §11 Abs. 3 BauNVO. Zu beurteilen sind im Rahmen der vorliegenden Potenzial- und Auswirkungsanalyse folgerichtig die **städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit** des Vorhabens v.a. gemäß dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg und dem Regionalplan Nordschwarzwald. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere die möglichen Auswirkungen auf die Gemeinde Neulingen sowie auf die zentralörtlichen Versorgungsbereiche der Umlandkommunen und deren Nahversorgungsfunktion zu bewerten.

In Abstimmung mit der Gemeinde Neulingen sind die wesentlichen **Ziele der Analyse**,

¹ Im Folgenden werden die Begriffe Lebensmitteleinzelhandel und Einzelhandel im Bereich Nahrungs- und Genussmittel synonym verwendet.

- das aktuell bestehende Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel für Neulingen zu ermitteln,
- die möglichen Auswirkungen des Vorhabens (d.h. 1. Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Edeka Lebensmittelvollsortimenters sowie 2. die Neuansiedlung eines Treff 3000 Lebensmitteldiscounters) anhand der einschlägigen raumordnerischen Prüfkriterien zu bewerten,
- bei etwaigen kritischen Werten zu Prüfkriterien in Folge der geplanten Verkaufsflächendimensionierung Empfehlungen für die Flächendimensionierung zu geben (Sensitivitätsanalyse),

Für die Auswirkungsanalyse wurden v.a. die folgenden **Daten und Unterlagen** verwendet bzw. berücksichtigt:

- „Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg“² als raumordnerische Bewertungsgrundlage (Abschnitt 3.3.7),
- „Regionalplan 2015 Nordschwarzwald“,
- „Versorgungskonzept Neulingen“ der Edeka Handelsgesellschaft Südwest.

Die gutachterliche Stellungnahme dient damit letztlich der Entscheidungsfindung bei der Genehmigung des Vorhabens.

Mit dem Auftraggeber wurde eine Fertigstellung der Potenzial- und Auswirkungsanalyse bis Ende Februar 2011 vereinbart.

Am 5. Mai 2011 fand dann ein Scoping-Termin im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens in Neulingen unter Beteiligung des Regierungspräsidiums, des Regionalverbandes, den Gemeinden Neulingen, Kieselbronn und Ölbronn-Dürrn sowie dem Landratsamt, dem Planungsbüro Gerhardt, Karlsruhe, und der imakomm AKADEMIE statt. Auf Wunsch wurden einzelne wenige Ergänzungen im Gutachten vorgenommen. Zudem wurden abschließend nochmals alle Zahlen kontrolliert und ggf. redaktionell überarbeitet (z.B. bei größeren Rundungsdifferenzen). Zudem hatte es sich an zwei Stellen ergeben, dass Berechnungen richtig waren, in Tabellen allerdings Spalten verschoben waren. Die falsche Wiedergabe von Be-

² Bewertungskriterien (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beinträchtungsverbot) werden mit ungefähren Richtwerten in der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001 konkretisiert.

rechnungen in Tabellen hat dabei nur die Umlandberechnungen betroffen. Da dies auf eine fehlerhafte Zuweisung in der Datenbank zurückzuführen ist und für die im Gutachten ausgewiesene Zone 1a bzw. die Umlandgemeinden unterschiedliche Datenbanken existieren, war der Wert für den im Gutachten als Zone 1a definierten Ort Neulingen nicht betroffen. Zudem waren Angaben von Verkaufsflächen nicht richtig dokumentiert, in der Berechnung allerdings richtig vermerkt worden. Gleiches gilt für die Potenzialanalyse. Dies wurde selbstverständlich angepasst. Aussagen im Gesamtergebnis waren jeweils nicht betroffen.

Dr. Peter Markert, Dipl.-Geographin Julia Bubbel, Jens Wolter M.A., im Februar 2011

Inhaltsverzeichnis

1	Zentrale Ergebnisse.....	7
2	Die Rahmenbedingungen am Standort Neulingen	12
2.1	Aufgabenstellung und relevante Daten zum Lebensmitteleinzelhandel.....	12
2.2	Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg	15
2.3	Kurzprofil Standort Neulingen	17
3	Der Planstandort in Neulingen.....	18
3.1	Daten des Planstandortes	18
3.2	Standortfaktoren.....	20
3.3	Fazit	20
4	Ist-Analyse des Einzelhandelsstandortes Neulingen	21
4.1	Methodik.....	21
4.2	Einzugsgebiet des Vorhabens	22
4.3	Die Nachfragesituation in Neulingen.....	25
4.4	Analyse Angebotssituation in Neulingen.....	26
4.5	Angebotssituation im weiteren Einzugsgebiet (Zone 1b und 2)	28
4.6	Angebotssituation im weiteren Umland.....	28
5	Ansiedlungspotenziale Lebensmittelstandort Neulingen (Potenzialanalyse).....	30
5.1	Methodik.....	30
5.2	Aktuelle Ansiedlungspotenziale	30
5.2.1	Ansiedlungspotenziale durch mehr Kaufkraftbindung und Erhöhung der Marktanteile.....	30
5.2.2	Ansiedlungspotenziale durch Intensivierung des Wettbewerbs in Neulingen	33
5.2.3	Zusammenfassung: Ansiedlungspotenzial insgesamt	34

6	Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens	36
6.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens.....	36
6.2	Bewertung Gesamtvorhaben gemäß Prüfkriterium Integrationsgebot	42
6.3	Bewertung Gesamtvorhaben gemäß Prüfkriterium Kongruenzgebot.....	43
6.4	Bewertung des Vorhabens gemäß Prüfkriterium Beeinträchtigungsverbot	44
6.4.1	Ansatz / Betrachtung 1: Auswirkungen bei der Betrachtung der reinen Edeka-Erweiterung (Erweiterung von 930 m ² auf 1.500 m ² Verkaufsfläche)	45
6.4.2	Ansatz / Betrachtung 2: Auswirkungen bei der Betrachtung der hypothetischen Neuansiedlung eines Edeka-Supermarktes mit 1.500 m ² Verkaufsfläche	50
6.4.3	Ansatz / Betrachtung 3: Auswirkungen bei der Betrachtung des Gesamtvorhabens (Ansiedlung von Edeka + Treff 3000 mit insgesamt 2.300 m ² Verkaufsfläche)	56
6.5	Bewertung Vorhaben gemäß weiterer Prüfkriterien	62
6.6	Weitere Untersuchungsaspekte	64
6.6.1	Agglomerationswirkung.....	64
7	Fazit und Handlungsempfehlungen	65
8	Anhang: Hinweise zur Methodik.....	67

1 Zentrale Ergebnisse

1. Aufgabenstellung: Die Gemeinde Neulingen plant die Stärkung ihres lokalen Lebensmitteleinzelhandels. (1) Vor diesem Hintergrund soll in einem ersten Schritt das aktuell bestehende Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel im Rahmen einer **Potenzialanalyse** bestimmt werden. (2) In der Gemeinde Neulingen sind die Verlagerung und die damit verbundene Erweiterung des heute in der Fasanenstraße 6 bestehenden Edeka-Lebensmittelmarktes geplant. Der Planstandort befindet sich auf dem Nachbargrundstück des aktuell bestehenden Edeka-Supermarktes, ein Sportplatz, der unmittelbar an ein Wohngebiet sowie die Bundesstraße B249 im Ortsteil Bauschlott angrenzt. Die geplante Edeka-Filiale soll im Zuge der Standortverlagerung von derzeit 930 m² auf 1.500 m² Verkaufsfläche vergrößert werden. Darüber hinaus beabsichtigt der Betreiber Edeka, den derzeitigen Edeka-Standort auch weiterhin als Lebensmittelstandort zu nutzen und hier einen Treff 3000 Lebensmitteldiscounter mit 800 m² Verkaufsfläche anzusiedeln. Insgesamt würden bei Durchführung des skizzierten Vorhabens zusätzlich ca. 1.500 m² Verkaufsfläche im Bereich Lebensmitteleinzelhandel (ohne Berücksichtigung / Abzug von Verkaufsfläche, auf der Non-Food-Artikel angeboten werden) entstehen. Aufgrund der Großflächigkeit der geplanten Märkte bzw. des Gesamtvorhabens, das aufgrund der räumlichen Nähe von bestehendem Standort und Planstandort auch insgesamt zu betrachten ist (vgl. Agglomerationsregelung laut Regionalplan Nordschwarzwald 2015), ist im Rahmen einer raumordnerischen **Auswirkungsanalyse** zu prüfen, ob das Vorhaben nicht nur unwesentliche städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen auf die zentralörtlichen Versorgungsbereiche der Gemeinde Neulingen respektive die Nahversorgungsfunktion der Gemeinde insgesamt sowie das Umland hat. Prüfkriterien sind v.a. das Integrationsgebot, das Kongruenzgebot, das Beeinträchtigungsverbot sowie weitere Prüfkriterien gemäß § 11. Abs. 3 BauNVO. Sollten bei den genannten Prüfkriterien kritische Werte erreicht werden, sollte vereinbarungsgemäß im Rahmen einer **Sensitivitätsanalyse** eine alternative Verkaufsflächendimensionierung für das Vorhaben erarbeitet werden.
2. Vorhaben: Vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung wird das in der Aufgabenstellung beschriebene Vorhaben bzw. dessen Auswirkungen durch Umsatzumverteilungen gegenüber bestehenden Anbietern (= Beeinträchtigungsverbot) wie folgt differenziert untersucht:

- Ansatz / Betrachtung 1: Betrachtung der Auswirkungen der reinen Verkaufsflächen-erweiterung des Edeka-Supermarktes von heute ca. 930 m² Verkaufsfläche auf dann ca. 1.500 m² Verkaufsfläche -> Auswirkungen durch die zusätzliche Verkaufsfläche bzw. den darauf erwirtschafteten zusätzlichen Umsatz?
 - Ansatz / Betrachtung 2: Betrachtung der Auswirkungen der Standortverlagerung und der Errichtung von 1.500 m² Verkaufsfläche durch den „neuen“ Edeka-Supermarkt -> Auswirkungen durch die hypothetische Neuansiedlung von insgesamt 1.500 m² Verkaufsfläche eines Lebensmittelvollsortimenters?
 - Ansatz / Betrachtung 3: Betrachtung der Auswirkungen des Gesamtvorhabens, nämlich Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Supermarktes UND Neuansiedlung eines Treff 3000 (= Lebensmitteldiscounter) am bestehenden Standort -> Auswirkungen des Gesamtvorhabens bei einer Ansiedlung von 2.300 m² Verkaufsfläche?
3. Methodik: Neben einer Bewertung des Planstandortes wurde der gesamte Lebensmittel-einzelhandel in Neulingen (auch Ladenhandwerk mit Bäckereien / Metzgereien) sowohl unter quantitativen (z.B. Verkaufsflächengröße) als auch unter qualitativen Aspekten (z.B. Lage, Zukunftsfähigkeit) erhoben und analysiert sowie eine umfassende Wettbe-werbsanalyse im gesamten Einzugsgebiet des Vorhabens in den planobjektrelevanten Sortimentsbereichen (sämtliche Lebensmittelanbieter aller Betriebsformen, auch Laden-handwerk; sortimentsscharfe Verkaufsflächenerhebungen) durchgeführt. Weiterhin wur-den u.a. zur Absicherung der Marktgebietsabgrenzung ein Interview (u.a. zu Fragen nach der Kundenherkunft) mit der Marktleitung des bestehenden Edeka-Supermarktes in Neu-lingen geführt.
4. Analyse Nachfragesituation: Das Einzugsgebiet des Vorhabens wird unter Berücksichti-gung der verkehrlichen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen das Kleinzentrum Neulingen und den zugehörigen Nahbereich (d.h. die Gemeinden Ölbronn-Dürrn und Kieselbronn) umfassen. Insgesamt leben im **gesamten Einzugsgebiet** des Vorhabens ca. **13.070 Einwohner** mit einem Kaufkraftpotenzial im Bereich Lebensmittel von ca. **28,1 Mio. Euro** pro Jahr.
5. Analyse Angebotssituation: Das Angebot im Bereich Lebensmittel in der Gemeinde Neu-lingen ist derzeit deutlich unterdurchschnittlich: Die **Verkausflächenausstattung** ist mit ca. 199 m² Verkaufsfläche im Bereich Lebensmittel pro 1.000 Einwohner in Neulingen im Vergleich mit ähnlich strukturierten Gemeinden **gering**. Infolgedessen zeichnet sich Neu-

lingen auch durch eine **geringe Kaufkraftbindungsquote im Bereich Lebensmittel** von gerade einmal 29% aus, d.h. nur 29% der vorhandenen Kaufkraft bei den Einwohnern von Neulingen (nicht der Einwohner des Umlandes) für den Lebensmitteleinkauf werden tatsächlich auch in Neulingen ausgegeben. Das sonstige Marktgebiet des Vorhabens verfügt lediglich in der Gemeinde Kieselbronn über einen Lebensmittelanbieter (Nah & Gut), der aber ausschließlich Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Die großen Wettbewerbsstandorte des Vorhabens liegen somit außerhalb des vorhabenbezogenen Marktgebietes (v.a. Bretten, Pforzheim, Maulbronn, Knittlingen, Königsbach-Stein). Die Nahversorgungsstrukturen in Neulingen und dem zugehörigen Nahbereich deuten auf ein **Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel in Neulingen hin**.

6. Aktuelles Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel in Neulingen: Durch die maximal realistische Erhöhung von Kaufkraftbindung und Marktanteilen im Einzugsbereich des Lebensmittelstandortes Neulingen sowie durch die Abschätzung der als raumordnerisch noch maximal als verträglich einzustufenden Intensivierung des Wettbewerbs im Nahbereich von Neulingen lässt sich unter Maßgabe durchschnittlicher Leistungskennzahlen (v.a. durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner sowie durchschnittliche Flächenproduktivitäten) und je nach Betreiberkonzept ein **aktuelles Ansiedlungspotenzial für Neulingen im Bereich Lebensmittel von ca. 2.050 bis 2.250 m² Verkaufsfläche** ableiten. Dies entspricht einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von ca. 8,3 Mio. Euro pro Jahr.
7. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens (= Edeka-Supermarkt + Treff 3000 Discounter): Auf Basis der vom Betreiber des aktuellen Edeka-Supermarktes angegebenen Umsatzdaten sowie branchenüblicher Flächenproduktivitäten (ca. 4.000 Euro pro m² für Softdiscounter, Quelle: Handel aktuell 2009/2010) kann von einem Planumsatz für das Gesamtvorhaben von ca. 9,6 Mio. Euro im Bereich Lebensmittel sowie ca. 1,1 Mio. Euro im Bereich Non-Food ausgegangen werden (90% Food-Anteil). Der **zusätzliche Planumsatz** beläuft sich hingegen auf **ca. 5,4 Mio. Euro im Bereich Lebensmittel** und **ca. 0,6 Mio. Euro im Bereich Non-Food**. Gemäß der Marktanteilsberechnung ergibt sich dabei die folgende Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens: Ca. 63% (= ca. 6,1 Mio. Euro pro Jahr) des Planumsatzes im Bereich Lebensmittel werden voraussichtlich mit Kunden aus Neulingen (Zone 1a) erwirtschaftet, ca. 22% (= ca. 2,1 Mio. Euro pro Jahr) des Umsatzes kommen voraussichtlich aus der Nachbargemeinde Ölbronn-Dürrn (= Zone 1b) und ca. 8% werden aus der Gemeinde Kieselbronn (= Zone

2) stammen. Der Anteil der Streuumsätze am Planumsatz des Erweiterungsvorhabens wird sich mit Rücksicht auf die verkehrsgünstige Lage des Vorhabenstandortes auf ca. 8% und damit auf ca. 0,6 Mio. Euro pro Jahr belaufen.

8. Bewertung Vorhaben gemäß Integrationsgebot:



Das Integrationsgebot ist erfüllt, es kann von einer Nahversorgungsfunktion der geplanten Märkte ausgegangen werden. Indikatoren eines integrierten Standortes sind gegeben – beispielsweise eine direkte ÖPNV-Anbindung, Lage nahe mehrerer Wohngebietslagen. Dies gilt für alle drei Betrachtungen.

9. Bewertung Vorhaben gemäß Kongruenzgebot:



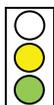
Das Kongruenzgebot wird formal und faktisch eingehalten. Begründung: Ca. 93% des Planumsatzes des Gesamtvorhabens stammt aus dem Nahbereich der Gemeinde Neulingen (Neulingen selbst und die Gemeinden Ölbronn-Dürrn und Kieselbronn). Das Kongruenzgebot wird auch bei isolierten Betrachtungen (nur Erweiterung, nur Edeka-Supermarkt insgesamt) eingehalten.

10. Bewertung des Erweiterungsvorhabens des Edeka-Supermarktes gemäß Beeinträchtigungsverbot bei einer Verkaufsflächenerweiterung auf 1.500 m² (**Betrachtung / Ansatz 1 und 2**):



Das **Beeinträchtigungsverbot wird bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche auf 1.500 m² sowohl bei der Betrachtung des reinen Erweiterungsvorhabens als auch bei Betrachtung der hypothetischen Neuansiedlung des Edeka-Supermarktes mit 1.500 m² Verkaufsfläche** eingehalten – dies gilt sowohl gegenüber dem Gesamtstandort Neulingen, den Gemeinden im übrigen Marktgebiet als auch gegenüber den Kommunen im weiteren Umland.

11. Bewertung des Gesamtvorhabens (Erweiterung Edeka + Neuansiedlung Treff 3000) gemäß Beeinträchtungsverbot bei einer Verkaufsflächenerweiterung auf insgesamt 2.300 m² (Ansatz 3):



Das **Beeinträchtungsverbot wird bei der Bewertung der geplanten Gesamtverkaufsflächen von ca. 2.300 m² knapp eingehalten** – dies gilt sowohl gegenüber dem Gesamtstandort Neulingen, den Gemeinden im übrigen Marktgebiet als auch gegenüber allen weiteren Nahversorgungslagen in den Umlandgemeinden.

Befürchtungen, dass durch ein in Neulingen entstehendes Angebot von Lebensmittelvollsortimenter und (Soft)Discounter nebeneinander, dies zu Verbundeinkäufen und damit potenzierten Kaufkraftabflüssen in Umlandgemeinden führen könnte, scheinen sehr unwahrscheinlich. Nach wie vor dürften Einkäufe des tatsächlich täglichen Bedarfs bei Anbietern vor Ort (z.B. Nah und Gut, Kieselbronn) getätigt werden.

12. Bewertung weiterer Prüfkriterien gemäß §11 Abs. 3 BauNVO:



- **Sämtliche Prüfkriterien wie beispielsweise Umweltwirkungen und Auswirkungen auf den Naturhaushalt sowie verkehrliche Auswirkungen werden eingehalten.**

13. **Empfehlung:** Dem Gesamtvorhaben ist aus gutachterlicher Sicht zuzustimmen. Die Verkaufsflächen sollten aber den Wert von insgesamt 2.300 m² nicht überschreiten, da sonst schädliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtungsverbotes nicht auszuschließen sind.

2 Die Rahmenbedingungen am Standort Neulingen

2.1 Aufgabenstellung und relevante Daten zum Lebensmitteleinzelhandel

Aufgabenstellung:

Die Firma Edeka plant die Verlagerung ihres am südlichen Ortseingang von Neulingen (Fasanenstraße 6) gelegenen Supermarktes (E aktiv Markt) auf ein sich unmittelbar anschließendes Nachbargrundstück, welches derzeit als Sportplatz genutzt wird.

Im Zuge der Standortverlagerung soll die Verkaufsfläche von derzeit 930 m² auf insgesamt 1.500 m² erweitert werden. Des Weiteren besteht seitens des Betreibers und des Grundstückseigentümers die Absicht, den bisherigen Edeka-Markt auch weiterhin als Lebensmittelstandort zu nutzen. Vor diesem Hintergrund soll der Altstandort durch den Anbieter „Treff 3000“ (Softdiscounter der Edeka-Gruppe) belegt werden. Insgesamt würden somit am Standort Neulingen ca. 1.500 m² Verkaufsfläche im Bereich Lebensmittel hinzukommen, das Angebot an Lebensmitteleinzelhandel wird am Planstandort und am Altstandort dann ca. 2.300 m² Verkaufsfläche (bisher: 930 m² Verkaufsfläche) betragen.

Vor diesem Hintergrund soll im Rahmen der nachfolgenden Analyse das aktuelle Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel in Neulingen genauer bestimmt werden. Im Anschluss kann das Vorhaben auf Grundlage der zuvor bestimmten tatsächlichen Ansiedlungspotenziale raumordnerisch bewertet werden. Demnach fällt das Vorhaben angesichts der geplanten Verkaufsflächendimensionierung der beiden Lebensmittelmärkte unter das Kriterium der Großflächigkeit gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Somit ist eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg) und Regionalplan Nordschwarzwald sowie weiteren Regelungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO notwendig.

Zu begutachten sind folgerichtig die möglichen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Standortverlagerung sowie der damit verbundenen Verkaufsflächenenerweiterungen.

Für eine valide und fundierte Bewertung der möglichen Potenziale und Auswirkungen sind insbesondere folgende **Schritte** vorzunehmen:

1. Rahmenbedingungen am Standort Neulingen sowie Betrachtung des Planstandortes,
2. Ist-Analyse der Nachfrage- und Angebotssituation in Neulingen und dem Einzugsgebiet des Vorhabens,
3. Darstellung des aktuellen Ansiedlungspotenzials im Bereich Lebensmittel in Neulingen (Potenzialanalyse),
4. Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens (=Auswirkungsanalyse), sowie ggfs. Ermittlung einer verträglichen Verkaufsflächendimensionierung für das Vorhaben (= Sensitivitätsanalyse)

Daten zum Lebensmitteleinzelhandel (= Einordnung des Vorhabens):

Gemäß den nachfolgenden Kriterien werden im Bereich Lebensmittel verschiedene Betriebsformen unterschieden und an entsprechenden Stellen im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse verwendet. Das Vorhaben in Neulingen fällt unter die Vertriebsformen „Supermarkt“ (hier: Edeka Vollsortimenter) und „Lebensmitteldiscounter“ (hier: Treff 3000).

Tabelle 1: Vergleich unterschiedlicher Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Beispielhaft Betreiber:	Lebensmittel- Discounter	Supermärkte	Große Super- märkte ³	SB- Warenhäuser / Verbraucher- märkte
				
Definition	<p>Einzelhandelsge- schäft mit einer bisher üblichen Ver- kaufsfläche unter 1.000 m² (Trend geht hin zu Ver- kaufsflächen über diesem Wert), das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenzt, auf umschlagstarke Artikel konzentrier- tes Lebensmittelan- gebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Akti- onsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt⁴.</p>	<p>Ein Supermarkt ist ein Einzel- handelsgeschäft mit einer Ver- kaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Le- bensmittelvoll- sortiment und Nonfood I- Artikel führt und einen geringen Anteil an Nonfood II auf- weist.</p>	<p>Ein großer Su- permarkt ist ein Einzelhandels- geschäft, mit einer Verkaufs- fläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Le- bensmittelvoll- sortiment sowie Nonfood I und Nonfood II- Artikel führt.</p>	<p>Ein SB- Warenhaus ist ein Einzelhand- elsgeschäft mit einer Verkaufs- fläche von min- destens 5.000 m², das ein Le- bensmittelvoll- sortiment und Nonfood I- Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II- Angebot führt.</p>
Durchschnittliche Artikelzahl	ca. 1.400 bis 3.700	ca. 10.500	ca. 23.650 bis 29.750	ca. 47.500 bis 31.300
Umsatzanteil Food + Nonfood I	92,6%	93,7%	91,6%	81,0%
Anteil Personal- kosten am Umsatz	6,8%	13,7%	12,7%	11,1%
Marktanteile (Um- satz) 2008	40,8%	27,6%	9,0%	14,7%
Klassisches SB-Konzept	ja	nein	nein	nein
Quelle: EHI Handel aktuell, Ausgabe 2009/2010 sowie telefonische Auskünfte von Regional- und Expansionsabteilungen einzelner Lebensmittelanbieter.				

³ Anmerkung: bisher wurden Anbieter mit einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und 5.000 m² zu Verbrauchermärkten gezählt und Anbieter von 400 – 1.500 m² als Supermärkte eingestuft. Mit Veröffentlichung des EHI Handel aktuell 2008/2009 wurde eine neue Einteilung mit Supermärkten von 400 – 2.500 m² und großen Supermärkten von 2.500 – 5.000 m² eingeführt; die Bezeichnung Verbrauchermarkt entfällt.

⁴ Als Nonfood I-Artikel werden laut „Handel aktuell“ (aktuelle Ausgabe) die eher nahversorgungsrelevanten Bereiche wie Drogeriewaren oder Tiernahrung eingestuft, während Nonfood II-Artikel mittel- bis langfristige Angebote, wie Bekleidung, Haushaltswaren oder Elektrowaren umfassen (Einteilung nach GS1-Warengruppenklassifizierung).

2.2 Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg

Zu prüfen ist, welche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Gemeinde Neulingen sowie im Kerneinzugsgebiet durch das Vorhaben zu erwarten sind.

Im Wesentlichen sind damit Vorgaben der Baunutzungsverordnung (§11 Abs. 3 BauNVO) sowie des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg und dessen Konkretisierung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) zu prüfen.⁵ Bezogen auf Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Einzelhandelsbetriebe für Endverbraucher) gelten demnach die folgenden **Prüfkriterien:**

- Das **Integrationsgebot** zielt darauf ab, Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten zu errichten. Letztlich soll dadurch ein möglicher Funktionsverlust der meist durch Einzelhandel geprägten Innenstädte bzw. zentralörtlichen Funktionsbereiche verhindert werden. Das Integrationsgebot zielt explizit auch auf die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ab und berücksichtigt als Kriterium für eine verbrauchernahe Versorgung die Kriterien fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes bzw. Erreichbarkeit via ÖPNV.
- Das **Kongruenzgebot** fordert, dass sich ein Einzelhandelsgroßprojekt in das zentralörtliche System einfügen muss. Die Gemeinde Neulingen ist hinsichtlich ihrer zentralörtlichen Versorgungsfunktion als Kleinzentrum eingestuft. Ihr obliegt damit die Sicherstellung der Grundversorgung für den zugehörigen Nahbereich. Dieser setzt sich gemäß dem Regionalplan 2015 Nordschwarzwald aus den Gemeinden Neulingen, Ölbronn-Dürrn und Kieselbronn zusammen. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt vor, wenn der Einzugsbereich des Vorhabens diesen zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreiten würde. Hiervon wird ausgegangen, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches – in diesem Fall dem Nahbereich von Neulingen – generiert werden (vgl. hierzu Abschnitt 3.2.1.4 des Einzelhandelserlasses).

⁵ Vgl. hierzu Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001.

- Das **Beeinträchtungsverbot** legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen des Einzelhandelsgroßprojektes sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß Einzelhandelserlass und letztlich auch Regionalplan 2015 Nordschwarzwald ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen, wenn bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust ab 10% zu rechnen ist (vgl. hierzu auch Abschnitt 3.2.2.3 des Einzelhandelserlasses). Durch diese Regelung sollen vor allem drohende Geschäftsaufgaben verhindert werden.
- **Weitere Prüfkriterien** nach §11 Abs. 3 BauNVO sind u.a. mögliche schädliche Umwelteinwirkungen, mögliche Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr und auf das Orts- und Landschaftsbild.
- **Agglomeration:** Das zu betrachtende Vorhaben umfasst neben der Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Edeka-Supermarktes zudem die Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (Treff 3000) am Edeka-Altstandort. Aufgrund der resultierenden Standortverbundlage dieser beiden Anbieter sind auch die Agglomerationseffekte zu untersuchen, die durch das Gesamtvorhaben zu erwarten sind. Effekt: In der Betrachtung möglicher raumordnerischer und städtebaulicher Auswirkungen müssen die Umsätze der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe zusammengerechnet und wie ein Betrieb betrachtet werden.

Laut Regionalplan Nordschwarzwald besteht eine Agglomeration, wenn die Betriebe eine Funktionseinheit bilden. Eine solche Funktionseinheit liegt gemäß Art. 2.2.2 des Einzelhandelserlasses immer dann vor, wenn die am Standort befindlichen Betriebe ein bestimmtes gemeinsames Nutzungskonzept haben, durch das die jeweiligen Betriebe zum einen wechselseitig voneinander profitieren und durch das zum anderen die Betriebe nicht als Konkurrenten, sondern als gemeinschaftlich verbundene Teilnehmer am Wettbewerb erscheinen (vgl. auch VGH Baden-Württemberg, Beschluss vom 22. Januar 1996 – 8 S 2964/95 -, BRS 58 Nr. 201).

Damit ist der Rechtsrahmen definiert. Im Folgenden werden die für die weitere Betrachtung relevanten Indikatoren (Demografie, usw.) kurz beschrieben.

2.3 Kurzprofil Standort Neulingen

Der Standort Neulingen wurde von der imakomm AKADEMIE anhand einzelner Indikatoren kurz analysiert. Eine Bewertung Neulings erfolgt jeweils im Vergleich zum Landkreis Enzkreis und zum Land Baden-Württemberg insgesamt. Dabei gilt: Sämtliche im Folgenden verwendeten Daten basieren auf Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg.

Tabelle 2: Statistisches Kurzprofil Neulingen:			
Indikator	Gemeinde Neulingen	Landkreis Enzkreis	Land Baden-Württemberg
Bevölkerungsstand 12/2009	6.629	194.554	10.744.921
Bevölkerungsentwicklung 2000 bis 2009	+4,1%	+ 0,9%	+ 2,1%
Bevölkerungsprognose 2030 (mit Wanderungen)	+ 0,7%	- 4,8%	- 3,5%
Anteil der unter 18-jährigen an der Gesamtbevölkerung 2009	19,9%	18,8%	17,7%
Anteil der 65-jährigen und Älteren an der Gesamtbevölkerung 2009	17,8%	19,8%	19,5%
Anteil der Ausländer an der Gesamtbevölkerung 2008	5,3%	9,2%	11,8%
Berufseinpendler / Berufsauspendler und Pendlersaldo 2009	924 / 2.088 - 1.164	20.483 / 39.775 - 19.292	---
Ungebundene Kaufkraft je Einwohner am Wohnort 2005	17.640 Euro	17.218 Euro	15.729 Euro

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten des Statistischen Landesamtes.

Erkenntnis: Die demografische Entwicklung Neulings ist sowohl rückblickend als auch voraussichtlich durch ein überdurchschnittliches / anhaltendes Bevölkerungswachstum gekennzeichnet. Der überdurchschnittlich hohe Anteil der unter 18-Jährigen an der Bevölkerung und das negative Pendlersaldo veranschaulichen zudem, dass Neulingen ein beliebter Wohnstandort ist. Der negative Pendlersaldo deutet allerdings auch auf einen Kaufkraftverlust hin, der sich – bei einem durchschnittlichen oder gar unterdurchschnittlichen Einzelhandelsangebot – in geringen Kaufkraftbindungsquoten niederschlagen dürfte.

Die Rahmenbedingungen des Vorhabens sind damit definiert. Im Folgenden wird nun der Mikrostandort (Planstandort) betrachtet.

3 Der Planstandort in Neulingen

3.1 Daten des Planstandortes

Der Planstandort der beiden projektierten Lebensmittelmärkte befindet sich an der Bundesstraße B294 (= Pforzheimer Straße) am südlichen Ortsausgang der Gemeinde Neulingen in Richtung Pforzheim. Der Planstandort, der zurzeit durch den bestehenden Edeka-Markt und einen Sportplatz geprägt ist, verfügt im Norden und Westen über einen direkten Anschluss an Wohnbebauung. In östlicher Richtung schließen sich auf der anderen Seite der B294 neben weitere Wohnnutzung auch gewerbliche geprägte Gebiete an (vgl. Abbildung 1). Im Süden sind landwirtschaftlich genutzte Flächen zu finden.

Der Planstandort ist ausgehend von den umliegenden Wohngebieten fußläufig erreichbar und ist zudem über eine auf der Pforzheimer Straße in unmittelbarer Nähe befindliche Bushaltestelle direkt an das ÖPNV-Netz angeschlossen.

Darüber hinaus wird der unmittelbar an das Plangrundstück angrenzende Standort des aktuell bestehenden Edeka-Supermarktes nach Auskunft des Betreibers bereits seit 1995 als Lebensmitteleinzelhandelsstandort genutzt. Es handelt sich somit bei dem Standort des Gesamtvorhabens (= Verlagerung und Vergrößerung des Edeka-Supermarktes + Neuansiedlung des „Treff 3000“) um einen bereits langjährig etablierten Einzelhandels- bzw. Nahversorgungsstandort.

Aus Betreibersicht hebt sich der Planstandort vor allem durch seine verkehrsgünstige Lage sowie seine gute Sichtbarkeit von der Hauptdurchgangsstraße, der Bundesstraße B294, positiv hervor. Darüber hinaus verfügt das Plangrundstück über einen ebenen und ausreichend großen Flächenzuschnitt, wobei die Andienung des geplanten Supermarktes zudem über die bereits bestehende Fasanenstraße erfolgen kann.

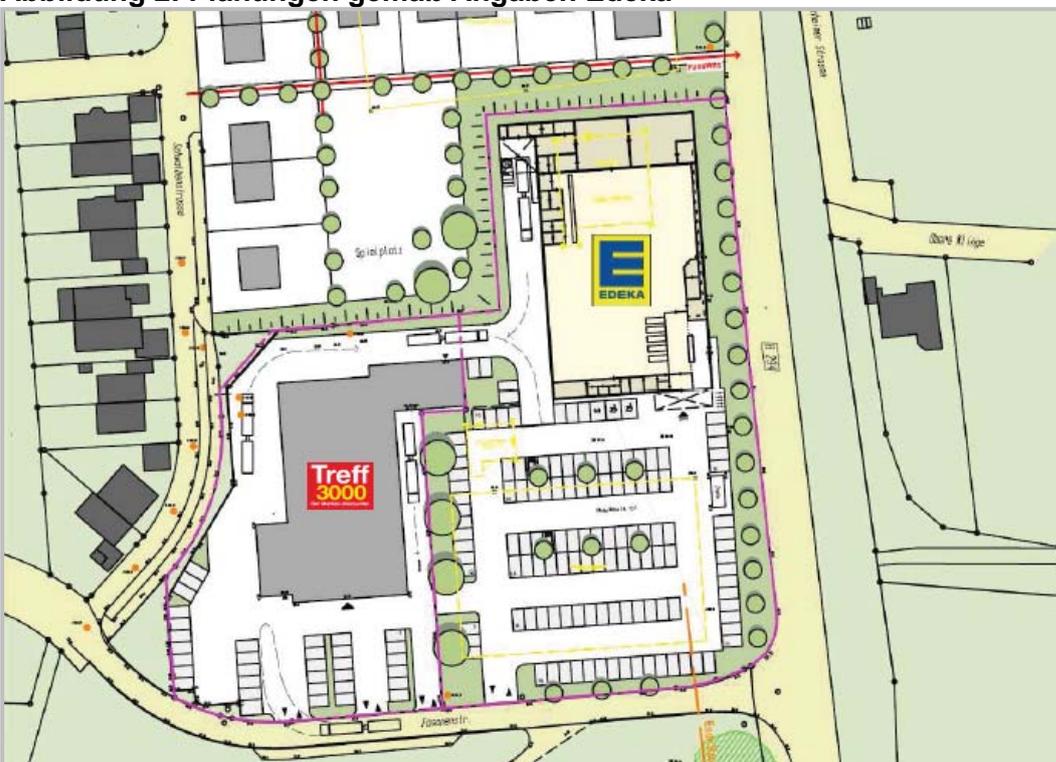
Die folgende Abbildung zeigt die ungefähre Lage des Planstandortes.

Abbildung 1: Ungefähre Lage des Planstandortes



Quelle: google maps, verändert.

Abbildung 2: Planungen gemäß Angaben Edeka



Quelle: Edeka, verändert.

3.2 Standortfaktoren

Positive Standortfaktoren:

- Nähe zu umliegender Wohnbebauung und damit fußläufige Erreichbarkeit
- Gute Verkehrsanbindung
- ÖPNV-Anbindung ist vorhanden
- Gute Sichtbarkeit / Einsehbarkeit des Planstandortes
- Flächenverfügbarkeit (so in der Ortsmitte nicht gegeben) für modernen Nahversorgungsbetrieb
- Etablierter Einzelhandelsstandort

Negative Standortfaktoren:

- Ortsrandlage

3.3 Fazit

Bereits nach Analyse der Ausgangssituation lassen sich folgende Aussagen ableiten:

1. Grundsätzlich ist der Standort als **integriert** zu bewerten. Trotz der Ortsrandlage kann der Standort ein großes fußläufiges Einzugsgebiet erschließen. Darüber hinaus spricht die vorhandene Anbindung an das ÖPNV-Netz für die Einstufung als **Nahversorgungsstandort**.
2. Der Standort ist aus Betreibersicht angesichts der guten Sichtbarkeit des Planstandortes sowie der für Neulingen vorteilhaften verkehrlichen Anbindung und Lage als gut zu bewerten.

Im Folgenden wird nun die aktuelle Nachfragesituation im Einzugsgebiet des Vorhabens dargestellt sowie die Angebotssituation im Bereich Lebensmittel in Neulingen und in den Umlandgemeinden betrachtet. Erst dann können das aktuell bestehende Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel in Neulingen und die möglichen Auswirkungen des konkreten Vorhabens abgeschätzt werden.

4 Ist-Analyse des Einzelhandelsstandortes Neulingen

4.1 Methodik

Es ist offensichtlich, dass einer Auswirkungsanalyse eine belastbare Datenerhebung zugrunde gelegt werden muss.

Im Folgenden sind die angewandten Methoden im Rahmen der Ist-Analyse der „Potenzial- und Auswirkungsanalyse Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Supermarktes Neulingen“ aufgeführt:

- Quantitative und qualitative Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe aus dem Bereich Lebensmittel in Neulingen sowie aller Einzelhandelsbetriebe im Bereich Lebensmittel im übrigen Einzugsgebiet; hierfür wurden alle nahversorgungsrelevanten Anbieter im Einzugsgebiet des Vorhabens erfasst und analysiert. Die Verkaufsflächen wurden sortiments-scharf erhoben und die Anbieter nach qualitativen Kriterien bewertet.,
- Begehung und Fotodokumentation des potenziellen Planstandortes in Neulingen, „Fasanenstraße“,
- Interview mit dem Betreiber des bestehenden Edeka-Supermarktes in Neulingen.

Fazit: Es liegen somit **belastbare Bestandsdaten** vor. Und: Durch die seitens des Betreibers gemachten Angaben zum aktuellen Umsatz sowie der Kundenherkunft des bestehenden Edeka Marktes konnten Schätzwerte hinsichtlich der Umsatzhöhe und Umsatzherkunft bestätigt / verifiziert werden.

4.2 Einzugsgebiet des Vorhabens

Auf Grundlage eines Interviews (u.a. Fragen zur Kundenherkunft, Umsatz) mit der Marktleitung des bestehenden Edeka-Supermarktes in Neulingen konnte das aktuelle Einzugsgebiet des derzeitigen Edeka-Supermarktes genau dargestellt werden. Da es sich nicht um eine komplette Neuansiedlung sondern um die Erweiterung eines bereits bestehenden Marktes mit einer Verlagerung auf das Nachbargrundstück handelt, kann das Einzugsgebiet des bestehenden Anbieters auf das Einzugsgebiet nach Realisierung des Vorhabens übertragen werden. Dieser Annahme steht auch nicht die geplante zusätzliche Neuansiedlung des Soft-discounters „Treff 3000“ am Planstandort entgegen, da derartige Lebensmitteldiscounter aufgrund ihres begrenzten Angebotsspektrums in der Regel ein kleineres Einzugsgebiet als ein Lebensmittelvollsortimenter aufweisen⁶. Aufgrund von Kopplungskäufen, die zu erwarten sind, werden jedoch trotzdem deckungsgleiche Einzugsgebiete angenommen. Die vom Betreiber des derzeitigen Edeka-Supermarktes gemachten Angaben zur Kundenherkunft bilden somit die Basis für eine realitätsnahe Ableitung der Marktgebietsabgrenzung des Vorhabens und können durch allgemeine Einschätzungen von Wettbewerbern und Entfernungen auch unterstrichen werden.

Auf Basis der vom Betreiber zur Verfügung gestellten Umsatzdaten sowie unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbsstruktur, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes kann für das Vorhaben das folgende Einzugsgebiet abgeleitet werden:

▪ Zone 1a:	Gemeinde Neulingen (Ortsteile Bauschlott, Göbrichen und Nußbaum)	ca. 6.630 Einwohner
▪ Zone 1b:	Ölbronn-Dürren (= Nahbereich Neulingen)	ca. 3.440 Einwohner
▪ Zone 2:	Kieselbronn (= Nahbereich Neulingen)	ca. 3.000 Einwohner
▪ GESAMT:		ca. 13.070 Einwohner ⁷

⁶ Interview mit der Marktleitung (Herr Kühnle) des Edeka-Supermarktes in Neulingen am 02.12.2010.

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 31.12.2009).

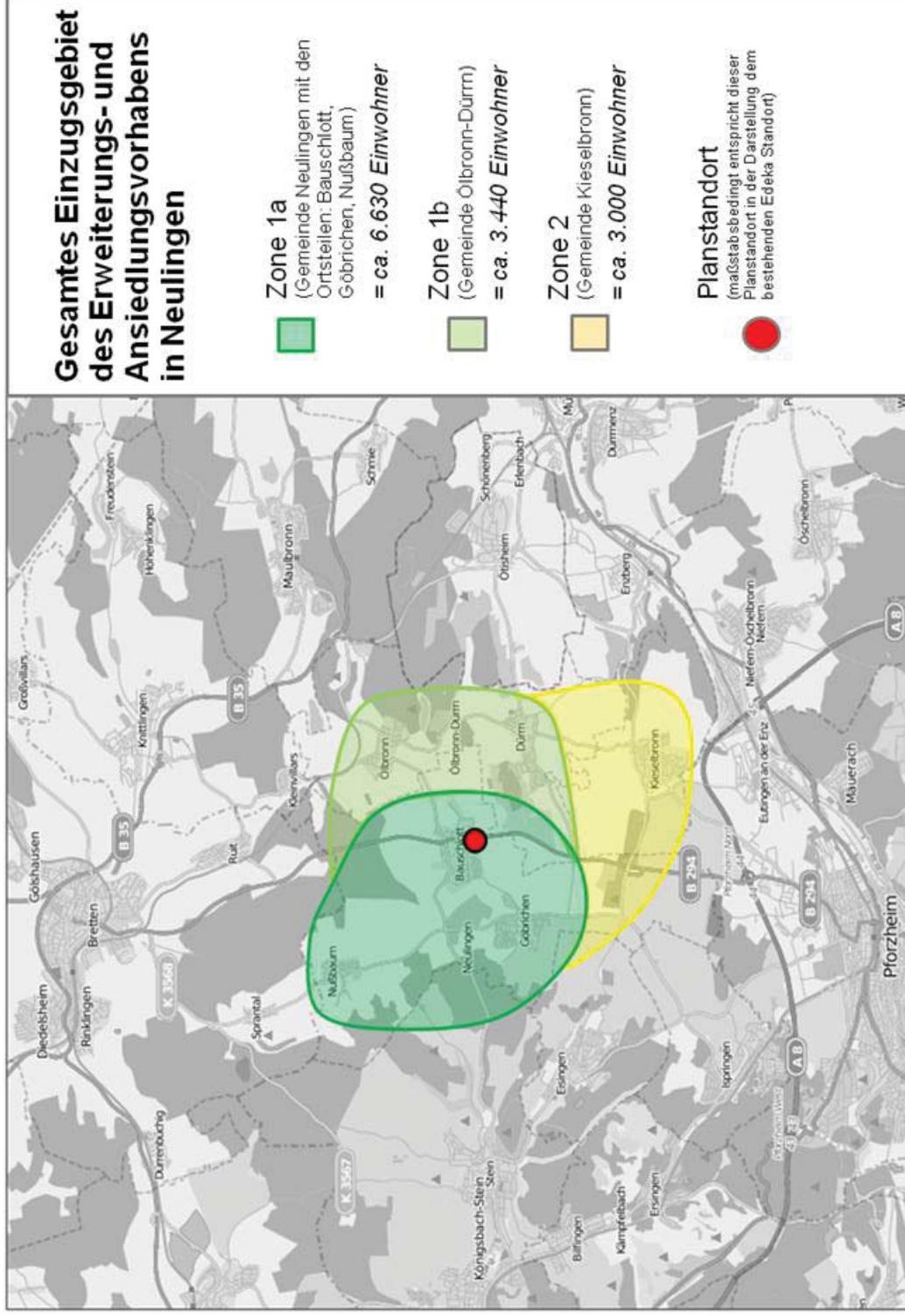
Zur **Zone 1a** des Einzugsgebietes des Planstandortes gehört die Gemeinde Neulingen mit ihren drei Ortsteilen Bauschlott, Göbrichen und Nußbaum, die eine **mehr oder weniger klare Einkaufsorientierung im Bereich Lebensmittel nach Neulingen** aufweisen.

Die **Zonen 1b und 2** und damit der verbleibende Nahbereich des Kleinzentrums Neulingen (Ölbronn-Dürren und Kieselbronn) zeigt ebenfalls aufgrund eines schwachen eigenen Lebensmitteleinzelhandelsangebotes⁸ eine relativ ausgeprägte Einkaufsorientierung im Bereich Lebensmittel in Richtung Neulingen. Allerdings ergeben sich hier schon deutliche Überschneidungen mit anderen Einzelhandelsstandorten (z.B. Bretten, Pforzheim, Mühlacker und Maulbronn), so dass eine gegenüber der Zone 1a **geringere Einkaufsorientierung zum Planstandort** zu erwarten ist. Zone 1b und 2 werden differenziert, da 1b keine eigene Nahversorgungsstruktur mehr aufweist, in Zone 2 jedoch zumindest noch ein Anbieter (Nah & Gut) als Versorger vorhanden ist.

In der folgenden Karte sind die drei **Zonen des Einzugsgebietes** nochmals grob dargestellt.

⁸ Dies gilt insbesondere für die Gemeinde Ölbronn-Dürren, die über keinen eigenen großflächigeren Lebensmittel-einzelhandelsmarkt verfügt.

Abbildung 2: Ungefähres Einzugsgebiet des Gesamtvorhabens (Marktgebietszonen)



Zwischenfazit: Auf Basis der relevanten Daten kann für das Vorhaben festgehalten werden, dass das relevante Marktgebiet angesichts eines dichten Wettbewerbersaufkommens im Umland des Vorhabens nicht über den Nahbereich Neulingens hinausreichen wird.

4.3 Die Nachfragesituation in Neulingen

Für die **Gemeinde Neulingen** errechnet sich eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von ca. 5.656 Euro pro Einwohner**. Damit liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Gemeinde Neulingen deutlich über dem Bundesdurchschnitt (Neulingen = 111,2⁹ wobei Deutschland = 100). Für die relevanten Kommunen im übrigen Marktgebiet werden Kaufkraftwerte im Bundesdurchschnitt angenommen.

Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Marktgebietszahlen ergeben sich folgende **Kennzahlen zur Nachfragesituation im Einzugsgebiet** des Vorhabens:

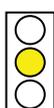
- In der **Zone 1a** (Gemeinde Neulingen und Ortsteile) ist eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 37,5 Mio. Euro festzustellen. Ca. 40% entfallen davon auf den Bereich Lebensmittel, was einer verfügbaren **Kaufkraft von ca. 15,0 Mio. Euro** entspricht.
- Die zum Nahbereich Neulingens gehörende **Zone 1b** (Gemeinde Ölbronn-Dürren) kommt insgesamt auf eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 17,5 Mio. Euro von denen wiederum ca. **7,0 Mio. Euro auf den Sortimentsbereich Lebensmittel** entfallen.
- In **Zone 2** (Gemeinde Kieselbronn) stehen rein rechnerisch nochmals **ca. 6,1 Mio. Euro Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel** zur Verfügung. Daraus ergibt sich eine relevante Kaufkraft für Lebensmittel im **gesamten Einzugsgebiet** von ca. 28,1 Mio. Euro.

⁹ Für die Kaufkraftberechnung wurde hier die GfK-Kaufkraftkennziffer verwendet.

4.4 Analyse Angebotssituation in Neulingen

Für die Bewertung nach planungsrechtlichen Vorgaben ist eine Analyse der Angebotssituation im gesamten Einzugsgebiet Voraussetzung. Für das Vorhaben Verlagerung und Erweiterung der Edeka-Filiale ist v.a. der **Lebensmittelbereich** relevant. Dafür ergeben sich folgende Kennzahlen für den Lebensmittelstandort Neulingen:

Ausgewählte Kennzahlen zum Lebensmitteleinzelhandel in Neulingen		Bewertung
▪ Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich:	ca. 1.315 m ²	
▪ Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner in Neulingen insgesamt bei Lebensmitteln	ca. 199 m ²	
▪ Umsatz im Bereich Lebensmittel in Neulingen:	ca. 6,7 Mio. Euro	
▪ Umsatz des Neulinger Lebensmitteleinzelhandels mit Kunden aus Neulingen:	ca. 4,3 Mio. Euro = ca. 64%	
▪ Umsatz des Neulinger Lebensmitteleinzelhandels mit Kunden aus dem gesamten Nahbereich:	ca. 6,2 Mio. Euro = ca. 93%	
▪ Kaufkraftbindungsquote Lebensmittelbereich:	ca. 29%	
▪ Zentralitätskennziffer des Lebensmittelstandortes Neulingen (Einzelhandelsumsatz Bereich Lebensmittel in Neulingen / Kaufkraft im Bereich Lebensmittel in Neulingen):	ca. 45	
Quelle: Erhebungen der imakomm AKADEMIE im Zeitraum November / Dezember 2010.		



Zusammenfassend ist die Gemeinde Neulingen eher als ein schwacher Lebensmittelstandort zu bewerten, der noch Entwicklungspotenziale erkennen lässt.

Situation im Bereich Lebensmittel nach Standortlagen

Eine Bewertung nach Standortlagen zeigt Folgendes:

- Die **Gemeinde Neulingen** verfügt aktuell lediglich über einen großflächigen Anbieter, den Edeka-Supermarkt im **Ortsteil Bauschlott** in der Fasanenstraße. Dieser befindet sich hier an einem sowohl autokundenorientierten als auch zugleich fußläufig gut erreichbaren Standort an der Bundesstraße B294. Das weitere Lebensmittelangebot im Ortsteil Neulingen Bauschlott konzentriert sich unterdessen auf kleinflächige Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) in Solitärlage (= kaum weitere Einzelhandelsbetriebe im unmittelbaren Umfeld).
- Im **sonstigen Gemeindegebiet** beschränkt sich das Angebot auf kleinflächige Anbieter des Lebensmittelhandwerks in Solitärlage. Hier ist auch eine vorwiegende Einkaufstendenz der Ortsteilbewohner in den Neulinger Ortsteil Bauschlott zu erwarten.

Zusammenfassend zeigt sich: Die vorhandenen Angebotsstrukturen im Bereich Lebensmittel Einzelhandel in Neulingen sind sowohl unter quantitativen (vgl. Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner) als auch unter qualitativen Gesichtspunkten (Sortimentsbreite) eher als lückenhaft zu bewerten.

4.5 Angebotssituation im weiteren Einzugsgebiet (Zone 1b und 2)

Das **überörtliche Einzugsgebiet** des Vorhabens zeichnet sich durch eine geringe Angebotsdichte im Lebensmittelbereich aus. So beschränken sich die Anbieter vor allem auf innerstädtische Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien). Einzige Ausnahme ist hier der innerörtlich gelegene Lebensmittelanbieter „Nah & Gut“ in der Gemeinde Kieselbronn, der hier aber auch aufgrund seiner Größe ausschließliche Nahversorgungsfunktion übernimmt.

4.6 Angebotssituation im weiteren Umland

Das Einzugsgebiet des Vorhabens wird durch ein dichtes Netz von Wettbewerbsstandorten im Umland begrenzt. So verfügen die Städte Bretten und Pforzheim über ein Angebot (z.B. Kaufland, Edeka, Aldi etc.), das alle relevanten Betriebstypen abdeckt. Darüber hinaus verfügen die umliegenden Städte und Gemeinden wie Königsbach-Stein, Eisingen, Ispringen, Ötisheim, Maulbronn, Knittlingen und Wössingen alle über größere Lebensmittelanbieter (z.B. Edeka, Rewe, Netto, Lidl), die vornehmlich an autokundenorientierten Standorten in Gewerbegebiets- oder Ortsrandlage gelegen sind.

Damit liegen nun auch alle relevanten Erkenntnisse zur Nachfrage- und Angebotssituation vor. Im Folgenden werden nunmehr die aktuellen Ansiedlungspotenziale im Bereich Lebensmittel für den Einzelhandelsstandort Neulingen abgeleitet.

Die folgende Karte zeigt die Lage der wichtigsten Betriebe im Gemeindegebiet von Neulingen sowie die Hauptwettbewerbsstandorte im weiteren Umland.

Abbildung 3: Relevante Wettbewerber des Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhabens in Neulingen



Quelle: openstreetmap, www.openstreetmap.de; bearbeitet durch imakomm AKADEMIE, im Dezember 2010

5 Ansiedlungspotenziale Lebensmittelstandort Neulingen (Potenzialanalyse)

5.1 Methodik

Für die Ableitung von Ansiedlungspotenzialen im Bereich Lebensmittel in Neulingen können zwei verschiedene Herangehensweisen unterschieden werden:

Schritt 1: Ableitung realistischer Ansiedlungspotenziale durch Erhöhung der Kaufkraftbindung und Marktanteile im Marktgebiet

Schritt 2: Weitere Ansiedlungspotenziale durch Intensivierung des Wettbewerbs in Neulingen

5.2 Aktuelle Ansiedlungspotenziale

5.2.1 Ansiedlungspotenziale durch mehr Kaufkraftbindung und Erhöhung der Marktanteile

Auf Basis der Ist-Analyse der Angebotssituation werden aktuell bestehende Flächen- und Ansiedlungspotenziale im Bereich Nahrungs- und Genussmittel abgeleitet.

Die für den Planstandort vorliegende Anfrage bezieht sich zum einen auf eine Erweiterung des bestehenden Edeka-Supermarktes sowie zum anderen auf eine Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters Treff 3000. Die beiden Betreiber Edeka und Treff 3000 weisen unterschiedliche „Leistungsprofile“ (Edeka = Vollsortimenter; Treff 3000 = Soft-Discounter, Unterschiede v.a. auch in unterschiedlichen Flächenproduktivitäten) auf. Es wurde daher folgende Methodik angewendet:

Schritt a: Definition der maximalen, aber noch realistischen Kaufkraftbindungsquoten im Bereich Lebensmittel in Neulingen und des Marktanteils im überörtlichen Marktgebiet.

Schritt b: Ableitung des daraus resultierenden maximal möglichen Einzelhandelsumsatzes im Bereich Lebensmittel am Standort Neulingen unter Einbeziehung maximal möglicher verträglicher Umverteilungen gegenüber bestehenden Anbietern.

Schritt c: „Umrechnen“ des daraus resultierenden zusätzlichen Umsatzpotenzials in Verkaufsflächen auf Basis einzelner Flächenproduktivitäten, die üblicherweise von unterschiedlichen Betreibern generiert werden; dies wurde für die beiden relevanten Anbieter Edeka (= Vollsortimenter) und Treff 3000 (= Softdiscounter) durchgeführt:

Aus den im Rahmen der Ist-Analyse des Einzelhandelsstandortes Neulingen erarbeiteten Kennzahlen zur Angebotssituation können die **aktuellen** Flächen- und Ansiedlungspotenziale anhand der vorab skizzierten Schritte quantifiziert werden.

Die beiden folgenden Tabellen zeigen die Herleitung der aktuellen Flächen- und Ansiedlungspotenziale für Neulingen. Durch eine realistisch noch mögliche Erhöhung der Kaufkraftbindung und der Marktanteile der Anbieter in Neulingen ergibt sich so ein Umsatzpotenzial von ca. 8,3 Mio. €¹⁰.

Fazit: Je nach Betreiberkonzept und deren durchschnittlicher Flächenproduktivität ergibt sich daraus ein gesamtes **Flächenpotenzial zwischen ca. 2.050 und 2.250 m² Verkaufsfläche.**

¹⁰ Angesetzt wurde hier eine durchschnittliche Kaufkraftbindungsquote im Bereich Lebensmitteleinzelhandel, die über einen Benchmark-Vergleich von mehreren Kommunen mit vergleichbarer Größe hergeleitet wurde. Aufgrund der raum- und wettbewerbsstrukturellen Gegebenheiten vor Ort sowie angesichts des begrenzten eigenen Ansiedlungspotenzials für einen leistungsfähigen und modernen Lebensmittelmarkt kann davon ausgegangen werden, dass die Gemeinde Ölbronn-Dürrn (= Zone 1) vornehmlich durch das zugehörige Kleinzentrum Neulingen mitversorgt würde. Die Erhöhung des Marktanteils in der Gemeinde Kieselbronn (= Zone 2) wurde unter Berücksichtigung des dort vorhandenen eigenen Angebotes (Nah & Gut) hingegen bewusst deutlich niedriger angesetzt.

Tabelle 3: Herleitung der aktuellen Ansiedlungspotenziale im Lebensmitteleinzelhandel in Neulingen durch Erhöhung Kaufkraftbindung und Marktanteile

Aktuell zusätzlich möglicher Umsatz im Bereich Lebensmittel in Neulingen (ca.-Werte)												
	Aktuelle Kaufkraft		Kaufkraftbindungsquoten / Marktanteil Neulingen heute*)		Realistischerw. maximal mögliche Kaufkraftbindungsquote / Marktanteil*)		Umsatz heute, der in Neulingen mit Kunden aus der jew. Zone umgesetzt wird		Maximal möglicher Umsatz		Zusätzlich möglicher Umsatz	
	in Mio. Euro	in %	in %	in %	in %	in %	in Euro	in Euro	in Euro	in Euro	in Euro	in Euro
	1	2	3	4	5 = 3*1	6 = 5*4						
Zone 1a (Neulingen)	15,0	29	60	4,3	9,0	4,7						
Zone 1b (Öbronn-Dürren)	7,0	37	50	1,3	3,5	2,2						
Zone 2 (Kieselbronn)	6,1	21	23	0,6	1,4	0,8						
Gesamt	28,1	---	---	6,2	13,9	7,7						

Quelle: Eigene Berechnungen

*) Kaufkraftbindungsquote: gibt an: Wie viel Prozent der bei Einwohnern von Neulingen vorhandenen Kaufkraft im Bereich Lebensmittel wird tatsächlich in Neulingen ausgegeben

Marktanteil: gibt das Verhältnis (in %) aus erzielbarem Umsatz mit Einwohnern aus dem gesamten Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Neulingen (also Umsatz mit Einwohnern aus dem Umland) und der vorhandenen Kaufkraft im Bereich Lebensmittel in Neulingen an

Aktuelles Flächen- bzw. Ansiedlungspotenzial auf Basis des zusätzlich möglichen Umsatzes (ca.-Werte)	
Umsatzpotenzial entspricht bei Ansiedlung der folgenden Lebensmittelmärkte einem Flächenpotenzial von...	
Soft-Discounter	Supermarkt
4.000 ¹¹ Euro / m ²	3.670 Euro / m ²
1.925 m²	2.100 m²

¹¹ Vgl. EHI, Handel aktuell; HDE, Factbook Einzelhandel.

5.2.2 Ansiedlungspotenziale durch Intensivierung des Wettbewerbs in Neulingen

Zusätzlich zu den Umsätzen, die sich aus einer Erhöhung der Kaufkraftbindung in Neulingen und einer Ausweitung der Marktanteile im überörtlichen Marktgebiet (Zone 1b und 2) ergeben, werden die Potenziale berechnet, die sich aus einer Intensivierung des Wettbewerbs gegen die bestehenden Anbieter in Neulingen ergeben. Das Vorgehen hierfür ergibt sich aus folgenden Arbeitsschritten:

Schritt a: Definition der maximalen, noch verträglichen Umverteilungen im Bereich Lebensmittel gegen die bestehenden Anbieter in Neulingen (Richtwert: Umverteilung von max. 10%)

Schritt b: Ableitung des daraus resultierenden maximal möglichen Einzelhandelsumsatzes im Bereich Lebensmittel am Standort Neulingen

Schritt c: „Umrechnen“ des daraus resultierenden zusätzlichen Umsatzpotenzials in Verkaufsflächen auf Basis einzelner Flächenproduktivitäten, die üblicherweise von unterschiedlichen Betreibern generiert werden (Betriebstypen, s. Herangehensweise 1, Schritt c).

Durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung in Neulingen und der Marktanteile im Umland ergibt sich ein Umsatzpotenzial von ca. 7,7 Mio. €. Die daraus errechneten Flächenpotenziale ergeben eine Ausweitung der Einzelhandelsfläche von ca. 1.925 – 2.100 m².

Weiterhin kann ein zusätzliches Ansiedlungspotenzial generiert werden durch die Intensivierung des Wettbewerbs in Neulingen. Allerdings gehen wir hier davon aus, dass eine Wettbewerbsintensivierung nur bis zur raumordnerisch und städtebaulich verträglichen Umsatzumverteilung von max. 10% gegenüber bestehenden Anbietern sinnvoll ist.

Daraus ergibt sich ein maximal möglicher **Umsatz von ca. 0,6 Mio. €** durch die Umverteilung gegen die bestehenden Wettbewerber.¹² Dies wiederum entspricht je nach Betreiberkonzept einem **zusätzlichen Flächenpotenzial von ca. 150 bis 170 m² Verkaufsfläche**.

¹² Berechnung: aktueller Lebensmittelumsatz in Neulingen: 6,7 Mio. €, maximale Umverteilung 10% → ca. 0,6 Mio. €

5.2.3 Zusammenfassung: Ansiedlungspotenzial insgesamt

Fasst man die Ergebnisse aus Schritt 1 und Schritt 2 zusammen, bedeutet dies: **INSGESAMT** liegt aktuell ein zusätzlicher **potenzieller Umsatz von ca. 8,3 Mio. €** vor. Daraus können nun die gesamten Flächenpotenziale abgeleitet werden:

Fasst man die Ergebnisse zusammen, so zeigt sich:

- Es besteht ein „verträgliches“ Umsatzpotenzial von ca. 8,3 Mio. € im Bereich Lebensmittel
- Konsequenz: Unter Annahme durchschnittlicher Flächenproduktivitäten ergibt sich ein Ansiedlungspotenzial von ca. 2.050 bis ca. 2.250 m² Verkaufsfläche.

Tabelle 4: Aktuelle Ansiedlungspotenziale im Lebensmitteleinzelhandel in Neulingen

Bereich Lebensmittel:		
<u>Aktuelles</u> Flächen- bzw. Ansiedlungspotenzial auf Basis des zusätzlich möglichen Umsatzes und des maximal innerhalb von Neulingen umverteilbaren Umsatzes (ca.-Werte)		
Umsatzpotenzial	Umsatzpotenzial entspricht bei Ansiedlung der folgenden Lebensmittelmärkte einem Flächenpotenzial von...	
	Treff 3000 Discounter	Edeka-Supermarkt
	4.000 Euro ¹³ / m ²	3.670 Euro / m ²
ca. 8,3 Mio. Euro	2.050	2.250

Hinweis: Die dargestellten aktuellen Ansiedlungspotenziale für Neulingen gelten lediglich unter der Annahme durchschnittlicher Leistungskennzahlen (v.a. Flächenproduktivitäten).

¹³ Vgl. EHI, Handel aktuell; HDE, Factbook Einzelhandel.

Demnach würde das flächenmäßige Ansiedlungspotenzial für Betriebe mit einem höheren Umsatz pro Quadratmeter verhältnismäßig geringer ausfallen¹⁴.

Nachdem nun die aktuellen Ansiedlungspotenziale für Neulingen kurz dargestellt wurden, werden nachfolgend die möglichen Auswirkungen des konkreten Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsvorhabens des Betreibers Edeka auf ihre raumordnerische Verträglichkeit hin geprüft. Dabei wird zunächst der zu erwartende Planumsatz des Vorhabens sowie die Umsatzherkunft (= Wie viel Umsatz aus der jeweiligen Marktgebietszone?) abgeleitet.

¹⁴ Zur Erläuterung: Gemäß Handel aktuell 2009/2010 beläuft sich die durchschnittliche Flächenproduktivität eines Aldi Süd Lebensmitteldiscounters auf 8.060 Euro / m². Das flächenmäßige Ansiedlungspotenzial würde unter dieser Voraussetzung lediglich bei knapp 850 m² liegen.

6 Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens

6.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens

Die Ableitung der **Umsatzerwartung (Planumsatz)** der beiden Vorhaben kann sowohl über die Berechnung anhand von Flächenproduktivitäten als auch über die Abschätzung von Marktanteilen erfolgen.

Ansatz 1: Flächenproduktivität

Flächenproduktivität und Umsatz bestehender Markt:

Aktuell kann nach für den bestehenden Edeka-Markt von einer durchschnittlichen Flächenproduktivität (Umsatz in Euro pro m² Verkaufsfläche und Jahr) des bestehenden **Edeka-Supermarktes** in Neulingen von ca. 5.000 Euro pro m² Verkaufsfläche ausgegangen werden. Dies entspricht bei einer aktuellen Verkaufsflächenausstattung von ca. 930 m² einem **Gesamtumsatz von derzeit ca. 4,7 Mio. Euro pro Jahr**. Dabei entfallen ca. 4,2 Mio. Euro des Gesamtumsatzes auf den Bereich Lebensmittel (Food und Getränke, ca. 90% des Gesamtumsatzes) sowie ca. 0,5 Mio. Euro Umsatz auf den Bereich Non-Food (v.a. Drogeriewaren, Aktionsware).

Flächenproduktivität und Umsatz der geplanten Märkte:

Der geplante **Edeka-Supermarkt** soll nunmehr an einem benachbarten neuen Standort mit einer zukünftigen **Verkaufsfläche von ca. 1.500 m²** realisiert werden. Darüber hinaus soll der aktuelle Edeka Standort durch einen neu anzusiedelnden Lebensmittel-Softdiscounter-Markt „**Treff 3000**“ mit einer zukünftigen **Verkaufsfläche von ca. 800 m²** weitergenutzt werden. Für das gesamte Vorhaben kann via Flächenproduktivität der Planumsatz berechnet werden:

- Einzelne Betreiber von Märkten argumentieren, dass mit einer Verkaufsflächenerweiterung nicht auch automatisch eine proportionale Umsatzzunahme einhergeht. Viel-

mehr wird argumentiert, dass der Umsatz nur wenig zunimmt, rechnerisch also der Umsatz pro m² (= Flächenproduktivität) durch die Erweiterung sinkt. Begründung: Mit der steigenden Verkaufsflächengröße ist nicht automatisch ein proportionales Umsatzwachstum verbunden, da großzügigere Verkaufsflächengrößen auch aufgrund geänderter Kundenansprüche (breitere Gänge, ansprechendere / aufgelockertere Warenpräsentation usw.) umgesetzt werden. Statistisch nachweisbar ist Folgendes: Bei Lebensmittelvollsortimentern ist die Flächenproduktivität eher rückläufig (vgl. EHI, Handel aktuell, Ausgabe 2009/2010).

- Demgegenüber wird von anderer Seite vertreten, dass eine Verkaufsflächenerweiterung sehr wohl zu einer proportionalen Zunahme des Umsatzes führen müsse. Die Flächenproduktivität würde in diesen Fällen gleich bleiben, d.h. der Umsatz pro m² vor und nach Erweiterung wäre identisch.

Letztlich kann diese Frage der Entwicklung der Flächenproduktivität nur am Einzelfall gelöst werden – und meist erst ex post, d.h. nach Realisierung einer Erweiterung bzw. Neuansiedlung. Im Sinne eines „sicheren“ Ansatzes, der die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens darstellen will, nehmen wir hier für dieses Vorhaben eine proportional zur Flächenerweiterung erfolgende Umsatzzunahme an. Dies dürfte bei diesem Vorhaben in der Realität nicht ganz erreicht werden, wir halten aber diese worst-case-Annahme aus städtebaulicher und raumordnerischer Sicht für vertretbar. Mit anderen Worten: **Wir gehen im Folgenden von einer gleichbleibenden Flächenproduktivität für beide Planungsphasen (vor und nach der Standortverlagerung und Erweiterung) aus.**

Insgesamt gehen wir demnach im Folgenden für den geplanten **Edeka-Supermarkt** von einer gleichbleibenden durchschnittlichen Flächenproduktivität von 5.000 Euro pro m² aus. Legt man diese Flächenproduktivität für den geplanten Edeka-Supermarkt zugrunde, so ergibt sich bei einer gesamten Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² ein zu erwartender **Planumsatz in Höhe von ca. 7,5 Mio. Euro** pro Jahr. Davon entfallen ca. 6,7 Mio. Euro des Umsatzes (= 90% des Gesamtumsatzes) auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie ca. 0,8 Mio. Euro des Umsatzes auf den Non-Food-Bereich (v.a. Drogerie- und Aktionswaren).

Für den geplanten **Lebensmitteldiscounter „Treff 3000“** wird auch unter Berücksichtigung der starken Anbieter im Umland (v.a. Lidl, Netto) eine durchschnittliche Flächenproduktivität

von 4.000 Euro pro Jahr erwartet¹⁵. Demnach ergibt sich für den geplanten Lebensmitteldiscounter ein gesamter **Planumsatz von ca. 3,2 Mio. Euro pro Jahr** von dem wiederum ca. 2,9 Mio. Euro auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel entfallen.

Die folgende Tabelle gibt nochmals einen Überblick über die zu erwartenden Umsatzzahlen.

Tabelle 5: Vergleich Ist-Umsätze und Planumsätze auf Basis von Flächenproduktivitäten				
	<u>Ist-Umsatz</u> (bestehender Edeka-Markt)	<u>Plan-Umsatz</u> nach Verlagerung und Erweiterung (Edeka-Markt)	<u>Plan-Umsatz</u> Neuansiedlung Softdiscounter („Treff 3000“)	<u>Zusätzlicher Um-</u> <u>satz</u> durch Ge- samtvorhaben
	(1)	(2)	(3)	(4) = ((2) – (1)) + (3)
Lebensmittel (Food inkl. Getränke)	ca. 4,2 Mio. Euro	ca. 6,7 Mio. Euro	ca. 2,9 Mio. Euro	ca. 5,4 Mio. Euro
Non-Food	ca. 0,5 Mio. Euro	ca. 0,8 Mio. Euro	ca. 0,3 Mio. Euro	ca. 0,6 Mio. Euro
GESAMT:	ca. 4,7 Mio. Euro	ca. 7,5 Mio. Euro	ca. 3,2 Mio. Euro	ca. 6,0 Mio. Euro
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE auf Basis der vom Betreiber gemachten Umsatzangaben sowie geschätzter, branchenüblicher Flächenproduktivitäten - Rundungsdifferenzen möglich -				

Ansatz 2: Abschätzung von Marktanteilen

Über das so genannte Marktanteilkonzept kann sowohl die **Umsatzerwartung** als auch die **Umsatzherkunft** der Vorhaben abgeschätzt werden. Die Herkunft des Umsatzes des Vorhabens wird anhand der zu erwartenden Marktanteile der Vorhaben in den einzelnen Marktgebietszonen abgeleitet.

Eine Berechnung des zu erwartenden Planumsatzes anhand von Marktanteilen bestätigt im Wesentlichen die nach dem Ansatz über Flächenproduktivitäten errechneten Umsatzwerte (vgl. Ansatz 1). Nach Ansatz 2 ist demnach ebenfalls mit einem zusätzli-

¹⁵ Vgl. EHI, Handel aktuell; HDE, Factbook Einzelhandel.

chen Jahresumsatz im Bereich Lebensmittel von ca. 6,0 Mio. Euro durch das Gesamtvorhaben zu rechnen.

Umsatzherkunft gesamter Planumsatz:

Für den **gesamten Planumsatz des Vorhabens** kann von folgenden Marktanteilen und Umsatzzahlen im Bereich Lebensmittel ausgegangen werden:

- Angesichts der positiven Standortfaktoren des Planstandortes, der bestehenden Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie in Anlehnung an die üblichen durchschnittlichen Marktanteile der Betriebsform Lebensmittelvollsortimenter kann von einem realistischen Marktanteil im Bereich Lebensmittel bezogen auf die **Gemeinde Neulingen (= Zone 1)** von **ca. 25-30%** ausgegangen werden¹⁶. Dies entspricht einem **Planumsatz von ca. 4,1 Mio. Euro** pro Jahr.¹⁷ Für den geplanten Anbieter „Treff 3000“ wird hingegen ein deutlich niedrigerer **Marktanteil von ca. 10-15%**¹⁸ veranschlagt. Der hieraus ableitbare **Planumsatz beläuft sich auf ca. 2,0 Mio. Euro** pro Jahr.
- Für die **Zone 1b** des Einzugsgebietes (= Ölbronn-Dürrn) gehen wir angesichts der schwachen lokalen Angebotssituation aber auch unter Berücksichtigung der zunehmenden Fahrdistanzen sowie der zahlreichen Wettbewerbsstandorte im Umland (z.B. Bretten, Maulbronn, Knittlingen, Ötisheim) von einem etwas reduzierten **Marktanteil des Edeka-Supermarktes von ca. 20-25%** im Bereich Lebensmittel aus. Dies entspricht einem **Planumsatz von ca. 1,5 Mio. Euro** pro Jahr. Der Anteil des Anbie-

¹⁶ Annäherung an die Marktanteile des Vorhabens für die beiden Zonen des Einzugsgebietes: Annahmen für **ZONE 1a und 1b**: Im Rahmen des Vorhabens ist die Schließung der aktuell bestehenden Edeka Filiale in der Fasanenstraße 6 in Neulingen vorgesehen. Der geplante Edeka-Supermarkt auf dem Nachbargrundstück wäre damit der einzige Lebensmittelvollsortimenter in der Gemeinde Neulingen bzw. der Marktgebietszone 1b. Folglich ist mit einem hohen Marktanteil sowie einer gewissen Dominanz des geplanten Edeka-Supermarktes gerade in Neulingen zu rechnen. Der hier angesetzte Marktanteil entspricht in etwa dem durchschnittlichen Marktanteil für Supermärkte in Deutschland insgesamt (Quelle: EHI). Annahmen für **ZONE 2**: Hier ergibt sich eine deutliche Reduktion des Marktanteils, da Kieselbronn mit dem Anbieter „Nah & Gut“ über ein eigenes Lebensmittelangebot verfügt und da aufgrund der größeren Entfernung auch andere Standorte von den Einwohnern aus Zone 2 verstärkt angefahren werden (v.a. Pforzheim). Wir nehmen daher einen deutlich reduzierten Marktanteil an.

¹⁷ An dieser Stelle soll beispielhaft die Berechnung der Marktanteile aufgezeigt werden: 28% Marktanteil in Zone 1a von insgesamt ca. 15,0 Mio. Euro Kaufkraft im planobjektrelevanten Sortimentsbereich entsprechen einem Planumsatz von 15,0 Mio. Euro * 0,28 = ca. 4,1 Mio. Euro.

¹⁸ Die durchschnittlichen Marktanteile von Lebensmittel-Softdiscontnern sind in der Regel etwas niedriger (gemäß Handel aktuell 2009/2010: zwischen 7 und 8%). Vorliegend handelt sich allerdings um den einzigen Lebensmitteldiscounter im gesamten Marktgebiet, so dass die Annahme eines leicht überdurchschnittlichen Marktanteils gerechtfertigt ist. Rechnerisch wurden 13% angesetzt.

ters „**Treff 3000**“ wird sich angesichts der fehlenden Wettbewerber in der Marktgebietszone 1b auf **ca. 5-10%** belaufen. Die aus der Zone 1b generierten Planumsätze für den Lebensmitteldiscounter summieren sich somit auf **ca. 0,6 Mio. Euro** pro Jahr.¹⁹

- Mit Blick auf das in **Zone 2** (= Kieselbronn) bereits bestehende Lebensmittelangebot (Anbieter „Nah & Gut“) sowie unter Berücksichtigung der vorliegenden Fahrdistanzen und den starken Wettbewerbsstandorten im Umland von Kieselbronn (v.a. Pforzheim) ist hingegen für Zone 2 ein deutlich reduzierter **Marktanteil des geplanten Edeka Lebensmittelvollsortimenters von ca. 10-15%** anzunehmen. Der entsprechende **Planumsatz** beläuft sich demnach auf **ca. 0,7 Mio. Euro pro Jahr**. Der **Marktanteil des Lebensmitteldiscounters „Treff 3000“** wird hingegen bei **ca. 0-5%** liegen und somit **ca. 0,1 Mio. Euro** seines Planumsatzes aus der Marktgebietszone 2 generieren.²⁰
- Da sich der Planstandort an der Hauptdurchgangsstraße von Neulingen (Bundesstraße B294) befindet, sind weiterhin **Streuumsätze** zu berücksichtigen. Angesichts des hohen Verkehrsaufkommens auf der überregional bedeutsamen Bundesstraße B294 sowie der guten Einsehbarkeit des Plangrundstücks gehen wir von einem Anteil der Streuumsätze in einer Größenordnung von **ca. 5-10%** des Gesamtumsatzes aus. Dies entspricht einem Planumsatz von **ca. 0,5 Mio. €** pro Jahr. Unterdessen wird sich der Anteil der **Streuumsätze beim Anbieter „Treff 3000“** auf **knapp 5%** belaufen und somit Umsätze in einer Größenordnung von **ca. 0,1 Mio. Euro** pro Jahr bewirken.²¹

Insgesamt ergibt sich somit ein **Planumsatz für das Gesamtvorhaben im Bereich Lebensmittel von ca. 9,6 Mio. Euro** pro Jahr (= Planumsatz Edeka + Planumsatz Treff 3000). Darüber hinaus sind Umsätze im Bereich Non-Food hinzuzurechnen. Beim anvisierten Flächenkonzept des **Edeka Vollsortimenters** ist von einem Umsatzanteil des Bereiches Non-Food am gesamten Planumsatz von ca. 10%²² auszugehen. Dies entspricht einem **Planumsatz im Bereich Non-Food von ca. 0,8 Mio. Euro** pro Jahr. Darüber hinaus wird auch für den geplanten „**Treff 3000**“ **Lebensmitteldiscounter** ein Umsatzanteil des Non-Food-

¹⁹ Ca. Angaben gemäß Handel aktuell 2009/2010.

²⁰ Ca. Angaben gemäß Handel aktuell 2009/2010.

²¹ Ca. Angaben gemäß Handel aktuell 2009/2010.

²² Ca. Angaben gemäß Handel aktuell 2009/2010.

Bereiches von knapp 10% angenommen, woraus ein Umsatz von ca. 0,3 Mio. Euro pro Jahr resultiert. Der **gesamte Planumsatz** (Bereich Lebensmittel inkl. Getränke und Bereich Non-Food) des Gesamtvorhabens (= Edeka + Treff 3000) beläuft sich somit auf **ca. 10,7 Mio. Euro pro Jahr**. Hiervon entfallen ca. 7,5 Mio. Euro auf den Anbieter Edeka und ca. 3,2 Mio. Euro pro Jahr auf den Discounter „Treff 3000“.

Die folgende Tabelle zeigt nochmals überblickartig für das Gesamtvorhaben die Herleitung des Planumsatzes gemäß dem Marktanteilskonzept:

Tabelle 6: Gesamter Planumsatz des Gesamtvorhabens (Edeka + Treff 3000)					
Marktgebietszonen:	Kaufkraftpotenzial Lebensmittel in Mio. Euro (1)	Marktanteile Lebensmittel in % (2)	Umsatzerwartung Bereich Lebensmittel in Mio. Euro (3) = (1) / (2)	Umsatzerwartung im Bereich Non-Food in Mio. Euro (4)	Umsatzerwartung gesamt in Mio. Euro (5) = (3) + (4)
Zone 1a (Gemeinde Neulingen)	ca. 15,0 Mio.	ca. 41%	ca. 6,1 Mio.	ca. 0,7 Mio.	ca. 6,8 Mio.
Zone 1b (Gemeinde Ölbronn-Dürren)	ca. 8,8 Mio.	ca. 31%	ca. 2,1 Mio.	ca. 0,2 Mio.	ca. 2,3 Mio.
Zone 2 (Gemeinde Kieselbronn)	ca. 7,7 Mio.	ca. 13%	ca. 0,8 Mio.	< 0,1 Mio.	ca. 0,9 Mio.
Streuumsätze	---	---	ca. 0,6 Mio.	< 0,1 Mio.	< 0,7 Mio.
Bereich Lebensmittel insgesamt	---	---	ca. 9,6 Mio.	---	
Bereich Non-Food Insgesamt	---	---	---	ca. 1,1 Mio.	
Gesamtes Vorhaben:	---	---	---	---	ca. 10,7 Mio.
<small>(1) Gemäß Handel aktuell 2009/2010 beläuft sich der durchschnittliche Umsatzanteil von Lebensmitteln bei Supermärkten auf ca. 90%. Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE - Rundungsdifferenzen möglich -</small>					

6.2 Bewertung Gesamtvorhaben gemäß Prüfkriterium Integrationsgebot

Analyse:

- Der Planstandort befindet sich in Ortsrandlage an der Bundesstraße B294 am südlichen Ortsein- bzw. -ausgang von Neulingen in Richtung Pforzheim. Der Standort ist aufgrund des direkten Anschlusses an mehrere Wohngebiete als integriert zu bewerten. Folgende Bewertungen sind für den Planstandort zutreffend:
- Der Planstandort ist angesichts der Nähe zu umliegenden Wohngebieten **für einen Teil der Bewohner Neulingens fußläufig gut erreichbar.**
- Ferner besteht eine gute Andienung via Pkw über die Hauptdurchgangsstraße B294 (= Pforzheimer Straße) sowie eine **Anbindung an das ÖPNV-Netz** (Bushaltestelle in fußläufiger Entfernung in der Pforzheimer Straße).
- Darüber hinaus handelt es sich aufgrund des aktuell bestehenden Edeka-Supermarkts um einen **bereits langjährig etablierten Einzelhandels- und Nahversorgungsstandort.**
- Aufgrund der städtebaulichen und funktionalen Struktur des Planstandortes kann eine **städtebauliche Beeinträchtigung des unmittelbaren Standortumfeldes sowie negative Beeinträchtigungen aus verkehrlicher Sicht weitestgehend ausgeschlossen** werden.

Bewertung:



Das Integrationsgebot ist erfüllt, es kann von einer Nahversorgungsfunktion der geplanten Märkte ausgegangen werden. Indikatoren eines integrierten Standortes sind gegeben – beispielsweise eine direkte ÖPNV-Anbindung, Lage nahe mehrerer Wohngebietslagen.

6.3 Bewertung Gesamtvorhaben²³ gemäß Prüfkriterium Kongruenzgebot

Laut Kongruenzgebot dürfen grundsätzlich nicht mehr als 30% des zu erwartenden Planumsatzes von außerhalb des Verflechtungsbereiches, im vorliegenden Fall des Nahbereichs von Neulingen stammen.

Analyse:

- Wie gezeigt werden konnte, umfasst das Einzugsgebiet des Gesamtvorhabens (Edeka-Supermarkt + Treff 3000 Discounter) angesichts der Vielzahl von Wettbewerbsstandorten im Umland (u.a. Bretten, Pforzheim) vornehmlich die Gemeinde Neulingen sowie den zugehörigen Nahbereich bestehend aus den Nachbarkommunen Ölbronn-Dürn und Kieselbronn. Folglich werden **ca. 93% des gesamten Planumsatzes von ca. 9,6 Mio. Euro im Bereich Nahrungs- und Genussmittel aus der Gemeinde Neulingen selbst sowie dem zugehörigen Nahbereich** generiert.
- Der restliche Umsatz, das heißt 7% des Gesamtumsatzes, setzt sich hingegen aus **Streuumsätzen** durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes zusammen. Diese Streuumsätze summieren sich dabei auf **ca. 0,7 Mio. Euro pro Jahr**.
- Folglich wird sich die **Umsatzherkunft** des Vorhabens **im Wesentlichen auf die Gemeinde Neulingen sowie den zugehörigen Nahbereich beschränken**. Das **Einzugsgebiet des Gesamtvorhabens konzentriert sich somit überwiegend auf den Nahbereich von Neulingen**. Das Kongruenzgebot wird somit klar eingehalten.

Bewertung:



Das Kongruenzgebot wird formal und faktisch erfüllt.

²³ Gesamtvorhaben = Verlagerung bzw. Erweiterung des Edeka-Supermarktes + Neuansiedlung des Treff 3000 Lebensmitteldiscounters

6.4 Bewertung des Vorhabens gemäß Prüfkriterium Beeinträchtigungsverbot

Die Bewertung des Vorhabens gemäß dem Prüfkriterium des Beeinträchtigungsverbotes wird nachfolgend anhand von drei Ansätzen durchgeführt:

- Ansatz / Betrachtung 1 prüft hierbei die Auswirkungen des reinen Erweiterungsvorhabens des bereits bestehenden Edeka-Supermarktes in Neulingen.
- Demgegenüber werden bei Ansatz / Betrachtung 2 jene Auswirkungen betrachtet, die durch eine komplette Neuansiedlung des Edeka-Supermarktes initiiert würden (= Gesamtvorhaben Edeka-Supermarkt). Ansatz 2 hat hierbei hypothetischen Charakter, da hier davon ausgegangen wird, dass der Betrieb Edeka noch überhaupt nicht existiert. Die Prüfung des Vorhabens gemäß Ansatz 2 wird aber seitens der aktuellen Rechtsprechung gefordert und muss daher im Rahmen der Auswirkungsanalyse Berücksichtigung finden.
- Darüber hinaus fließt im Rahmen des dritten Ansatzes (Ansatz / Betrachtung 3) die Neuansiedlung des Treff 3000 Lebensmitteldiscounters in die Betrachtung mit ein, um so die Agglomerationseffekte des eigentlichen Gesamtvorhabens (Edeka + Treff 3000) zu bewerten. Auch dieser Ansatz hat hypothetischen Charakter, da hierbei davon ausgegangen wird, dass der bestehende Edeka-Supermarkt noch gar nicht existiert und es sich um eine komplette Neuansiedlung von 2.300 m² Verkaufsfläche in Neulingen handelt.

6.4.1 Ansatz / Betrachtung 1: Auswirkungen bei der Betrachtung der reinen Edeka-Erweiterung (Erweiterung von 930 m² auf 1.500 m² Verkaufsfläche)

Analyse:

1. Nicht der gesamte Planumsatz des Vorhabens ist im ersten Schritt für die Abschätzung von Umsatzumverteilungseffekten heranzuziehen, sondern lediglich der durch die Verkaufsflächenerweiterung von ca. 930 m² aktuell auf dann ca. 1.500 m² Verkaufsfläche zusätzlich zu erwartende Umsatz. Als umverteilungsrelevant gilt damit nur der zusätzlich durch das Erweiterungsvorhaben erwirtschaftete Umsatz von **ca. 2,8 Mio. Euro (davon Food: 2,5 Mio. Euro)**.
2. Die Aufteilung der zusätzlichen Umsätze nach ihrer **Umsatzherkunft** orientiert sich an den realistischerweise anzunehmenden Marktanteilen des geplanten Supermarktes (vgl. Kapitel 6.1). Demnach ergibt sich für den gesamten durch die Verkaufsflächenerweiterung generierten zusätzlichen Umsatz von ca. 2,5 Mio. Euro pro Jahr im Bereich Lebensmittel die folgende Verteilung nach Marktgebietszonen:
 - a. ca. 1,6 Mio. Euro dieses zusätzlichen Umsatzes stammen aus der Zone 1a (= Gemeinde Neulingen),
 - b. ca. 0,5 Mio. Euro aus der Zone 1b (= Ölbronn-Dürrn),
 - c. ca. 0,2 Mio. Euro aus der Zone 2 (= Kieselbronn).
 - d. Der übrige Planumsatz von ca. 0,2 Mio. Euro verteilt sich unterdessen auf Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes (z.B. Pendler, Touristen).

Auswirkungen:

Auswirkungen auf die Gemeinde Neulingen (= Zone 1a):

- In der Gemeinde Neulingen ist zu erwarten, dass aufgrund einer heute vergleichsweise geringen Kaufkraftbindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel rein rechnerisch ein deutlicher Spielraum für eine weitere Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote bei der Ansiedlung eines zeitgemäßen Anbieters vorhanden ist. Die ausgesprochen geringe Kaufkraftbindung von derzeit ca. 29% im Bereich Lebensmittel in Neulingen kann somit weiter erhöht werden. Eine **Steigerung der Kaufkraftbin-**

ungsquote auf ca. 35-40% erscheint angesichts des aktuell sehr schwachen Angebotes im Einzugsgebiet des Vorhabens als durchaus realistisch – und eher als vorsichtiger Ansatz. Demnach ergibt sich durch die **Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote ein zusätzlicher Umsatz von ca. 1,5 Mio. Euro** pro Jahr im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.²⁴ Diese werden gegenüber den großen Wettbewerbsstandorten im Umland umverteilt. Somit ergibt sich gegen die Wettbewerber vor Ort eine Umverteilung von ca. 0,1 Mio. €, dies entspricht einer Umverteilungsquote von ca. 2%. **Die Umsatzumverteilungen liegen damit deutlich unterhalb des raumordnerisch vorgegebenen Schwellenwertes von 10%.** Darüber hinaus beschränkt sich das übrige Lebensmittelangebot in Neulingen - abgesehen von dem bestehenden Edeka-Supermarkt - auf mehrere spezialisierte Anbieter des Lebensmittelhandwerks. Ein weiterer system- und damit wettbewerbsrelevanter Lebensmittelanbieter (d.h. Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter) existiert hingegen nicht. Aufgrund des geringen Angebotes sind auch die Auswirkungen auf die zentralen Ortslagen der drei Ortsteile als gering einzustufen und werden eine Umsatzumverteilungsquote von maximal 2% nach sich ziehen. **Signifikante schädliche Auswirkungen auf das ohnehin kaum vorhandene und vergleichsweise spezialisierte Angebot in den innerörtlichen Lagen Neulings sind somit nicht zu erwarten.**

Auswirkungen auf die Zonen 1b und 2:

- Darüber hinaus werden durch die Edeka-Erweiterung zusätzliche Umsätze aus den Marktgebietszonen 1b und 2 (= Ölbronn-Dürren und Kieselbronn) abgeschöpft²⁵. Auch im überörtlichen Einzugsgebiet ist aufgrund des geringen Angebotes zu erwarten, dass der generierte Umsatz zum großen Teil durch ein Rückholen von Kaufkraft, die heute an Standorte im weiteren Umland abfließen, generiert werden kann. **In beiden Zonen liegen die Umsatzumverteilungen vor Ort unterhalb von 0,1 Mio. Euro und werden folglich kaum nennenswerte Umverteilungsquoten von 0-1% bewirken.** Als realistisches Maß für die realitätsnahe Verteilung des zusätzlichen Edeka-Umsatzes auf die Marktgebietszonen und die Um-

²⁴ Rechnerisch wurden Kaufkraftbindungen von 39% angesetzt.

²⁵ Aufgrund des geringen Kaufkraftpotenzials mit einer Einwohnerzahl unter 3.500 ist für Ölbronn nicht zu erwarten, dass die Ansiedlung eines leistungsfähigen Anbieters in der Gemeinde realistisch ist. Vor diesem Hintergrund übernimmt das Kleinzentrum Neulingen eine Nahversorgungsfunktion für die Gemeinde. Aufgrund der bestehenden Angebote in der Zone 2, sind die Umsatzverflechtungen nach Kieselbronn hingegen deutlich geringer einzustufen.

landstädte wurde hierbei die Verkaufsflächenrelation²⁶ verwendet. Auf dieser Grundlage resultiert ein umverteilungsrelevanter Umsatz gegenüber Anbietern in den Zonen 1b und 2, der insgesamt deutlich unterhalb von **0,1 Mio. Euro** liegt. Gleiches gilt für die zusätzlichen Umsätze, die sich aus der Umverteilung gegenüber Anbietern in Zone 1a ergeben. Diese liegen ebenfalls **deutlich unterhalb von 0,1 Mio. Euro**. Gegen Anbieter im weiteren Umland (u.a. Bretten und Pforzheim) ergeben sich durch die Umsatzzugewinne aus Zone 1b und 2 somit weiterhin Umverteilungen von 0,7 Mio. € (aus Zone 1b 0,5 Mio. € und aus Zone 2 0,2 Mio. €)

Auswirkungen auf das weitere Umland:

- Gegen das weitere Umland werden somit erwartete Streuumsätze sowie Kaufkraft-rückholungen Auswirkungen nach sich ziehen. Insgesamt ergibt sich eine Umsatz-umverteilung von ca. 2,4 Mio. € gegen sonstige Standorte, die sich wie folgt zusammensetzen:
 - Kaufkraftrückholung Zone 1a: 1,5 Mio. €
 - Kaufkraft aus Zone 1b: 0,5 Mio. €
 - Kaufkraft aus Zone 2: 0,2 Mio. €
 - Streuumsätze: 0,2 Mio. €

- Diese werden sich unter Berücksichtigung des Angebotes folgendermaßen auf die Umlandkommunen verteilen²⁷:
 - Bretten: 0,8 Mio. € → Umverteilungsquote: 2%
 - Pforzheim: 0,4 Mio. € → Umverteilungsquote: 2%
 - Königsbach-Stein: 0,3 Mio. € → Umverteilungsquote: 2%
 - Maulbronn: 0,3 Mio. € → Umverteilungsquote: 2%
 - Ötisheim: 0,1 Mio. € → Umverteilungsquote: 1%

²⁶ **(1) Verkaufsflächenrelation für Umverteilung von Umsätzen aus Zone 1b (= Ölbronn-Dürrn):** Neulingen (ca. 5%, s.o.), Zone 2 (= Kieselbronn) = ca. 390 m² Verkaufsfläche bei Lebensmitteln (= ca. 2%), sonstige Wettbewerbsstandorte (z.B. Bretten, Pforzheim etc.) = ca. 27.600 m² Verkaufsfläche (= ca. 93%); **(2) Verkaufsflächenrelation für Umverteilung von Umsätzen aus Zone 2 (= Kieselbronn):** Kieselbronn = ca. 390 m² Verkaufsfläche bei Lebensmitteln (= ca. 1%), Wettbewerbsstandorte im Umland (= ca. 99%).

²⁷ Als Verteilungsschlüssel wurde auch hier die Verkaufsflächenrelation gewählt.

-
- Knittlingen: 0,2 Mio. € → Umverteilungsquote: 2%
 - Sonstige Orte: 0,3 Mio. €
-
- **Es ergeben sich im weiteren Umland nur geringe Umsatzumverteilungsquoten von max. 2%.** Darüber hinaus handelt es sich bei einem Großteil dieser Umsätze um eine als „legitim“ zu bezeichnende **Kaufkrafrückholung.**

Die folgende Abbildung zeigt nochmals komprimiert die zu erwartenden Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes in den einzelnen Marktgebietszonen.

Tabelle 7: Umsatzumverteilungen bei einer Erweiterung des Edeka-Supermarktes auf 1.500 m² (Betrachtung der reinen Erweiterung des Edeka-Supermarktes)

Zonen	Umsatz des Bestandes im Bereich Lebensmittel (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1a (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1b (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 2 (in Mio. Euro)	Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes	Gesamte Umsatzumverteilung absolut (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilungsquote (in %)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6) = (2)+(3)+(4)+(5)	(7) = (6) / (1)
Zone 1a (= Neulingen)	ca. 2,8	< 0,1				< 0,1	1-2%
Zone 1b (= Ölbronn-Dürren)	ca. 1,2		< 0,1			< 0,1	< 1%
Zone 2 (= Kieselbronn)	ca. 1,7			< 0,1		< 0,1	< 1%
Weiteres Umland*	ca. 115,0**	ca. 1,5	ca. 0,5	ca. 0,2	0,2	ca. 2,4	max. 2%

*Hierunter fallen v.a. die folgenden Städte und Gemeinden: Bretten, Pforzheim, Königsbach-Stein, Knittlingen, Eisingen, Ispringen, Ötisheim und Maulbronn. **Berechnungen auf Grundlage durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gemäß Handel aktuell 2009 / 2010.

Quelle: Berechnungen der imakomm AKADEMIE
- Rundungsdifferenzen möglich -

Bewertung:

Das Beeinträchtigungsverbot wird unter Berücksichtigung des reinen Erweiterungsvorhabens sowohl für die Gemeinde Neulingen als auch für das übrige Einzugsgebiet des Vorhabens sowie das weitere Umland bei einer Erweiterung auf 1.500 m² Verkaufsfläche klar eingehalten. Schädliche Auswirkungen auf Anbieter in den zentralörtlichen Versorgungsbereichen und damit eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentren inner- und außerhalb des Einzugsgebietes sind mit Realisierung des Vorhabens in dieser Größenordnung nicht zu erwarten.

6.4.2 Ansatz / Betrachtung 2: Auswirkungen bei der Betrachtung der hypothetischen Neuansiedlung eines Edeka-Supermarktes mit 1.500 m² Verkaufsfläche

Für die Bewertung ist ergänzend auch die Betrachtung des Gesamtvorhabens unter Annahme einer kompletten Neuansiedlung von Edeka relevant. Das Integrations- und das Kongruenzgebot wurden dabei bereits in den Kapiteln 6.2 und 6.3 für das Gesamtvorhaben bewertet, so dass im Folgenden noch die Auswirkungen gemäß dem Beeinträchtigungsverbot für den Gesamtumsatz des Vorhabens (hypothetische Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit insgesamt 1.500 m² Verkaufsfläche) dargestellt werden sollen.

Wichtig: Es handelt sich bei der Prüfung des Gesamtvorhabens um eine auf Basis aktueller Rechtsprechung notwendige Betrachtung, die allerdings hypothetischen Charakter hat. Denn: Gedanklich wird hier davon ausgegangen, dass der Anbieter Edeka bislang noch gar nicht am Standort Neulingen existiert, sondern mit insgesamt 1.500 m² neu ansiedelt. Es wird bei der Betrachtung also auch der **gesamte Planumsatz** als komplett neuer Umsatz angenommen.

Bei der Betrachtung des Gesamtvorhabens wird von folgenden Planumsätzen ausgegangen (s. entsprechende Herleitung via Flächenproduktivität und Umsatzherkunft gemäß Berechnung mittels Marktanteilskonzept) ausgegangen:

- **6,6 Mio. Euro im Lebensmittelbereich.** Gemäß der Betrachtung des Gesamtvorhabens wäre dieser gesamte Umsatz mit Lebensmitteln umzuverteilen (nicht allein der aufgrund der Verkaufsflächenerweiterung zusätzlich zu erwartende Umsatz). Davon stammen ca.:
 - 4,1 Mio. € aus Zone 1a (= Neulingen)
 - 1,4 Mio. € aus Zone 1b (Olbrönn-Dürrn)
 - 0,6 Mio. € aus Zone 2 (Kieselbronn)
 - und 0,5 Mio. € Streuumsätze

- Weiterhin entfallen ca. **0,8 Mio. Euro auf die Randsortimente** der geplanten Edeka-Filiale (auch hier: Gesamtumsatz des Non-Food-Bereiches, synonym: Randsortimente).

Analyse:

Im Rahmen der Gesamtbetrachtung wird von einer (hypothetischen) erstmaligen Ansiedlung der Edeka-Filiale mit der gesamten Verkaufsfläche („alte + neue Verkaufsfläche“) ausgegangen. Allerdings wird dabei berücksichtigt, dass dann vor dieser hypothetischen Gesamtansiedlung auch die Kaufkraftbindungsquoten in Neulingen niedriger wären und grundsätzlich die anderen bestehenden Anbieter höhere Umsätze erzielen müssten, da sie einen Teil der „freien“ Kaufkraft binden könnten. Mit anderen Worten: Der hypothetisch frei werdende Umsatz der in Wirklichkeit bestehenden Edeka-Filiale (mit ca. 930 m² Verkaufsfläche) teilt sich dann gedanklich wie folgt auf:

- Durch das Nicht-Vorhandensein des Anbieters Edeka könnten die verbleibenden Anbieter in Neulingen profitieren und dessen Umsatz teilweise „übernehmen“. Da es in Neulingen jedoch keinen weiteren Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter gibt, ist davon auszugehen, dass die „freie“ Kaufkraft vornehmlich anderen Anbietern im Umland von Neulingen zugutekommt, die Kaufkraft also heute faktisch aus Neulingen abfließen würde.

- Angesichts des lückenhaften Lebensmittelangebotes in Neulingen (sonstiges Angebot beschränkt sich auf Lebensmittelhandwerk!) käme es somit zu beträchtlichen Kaufkraftabflüssen an andere Standorte außerhalb Neulingens.

Zur annähernden Abschätzung der Dimension des Kaufkraftabflusses bzw. der Umverteilung des Umsatzes auf bestehende Anbieter im Umland wird die folgende Annahme getroffen:

- Die aus dem fehlenden Angebot resultierenden Kaufkraftabflüsse werden sich entsprechend der jeweiligen Marktattraktivität auf die umliegenden Kommunen verteilen. Als Maßstab für die jeweilige Marktattraktivität dient, wie schon in Kapitel 6.4.1 dargestellt, die aktuelle Verkaufsflächenrelation im Bereich Lebensmittel in Neulingen und seinem Umland.

Auswirkungen:

Auswirkungen auf die Gemeinde Neulingen (= Zone 1a):

- In der Gemeinde Neulingen ergibt sich unter Annahme des Nichtbestehens des heutigen Edeka-Marktes eine nochmals geringere Kaufkraftbindungsquote im Bereich Lebensmittel. Diese würde unter den beschriebenen Annahmen nur noch bei 10-15% liegen. Bei der Annahme der Erhöhung auf wiederum 35-40% wie in Szenario 1 kann somit eine **Kaufkraftrückholung von ca. 3,9 Mio. €** ausgegangen werden, die gegenüber den großen Wettbewerbsstandorten im Umland umverteilt werden.²⁸
- **Somit ergibt sich gegen die Wettbewerber in Neulingen eine Umverteilung von ca. 0,2 Mio. €, mit einer Umverteilungsquote von ca. 7%²⁹.** Sie liegen damit deutlich unterhalb des raumordnerisch vorgegebenen Schwellenwertes von 10%. Auf-

²⁸ Rechnerisch wurden 13% bzw. 39% angesetzt.

²⁹ Beispielhaft wird an dieser Stelle der Rechenweg aufgezeigt: Der Gesamtumsatz aller bestehenden Wettbewerber (ohne den Anbieter Edeka) mit Kunden aus Neulingen (1,9 Mio. Euro) durch die entsprechende Kaufkraft in Neulingen (15,0 Mio. Euro) ergibt eine neue Kaufkraftbindungsquote von ca. 13%. Anschließend erfolgt eine Erhöhung der Bindungsquote um 26% auf eine Bindungsquote von ca. 39%, die auch für das reine Erweiterungsvorhaben angenommen wurde. Die Umsatzumverteilung errechnet sich im Folgenden durch den erwarteten Neumsatz mit Kunden aus Neulingen abzüglich des Umsatzes, der aus einer Erhöhung der Kaufkraftbindung resultiert. Die Umsatzumverteilungsquote errechnet sich über den Quotienten der Umsatzumverteilung gegen Anbieter in Neulingen und dem Gesamtumsatz im Lebensmittelbereich. Dieselbe Berechnung gilt für die beiden anderen Zonen des Marktgebietes.

grund des geringen Angebotes fallen die Umsatzverluste hier gering aus. **Signifikante schädliche Auswirkungen auf das ohnehin kaum vorhandene und vergleichsweise spezialisierte Angebot in den innerörtlichen Lagen Neulings sind somit nicht zu erwarten.**

Auswirkungen auf die Zonen 1b und 2:

- Darüber hinaus werden durch das Edeka-Vorhaben zusätzliche Umsätze aus den Marktgebietszonen 1b und 2 (= Ölbronn-Dürrn und Kieselbronn) abgeschöpft. Der erwartete Umsatz beläuft sich auf ca. 1,4 Mio. Euro aus der Marktgebietszone 1b und 0,6 Mio. Euro pro Jahr aus der Zone 2. Dabei wurde auch hier angenommen, dass sich diese zusätzlichen Umsätze bislang sowohl auf Anbieter in den beiden Marktgebietszonen selber (d.h. Zone 1b und 2) als auch auf die umliegenden Städte (v.a. Bretten, Pforzheim, Königsbach-Stein etc.) verteilen, wo aufgrund des weitreichenden Angebotes im Bereich Lebensmittel der klare Schwerpunkt liegt. Als realistisches Maß für die Verteilung des zusätzlichen Edeka-Umsatzes auf die Marktgebietszonen und die Umlandstädte wurde auch hier die Verkaufsflächenrelation zur Hilfe genommen (vgl. Kapitel 6.4.1). **Somit resultiert ein umverteilungsrelevanter Umsatz gegenüber Anbietern in den Zonen 1b und 2, der insgesamt deutlich unterhalb von 0,1 Mio. Euro pro Jahr liegt. Aus dem weiteren Umland wird letztlich Kaufkraft aus den Zonen 1b und 2 in Höhe von 2,0 Mio. € zurückgeholt.**
- **Umverteilungsquote gegenüber den Zonen 1b und 2:** Die Umverteilung des zusätzlichen Umsatzes in Höhe von **< 0,1 Mio. Euro** auf Anbieter in den Zonen 1b und 2 hat lediglich geringe Umverteilungsquoten von **ca. 1%** zur Folge. Die zum Teil ohnehin kaum vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in den Zonen 1b und 2 (v.a. in Ölbronn-Dürrn) werden damit durch das Vorhaben nicht gefährdet.

Auswirkungen auf das weitere Umland:

- Gegen das weitere Umland ergeben sich Umverteilungen, die sich wiederum aus den Streuumsätzen (= 0,5 Mio. €), der Kaufkraftrückholung aus Zone 1a (= 3,9 Mio. €) und der Kaufkraftumverteilung aus dem überörtlichen Einzugsgebiet (= 2,0 Mio. €). Daraus ergibt sich bei der Gesamtbetrachtung der Ansiedlung Edeka eine Umsatzumverteilung im weiteren Umland von ca. 6,4 Mio. €. Bei der Bewertung der Auswirkungen ist nochmals anzunehmen, dass aufgrund des Nichtbestehens des Erweite-

rungsobjektes, die heute eigentlich in Neulingen vor Ort gebundene Kaufkraft ins Umland abfließt und die Anbieter somit in Teilen höhere Umsätze erzielen könnten.

- Daraus ergeben sich auf die einzelnen Kommunen unter Berücksichtigung des Angebotes folgende Auswirkungen³⁰:
 - Bretten: 2,1 Mio. € → Umverteilungsquote: 5%
 - Pforzheim: 1,1 Mio. € → Umverteilungsquote: 6%
 - Königsbach-Stein: 0,8 Mio. € → Umverteilungsquote: 6%
 - Maulbronn: 0,8 Mio. € → Umverteilungsquote: 6%
 - Ötisheim: 0,6 Mio. € → Umverteilungsquote: 6%
 - Knittlingen: 0,6 Mio. € → Umverteilungsquote: 5%
 - Sonstige Orte: 0,3 Mio. €

- **Die Umverteilungsquoten für die einzelnen Kommunen liegen demnach zwischen 5-6% und basieren zu einem nicht unerheblichen Teil auf einer „legitimen“ Kaufkraftrückholung.** Darüber hinaus verteilen sich die umverteilungsrelevanten Umsätze auf mehrere Anbieter in überwiegend nicht integrierter Lage, so dass die durch das Vorhaben initiierten Umsatzumverteilungen **keine existenzgefährdenden Auswirkungen auf die einzelnen Standorte mit sich bringen bzw. nicht zu einer Gefährdung der Nahversorgungsstrukturen und der zentralen Versorgungsbe- reiche im weiteren Umland führen werden.**

Bewertung:



Bei der Betrachtung des Gesamtvorhabens ergeben sich für die Verkaufsflächenerweiterung auf 1.500 m² sowohl für das Einzugsgebiet als auch für die Umlandgemeinden Umverteilungsquoten unterhalb des raumordnerisch festgeschriebenen Schwellenwertes von 10%. Signifikante schädliche Auswirkungen auf die übrigen Anbieter und Nahversorgungsstrukturen im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im weiteren Umland sind folglich nicht zu erwarten.

³⁰ Als Verteilungsschlüssel wurde auch hier die Verkaufsflächenrelation gewählt.

Tabelle 8: Betrachtung Gesamtvorhaben Edeka-Supermarkt: Umsatzumverteilungen bei der hypothetischen Neuansiedlung eines Edeka-Supermarktes mit 1.500 m² Verkaufsfläche

Zonen	Umsatz des Bestandes im Bereich Lebensmittel (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1a (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1b (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 2 (in Mio. Euro)	Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes	Gesamte Umsatzumverteilung absolut (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilungsquote (in %)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6) = (2)+(3)+(4)+(5)	(7) = (6) / (1)
Zone 1a (= Neulingen)	ca. 2,8	ca. 0,2				0,2	6-7%
Zone 1b (= Ölbronn-Dürren)	ca. 1,2		< 0,1			< 0,1	< 1%
Zone 2 (= Kieselbronn)	ca. 1,7			< 0,1		< 0,1	< 1%
Weiteres Umland*	ca. 120,0**	ca. 3,9	ca. 1,4	ca. 0,6	0,5	ca. 6,4	max. 6%

*Hierunter fallen v.a. die folgenden Städte und Gemeinden: Bretten, Pforzheim, Königsbach-Stein, Knittlingen, Eisingen, Ispringen, Ötisheim und Maulbronn. **Berechnungen auf Grundlage durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gemäß Handel aktuell 2009 / 2010 unter Annahme von Mehrumsätzen durch die Annahme der Neuansiedlung des Edeka Marktes in Neulingen

Quelle: Berechnungen der imakomm AKADEMIE
- Rundungsdifferenzen möglich -

6.4.3 Ansatz / Betrachtung 3: Auswirkungen bei der Betrachtung des Gesamtvorhabens (Ansiedlung von Edeka + Treff 3000 mit insgesamt 2.300 m² Verkaufsfläche)

Der Betreiber Edeka plant überdies neben der Standortverlagerung und der Erweiterung seines bestehenden Supermarktes in Neulingen die zukünftige Nutzung des aktuellen Edeka Standortes durch die Neuansiedlung eines Treff 3000-Lebensmitteldiscounters. Nach Auskunft des Betreibers soll dabei der geplante Treff 3000-Lebensmittelmarkt in das frei werdende Edeka Gebäude an der Fasanenstraße 6 (d.h. in direkter Nachbarschaft!) einziehen und hier auf einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² agieren. Die Folge wäre eine **Einzelhandelsagglomeration im Sinne des „Regionalplans Nordschwarzwald 2015“**, bestehend aus dem verlagerten Edeka Lebensmittelvollsortimenter und dem neuangesiedelten Treff 3000 Lebensmittel-discounter. Angesichts des mittlerweile rechtskräftigen Agglomerationsverbotes des Regionalplans Nordschwarzwald müssen daher in einem weiteren Schritt die Auswirkungen des Gesamtvorhabens „Edeka Lebensmittelvollsortimenter + Treff 3000 Discounter“ auf ihre raumordnerische Verträglichkeit hin überprüft werden.

Aus diesem Grund wurden nachfolgend die Auswirkungen des (hypothetischen) Gesamtvorhabens (zur Erläuterung vgl. Kapitel 6.4.2) mit einer **Verkaufsfläche von insgesamt ca. 2.300 m²** geprüft. Das Gesamtvorhaben setzt sich hierbei aus der geplanten Verkaufsfächenerweiterung des Edeka-Supermarktes auf insgesamt 1.500 m² und der beabsichtigten Neuansiedlung des Treff 3000 Lebensmittel-discounters mit ca. 800 m² Verkaufsfläche zusammen.

Insgesamt betrachtet wird dabei der folgende Planumsatz (s. entsprechende Herleitung über Flächenproduktivität und Umsatzherkunft gemäß Berechnung mittels Marktanteils-konzept) angenommen:

- **ca. 9,6 Mio. Euro pro Jahr im Bereich Lebensmittel.** Davon stammen ca.:
 - 6,1 Mio. € aus Zone 1a (Neulingen)
 - 2,1 Mio. € aus Zone 1b (Ölbronn-Dürrn)
 - 0,8 Mio. € aus Zone 2 (Kieselbronn)
 - und 0,6 Mio. € Streuumsätze

- **ca. 1,1 Mio. € pro Jahr bei Randsortimenten**

Im Sinne der Betrachtung des Gesamtvorhabens ist wie bei Ansatz 2 der gesamte Umsatz und nicht allein der aufgrund der Verkaufsflächenerweiterung zusätzlich zu erwartende Umsatz umzuverteilen (vgl. Kapitel 6.4.2). Hieraus ergeben sich die folgenden Auswirkungen:

Auswirkungen auf die Gemeinde Neulingen (= Zone 1a):

- Insgesamt wird erwartet, dass **6,1 Mio. € Umsatz im Lebensmittelbereich mit Kunden aus Neulingen** erzielt werden. Auch hierbei ist anzunehmen, dass ein Großteil der Umsätze durch ein **Rückholen heute abfließender Kaufkraft** erzielt wird. Unter der Annahme der Neuansiedlung von zwei Märkten, die in diesem Szenario getroffen wird, besteht in Neulingen kein Lebensmittelmarkt, so dass die Kaufkraftbindung bei nur ca. 10-15% liegt und somit deutliche Entwicklungspotenziale aufweist. Aufgrund der deutlichen Angebotserhöhung mit zwei Märkten wird davon ausgegangen, dass die **Kaufkraftbindungsquote im Bereich Lebensmittel auf ca. 50-55% ansteigen** kann, da mit Edeka und Treff 3000 Angebote im Vollsortiments- und Discountbereich entstehen würden. Somit werden **5,8 Mio. € der Umsatz durch Kaufkraftrückholungen** erzielt und gegen Standorte im weiteren Umland (v.a. Bretten und Pforzheim) umverteilt.³¹
- Somit werden auch mit Blick auf das geringe Angebot vor Ort ca. 0,3 Mio. Euro zu Lasten der bestehenden **Anbieter in Neulingen** gehen. Dies hätte in der Gesamtbetrachtung eine noch vertretbare **Umverteilung von ca. 9%** bzw. bezogen auf die Anbieter in integrierter Ortslage von ca. 8-9% zur Folge. Die Auswirkungen werden somit in einem verträglichen Maß bleiben, da auch zu erwarten ist, dass die bestehenden Betriebe, v.a. auch des Lebensmittelhandwerks, nicht die Hauptkonkurrenz für zeitgemäße Lebensmittelanbieter darstellt.

Auswirkungen auf die Zonen 1b und 2:

- Anhand des Marktanteilskonzeptes wurde ermittelt, dass aus dem übrigen Nahbereich des Kleinzentrums Neulingen (= Zonen 1b und 2) ca. 2,9 Mio. Euro des er-

³¹ Rechnerisch wurden 13% bzw. 52% angesetzt.

warteten Umsatzes der beiden Gesamtvorhaben stammen. Aufgrund der geringen Angebote in diesen Zonen, v.a. in der Zone 1b, fließt heute auch hier ein Großteil der Kaufkraft ins weitere Umland und wird nun von dort nach Neulingen umgeleitet. **Vor diesem Hintergrund werden ca. 0,1 Mio. Euro Umsatz zu Lasten von Anbietern in den Marktgebietszonen 1b und 2 umverteilt.** Für die Gesamtbeurteilung ist somit eine **Umverteilungsquote** in den beiden überörtlichen Marktgebietszonen (Zone 1b und 2) von **ca. 1-2%** festzuhalten. Die Umverteilungen bewegen sich somit auch bei einer zusätzlichen Ansiedlung des Treff 3000 Lebensmitteldiscounters und der Gesamtbewertung des Edeka-Marktes letztlich unterhalb der 10%-Schwelle und sind damit als **unkritisch** zu bezeichnen. Ein Verlust der jeweiligen Versorgungsfunktion der Gemeinden in den Zonen 1b und 2 ist damit nicht zu erwarten.

Auswirkungen auf das weitere Umland:

- Aus dem weiteren Umland werden ca. 9,2 Mio. € an die Planobjekte generiert. Hierbei ist aber wiederum zu betonen, dass es sich bei einem Großteil der Umsätze um ein „**legitimes Kaufkraftrückholen**“ **zur Sicherung der eigenen Nahversorgung** handelt. Die Gesamtumsatzumverteilung setzt sich folgendermaßen zusammen: Erhöhung Kaufkraftbindung Zone 1a (=5,8 Mio. €) + Kaufkraftverschiebung Zone 1b und Zone 2 (= 2,8 Mio. €) + Streuumsätze (=0,6 Mio. €). Die **Umsatzumverteilungen** werden für die einzelnen Standorte voraussichtlich **zwischen 7-9%** liegen. Folgende konkreten Auswirkungen sind bei den einzelnen Kommunen zu erwarten³²:
 - ... Bretten: 3,1 Mio. € → Umverteilungsquote: 7%
 - ... Pforzheim: 1,6 Mio. € → Umverteilungsquote: 9%
 - ... Königsbach-Stein: 1,1 Mio. € → Umverteilungsquote: 8%
 - ... Maulbronn: 1,2 Mio. € → Umverteilungsquote: 9%
 - ... Ötisheim: 0,8 Mio. € → Umverteilungsquote: 9%
 - ... Knittlingen: 0,8 Mio. € → Umverteilungsquote: 8%
 - ... Sonstige Orte: 0,6 Mio. €

³² Als Verteilungsschlüssel wurde auch hier die Verkaufsflächenrelation gewählt.

- Ein nicht unerheblicher Anteil an diesen Umsatzumverteilungen basiert dabei auf einer als legitim zu bewertenden Kaufkraftrückholung. **Demzufolge bewirken jene Umsätze, die nicht auf der „legitimen“ Rückholung von Kaufkraft aus Neulingen basieren, Umverteilungsquoten von lediglich ca. 2-3%. Demzufolge und unter Berücksichtigung der Tatsache, dass sich ein Großteil der Wettbewerbsstandorte im Umland auf nicht integrierte Standorte konzentriert, sind auch für die zentralen Versorgungsbereiche der Umlandkommunen keine signifikanten negativen Auswirkungen zu erwarten.**

Weitergehend ist insgesamt nochmals festzuhalten, dass es sich bei der hier vorgenommenen Berechnung um die Annahme von zwei Neuansiedlungen handelt. Allerdings besteht Edeka ja heute bereits am Standort Neulingen, so dass ein Teil des Umsatzes ja heute bereits „abgearbeitet“ ist, so dass die Umsatzumverteilungen in der Realität eher geringer ausfallen werden.

Die untenstehenden Tabelle veranschaulicht nochmals die für das Gesamtvorhaben (Edeka-Supermarkt + Treff 3000 Lebensmitteldiscounter mit insgesamt 2.300 m² Verkaufsfläche) abgeleiteten Umsatzumverteilungen in zusammenfassender Form:

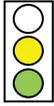
Tabelle 9: Betrachtung Gesamtvorhaben Edeka-Supermarkt + Treff 3000 Lebensmitteldiscouter: Umsatzumverteilungen bei insgesamt 2.300 m² Verkaufsfläche

Zonen	Umsatz des Bestandes im Bereich Lebensmittel (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1a (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 1b (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilung gegen Anbieter vor Ort durch Umsätze mit Kunden aus Zone 2 (in Mio. Euro)	Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes (5)	Gesamte Umsatzumverteilung absolut (in Mio. Euro)	Umsatzumverteilungsquote (in %)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6) = (2)+(3)+(4)+(5)	(7) = (6) / (1)
Zone 1a (= Neulingen)	ca. 2,8	0,3				0,3	9%
Zone 1b (= Öbronn-Dürren)	ca. 1,2		< 0,1			< 0,1	< 1%
Zone 2 (= Kieselbronn)	ca. 1,7			< 0,1		< 0,1	< 1%
Weiteres Umland*	ca. 115,0**	5,8	2,1	0,7	0,6	9,2	max. 9%

*Hierunter fallen v.a. die folgenden Städte und Gemeinden: Bretten, Pforzheim, Königsbach-Stein, Knittlingen, Eisingen, Ispringen, Ötisheim und Maulbronn. **Berechnungen auf Grundlage durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gemäß Handel aktuell 2009 / 2010.

Quelle: Berechnungen der imakomm AKADEMIE
- Rundungsdifferenzen möglich -

Gesamtbewertung des Gesamtvorhabens (Edeka Lebensmittelvollsortimenter + Treff 3000 Lebensmitteldiscounter):



Für die Betrachtung des Gesamtvorhabens mit einer Verkaufsfläche von 2.300 m² haben sich im Rahmen der Prüfung Umverteilungswirkungen ergeben, die aus raumordnerischer Sicht noch vertretbar wären. Demzufolge wird das Beeinträchtigungsverbot sowohl in den drei Marktgebietszonen als auch im Umland mit Umverteilungsquoten von maximal 10% eingehalten, es wird mit max. 9% nicht erreicht werden. Negative Auswirkungen auf die bestehenden Nahversorgungsstrukturen der Kommunen im Marktgebiet als auch im weiteren Umland sind demnach unwahrscheinlich.

Befürchtungen, dass durch ein in Neulingen entstehendes Angebot von Lebensmittelvollsortimenter und (Soft)Discounter nebeneinander, dies zu Verbundeinkäufen und damit potenzierten Kaufkraftabflüssen in Umlandgemeinden führen könnte, scheinen sehr unwahrscheinlich. Nach wie vor dürften Einkäufe des tatsächlich täglichen Bedarfs bei Anbietern vor Ort (z.B. Nah und Gut, Kieselbronn) getätigt werden.

6.5 Bewertung Vorhaben gemäß weiterer Prüfkriterien

Sämtliche weiteren Prüfkriterien werden eingehalten. Auf eine ausführliche Darstellung wird an dieser Stelle daher verzichtet und auf folgende Zusammenfassung verwiesen. Wichtig: Die Darstellung hier ersetzt keine ggf. notwendigen zusätzlichen Gutachten im Bereich Umwelteinwirkungen, Verkehr usw., sondern dient lediglich der ersten, groben Einschätzung entsprechender Kriterien.

Weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs.3 BauNVO				
Prüfkriterien	Sachlagen am Planstandort / Vorhaben	Bewertung		
Schädliche Umweltwirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort wird zum Teil bereits heute als Einzelhandelsstandort genutzt ▪ Planungsrechtliche Einstufung des Standortes: Sondergebiet gemäß § 11 Abs. 1 bzw. 2 BauNVO => Erforderlich ist aber Ausweisung als Sondergebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß §11 Abs. 3 BauNVO 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhebliche / schädliche Auswirkungen zum Beispiel durch zusätzlichen Zu- und Abgangsverkehr sind kaum zu erwarten 	erfüllt	
Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung am Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zufahrt über bereits bestehendes Straßennetz (über die Fasanenstraße) ▪ ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle) besteht auf der Pforzheimer Straße 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfangreiche Investitionen z.B. in ÖPNV-Einrichtungen sind nicht nötig 	erfüllt	
Auswirkung auf Verkehrsabwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zufahrt über bestehendes Straßennetz möglich (Planareal ist in unmittelbarer Nähe zur Hauptdurchgangsstraße der Bundesstraße B249) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Straßennetz kann zusätzlichen Verkehr aufnehmen 	erfüllt	
Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Planstandort wird schon heute zum Teil als Einzelhandelsstandort genutzt ▪ Darüber hinaus schließt sich in nordöstlicher Richtung jenseits der Bundesstraße B294 ein Gewerbegebiet an 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Negative Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild sind angesichts der bereits vorhandenen Einzelhandelsnutzung sowie der Gewerbegebietsnähe nicht zu erwarten 	erfüllt	

Weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs.3 BauNVO					
Prüfkriterien	Sachlagen am Planstandort / Vorhaben	Bewertung			
Auswirkungen auf den Naturhaushalt	<ul style="list-style-type: none"> Der Neubau erfolgt auf einer schon heute teilweise bebauten / versiegelten Fläche 	<ul style="list-style-type: none"> Grundstück wird teilweise neu versiegelt Unmittelbare signifikant schädliche Auswirkungen auf Wasser, Boden, Luft und Klima sind jedoch angesichts der vergleichsweise geringen Neuversiegelung (Edeka-Supermarkt besteht ja bereits) allerdings nicht zu erwarten 	erfüllt		

6.6 Weitere Untersuchungsaspekte

Neben den dargestellten Prüfkriterien sind zudem weitere Gesichtspunkte für das Vorhaben grundsätzlich darzustellen:

6.6.1 Agglomerationswirkung

Der bestehende Edeka-Supermarkt bildet schon heute, das heißt auch ohne das flankierende Angebot eines Lebensmitteldiscounters, einen leistungsfähigen Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus hat die Einzelhandelserhebung ergeben, dass der Standort Neulingen von einem engmaschigen Netz an Edeka Supermärkten umgeben ist (z.B. Königsbach-Stein, Ötisheim etc.) und die umliegenden Wettbewerbsstandorte bereits überwiegend über vergleichbare Lebensmitteldiscounter (vgl. Kapitel 4.4 ff.) verfügen. Folglich besteht gerade für Kunden von außerhalb des Marktgebietes und damit von außerhalb des Nahbereiches von Neulingen angesichts der vergleichbaren Angebote im Umland keine Notwendigkeit, den Standort Neulingen häufiger als bisher aufzusuchen. Eine deutliche Bedeutungserhöhung des Standortes Neulingen über den Nahbereich hinaus ist damit nicht zu erwarten.

7 Fazit und Handlungsempfehlungen

1. Wie die Ausführungen gezeigt haben, präsentiert sich Neulingen als vergleichsweise schwacher Einzelhandelsstandort mit deutlichem Ansiedlungspotenzial im Bereich Lebensmittel.
2. Mit der Realisierung des Vorhabens gelingt eine deutliche Stärkung des Einzelhandelsstandortes Neulingen im Bereich Lebensmittel. Die Prüfkriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden dabei durch das Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben (Edeka + Treff 3000) in der geplanten Größenordnung weitestgehend eingehalten. Negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen durch die Realisierung des Vorhabens sind damit nicht zu erwarten.
3. Direkte Konkurrenzbeziehungen werden eher zu Lebensmittelanbietern an nicht integrierten Standorten in den Umlandkommunen auftreten. Die hierbei zu erwartenden Umsatzumverteilungen werden jedoch ein marktübliches Volumen nicht überschreiten.
4. Für das Gesamtvorhaben ist eine **Änderung des Bebauungsplanes** notwendig, bei der der Planstandort als Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel ausgewiesen wird. Angesichts der nur knappen Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes durch das Gesamtvorhaben (bei einer Verkaufsflächengröße von insgesamt 2.300 m²) gegenüber Anbietern in Neulingen sollte im Rahmen der Bebauungsplanänderung die maximal zulässige Verkaufsfläche der beiden Lebensmittelmärkte zudem klar auf die hier geprüfte Flächendimensionierung begrenzt werden (d.h. Lebensmittelvollsortimenter mit max. 1.500 m² und Lebensmitteldiscounter mit max. 800 m²). **Von weiteren großflächigen Ansiedlungen in Neulingen im Bereich Lebensmittel sollte zudem abgesehen werden.**
5. Angesichts der regional bestehenden Wettbewerbsstrukturen beschränkt sich das Einzugsgebiet des Edeka-Vorhabens (Erweiterung Edeka-Supermarkt und Neuansiedlung Treff 3000 Lebensmitteldiscounter) auf den Nahbereich von Neulingen. **Hier übernimmt das Vorhaben insbesondere für die Gemeinden Neulingen und Ölbronn-Dürrn die Nahversorgungsfunktion.** Die weitere Ansiedlung eines modernen Vollsortimenters oder Softdiscounters in Ölbronn-Dürrn ist allerdings grundsätzlich unwahrscheinlich aufgrund des geringen Einwohnerpotenzials von ca. 3.400 Einwohnern in Ölbronn-Dürrn. Vor diesem Hintergrund übernimmt das Kleinzentrum Neulingen für den Nachbarort eine wichtige Funktion im Bereich der Grundversorgung.

-
6. Befürchtungen, dass durch ein in Neulingen entstehendes Angebot von Lebensmittelvollsortimenter und (Soft)Discounter nebeneinander, dies zu Verbundeinkäufen und damit potenzierten Kaufkraftabflüssen in Umlandgemeinden führen könnte, scheinen sehr unwahrscheinlich. Nach wie vor dürften Einkäufe des tatsächlich täglichen Bedarfs bei Anbietern vor Ort (z.B. Nah und Gut, Kieselbronn) getätigt werden.

Unter den angenommenen Rahmenbedingungen ist den geplanten Vorhaben aus gutachterlicher Sicht zuzustimmen.

8 Anhang: Hinweise zur Methodik

Marktgebietsabgrenzung:

Das Marktgebiet bzw. Einzugsgebiet eines Einzelhandelsstandortes umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Einzelhandelskunden rekrutieren. Mit anderen Worten: Die Bevölkerung aus diesem Gebiet kommt mehr oder weniger regelmäßig an den Standort und tätigt dort u.a. Einkäufe. Zum Marktgebiet eines Einzelhandelsstandortes werden meist jene Kommunen gerechnet, bei denen mindestens 10% der dortigen Einwohner eine klare Einkaufsorientierung zum betrachteten Einzelhandelsstandort haben.

Die Größe des Einzugsgebietes ist grundsätzlich abhängig von

- der überörtlichen Verkehrsanbindung,
- den wirtschafts- und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten in der Standortgemeinde,
- den topografischen Bedingungen im Umfeld,
- dem vorhandenen Angebot am Standort sowie
- der Lage zu konkurrierenden Zentren und der Attraktivität dieser Zentren.

Bestandserhebung Einzelhandel:

Es wurden sämtliche relevanten Einzelhandelsbetriebe in Neulingen inkl. aller Ortsteile im Wege einer Vor-Ort-Erhebung erfasst. Dabei wurden sowohl quantitative Kriterien (v.a. Verkaufsfläche in m²) als auch qualitative Kriterien (u.a. Qualitätssegment des jeweiligen Sortimentes) erhoben.

Die Bestandserhebung erfolgte „sortimentsscharf“. Das bedeutet: Die Sortimente wurden einzeln erhoben und berücksichtigt, statt Betriebe anhand ihres Umsatzschwerpunktes pauschal nur einem Sortiment zuzuordnen. So ist gewährleistet, dass Ergänzungssortimente, die bei einem einzelnen Betrieb evtl. tatsächlich nur von untergeordneter Bedeutung sind, in der Summe über alle Betriebe jedoch von Bedeutung sein können, auch wirklich berücksichtigt werden. Beispiel: Die Verkaufsfläche eines Betriebes aus dem Bereich Lebensmitteleinzelhandel wurde nicht pauschal dem Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ zugerechnet, sondern auf Basis der tatsächlichen Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten anteilig den Bereichen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Gesundheit / Körperpflege / Drogeriewaren“ usw. zugeordnet.

Methodik der Kaufkraftberechnung:

(1) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.³³

Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe

Primäreinkommen	Transfer-einkommen	Vermögens-verbrauch	Konsumkredit-aufnahme
Potentielle Kaufkraft			
Verfügbare Kaufkraft = Verfügbares Einkommen			Steuern+Sozial-versicherungs-beiträge
Konsumtive Kaufkraft		Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand	
Ungebundene (freie) Kaufkraft		Gebundene Kaufkraft ¹⁾	
Einzelhandels-relevante Kaufkraft	Dienstleistungs-relevante Kaufkraft		

1) Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte

Quelle: Statistische Landesamt, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

(2) Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Da jedoch die GfK-Daten allgemein anerkannt sind, wird im Rahmen der vorliegenden Potenzial- und Auswirkungsanalyse Einzelhandelsstandort Neulingen auf die GfK-Daten – trotz methodischer Schwächen – zurückgegriffen.

³³ Laut Statistischem Bundesamt (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung) beträgt der Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen ca. 26,3%. Allerdings werden hier beim Begriff „Einzelhandel“ Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) nicht mit berücksichtigt. Zählt man die Konsumausgaben der privaten Haushalten im Bereich Ladenhandwerk hinzu (Quelle: METRO Group: Metro Handelslexikon 2007/2008), so ergibt sich ein Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen in Höhe von 27,3%.

(3) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemeinden berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und von der GfK errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Durchschnittlich verfügt ein Einwohner in Deutschland demnach über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.088 Euro pro Jahr (= 100,0) (Angaben laut GfK). Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. In Neulingen (Kaufkraftkoeffizient: 111,2) wird ein deutlich überdurchschnittlicher Wert erreicht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.

Fazit: Trotz einzelner methodischer Schwächen der üblicherweise verwendeten Daten der GfK zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird aufgrund der allgemeinen Anerkennung sowie aus Vergleichsgründen auf Kaufkraftkennziffern der GfK zurückgegriffen.