Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters in Allmersbach i. T.

Auftraggeber: Rolf Hinderer GmbH & Co. KG

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Markus Wagner

Ludwigsburg, am 05.12.2018

GMA Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

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

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen und Standortrahmenbedingungen**	**5**
1.	Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2.	Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3.	Markentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
3.1	Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.2	Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	8
II.	**Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart**	**11**
1.	Makrostandort Allmersbach i. T.	11
2.	Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	13
3.	Versorgungsstrukturen in Allmersbach i. T.	13
4.	Versorgungsstrukturen im Umland	14
5.	Bewertung der Versorgungsstrukturen	15
5.1	Verkaufsflächenausstattung	15
5.2	Zentralität	16
6.	Bewertung des Konzentrationsgebotes	16
III.	**Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.4.3.2.1 Regionalplan Region Stuttgart**	**18**
1.	Mikrostandort „Bildäcker“	18
2.	Integrationsgebot	20
3.	Bewertung des Integrationsgebots	21
IV.	**Kongruenzgebot gemäß den Zielen 3.3.7 und 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart**	**22**
1.	Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	22
2.	Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3.	Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter	25
4.	Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	26

5. Bewertung des Kongruenzgebots 26

V. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart 27

1. Umsatzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen 27
1.1 Methodik 27
1.2 Umsatzumlenkungen 27
1.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen 28
2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben 30
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots 30

VI. Zusammenfassung 32

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die Fa. Netto plant eine Erweiterung des langjährig auf einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² vorhandenen Lebensmittelmarktes in der Backnanger Straße in Allmersbach i. T. Der bestehende Markt soll um ca. 200 m auf ca. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden.

Der Markt ist mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m² als großflächiges Einzelhandelsvorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu bewerten. In diesem Zusammenhang sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer Auswirkungsanalyse darzustellen und zu bewerten. Dabei sind insbesondere die landesplanerischen Bewertungskriterien gemäß LEP sowie die Vorgaben des Regionalplans Region Stuttgart zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- Darstellung des Rechtsrahmens
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Allmersbach i. T. sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Backnanger Straße“
- Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Lebensmittelmarkt und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Lebensmittelbereich in Allmersbach i. T. und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- Umsatzprognosen und Umsatzherkunft
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Raumordnerische Bewertung auf Basis der Prüfkriterien des LEP und des Regionalplans Region Stuttgart (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im November 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie im Umland vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus amtlichen Statistiken und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: [1]

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelt-einwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen EInzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.[2]

2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Grö-

[1] Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

[2] Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

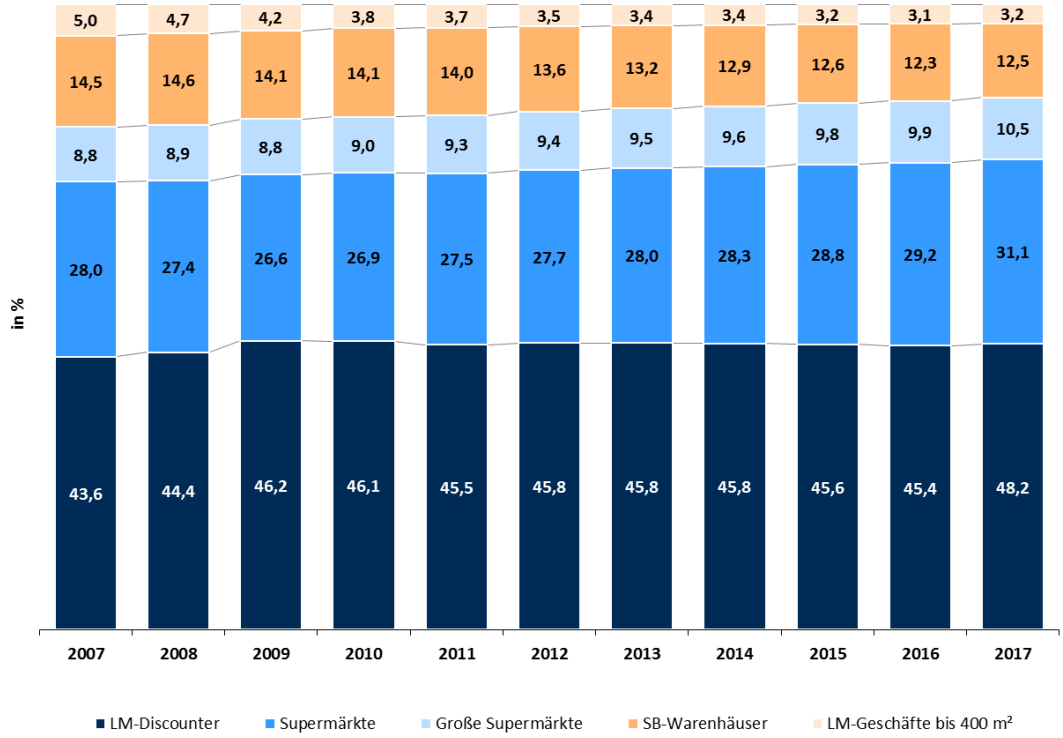
ße der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3. Markentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunehmen.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 - 2017



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definition für Betriebstypen liegt seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Im Folgenden wird auf die Definitionen des EHI Retail Institute zurückgegriffen[3]:

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment[4] anbietet.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II[5] führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood [2] und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die verschiedenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.295 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt bei Waren des kurzfristigen Bedarfs.

3 Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2018, S. 365.
4 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.
5 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (∅ 780 m² VK)		Supermarkt (∅ 1.028 m² VK)		Großer Supermarkt (∅ 3.380 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	**2.295**	**100**	**11.830**	**100**	**25.005**	**100**

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sogenannte „Aktionsware" zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hierbei kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Auch wenn beim Lebensmitteldiscountmarkt ca. 25 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 13 % dem Nonfood I-bzw. 12 % dem Nonfood II-Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Foodbereich (ca. 75 – 80 %)[6]. Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter[7].

Weiterhin kann festgehalten werden, dass **Lebensmitteldiscounter** die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen i. d. R. eine Fläche von mindestens 800 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 800 m² angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

Der Anbieter **Netto** offeriert eine für Discounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, Fleischtheke, Frischeabteilung) und einen hohen Anteil an Handelsmarken (ca. 60 %)[8]. Das Netto-Angebot wird zumeist durch eine Bäckereifiliale ergänzt. Mit diesem Konzept profiliert sich Netto v. a. im ländlichen Raum. Als sog. Softdiscounter führt Netto rd. 4.000 Standardartikel und liegt damit an der Spitze der Discounter. Somit weist Netto bereits Merkmale eines Supermarktes auf. Die durchschnittliche Größe einer Netto-Filiale liegt bei rd. 780 m² Verkaufs-

6 Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 %.
7 EHI Handelsdaten 2016.
8 Fa. Netto 2017, www.netto-online.de/unser-konzept.chtm.

fläche[9], der Durchschnittsumsatz bei ca. 3,3 Mio. € je Filiale[10]. Der Umsatzschwerpunkt liegt ebenfalls mit ca. 87 % deutlich im Nahrungs- und Genussmittelsegment[11].

Nach einer Studie zur Einordnung des Unternehmens Netto in die Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels wird auf eine Sondersituation hingewiesen. Die Einordnung in die Betriebstypensystematik erfolgt i. d. R. auf Basis der Abgrenzungskriterien Artikelanzahl, Verkaufsfläche, aber auch des Kundenservices und des Eigenmarkenanteils. Im Vergleich zu „normalen Discountern" wird für die Netto-Märkte festgestellt, dass sie... „

- eine höhere Artikelanzahl führen,
- einen hohen Anteil an Markenprodukten anbieten,
- einen deutlich geringen Nonfood II-Anteil aufweisen,
- bei der Standortwahl (städtebauliche Integration) vergleichbar Supermärkten sind,
- über eine für Supermarktbetreiber typische Ausdifferenzierung von Markttypen verfügen,
- in einem der Markttypen über supermarkttypische Bedientheken verfügen,
- eine supermarkttypische Regalierung aufweisen und
- einen supermarkttypischen Mehrweganteil im Getränkebereich anbieten."

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass Netto sich nicht in die gängige Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels einordnen lässt und somit einen Sonderfall darstellt. Dieser Einstufung zur Folge wird die Fa. Netto gelegentlich auch als „Hybrid-Discounter" eingestuft, als eine Variante des Discounters, welche zwischen Softdiscount und Supermarkt anzusiedeln ist.

9 Neue Netto-Märkte werden jedoch generell oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (ca. 800 m² VK) projektiert, sofern der Backshop mitgerechnet wird.

10 Hahn Retail Real Estate Report 2016/2017.

11 Nach Recherchen der BBE Handelsberatung GmbH, München führen Netto-Märkte durchschnittlich rund 3.500 Artikel. Der auf Nonfood I- und -II-Artikel entfallende Umsatzanteil beträgt ca. 13 %. Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Einordnung von Netto in die Betriebstypensystematik des Einzelhandels, S. 13/14., München, 2013.

II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart

1. Makrostandort Allmersbach i. T.

Die Gemeinde Allmersbach i. T. zählt aktuell ca. 4.810 Einwohner[12] und liegt im Rems-Murr-Kreis. Im Regionalplan der Region Stuttgart ist der Gemeinde keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Zur Gemeinde Allmersbach i. T. gehört neben dem Kernort auch der Ortsteil Heutensbach.

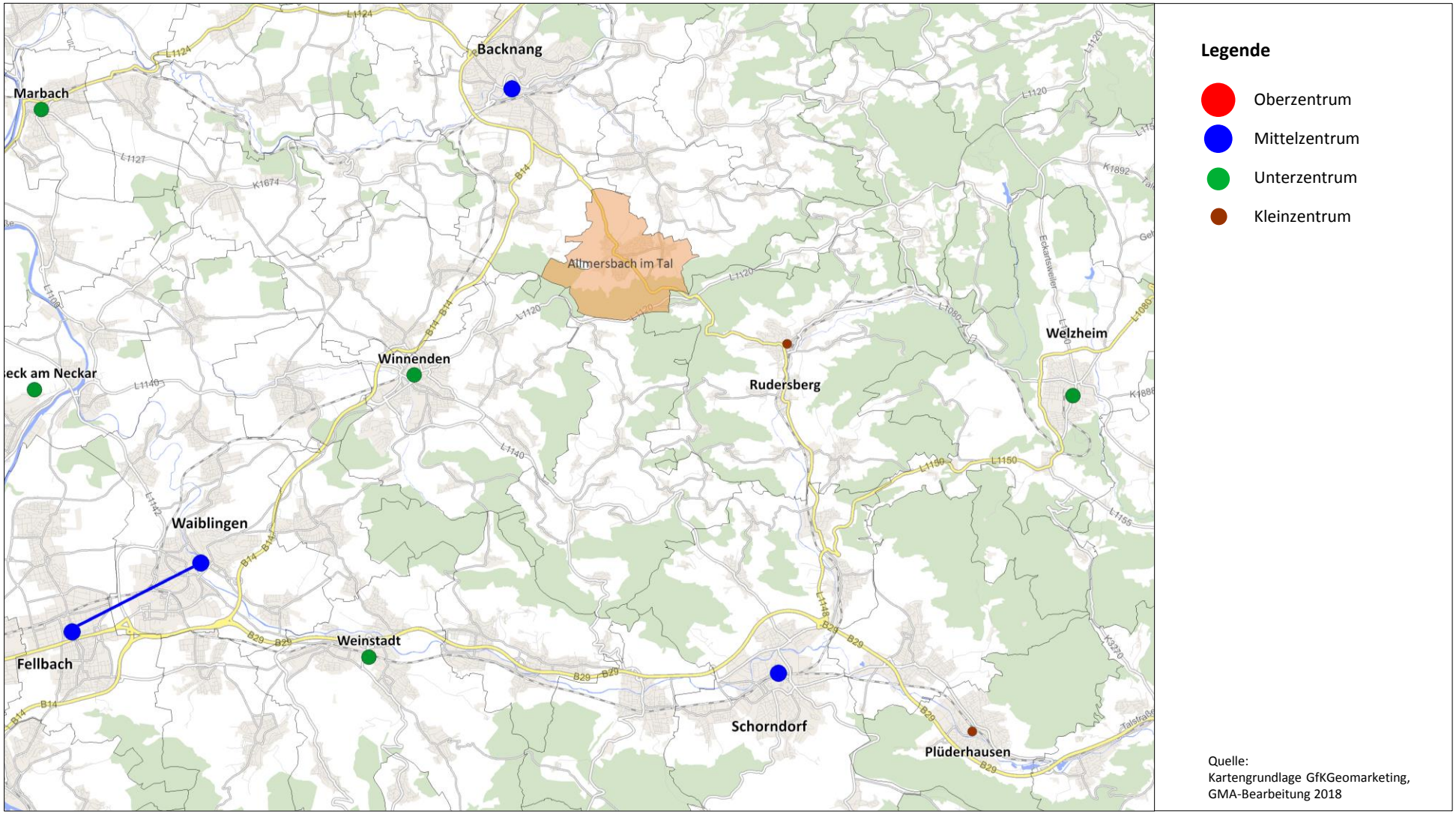
Die **verkehrliche Anbindung** von Allmersbach i. T. ist durch die Landesstraße L 1080 als gut zu bezeichnen. Eine Anbindung an die B 14 (Stuttgart – Backnang – Schwäbisch Hall) ist über die L 1080 sowie die Neckarstraße vorhanden. Die Anbindung an den ÖPNV wird durch zwei Regionalbuslinien (RBS 383 / 393) gewährleistet.

Bezüglich der **Wirtschaftsstruktur** ist festzuhalten, dass im Jahr 2016 ca. 1.141 Beschäftige am Arbeitsort registriert waren. Damit ergibt sich für Allmersbach i. T. ein negativer Pendlersaldo: ca. 943 Einpendlern am Arbeitsort standen 2016 ca. 1.635 Auspendler gegenüber (- 696).[13]

Der **Einzelhandel** in der Gemeinde Allmersbach i. T. konzentriert sich vorwiegend auf den Bereich entlang der Backnanger Straße zwischen Heutenbacher Straße und Heininger Straße. Dort befindet sich überwiegend kleinteiliger Geschäftsbesatz verschiedener Branchen (Lebensmittelhandwerk, Apotheke etc.) in Kombination mit Dienstleistungsbetrieben wie Friseur, Geldinstitute.

12 Quelle: Gemeinde Allmersbach i. T.; Stand: 31.03.2018.
13 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2016.

Karte 1: Lage von Allmersbach i. T. und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle:
Kartengrundlage GfKGeomarketing,
GMA-Bearbeitung 2018

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Allmersbach i. T. unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des **LEP 2002 Baden-Württemberg**:

> **3.3.7 (Z)** Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.
>
> Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn
>
> - dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
> - diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

Auch im Regionalplan für die Region Stuttgart[14] und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg[15] wird die o. g. Regelung aufgegriffen.

Der Gemeinde Allmersbach i. T. ist keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Entsprechend ist das Vorhaben nur dann umsetzbar, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten für eine Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder der Standort in einem Verdichtungsraum liegt[16] und mit Siedlungsbereichen benachbarter Zentraler Orte zusammengewachsen ist. Hierfür sind zunächst die Versorgungsstrukturen in Allmersbach i. T. darzustellen und zu bewerten.

3. Versorgungsstrukturen in Allmersbach i. T.

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer Erhebung des Lebensmitteleinzelhandels in Allmersbach i. T. im November 2018. Demnach beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche der bestehenden Einzelhandelsbetriebe in diesem Sortimentsbereich in Allmersbach i. T. auf ca. 920 m². Die Brutto-Umsatzleistung der in Allmersbach i. T. ansässigen Lebensmittelanbieter beträgt ca. 4,0 – 4,5 Mio. €.

Die **Versorgungsstrukturen** der Gemeinde Allmersbach i. T. setzen sich wie folgt zusammen:

- Der **Ortskern** von Allmersbach i. T. kann im Bereich der Backnanger Straße zwischen Heininger Straße und Heutensbacher Straße abgegrenzt werden. In diesem Bereich

14 Quelle: Regionalplan Region Stuttgart, 2.4.3.2.2 (Z).
15 Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.
16 Allmersbach i. T. liegt gemäß Strukturkarte des Regionalplans Region Stuttgart in der Randzone des Verdichtungsraumes.

befinden sich neben zwei Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei) weitere nahversorgungsrelevante Anbieter (u. a. Apotheke).

- An der nördlichen **Backnanger Straße** ist der Standort des Netto-Lebensmitteldiscounters mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² zu finden. Dieser verfügt über wenige eigene Parkplätze und ist hinsichtlich Erscheinungsbild und Warenpräsentation noch als zeitgemäß einzuordnen.

4. Versorgungsstrukturen im Umland

Als Standort mit größter Bedeutung für Allmersbach i. T. ist das nordwestlich gelegene Mittelzentrum **Backnang** zu nennen. Dort ist sowohl bei den Großflächen (2x Kaufland), den Lebensmittelsupermärkten als auch im Bereich der Lebensmitteldiscounter und bei Spezialbetrieben ein umfassender Besatz im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Neben dem Lebensmitteleinzelhandel besitzt Backnang ebenfalls in den sonstigen Bedarfsbereichen eine wichtige Versorgungsfunktion für das benachbarte Allmersbach i. T., so dass in diese Richtung starke Kundenverflechtungen bestehen.

In Richtung Nordosten folgt die Gemeinde **Weissach i. T.** Dort sind als größere Anbieter der Lebensmittelvollsortimenter Edeka Bangemann sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi vorzufinden. Auch wird das Angebot durch einen ausdifferenzierten Besatz aus Spezialbetrieben (u. a. Getränke) und das Lebensmittelhandwerk ergänzt.

Weiter in Richtung Osten ist auf den Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde **Auenwald** hinzuweisen. Im Ortsteil Lippoldsweiler wurde kürzlich ein moderner Edeka-Markt eröffnet. Das Angebot wird hier ergänzt durch einen Getränkemarkt und einen Besatz aus dem Lebensmittelhandwerk. Im Ortsteil Mittelbrüden ist zudem in den letzten Jahren ein Netto-Lebensmitteldiscounter realisiert worden.

In Richtung Südosten / Ost (u. a. Rudersberg) bestehen nahezu keine Einkaufsverflechtungen, da hier die Topografie stark ansteigt und die Kommunen im Lebensmittelsegment über eigene Versorgungsstrukturen verfügen.

Folgende größere Lebensmittelmärkte sind im Umland von Allmersbach i. T. vorzufinden:

Tabelle 2: Wesentliche größere Wettbewerber im Umland von Allmersbach i. T.

Kommune	Wettbewerber	Betriebstyp	Adresse	Verkaufsfläche in m²
Backnang	Kaufland	SB-Warenhaus	Industriestraße	> 5.000
	Lidl	Discounter	Weissacher Straße	1.000 – 1.500
	Penny	Discounter	Industriestraße	500 – 800
Weissach i. T.	Aldi	Discounter	Unterweissach, Welzheimer Straße	800 – 1.000
	Edeka	Supermarkt	Unterweissach, Welzheimer Straße	1.000 – 1.500
Auenwald	Edeka	Supermarkt	Lippoldsweiler, Hauptstraße	1.000 – 1.500
	Netto	Discounter	Mittelbrücken, Unterbrüdener Straße	500 – 800

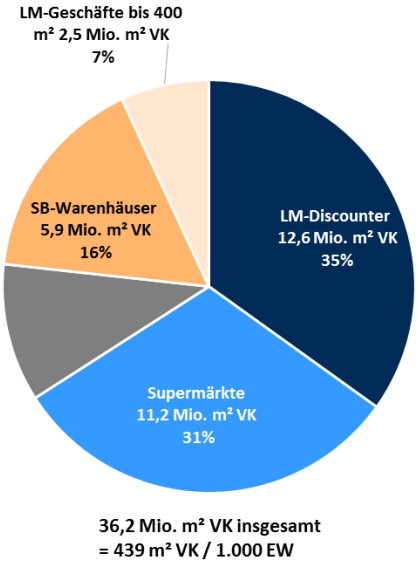
GMA-Erhebungen 2018

5. Bewertung der Versorgungsstrukturen

5.1 Verkaufsflächenausstattung

Als wichtige Orientierung für die Bewertung der Ausstattung der Gemeinde Allmersbach i. T. im Lebensmittelbereich kann die Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner herangezogen werden (vgl. Abbildung 2). Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des EuroHandelsinstitut (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfoodverkaufsfläche erfasst.

Abbildung 2: Verkaufsflächenausstattung in m² je 1.000 Einwohner im Vergleich



Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2018 S. 82; Einwohnerzahlen: Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2016

Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich von rd. 439 m² VK / 1.000 Einwohner festhalten.

Die Verkaufsflächenausstattung in Allmersbach i. T. im Lebensmittelbereich liegt mit **166 m² je 1.000 Einwohner** derzeit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Bei der Realisierung des Projektes (Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters um ca. 200 m² VK) würde die Verkaufsflächenausstattung in Allmersbach i. T. auf einen Wert von 208 m² je 1.000 Einwohner steigen und damit immer noch deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegen.

5.2 Zentralität

Als weitere Kennzahl für die Bedeutung einer Kommune für das nähere Umland sowie deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Lebensmittel** beträgt die Zentralität in Allmersbach i. T.:

ca. 4,0 – 4,5 Mio. €	:	ca. 11,3 Mio. €[17]	=	ca.37 – 38 %
(Umsatz in Allmersbach i. T.)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Allmersbach i. T.)		(Zentralität)

Im Nahrungs- und Genussmittelbereich fließt derzeit ca. 60 % der Kaufkraft der Allmersbacher Bevölkerung nach außen ab, ca. 40 % verbleiben vor Ort. Für einen Ort dieser Größenordnung bewegen sich diese Werte in einem unterdurchschnittlichen Bereich. Durch die Neuaufstellung von Netto könnte auch das Angebot zeitgemäß aufgestellt und eine angemessene Grundversorgung für die 4.810 Einwohner von Allmersbach i. T. geschaffen werden.

6. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die geplante Erweiterung und damit einhergehende Modernisierung von Netto zur Sicherung der Grundversorgung von Allmersbach i. T. erforderlich ist.

In quantitativer Hinsicht ist eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden, die ersten Hinweise dafür gibt, dass die Gemeinde Allmersbach i. T. aktuell ihren Grundversorgungsauftrag für die eigenen Einwohner nicht vollständig erfüllen kann. Auch die vergleichsweise niedrigen Zentralitätswerte sprechen in quantitativer Hinsicht dafür, dass die Grundversorgung derzeit in Allmersbach i. T. als nicht gesichert bewertet werden kann.

In qualitativer Hinsicht ist ausschließlich Netto als Grundversorger in Allmersbach i. T. vorhanden. Mit der geplanten Erweiterung des Anbieters Netto könnten so langfristig tragfähige Ver-

[17] Berechnung der Kaufkraft in Kapitel IV., 2.

sorgungsstrukturen für die Gemeinde Allmersbach i. T. geschaffen werden. **Insofern lässt sich zusammenfassend festhalten, dass im Fall von Allmersbach i. T. die im Konzentrationsgebot verankerte Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung greift.** Netto ist der einzige Lebensmittelmarkt in Allmersbach i. T. und muss daher langfristig gesichert werden.

III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.4.3.2.1 Regionalplan Region Stuttgart

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zu zentralen Versorgungsbereichen, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgebotes und seiner Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Bildäcker“

Der aktuelle **Standort** von Netto befindet sich im Norden der Gemeinde Allmersbach i. T. auf einem Eckgrundstück zwischen der Straße „Bildäcker“ und der Backnanger Straße.

Das **Standortumfeld** ist zum einen von Wohnnutzung (Ost / Südost) und zum anderen durch gewerbliche Nutzungen wie eine Autowerkstatt, Kfz-Handel (West / Südwest) geprägt. In Richtung Norden schließt sich das Gelände des Sportvereins Allmersbach an.

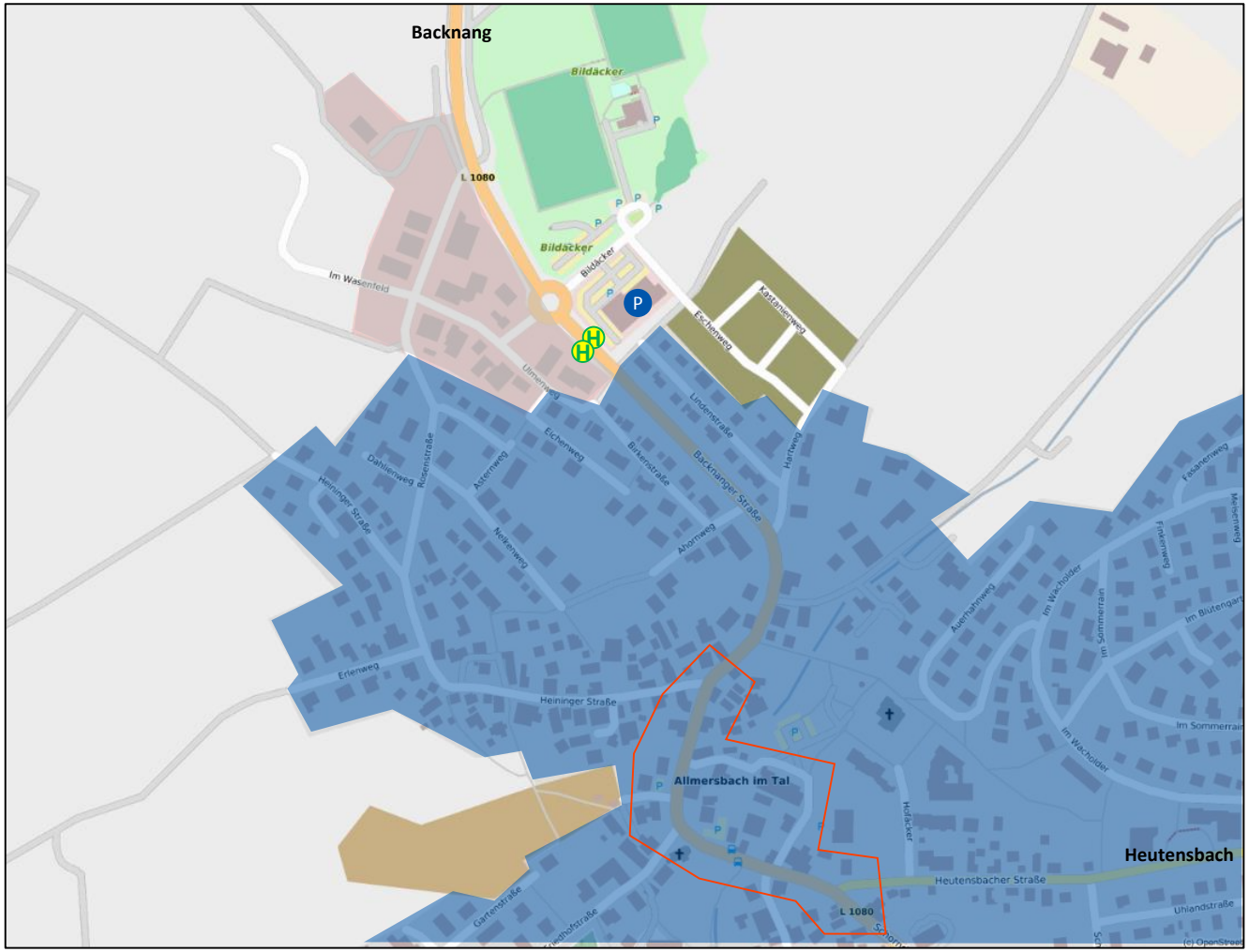
Foto 1: bestehender Netto-Markt

Foto 2: bestehender Netto-Markt

Foto 3: Verkehrskreisel Backnanger Straße

GMA-Aufnahmen 2018

Karte 2: Mikrostandort „Bildäcker“ und Standortumfeld



Legende

- Standort des Nett-Marktes
- Ortsmitte
- gewerbliche Nutzungen
- Wohnbebauung
- geplante Wohnbebauung
- Gelände des Sportvereins

Quelle: openstreetmap und Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2018

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort über die Backnanger Straße erschlossen, welche die Hauptdurchfahrtsstraße in Allmersbach i. T. darstellt. Mit dem **ÖPNV** ist der Standort ebenfalls durch die Haltestelle „Wasenfeld“ an das Busliniennetz des Verkehrsverbundes Stuttgart angeschlossen. Auch die **fußläufige Erreichbarkeit** ist als sehr gut einzuordnen. Aus den Wohngebieten im Kernort Allmersbach i. T. ist der Standort gut zu erreichen.

Zusammenfassend handelt es sich um einen etablierten Standort mit Bezug zu Wohngebieten in der Gemeinde Allmersbach i. T., der die (Grund-)Versorgungsfunktion für die Gemeinde übernimmt.

2. Integrationsgebot

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

> „[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

> „[...] Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen [...].“

Diesen Vorgaben wird auch seitens des **Regionalplan Region Stuttgart** (Plansatz 2.4.3.2.1 und Ziel 2.4.3.2.2) Rechnung getragen:

(1) Die wohnungsnahe Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.

(2) Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Rechnung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbar sein.

3. Bewertung des Integrationsgebots

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- Bei dem bestandsorientierten **Vorhaben** handelt es sich um die Erweiterung eines etablierten Lebensmittelmarktes. Insofern ergeben sich hinsichtlich der Standortrahmenbedingungen keine Änderungen.
- Der **Standort** verfügt über eine fußläufige Anbindung an Wohngebiete.
- Mit einer Bushaltestelle am Standort ist eine gute **ÖPNV-Anbindung** gewährleistet.
- Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich somit um einen integriert gelegenen Nahversorgungsstandort, der als einziger Anbieter der wohnortnahen Versorgung der Gemeinde Allmersbach i. T. dient.

Die Vorgaben des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg sowie die ergänzenden Regelungen im Regionalplan Region Stuttgart werden am Bestandsstandort von Netto eingehalten.

IV. Kongruenzgebot gemäß den Zielen 3.3.7 und 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

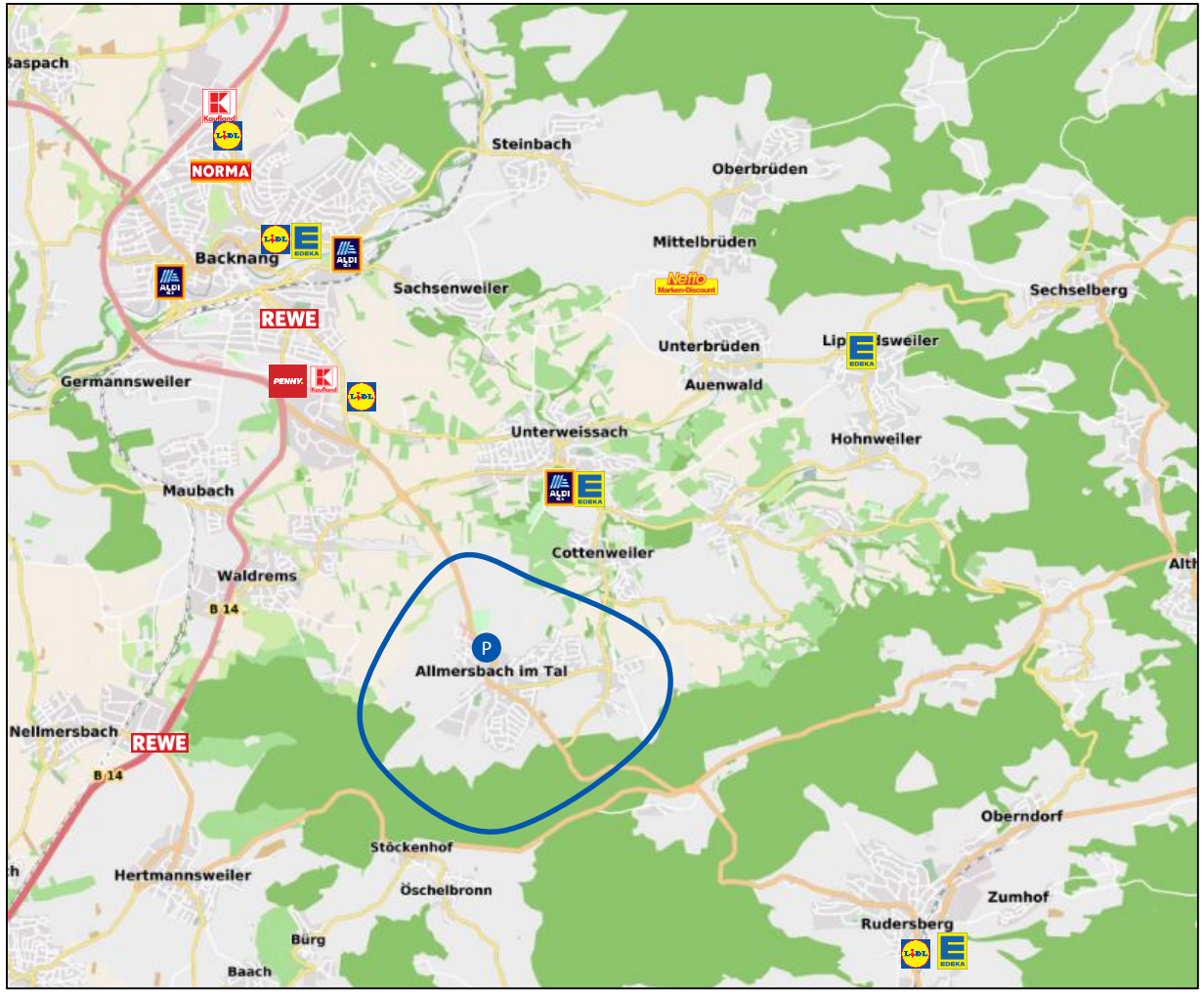
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Allmersbach i. T. und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel II.)
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Allmersbach i. T. und der Region.

Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounters in Allmersbach i. T. und wesentliche Wettbewerber



Legende

- Einzugsgebiet
- P Standort

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: openstreetmap und Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2018

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren begrenzt sich das Einzugsgebiet des Netto-Lebensmitteldiscounters auf die Gemeinde Allmersbach i. T. selbst mit ca. 4.800 Einwohnern. Auch die Tatsache, dass kein überörtliches Einzugsgebiet erschlossen werden kann, unterstreicht die Bedeutung des Marktes zur Sicherung der Grundversorgung für die Gemeinde Allmersbach i. T.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes kann wie folgt begründet werden:

- Durch die topografisch geprägte Lage von Allmersbach i. T. am Rand des Schwäbischen Waldes sind die Einkaufsbeziehungen aus Richtung Osten und Südosten (u. a. Rudersberg) eher schwach ausgeprägt.
- Die Gemeinden Weissach und Auenwald, die sich nördlich bzw. nordöstlich anschließen, besitzen eine attraktive Eigenversorgung (2x Edeka, Aldi, Netto).Entsprechend sind auch von dort keine Kaufkraftzuflüsse zu erwarten.
- Nordwestlich schließt sich bereits das Mittelzentrum Backnang an. Hier ist eine umfassende Wettbewerbslandschaft vorhanden, die einen starken Kaufkraftabfluss aus den östlich angrenzenden Gemeinden wie Allmersbach, Weissach etc. bedingt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035.[18]

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Allmersbach i. T., dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.210 €.[19]

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau[20] zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Allmersbach i. T. bei 106,8 und damit auf einem überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). **Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf ca. 11,3 Mio. €.**

Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 13 %.

18 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.
19 Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.
20 Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

3. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.[21] Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter mit ca. 1.000 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:[22]

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit 1.000 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Einzugsgebiet	**11,3**	**25**	**2,8**	**0,4 – 0,5**	**3,2 – 3,3**	**90**
Streuumsätze			0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	10
Insgesamt			**3,1**	**0,4 – 0,5**	**3,6**	**100**

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Netto 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Netto-Markt mit ca. 1.000 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 3,6 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Mit einer Filialumsatzleistung von 3,6 Mio. € wird eine für den Betreiber Netto leicht überdurchschnittliche Umsatzleistung erzielt[23]

21 In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment.

22 Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

23 Durchschnittsumsätze gemäß Edeka-Unternehmensbericht 2017:13,1 Mrd. € Umsatz (netto); Umsatz brutto 14,4 Mrd. € / Anzahl Filialen (4.200) = 3,43 Mio. € (Brutto) pro Standort.

Etwa 3,2 – 3,3 Mio. € (90 %) stammen aus Allmersbach i. T. selbst. Ca. 0,3 - 0,4 Mio. € (10 %) stammen von außerhalb des Einzugsgebietes. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mindestens 90 % der Umsatzleistung aus Allmersbach i. T. selbst stammen.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das Konzentrationsgebot zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

> „Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll."

5. Bewertung des Kongruenzgebots

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des Marktes begrenzt sich auf die Gemeinde Allmersbach i. T. selbst. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was die lokale Versorgungsaufgabe des Marktes unterstreicht.
- Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass ca. 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Allmersbach i. T. stammen. Ca. 10 % des Umsatzes wird durch Streukunden generiert.

Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eindeutig eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Region Stuttgart

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes sind die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu ermitteln. Dabei wird auf die Daten der Wettbewerbsanalyse zurückgegriffen.

1. Umsatzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen

1.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

1.2 Umsatzumlenkungen

Für die Bewertung der Verkaufsflächenerweiterung des Netto-Marktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Netto-Lebensmitteldiscounter wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.000 m² eine Umsatzleistung von ca. 3,6 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Lebensmittelanbieter Netto bereits seit Jahren an der Backnanger Straße / Bildäcker auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 800 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt 3,2 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Allmersbach i. T. generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.

- Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounters erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben des erweiterten Lebensmitteldiscounters mit 1.000 m² Verkaufsfläche bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz wird bereits heute gebunden.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 4: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben

Lebensmittelbereich	▪ **Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes**	**2,8**
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Anbietern in Allmersbach i. T.	< 0,1
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Anbietern in Weissach i. T.	0,1
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Anbietern in Auenwald	< 0,1
	▪ Umsatzumlenkungen an sonstigen Standorten (u. a. Backnang)	0,1 – 0,2
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich**	**3,1**
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes	0,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich**	**0,5**
	▪ **Umsatz insgesamt**	**3,6**

GMA-Berechnungen 2018

1.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen sind folgende wettbewerbliche Wirkungen durch das Vorhaben von Netto zu erwarten:

- In der Standortkommune **Allmersbach i. T.** selbst werden voraussichtlich nur geringfügige Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. Eine nachhaltige Beeinträchtigung der im Ortskern ansässigen Betriebe des Lebensmittelhandwerks ist nicht zu erwarten. Vielmehr ist von einer nachhaltigen Stärkung und Sicherung der Nahversorgung in Allmersbach i. T. auszugehen.

- In **Weissach i. T.**, welches sich nordwestlich von Allmersbach i. T. befindet, werden geringe Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 1 % zu erwarten sein, welche im Wesentlichen die in Unterweissach gelegenen Wettbewerber Edeka und Aldi betreffen werden. Auch hier bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem geringen Niveau, so dass hier nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist.
- In der weiter nördlich gelegenen Kommune **Auenwald** werden kaum nachweisbare Wettbewerbswirkungen von < 0,1 Mio. € bzw. < 1 % erwartet.
- Aufgrund der aktuellen Kundenverflechtungen werden auch im westlich gelegenen Mittelzentrum **Backnang** Umsatzumverteilungseffekte erwartet. Diese belaufen sich auf max. 1 – 2 % und werden sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Wettbewerber (v. a. Kaufland, Penny, Lidl in Backnang-Süd) verteilen. Aufgrund der marginalen Umsatzumverteilungseffekte ist hier nicht mit Marktaustritten zu rechnen. Die dort zu erwartenden Effekte sind überwiegend aufgrund der Lage der Anbieter als wettbewerbliche Effekte einzuordnen.
- An allen **anderen Standorten** außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Rudersberg) sind die durch das Vorhaben ausgelösten Effekte mit Methoden der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben generierten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 0,1 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Allmersbach i. T. und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfalle nicht zu erwarten.
- Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der modernisierte Netto-Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandene städtebauliche Situation **„kippen“** kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies ist im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach einer Modernisierung von Netto von stabilen Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich auszugehen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen im Lebensmittelbereich führen werden. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des Netto-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Auswirkungen auf die

Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen.

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Netto hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Grundsätzlich ist festzuhalten, dass mit der Erweiterung von Netto lediglich Umsatzumverteilungen i. H. von 0,3 – 0,4 Mio. € für die Wettbewerber im Umland relevant werden.
- Die wesentlichen Wirkungen werden in Backnang und abgeschwächt in Weissach i. T. zu erwarten sein. Diese liegen jedoch jeweils mit max. 0,1 – 0,2 Mio. € auf einem so geringfügigen Niveau, dass hieraus keine städtebaulich oder versorgungsstrukturell relevanten Wirkungen einhergehen.
- Gegenüber außerhalb des Einzugsgebiets gelegenen zentralen Versorgungsbereichen oder gegenüber sonstigen Lebensmittelanbietern werden nur geringe oder keine Umsatzumverteilungseffekte (max. 1 %) ausgelöst. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche der umliegenden Städte und Gemeinden sind auszuschließen. Die dargestellten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang (10 % und darüber) zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen gehen. Gleichzeitig wird mit der Umsetzung des Planvorhabens die verbrauchernahe Versorgung im Umfeld nicht beeinträchtigt.

- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden.

Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters nicht verletzt.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens		
Grundlagen		
Planvorhaben / Planstandort	▪ Standort am nördlichen Siedlungsrand von Allmersbach i. T. in der Backnanger Straße, städtebaulich integrierte Lage, Wohngebiete im näheren und weiteren Standortumfeld ▪ Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters von ca. 800 m² auf ca. 1.000 m² VK ▪ langjährig eingeführter Grundversorgungsstandort	
Rechtsrahmen und Untersuchung	▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO	
Standortrahmenbedingungen	▪ Makrostandort: Allmersbach i. T., nicht-zentraler Ort, ca. 4.810 Einwohner ▪ Einzelhandelsstrukturen: Ortskern mit kleinteiligen Handel, Netto als einiger Lebensmittelmarkt	
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich ausschließlich auf die Gemeinde Allmersbach i. T. selbst. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen. ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 4.810 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 11,3 Mio. €	
Umsatzerwartung	▪ Gesamtumsatzleistung Netto bei ca. 1.000 m² VK: ca. 3,6 Mio. €, davon ca. 3,1 Mio. € Food und ca. 0,5 Mio. € Nonfood	
Umsatzumverteilungseffekte in %	▪ Allmersbach i. T. ▪ Weissach i.T. ▪ Auenwald ▪ Backnang ▪ außerhalb des Einzugsgebietes	max. 1 – 2 % max. 1 % < 1 % max. 1 – 2 % nicht nachweisbar

Raumordnerische Bewertungskriterien (1)

Konzentrations-gebot	Zusammenfassend ist festzustellen, dass die geplante Erweiterung und damit einhergehende Modernisierung von Netto zur Sicherung der Grundversorgung von Allmersbach i. T. erforderlich ist. In quantitativer Hinsicht ist eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden, die ersten Hinweise dafür gibt, dass die Gemeinde Allmersbach i. T. aktuell ihren Grundversorgungsauftrag für die eigenen Einwohner nicht vollständig erfüllen kann. Auch die vergleichsweise niedrigen Zentralitätswerte sprechen in quantitativer Hinsicht dafür, dass die Grundversorgung derzeit in Allmersbach i. T. als nicht gesichert bewertet werden kann. In qualitativer Hinsicht ist ausschließlich Netto als Grundversorger in Allmersbach i. T. vorhanden. Mit der geplanten Erweiterung des Anbieters Netto könnten so langfristig tragfähige Versorgungsstrukturen für die Gemeinde Allmersbach i. T. geschaffen werden. **Insofern lässt sich zusammenfassend festhalten, dass im Fall von Allmersbach i. T. die im Konzentrationsgebot verankerte Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung greift. Netto ist der einzige Lebensmittelmarkt in Allmersbach i. T. und muss daher langfristig gesichert werden.**
Integrations-gebot	Bei dem bestandsorientierten Vorhaben handelt es sich um die Erweiterung eines etablierten Lebensmittelmarktes. Insofern ergeben sich hinsichtlich der Standortrahmenbedingungen keine Änderungen. Der Standort verfügt über eine fußläufige Anbindung an Wohngebiete. Mit einer Bushaltestelle am Standort ist eine gute ÖPNV-Anbindung gewährleistet. Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich somit um einen integriert gelegenen Nahversorgungsstandort, der als einziger Anbieter der wohnortnahen Versorgung der Gemeinde Allmersbach i. T. dient. **Die Vorgaben des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg sowie die ergänzenden Regelungen im Regionalplan Region Stuttgart werden am Bestandsstandort von Netto eingehalten.**
Kongruenz-gebot	Das Einzugsgebiet des Marktes begrenzt sich auf die Gemeinde Allmersbach i. T. selbst. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was die lokale Versorgungsaufgabe des Marktes unterstreicht. Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass ca. 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Allmersbach i. T. stammen. Ca. 10 % des Umsatzes wird durch Streukunden generiert. **Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.**

Raumordnerische Bewertungskriterien (2)	
Beeinträchtigungs-verbot	Grundsätzlich ist festzuhalten, dass mit der Erweiterung von Netto lediglich Umsatzumverteilungen i. H. von 0,3 – 0,4 Mio. € für die Wettbewerber im Umland relevant werden. Die wesentlichen Wirkungen werden in Backnang und abgeschwächt in Weissach i. T. zu erwarten sein. Diese liegen jedoch jeweils mit max. 0,1 – 0,2 Mio. € auf einem so geringfügigen Niveau, dass hieraus keine städtebaulich oder versorgungsstrukturell relevanten Wirkungen einhergehen. Gegenüber außerhalb des Einzugsgebiets gelegenen zentralen Versorgungsbereichen oder gegenüber sonstigen Lebensmittelanbietern werden nur geringe oder keine Umsatzumverteilungseffekte (max. 1 %) ausgelöst. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche der umliegenden Städte und Gemeinden sind auszuschließen. Die dargestellten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang (10 % und darüber) zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen gehen. Gleichzeitig wird mit der Umsetzung des Planvorhabens die verbrauchernahe Versorgung im Umfeld nicht beeinträchtigt. Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden. **Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters nicht verletzt.**

Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Allmersbach i. T. und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2:	Mikrostandort „Bildäcker“ und Standortumfeld	19
Karte 3:	Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounters in Allmersbach i. T. und wesentliche Wettbewerber	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	9
Tabelle 2:	Wesentliche größere Wettbewerber im Umland von Allmersbach i. T.	15
Tabelle 3:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit 1.000 m² VK)	25
Tabelle 4:	Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben	28

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 - 2017	7
Abbildung 2:	Verkaufsflächenausstattung in m² je 1.000 Einwohner im Vergleich	15

Fotoverzeichnis

Foto 1:	bestehender Netto-Markt	18
Foto 2:	bestehender Netto-Markt	18
Foto 3:	Verkehrskreisel Backnanger Straße	18