



Analyse zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Gschwend

AUFTRAGGEBER: FORTIS Immobilien GmbH & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Franziska Hamscher,
M. Sc. Stadt- und Regionalplanung

Ludwigsburg , den 09.11.2022

Urheberrecht

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

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



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Einordnung der Projektplanung	5
II. Standortbewertung	7
1. Makrostandort Gschwend	7
2. Mikrostandort „Badeseestraße“	10
III. Angebotssituation, Einzugsgebiet und Kaufkraft	13
1. Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel	13
1.1 Versorgungsstrukturen in Gschwend	13
1.2 Bewertung der Versorgungsstrukturen in Gschwend	15
1.3 Versorgungsstrukturen im Umland	16
2. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	16
3. Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
IV. Umsatzprognose und Auswirkungen	20
1. Umsatzprognose	20
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	20
2.1 Methodik	20
2.2 Umsatzumverteilungen	20
2.3 Bewertung der Umsatzumverteilungen	22
V. Zusammenfassung	23

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die Nahversorgung in der Gemeinde Gschwend ist derzeit im Umbruch. Aktuell sind drei kleinflächige Lebensmittelmärkte in Gschwend vertreten (Netto, Penny, nah & gut). Alle drei Lebensmittelmärkte entsprechen nicht mehr dem aktuellen Stand. Auch deswegen ist die Gemeinde Gschwend bestrebt, die Nahversorgung zu modernisieren. Ein erster Schritt wurde hierzu bereits unternommen. Der Netto-Markt wird auf die andere Straßenseite der B 298 verlagert und dort auf 1.100 m² Verkaufsfläche vergrößert.

Nun steht zur Diskussion, auf dem Standort eines ehemaligen Getränkemarktes (nördlich des neuen Netto-Marktes) einen weiteren Lebensmittelmarkt mit max. 800 m² Verkaufsfläche anzusiedeln. Vor diesem Hintergrund sollen die Entwicklungsperspektiven für die Nahversorgung in der Gemeinde Gschwend aufgezeigt werden. Da das aktuelle Vorhaben mit max. 800 m² Verkaufsfläche nicht zwingend sondergebietspflichtig ist, sind Fragen der Raumordnung und Landesplanung im vorliegenden Fall nicht zu prüfen.

Die Ansiedlung des Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche von 800 m² stellt keinen großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO dar. Auch i. S. von § 2 Abs. 2 BauGB werden im Rahmen der vorliegenden Analyse dennoch die Auswirkungen des Vorhabens (insbesondere auf Nachbargemeinden) dargestellt.

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

- /// Rahmenbedingungen in Gschwend
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes an der Badseestraße
- /// Abgrenzung des Einzugsgebiets und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale für Lebensmittel
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Gschwend und im Untersuchungsraum (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine Untersuchung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen und der Wettbewerb erfasst. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung des in Gschwend zur Verlagerung und Erweiterung vorgesehenen Betriebstyps „Discounter“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden die wichtigsten Charakteristika nachfolgend kurz dargestellt:

Als **Betriebstypen** des Lebensmitteleinzelhandels werden unterschieden:¹

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel² 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-I- und Nonfood-II-Artikel³ 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.

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-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

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

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden. **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „**Nonfood**“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge-

¹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2022.

² Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

³ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) differenziert⁴.

- Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit langem den größten **Marktanteil** ein (ca. 43 – 44 % im Jahr 2021). Auf Supermärkte entfallen ca. 32 %, auf Große Supermärkte ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 10 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %.
- Die **Betriebstypen** 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. 14.900 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter beschränken sich auf ein straffes Sortiment aus Artikeln die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Schnitt halten Discounter daher lediglich ca. 2.300 Artikel vor. Der Angebotschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 811 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.106 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.264 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	11.258	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	1.998	13 – 14	4.825	19
Nonfood II	275	12	1.594	10 – 11	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	3.592	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	14.876	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, Sortimentsbreitenerhebung

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfoodbereichs ausdrückt (max. 15 %).

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionsware“, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

⁴ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022.

II. Standortbewertung

1. Makrostandort Gschwend

Die **Gemeinde Gschwend** zählt aktuell ca. 4.900 Einwohner⁵ und liegt im Ostalbkreis. Im Regionalplan Ostwürttemberg ist der Gemeinde die zentralörtliche Funktion eines Kleinentrums zugewiesen. Zur Gemeinde Gschwend selbst gehören der Hauptort Gschwend sowie die Teilorte Altersberg, Frickenhofen, Honkling, Horlachen, Hundsberg, Mittelbronn, Schlechtbach und Seelach.

Hinsichtlich der **Bevölkerungsentwicklung** ist in Gschwend seit 2012 eine konstante Einwohnerentwicklung festzuhalten. Waren im Jahr 2012 4.899 Einwohner registriert, sind es im Jahr 2022 4.900 Einwohner. Die Nachbarkommunen von Gschwend sowie der Ostalbkreis weisen fast alle positivere Entwicklungstendenzen auf. Nur die Gemeinde Kaisersbach zeigt sich hier mit einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung seit 2012 um rd. – 2,9 %.

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung 2012 bis 2022 im regionalen Vergleich

Gemeinde	Einwohner 2012 – 2022		Veränderung	
	2012	2022	absolut	relativ
Gschwend	4.899	4.900	1	+ / - 0
Spraitbach	3.309	3.386	77	+ 2,3
Gaildorf	11.894	12.341	447	+ 3,8
Fichtenberg	2847	2953	106	+ 3,7
Kaisersbach	2513	2441	-72	- 2,9
Ostalbkreis	306.395	317.136	10.741	+ 3,5

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand jeweils 31.03.

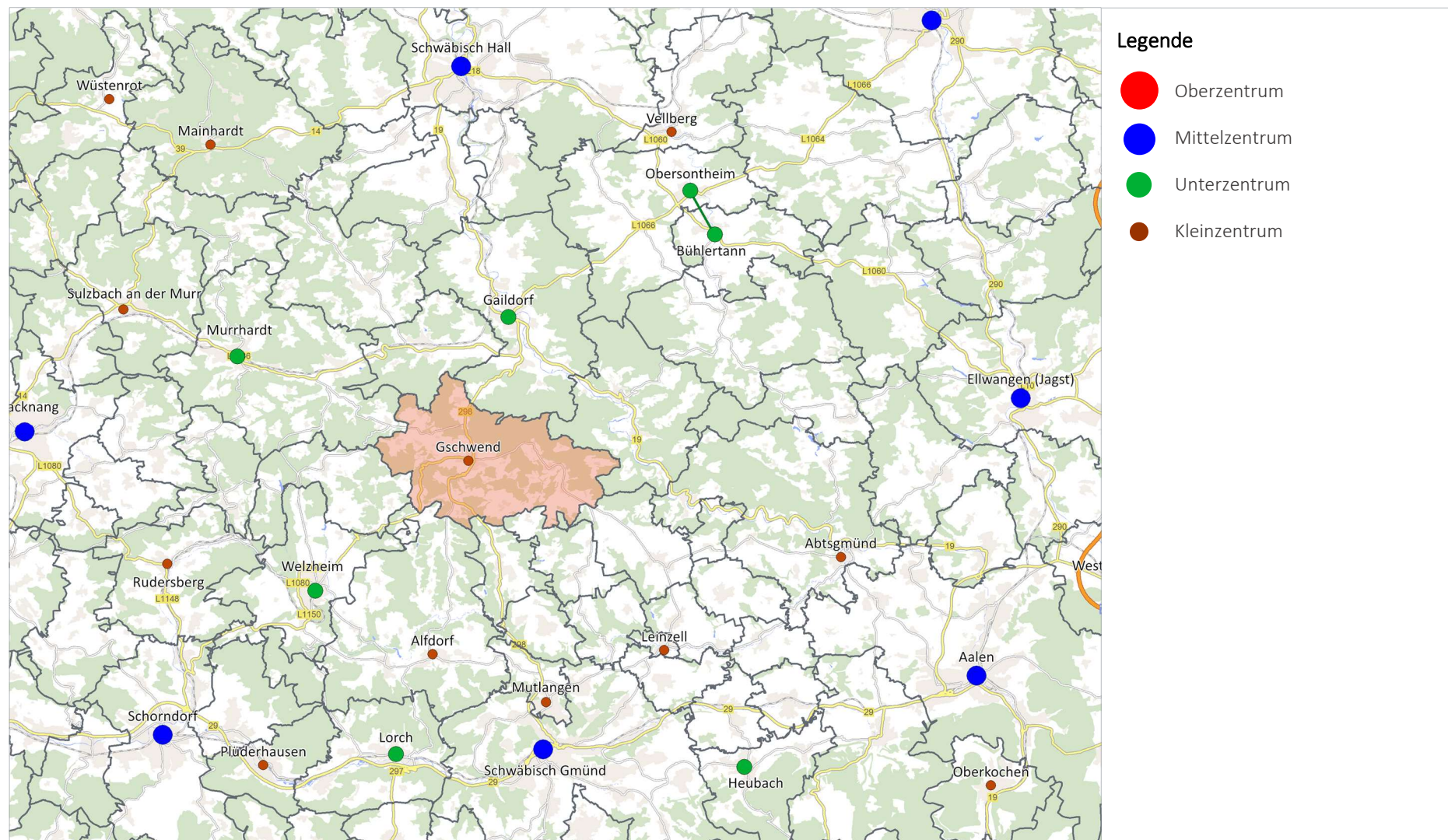
Die **Bevölkerungsprognose** des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg geht für die Zukunft von einer positiven Bevölkerungsentwicklung aus. Somit wird zwischen den Jahren 2020 und 2035 ein Einwohnerzuwachs um 116 Personen bzw. ca. 2,4 % prognostiziert.⁶

Diese positive Bevölkerungsprognose ist auch im Zusammenhang mit den aktuellen Bauflächenentwicklungen in der Gemeinde Gschwend zu betrachten. Insbesondere im Hauptort Gschwend ist auf ausgewiesene Bauflächen im Bereich Buschberg aber auch in den neuen Baugebieten Badsee und Seestraße hinzuweisen. Hier stehen diverse Bauplätze in einer Größenordnung zwischen 350 und 1.400 m² zur Verfügung. Auch in den Teilorten stehen noch Flächen zur Bebauung bereit. Gleichzeitig stehen ebenfalls gewerbliche Bauflächen im neuen Gewerbegebiet zur Verfügung.

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 31.03.2022.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung, Basis 2020; obere Variante.

Karte 1: Lage von Gschwend und zentralörtliche Struktur in der Region



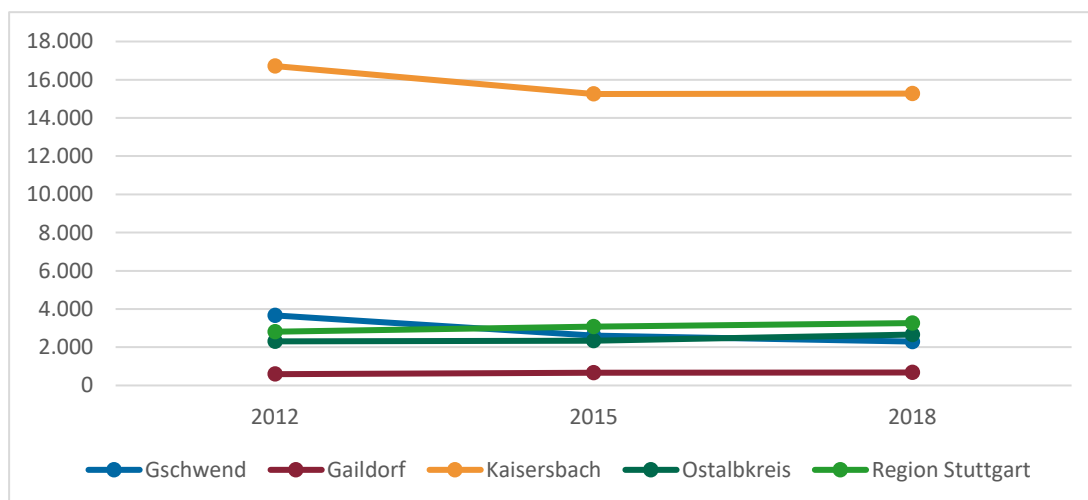
Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

Die **verkehrliche Erschließung** von Gschwend wird vorwiegend durch die Bundesstraße B 298, welche in Nord-Süd-Richtung durch die Gemeinde verläuft, gewährleistet. Sie verbindet die Gemeinde Gschwend im Norden mit der Stadt Gaildorf (rd. 10 km Fahrt-Entfernung) bzw. weiter nördlich mit Schwäbisch Hall (rd. 25 km Fahrt-Entfernung) sowie im Süden über Spraitbach, Mutlangen in Richtung Schwäbisch Gmünd (rd. 20 km Fahrt-Entfernung) und kann somit als gut frequentiert bezeichnet werden. Auch bestehen gute ausgebaute Verbindungsachsen in Richtung Osten (Sulzbach-Laufen) und Westen (Welzheim). Der nächstgelegene Autobahnanschluss befindet sich nördlich von Gschwend in rd. 25 – 30 km Fahrt-Entfernung (A 6). Weitere Autobahnanschlüsse in Nord-Süd-Richtung (A 81 Heilbronn – Stuttgart, A 7 Würzburg – Ulm) befinden sich in jeweils rd. einer Stunde Fahrzeitentfernung von der Gemeinde Gschwend.

Gschwend liegt in der Tourismusregion Schwäbischer Wald und kann aufgrund diverser Angebote als Ausflugsort für die **Naherholung** beschrieben werden. Naherholungsangebote wie der Badensee, Wander- und Radtouren, die Teufelskanzel und der Weiterweg tragen dazu bei. Darüber hinaus verfügt Gschwend über einen Skilift und eine Langlaufloipe, sodass auch im Winter Gschwend ein Naherholungsangebot in der Region bietet.

Hauptsächlich bietet die Gemeinde Gschwend Angebote für die Naherholung. Besucherströme sind meist aus der Region in Form von Tagestouristen zu erwarten. Dennoch verfügt Gschwend auch über Betriebe des Beherbergungsgewerbes und wies vor Beginn der Corona-Pandemie Übernachtungszahlen aus, welche im Vergleich der Übernachtungen je 1.000 Einwohner in etwa auf dem durchschnittlichen Niveau der Region Stuttgart und des Ostalbkreises lagen.

Abbildung 1: Übernachtungen / 1.000 Einwohner in Gschwend und der Region im Vergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Während der Pandemie gab es in der Tourismusbranche allgemein einen starken Einbruch der Übernachtungszahlen. Dies betraf natürlich auch die Gemeinde Gschwend. Seit 2021 sind die Menschen wieder reiselustiger, dennoch in sehr abgeschwächter Form. Der Hauptanteil der Besucher in Gschwend bleibt demnach der Tagestourist.

Im Jahr 2021 waren in Gschwend 715 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort tätig. In der Gemeinde stehen 363 Berufseinpendler 1.671 Berufsauspendlern gegenüber, so dass sich ein hoher negativer Pendlersaldo von – 1.308 ergibt.⁷ Gschwend ist demnach vorwiegend Wohnstandort, die wichtigeren größeren Arbeitsplatzstandorte im Umfeld bilden z. B. das nördlich gelegene Mittelzentrum Schwäbisch Hall, das südlich gelegene Mittelzentrum Schwäbisch Gmünd sowie das westlich gelegene Mittelzentrum Backnang.

Der **Einzelhandel** in der Gemeinde Gschwend konzentriert sich vorwiegend auf den Kernort Gschwend. Dabei finden sich kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzgerei) in der Ortsmitte, nördlich der Ortsmitte in Wohngebietslage liegt ein nah und gut-markt sowie weiter nördlich die zwei Discounter Netto und Penny. Mit einer Kaufkraftkennziffer von 97,5 liegt die Gemeinde Gschwend etwas unter dem Bundesdurchschnitt⁸.

2. Mikrostandort „Badseestraße“

Der Planstandort zur Ansiedlung eines neuen Lebensmitteldiscounters in der Gemeinde Gschwend liegt im nördlichen Siedlungsgefüge des Kernortes Gschwend. Hier befindet er sich im Kreuzungsbereich des Kreisverkehrs an der Gaildorfer Straße (B298) / Badseestraße. Der Standort liegt dort konkret östlich der Gaildorfer Straße sowie nördlich der Badseestraße auf dem Areal eines ehemaligen Getränkemarktes. Dieses Gebäude soll abgerissen werden und hier ein Neubau für ein Lebensmitteldiscounter entstehen.

Westlich des Standortes bzw. des Kreisverkehrs (B 298) erstreckt sich das Gewerbegebiet von Gschwend. An der Hagstraße liegen hier die zwei Lebensmitteldiscounter Penny und Netto. Der Netto-Markt plant jedoch in naher Zukunft eine Verlagerung inkl. Neubau auf eine Freifläche direkt östlich der Gaildorfer Straße (B298) bzw. südlich der Badseestraße (vgl. Karte 2).

Östlich an den Vorhabenstandort für den weiteren geplanten Lebensmitteldiscounter grenzt eine Freifläche an. In diesem Bereich – sowie auch weiter östlich / südöstlich – ist gem. des Bebauungsplanes „Badsee, 1. Änderung“ Wohnbebauung vorgesehen (in Teilen auch schon vorhanden). Direkt südlich des Vorhabenstandorts bzw. der Badseestraße befindet sich die Freifläche, auf der in absehbarer Zeit der Neubau des Netto-Marktes errichtet wird. Daneben, südöstlich des Vorhabenstandortes, befindet sich Wohnbebauung.

Nördlich des ehemaligen Getränkemarktes findet sich erst ein kleines Stück Freifläche, weiter nördlich noch ein kleiner Teil Wohnbebauung.

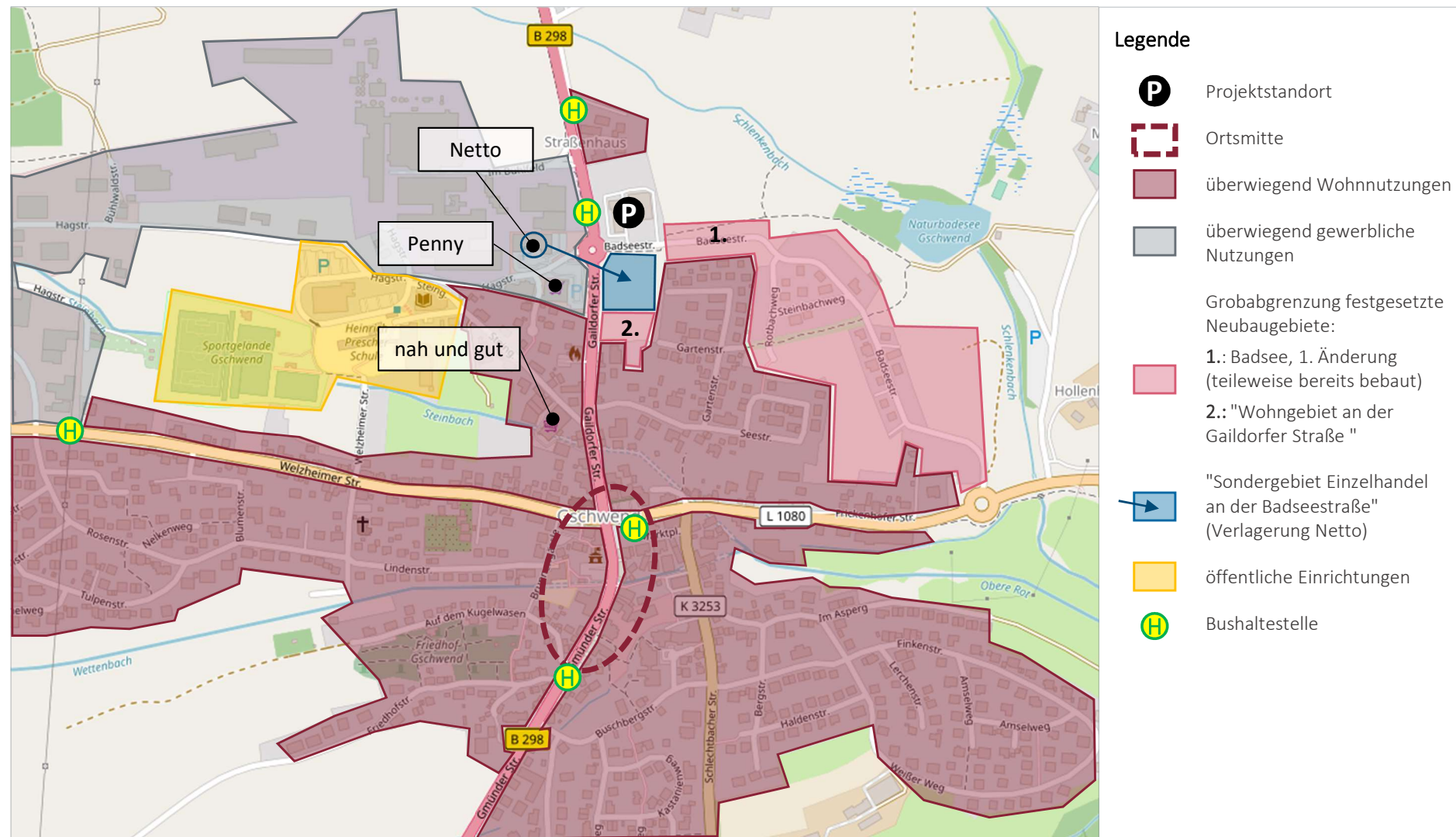
Der ehemalige Getränkemarkt konnte nicht direkt von der Bundesstraße, sondern von der Badseestraße angefahren werden. Auch für einen Neubau an diesem Standort wird die **Anfahrt** über die Badseestraße geregelt werden. Dennoch ist der Standort von der B 298 gut einsehbar und über die Badseestraße schnell erreichbar. **Durch die Lage an der Bundesstraße ist der Standort somit sowohl aus dem Kernort Gschwend als auch aus den weiteren Teilorten per PKW gut erreichbar.**

Direkt am Vorhabenstandort auf der Bundesstraße befindet sich die nächstgelegene Bushaltestelle.

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 30.06.2021.

⁸ Quelle: MB Research 2022.

Karte 2: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

Die Ortsmitte liegt südlich des Vorhabenstandorts in rd. 400 m fußläufiger Entfernung. In diesem Bereich sowie weiter südlich (Gmünder Str.), westlich (Welzheimer Str.) und östlich (Finkenstr.) liegen die Wohnsiedlungsschwerpunkte des Kernortes von Gschwend. Somit ist der Standort aus diesen Bereichen sowie aus seinem direkten Umfeld auch fußläufig und per Fahrrad gut erreichbar. **Dem Standort ist somit eine hohe (fußläufige) Nahversorgungsfunktion zuzuschreiben.**

Darüber hinaus ist auch darauf hinzuweisen, dass der Bereich des Vorhabenstandorts sowie um den Kreisverkehr an der Bundesstraße bereits seit Jahren den „Hauptversorgungsstandort“ der Gemeinde Gschwend darstellt. So sind in diesem Bereich bereits die Anbieter Penny und Netto vorhanden. Der Vorhabenstandort selbst war vor seiner Schließung durch den Getränkemarkt geprägt. Die Neuansiedlung eines weiteren Discounteres an dem Standort würde demnach zu keiner Verschiebung bzw. Veränderung der Standortstrukturen im Nahversorgungsbereich in der Gemeinde Gschwend führen.

III. Angebotssituation, Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Bewertung der Versorgungsstrukturen in Gschwend und im Umland wurde von der GMA eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

1.1 Versorgungsstrukturen in Gschwend

Die **Einzelhandelsstrukturen** der Gemeinde Gschwend sind wie folgt zu beschreiben:

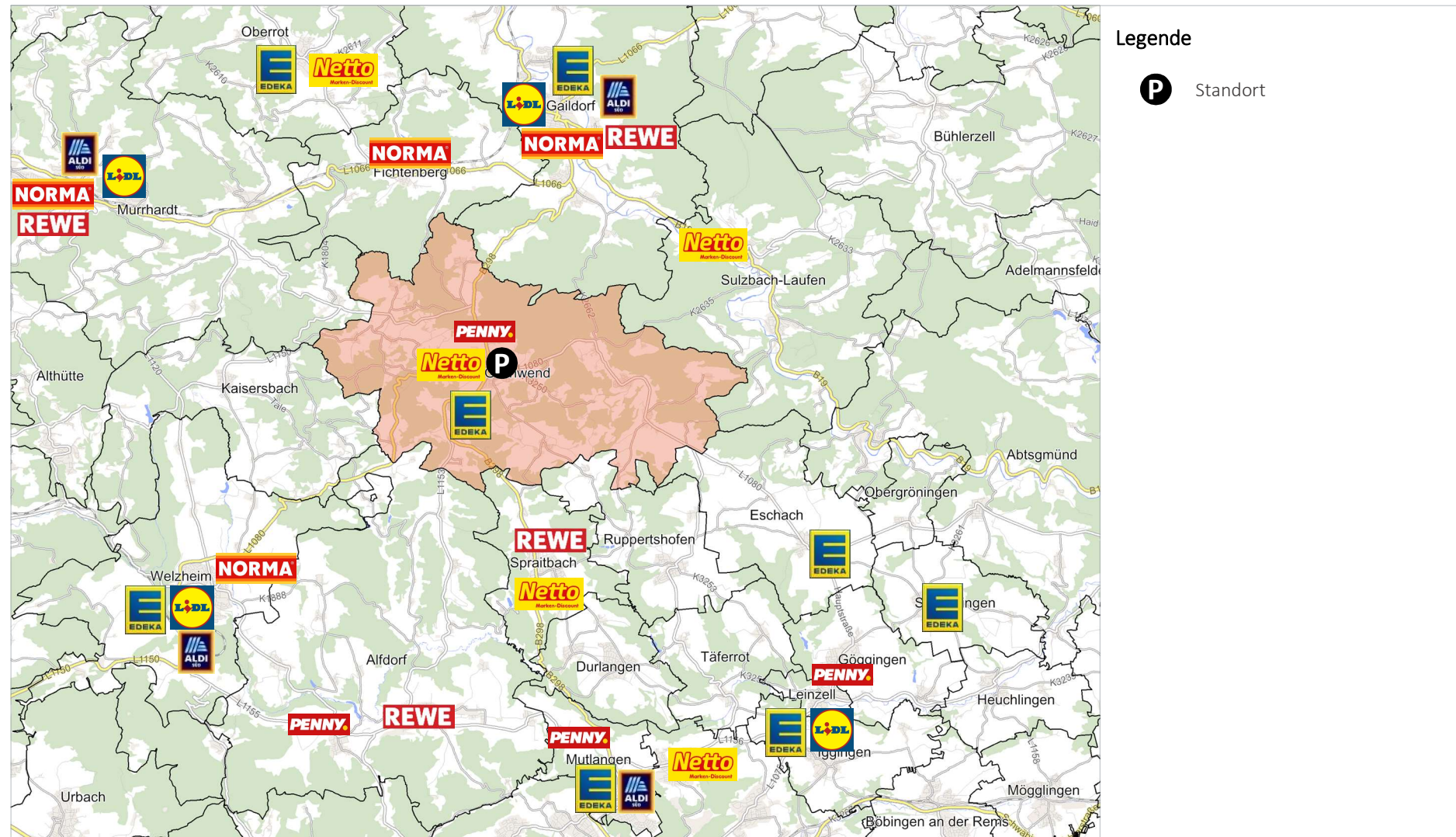
-  Die Ortsmitte von Gschwend erstreckt sich vorwiegend im Kreuzungsbereich Welzheimer Straße / Frickenhofer Straße sowie Gaildorfer Straße / Gmünder Straße um den Marktplatz herum. In diesem Bereich befinden sich diverse kleinteilige Einzelhändler, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie die Gemeindeverwaltung. Bezüglich des Lebensmittelangebots ist hier auf eine Metzgerei sowie zwei Bäckereien hinzuweisen.
-  Rd. 150 m nördlich des Marktplatzes befindet sich in der Steingasse der kleinflächige Lebensmittelvollsortimenter nah & gut Schneider. Dieser kleinflächige Anbieter (rd. 500 m² VK) stellt in der Gemeinde den einzigen Lebensmittelvollsortimenter dar. Er befindet sich in Erdgeschosslage eines Wohnhauses und verfügt über kein modernes Erscheinungsbild (kleine Fläche zur Präsentation der Waren, geringe Stellplatzanzahl).
-  Weiter nördlich im Bereich des Kreisverkehrs sind an der Hagstraße die zwei Lebensmitteldiscounter Penny und Netto verortet. Diese beiden Anbieter weisen ebenfalls geringe Verkaufsflächengrößen (ca. 700 m²) auf, können jedoch als durchschnittlich wettbewerbsfähige Anbieter eingestuft werden. Darüber hinaus ist für den Netto Marken-Discount geplant, diesen auf die Freifläche östlich des Penny-Marktes und der Gaildorfer Straße zu verlagern und mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche neu zu errichten.⁹
-  Im Westen des Kernortes ist des Weiteren auf einen Getränkemarkt sowie im Süden des Kernortes auf eine Shell-Tankstelle hinzuweisen. Die weiteren Teilorte verfügen über keine relevanten Nahversorgungsstrukturen.

Inklusive des zur Erweiterung geplanten Netto-Marktes beläuft sich die Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Gschwend auf ca. 2.650 m², auf der ein Umsatzvolumen im Lebensmittelbereich von ca. 10,4 Mio. € generiert wird.¹⁰

⁹ Da für die Verlagerung von Netto bereits der Bebauungsplan „Sondergebiet Einzelhandel“ vorliegt wird im weiteren Verlauf der Untersuchung das Vorhaben als gesetzt betrachtet und der Netto-Markt im Bestand mit einer Verkaufsfläche von 1.100 m² berücksichtigt.

¹⁰ Um Nonfood-Anteile bereinigt, inkl. geplanter Erweiterung Netto-Markt.

Karte 3: Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

1.2 Bewertung der Versorgungsstrukturen in Gschwend

Bei einer **qualitativen Betrachtung** der Angebotsstrukturen in Gschwend ist festzustellen, dass alle aktuell bestehenden Lebensmittelmärkte als nicht ganz zeitgemäß einzustufen sind. Nach der Verlagerung und Vergrößerung von Netto wird dieser Lebensmitteldiscounter dann den modernsten Lebensmittelmarkt in der Gemeinde darstellen. Wobei der Penny-Markt trotz kleiner Verkaufsfläche als normaler, durchschnittlicher Lebensmitteldiscounter bewertet werden kann.

Der kleine Lebensmittelvollsortimenter (nah und gut Schneider) entspricht im Hinblick auf seine geringe Verkaufsflächendimensionierung und der damit nur eingeschränkt möglichen Warenpräsentation sowie den begrenzten Stellplatzkapazitäten nicht mehr den Anforderungen an einen modernen Lebensmittelmarkt. Eine wesentliche Erweiterung des Marktes am Standort ist aufgrund der Lage im Wohngebiet sowie in Erdgeschosslage eines Wohngebäudes und dem fehlenden Flächenpotenzial nicht möglich. In der langfristigen Perspektive ist der Fortbestand des Marktes aus gutachterlicher Sicht daher eher unwahrscheinlich.

Bei der **Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner** im Nahrungs- und Genussmittelbereich (ohne Ladenhandwerk und Spezialanbieter) ist in quantitativer Hinsicht in Gschwend derzeit ein überdurchschnittlicher Wert festzustellen¹¹. Für Gschwend (ca. 4.900 Einwohner) errechnet sich eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 449 m² VK / 1.000 EW. Dieser Wert liegt über dem Bundesdurchschnitt von 435 m² VK / 1.000 EW¹².

Betrachtet man die **Zentralität** von Gschwend, welche (nach der Verlagerung von Netto) bei etwa 77 % liegen wird¹³, lässt sich ein gewisser Entwicklungsspielraum annehmen. Dieser Wert ergibt sich aus der Gegenüberstellung des im Lebensmitteleinzelhandel generierten Umsatzes in Gschwend mit dem örtlichen Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich (vgl. Kapitel III.4.). Dabei zeigt sich, dass aktuell rd. 23 % der Kaufkraft (rd. 3,1 Mio. €) aus Gschwend abfließen. Dies ist v. a. darauf zurückzuführen, dass kein moderner Vollsortimenter in Gschwend vorhanden ist.

Nach Ansiedlung eines weiteren Discounters in Gschwend mit rd. 800 m² VK würde sich die Verkaufsflächenausstattung auf ca. 612 m² VK / 1.000 EW sowie die Zentralität auf ca. 100 % erhöhen. Unter Anbetracht dieser Werte ist davon auszugehen, dass das gleichzeitige Bestehen von drei Lebensmitteldiscountern und einem kleinen Vollsortimenter in einer Wohn- und Auspendlergemeinde wie Gschwend – trotz Lage an der Bundesstraße und den ausgewiesenen Wohnbauflächen – sehr unwahrscheinlich ist.

Die genaueren Auswirkungen durch die Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters werden im Kapitel IV ausführlich behandelt.

¹¹ Für die Bewertung der Versorgungsstrukturen wird der Netto-Markt mit bereits 1.100 m² VK eingerechnet.

¹² Quelle: EHI handel aktuell 2021, S. 80 (ohne Spezialanbieter, Reformhäuser, Getränkemarkte, Bäcker, Metzger, Bio-Läden usw. inkl. Nonfoodanteile).

¹³ Zentralität = Umsatz / Kaufkraft. Ein möglicher Ansatz zur Beurteilung einer Kommune als Versorgungsstandort stellt die sog. Zentralitätskennziffer dar. Bei einer Zentralitätskennziffer wird die Kaufkraft in der Standortkommune mit dem Umsatz des Einzelhandels in Relation gebracht. Werte über 100 bedeuten, dass mehr durch den Einzelhandel umgesetzt wird, als Kaufkraft im Untersuchungsgebiet vorhanden ist. Werte unter 100 bedeuten, dass Kaufkraft aus der Gemeinde abfließt.

1.3 Versorgungsstrukturen im Umland

Das nördlich von Gschwend gelegene Unterzentrum (vorgeschlagen als Mittelzentrum) **Gaildorf** verfügt über diverse strukturprägende Anbieter im Lebensmittelbereich. Dies betrifft im Wesentlichen die Supermärkte Edeka und Rewe sowie die Discounter Aldi, Lidl und Norma. Das Angebot konzentriert sich hier überwiegend auf die Kernstadt Gaildorf. Diese Anbieter liegen alle an integrierten Standorten.

In der zu Gschwend südlich liegenden Gemeinde **Spraitbach** befinden sich die Anbieter Rewe und Netto und somit ein Lebensmittelvollsortimenter (> 800 m² VK) und ein Lebensmitteldiscounter (ca. 800 m² VK). Beide Anbieter sind als moderne, wettbewerbsfähige Anbieter einzustufen.

In weiteren umliegenden Gemeinden befinden sich zum Teil vereinzelte Anbieter aus dem Discount-Bereich. So z. B. in Fichtenberg Norma oder in Sulzbach-Laufen Netto.

Die Stadt **Welzheim** liegt zwar bereits in gewisser Entfernung, weist jedoch mit Edeka, Aldi, Lidl und Norma ein ausdifferenziertes Angebot im Lebensmittelsegment auf. Darüber hinaus bestehen sowohl mit Welzheim als auch mit den weiter nördlich, westlich und südlich liegenden Städten (Schwäbisch Hall, Schwäbisch Gmünd und Backnang) aufgrund von Pendlerströmen mögliche Einkaufsverflechtungen.

Insgesamt ist somit festzuhalten, dass die Kommunen im Umland von Gschwend meist über eigene ausreichende Nahversorgungsstrukturen verfügen oder zumindest näher an attraktiveren Einkaufsstandorten (wie z.B. Gaildorf oder Welzheim) liegen. Demnach kann hier von keinen hohen Kundenzuflüssen aus den Nachbargemeinden von Gschwend ausgegangen werden.

2. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den geplanten Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung der Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale sowie der Vorhabenumsätze bzw. der Umsatzherkünfte.

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 Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

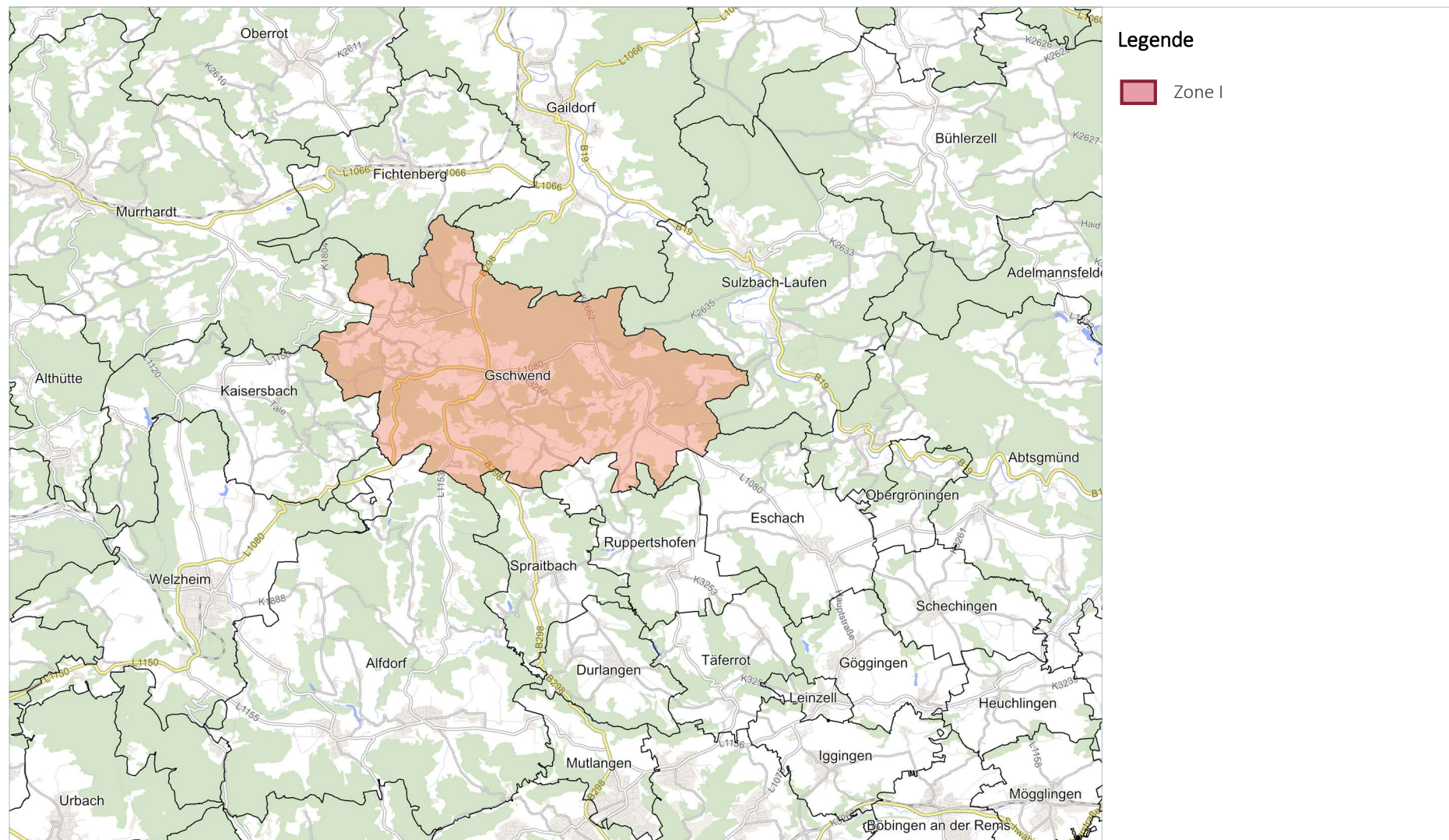
- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen

- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in der Standortgemeinde und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel II.)
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Gschwend und der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für einen Lebensmittelmarkt am Standort „Badeseestraße“ ein Einzugsgebiet abgrenzen, das sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Gschwend mit insgesamt **4.900 Einwohnern** beschränkt.

Die Marktreichweite eines neuen Lebensmittelmarktes wird neben den topografischen und landschaftsstrukturellen Bedingungen in der Region in erster Linie durch die Wettbewerbssituation in den umliegenden Kommunen begrenzt. Allerdings liegt Gschwend sowie der Lebensmitteldiscounter an der Bundesstraße, so dass davon auszugehen ist, dass sich die Pkw-Ströme und Verflechtungen positiv auf die Umsatzerwartung des Vorhabens auswirken. Allerdings befinden sich in den nördlich, südlich und westlich angrenzenden Städten und Gemeinden (Gaildorf, Spraitbach, Welzheim) jeweils zahlreiche Wettbewerbsbetriebe.

Karte 4: Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in Gschwend



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

3. 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. € 6.760.¹⁴

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Gschwend, dessen Sortimentsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.826 €.¹⁵

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁶ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Gschwend bei 97,5 und damit auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf **ca. 13,5 Mio. €**. Zusätzlich werden bei Discounter Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen bei Discountern meist bei bis zu 20 %. Dabei handelt es sich ganz überwiegend um andere nahversorgungsrelevante Sortimente wie z. B. Drogeriewaren, Tiernahrung.

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁶ Quelle: MB Research, 2022. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Umsatzprognose und Auswirkungen

1. Umsatzprognose

Die potenzielle Umsatzleistung des neu geplanten Lebensmitteldiscounters wird anhand von durchschnittlichen Flächenleistungen berechnet. Diese variieren bei den Discount-Anbietern stark. Als durchschnittliche Flächenleistung eines neuen Lebensmitteldiscounters in Gschwend wird – auch unter Berücksichtigung der Lage der Gemeinde sowie der Wettbewerbssituation – ein Wert von rd. 4.500 €/m² VK angenommen.

Somit lässt sich für den neuen Lebensmitteldiscounter mit 800 m² Verkaufsfläche eine Gesamtumsatzleistung von rd. 3,6 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich, ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich¹⁷ (Nonfood, v. a. Drogeriewaren usw.).

Vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation in Gschwend und im Umland sowie der bereits abgeschöpften Kaufkraft in Gschwend (vgl. Kap. III., 3.) sind höhere Umsatzleistungen unrealistisch.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbsschwächen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des 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.

2.2 Umsatzumverteilungen

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

¹⁷ Bei einem Randsortimentsanteil von ca. 15 %.

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen

Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Gschwend	2,7
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in den Nachbargemeinden	0,4
	▪ Umsatz neuer Markt im Lebensmittelbereich	3,1
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,5
	▪ Umsatz neuer Markt im Nichtlebensmittelbereich	0,5
	▪ Umsatz insgesamt	3,6

GMA-Zusammenstellung 2022

Im Einzelnen ergeben sich folgende Umverteilungsquoten:

/// Gschwend:	26 %	/// Gaildorf:	< 2 %
/// Welzheim:	< 2 %	/// Spraitbach	< 2 %

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen sind folgende versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- /// Wie bereits im Zusammenhang mit der Bewertung der Versorgungsstrukturen in Gschwend (Kap. III.1.2) dargestellt, zeigt sich jetzt bei den Auswirkungen deutlich, dass die Ansiedlung eines dritten Lebensmitteldiscounters in Gschwend aufgrund der bereits abgeschöpften Kaufkraft durch die drei vorhandenen Lebensmittelmärkte Auswirkungen auf die Nahversorger in Gschwend haben wird. Durch die Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters werden in Gschwend Umsatzumverteilungen i. H. v. **2,7 Mio. €** bzw. Umsatzumverteilungseffekte i. H. v. **rd. 26 %** wirksam.
- /// Vorerst ist darauf hinzuweisen, dass durch die Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters in Gschwend nicht davon auszugehen ist, dass viel mehr Kaufkraft in der Gemeinde selbst gebunden werden kann. Auch wenn der neue Discounter mit 800 m² VK moderner und attraktiver als der Penny-Markt sein wird und in direkter räumlicher Verbindung mit einem weiteren modernen Discounter (Netto neu mit 1.100 m² VK) stehen wird, sind dennoch alle drei demselben Betriebstyp (Discounter) zuzuschreiben und sprechen dieselbe Zielgruppe an. Die Ansiedlung eines dritten Discounters mit 200 m² Verkaufsfläche mehr als Penny lässt somit auf keine immens höhere Kaufkraftbindung aus Gschwend schließen.
- /// Ein erhöhter Kaufkraftzufluss durch Pendler- oder Zufallskunden von außerhalb durch die Ansiedlung eines weiteren Discounters ist aufgrund der Lage von Gschwend an der B 298 in gewissem Umfang zu erwarten. Die Umsatzumverteilungseffekte auf Städte und Gemeinde im Umland sind mit 0,4 Mio. € dagegen relativ gering und verteilen sich auf diverse Anbieter in diversen Orten. Nachweisliche Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Umland oder Zentrale Versorgungsbereiche in Nachbargemeinden können somit ausgeschlossen werden.

- Aufgrund dieser vorliegenden Tatsachen kann sich der umzuverteilende Umsatz demnach überwiegend nur in Gschwend selbst umverteilen. Daraus resultiert dann die Umverteilungsquote von rd. 26 %. Diese betrifft natürlich nicht alle Anbieter in gleichem Maße. Der nah und gut-markt, welcher zwar klein und nicht ganz zeitgemäß ist, bietet als einziger Anbieter in Gschwend ein Vollsortiment an und spricht eine andere Kundengruppe als die Discounter an. Demnach ist für den nah und gut nicht von einer kausalen Gefährdung durch die Ansiedlung eines weiteren Discounters auszugehen. Vielmehr besteht hier die Gefahr einer Schließung aufgrund fehlender Entwicklungsmöglichkeiten vor Ort.

Der Netto-Markt wird an seinem neuen Standort mit einer größeren Verkaufsfläche modern und attraktiv aufgestellt sein. Auch er wird durch eine Neuansiedlung eines weiteren Discounters Umsatzeinbußen haben, wird jedoch deshalb nicht schließen müssen.

Der kleinflächige Penny-Markt in Gschwend ist nach Ansiedlung eines weiteren Discounters dann der am schlechtesten aufgestellte direkte Wettbewerber. Eine Betriebsgefährdung dieses Marktes ist demnach nicht auszuschließen. Gleichzeitig ist hier anzumerken, dass der weitere Bestand eines Marktes oft auch an betreiberseitige Rahmenbedingungen wie Laufzeit / sonstige Vereinbarungen des Mietvertrags oder die Logistik / Transportwegeführung des Unternehmens geknüpft ist. Dies sind jedoch Bedingungen, welche in dem vorliegenden Gutachten nicht betrachtet werden können, da es sich dabei um betriebsinterne Bedingungen handelt.

- Im **Nicht-Lebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 0,5 Mio. € vor allem gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern wirksam werden. Diese sind jedoch bei der Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlicher Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind nicht zu erwarten.

2.3 Bewertung der Umsatzumverteilungen

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in Gschwend rein rechnerisch keine Kaufkraftkapazität für einen dritten Discounter vorhanden ist. Die Ansiedlung eines neuen Discounters könnte eine Betriebsgefährdung des Penny-Marktes bedeuten. Dabei können jedoch in diesem Gutachten keine betreiberseitigen Rahmenbedingungen (Mietvertrag, Logistik) berücksichtigt werden, welche ebenfalls ausschlaggebend für den Bestand eines Marktes sind.

Prinzipiell ergeben sich jedoch durch die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte keine städtebaulich relevanten Auswirkungen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung in Gschwend oder im Umland können ausgeschlossen werden. Die Nahversorgung in Gschwend ist sowohl mit drei als auch mit zwei Discountern perspektivisch gesichert.

V. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit 800 m² Standort „Badeseestraße“						
Standortrahmenbedingungen Gschwend	Makrostandort: Gschwend, ca. 4.900 Einwohner Einzelhandelsstrukturen: Ortskern mit punktuell vorhandenem kleinteiligen Handel (2 x Bäckerei, Metzgerei) und ergänzenden Dienstleistungsbetrieben, ein nah und gut-Markt in Wohngebietslage und zwei Discounters an der Bundesstraße B 298						
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	Das Einzugsgebiet umfasst nur Gschwend Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 4.900 Personen Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 13,5 Mio. €						
Umsatzerwartung	Gesamtumsatzleistung Lebensmitteldiscounter bei ca. 800 m² VK: ca. 3,6 Mio. €, davon ca. 3,1 Mio. € Food und ca. 0,5 Mio. € Nonfood						
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table> <tr> <th></th><th>in %</th></tr> <tr> <td>Gschwend</td><td>26 %</td></tr> <tr> <td>Nachbargemeinden</td><td>< 2 %</td></tr> </table>		in %	Gschwend	26 %	Nachbargemeinden	< 2 %
	in %						
Gschwend	26 %						
Nachbargemeinden	< 2 %						
Auswirkungen	Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in Gschwend rein rechnerisch keine Kaufkraftkapazität für einen dritten Discounter vorhanden ist. Die Ansiedlung eines neuen Discounters könnte eine Betriebsgefährdung des Penny-Marktes bedeuten. Dabei können jedoch in diesem Gutachten keine betreiberseitigen Rahmenbedingungen (Mietvertrag, Logistik) berücksichtigt werden, welche ebenfalls ausschlaggebend für den Bestand eines Marktes sind. Prinzipiell ergeben sich jedoch durch die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte keine städtebaulich relevanten Auswirkungen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung in Gschwend oder im Umland können ausgeschlossen werden. Die Nahversorgung in Gschwend ist sowohl mit drei als auch mit zwei Discountern perspektivisch gesichert.						

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage von Gschwend und zentralörtliche Struktur in der Region	8
Karte 2:	Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen	11
Karte 3:	Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum	14
Karte 4:	Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in Gschwend	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	6
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung 2012 bis 2022 im regionalen Vergleich	7
Tabelle 3:	Prognose der Umsatzumverteilungen	21