



München **Stuttgart** Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

Gemeinde Gschwend

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart
T 0711-64 864 61
F 0711-64 864 69
cima.stuttgart@cima.de
www.cima.de

Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung
für einen Lebensmittelmarkt in der Ge-
meinde Gschwend

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

Ihre Ansprechpartner:
Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektbearbeitung:
Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

Stuttgart, Februar 2018

© 2018 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung.....	4
2 Entwicklungstendenzen und Trends in der Handelslandschaft in Deutschland.....	5
2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel	5
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.3 Sortimentsstruktur nach Betriebstypen	7
3 Standortdaten	9
3.1 Makrostandort Gschwend	9
3.2 Einzelhandelskennziffern	10
3.3 Daten zum Mikrostandort	11
4 Nachfragesituation im Einzugsgebiet.....	14
4.1 Einzugsgebiet	14
4.2 Kaufkraftpotential.....	16
5 Daten zur projektspezifischen Angebotssituation	17
5.1 Gemeinde Gschwend.....	17
5.2 Umliegende Kommunen	19
6 Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Lebensmittelmarktes ..	20
6.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen	20
6.2 Umsatzerwartung und Kaufkraftabschöpfung	20
6.3 Konzentrationsgebot	22
6.4 Kongruenzgebot.....	23
6.5 Beeinträchtigungsverbot/ Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche	24
6.6 Städtebauliches Integrationsgebot	27
7 Zusammenfassende Bewertung.....	28

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Im Februar 2016 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, in Abstimmung mit dem Regionalverband Ostwürttemberg von der Kutter GmbH & Co.KG, Memmingen, mit einer Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung für einen geplanten Lebensmittelmarkt (Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt) inkl. Backshop an der Gaildorfer Straße in der Gemeinde Gschwend beauftragt.

Nach Angaben des Auftraggebers ist für den Planstandort die Verlagerung einer der bestehenden Lebensmittelmärkte (Fa. Penny bzw. Fa. Netto) innerhalb der Gemeinde Gschwend vorgesehen. Zum derzeitigen Planungsstand sind zwei Varianten des Planvorhabens denkbar, wobei sich die Verkaufsfläche für den Lebensmittelmarkt in Variante A auf ca. 1.050 qm VK zzgl. ca. 45 qm VK für den Backshop bzw. in Variante B auf ca. 990 qm VK für den Lebensmittelmarkt zzgl. ca. 100 qm VK für den Backshop beläuft.

Bei dem Vorhaben handelt es sich unabhängig von den verschiedenen Planvarianten um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Die Grenze zum großflächigen Einzelhandel liegt nach aktueller Rechtsprechung bei 800 qm VK.

Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens ist damit auf der Grundlage der im § 11 Abs. 3 BauNVO, im Regionalplan Ostwürttemberg und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg formulierten Prüfkriterien der Nachweis zu erbringen, dass mit dem vorgesehenen Lebensmittelmarkt keine negativen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in der Gemeinde Gschwend selbst sowie für die Nachbarkommunen zu erwarten sind.

Neben der Aufbereitung der handelsrelevanten Grundlagendaten erfolgte im März 2016 eine Standortbegehung und eine Erhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Gschwend sowie eine Aufnahme der wesentlichen Einzelhandelsstandorte in den umliegenden Kommunen durch CIMA-Mitarbeiter.

Die Ergebnisse der Untersuchung wurden bei einem gemeinsamen Erörterungstermin mit dem Regionalverband Ostwürttemberg beim Regierungspräsidium Stuttgart am 25.01.2018 nochmals vorgestellt und auf die spezielle Situation in der Gemeinde Gschwend abgestimmt.

2 Entwicklungstendenzen und Trends in der Handelslandschaft in Deutschland

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt eine Darstellung der grundlegenden Entwicklungstendenzen für die wesentlichen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel. Ferner wird kurz auf die unterschiedliche Sortimentspolitik der verschiedenen Betriebstypen eingegangen.

Die nachfolgenden Aussagen sind als wertneutral zu verstehen und beinhalten keinerlei Wertung bzgl. der Attraktivität oder Qualität der verschiedenen Betriebstypen bzw. einzelner Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels. Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass die nachfolgenden Definitionen und betriebstypenbezogenen Spezifika unabhängig von den bauplanungsrechtlichen Definitionen zu sortimentsbezogenen Verkaufsflächenfestsetzungen einzuordnen sind.

2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel

Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel¹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II-Artikeln² aufweist. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt beim Betriebstyp „Vollsortimenter“ mittlerweile zwischen 1.200 und 1.500 qm VK.

Ein **großer Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, welches ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

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

Der Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** ist als Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft definiert, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Artikel sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht³. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt bei diesem Betriebstyp derzeit bereits zwischen 800 und 1.000 qm VK.

¹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung

² Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

³ Quelle: Begriffsdefinitionen EHI Handelsdaten.de

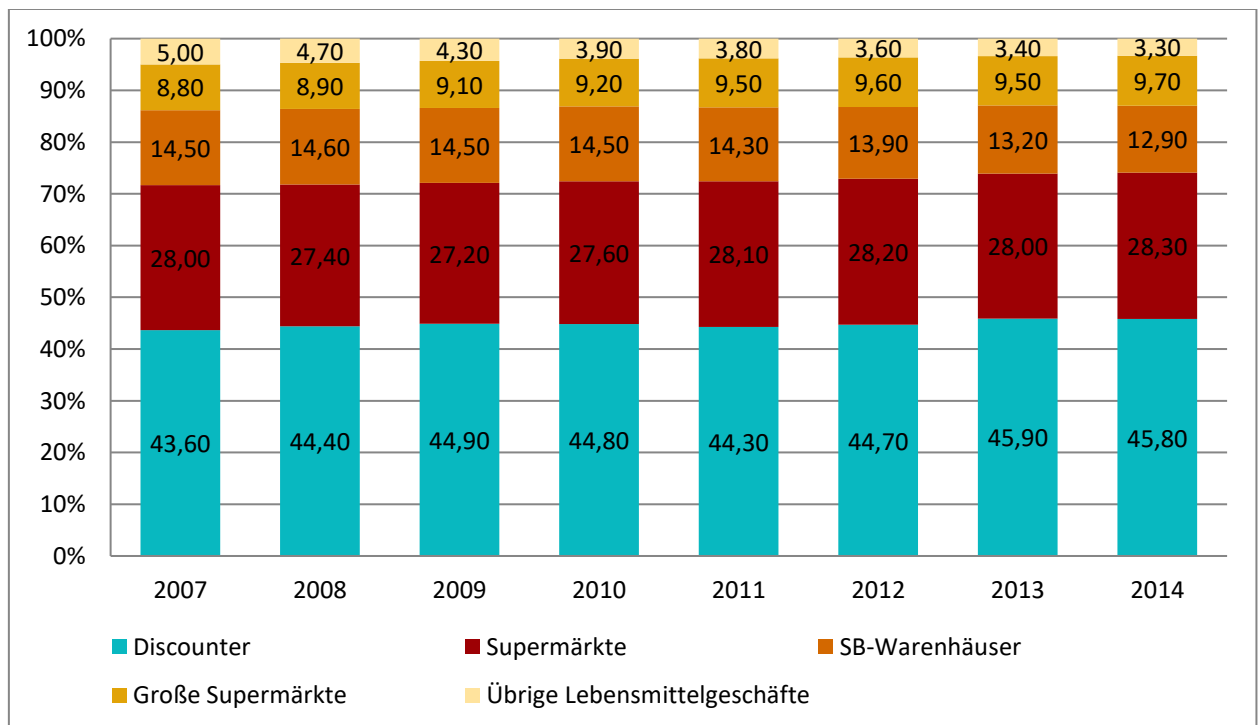
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist bundesweit von ca. 64.000 Betrieben im Jahr 1990 auf ca. 38.500 Betriebe im Jahr 2014 um ca. 40 % gesunken. Von diesem Strukturwandel waren insbesondere kleinere Betriebseinheiten betroffen.

Demgegenüber ist die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel seit 1990 von ca. 18,6 Mio. qm VK auf ca. 35,1 Mio. qm VK im Jahr 2014 um ca. 94 % gewachsen, wobei insbesondere im Lebensmitteldiscountmarkt eine vergleichsweise starke Flächendynamik vorhanden war.

Die Umsatzleistung im Lebensmitteleinzelhandel stieg von ca. 85,3 Mrd. € im Jahr 1990 um ca. 71 % auf ca. 146,2 Mrd. € im Jahr 2014 an. Der Marktanteil des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter am gesamten Lebensmittelumsatz konnte in den Jahren von 2007 bis 2014 von 43,6 % auf 45,8 % gesteigert werden.⁴

Abb. 1 Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2007 bis 2014



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

Die Verteilung der Umsatzanteile ist seit 2007 insgesamt als relativ konstant einzuordnen. Leichte Gewinne verzeichnen neben den Discountern die Supermärkte zu Lasten der SB-Warenhäuser sowie der übrigen Lebensmittelgeschäfte (z.B. „Tante-Emma-Läden“).

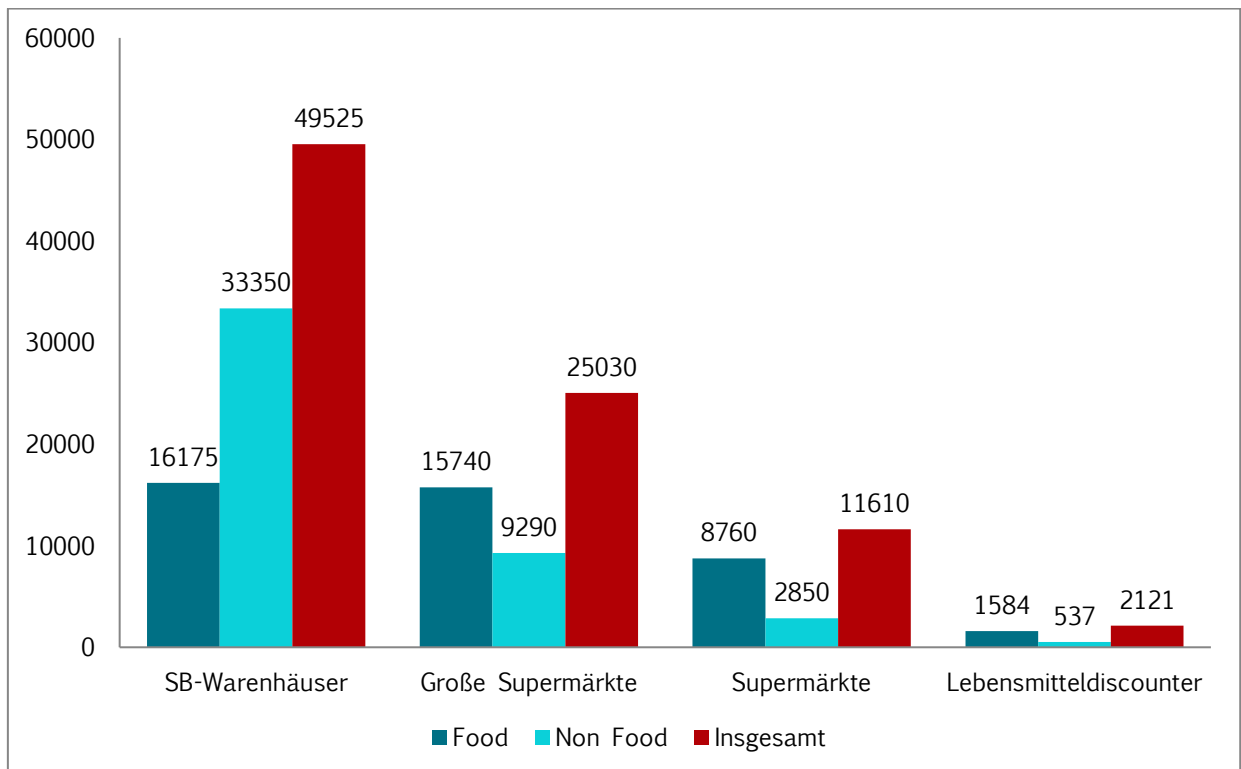
⁴ Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

2.3 Sortimentsstruktur nach Betriebstypen

Nach der Sortimentsbreitenerhebung des EHI Retail Institute, Köln, kann im Durchschnitt beim Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** von einer Artikelzahl zwischen ca. 1.400 bis 3.700 Artikeln ausgegangen werden. Die durchschnittliche Artikelzahl beläuft sich auf 2.121 Artikel bei diesem Betriebstyp, wobei diese zwischen den verschiedenen Betreiberfirmen variiert.

Im Gegensatz hierzu ist bei **Lebensmittelsupermärkten** eine deutlich größere Artikelvielfalt vorhanden (durchschnittliche Artikelzahl von ca. 11.610 Artikeln). Somit ist in einem Lebensmittelsupermarkt eine deutlich größere Sortimentsbreite und -tiefe gegeben.

Abb. 2 Durchschnittliche Anzahl der Artikel in Food und Nonfood im deutschen Lebensmittelhandel nach Betriebsformen



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

Bei Berücksichtigung der aktuellen Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist eine zunehmende „Verwischung“ der Grenzen zwischen den verschiedenen Betriebstypen zu beobachten. So wurde beim Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“ in jüngerer Vergangenheit z.B. das Segment „Obst und Gemüse“ oder auch das Segment „Backwaren“ deutlich ausgeweitet. Umgekehrt wird beim Betriebstyp „Lebensmittelsupermarkt“ mit den sog. „Eigenmarken“ das preisorientierte Marktsegment zunehmend abgedeckt.

Zur Einordnung des geplanten Lebensmitteldiscountmarktes sind in nachfolgender Tabelle wesentliche Strukturdaten der am Markt agierenden Anbieter in diesem Segment dargestellt. Bei den genannten be-

triebswirtschaftlichen Kennziffern handelt es sich um Durchschnittswerte, welche in Abhängigkeit von der regionalen Wettbewerbssituation und den erschließbaren Marktpotentialen für Einzelstandorte deutlich variieren können.

Tab. 1 Lebensmitteldiscounter in Deutschland 2014 im Vergleich

Unternehmen	durchschnittliche Verkaufsfläche pro Filiale in qm	Marktanteil in %	durchschnittlicher Umsatz pro Filiale in Mio. €	durchschnittlicher Umsatz pro qm in €
Aldi Süd ¹	870	21,4	7,72	8.900
Aldi Nord ¹	776	16,2	4,46	5.800
Lidl ¹	880	26,7	5,45	6.200
Norma ¹	649	4,3	2,21	3.400
Penny	627	10,3	3,16	5.000
Netto Marken-Discount ¹	720	17,6	2,83	4.000
Netto (DSK)	705	1,6	3,16	4.500
Sonstige*	---	1,9	---	---
Insgesamt*	---	100,0	---	5.500

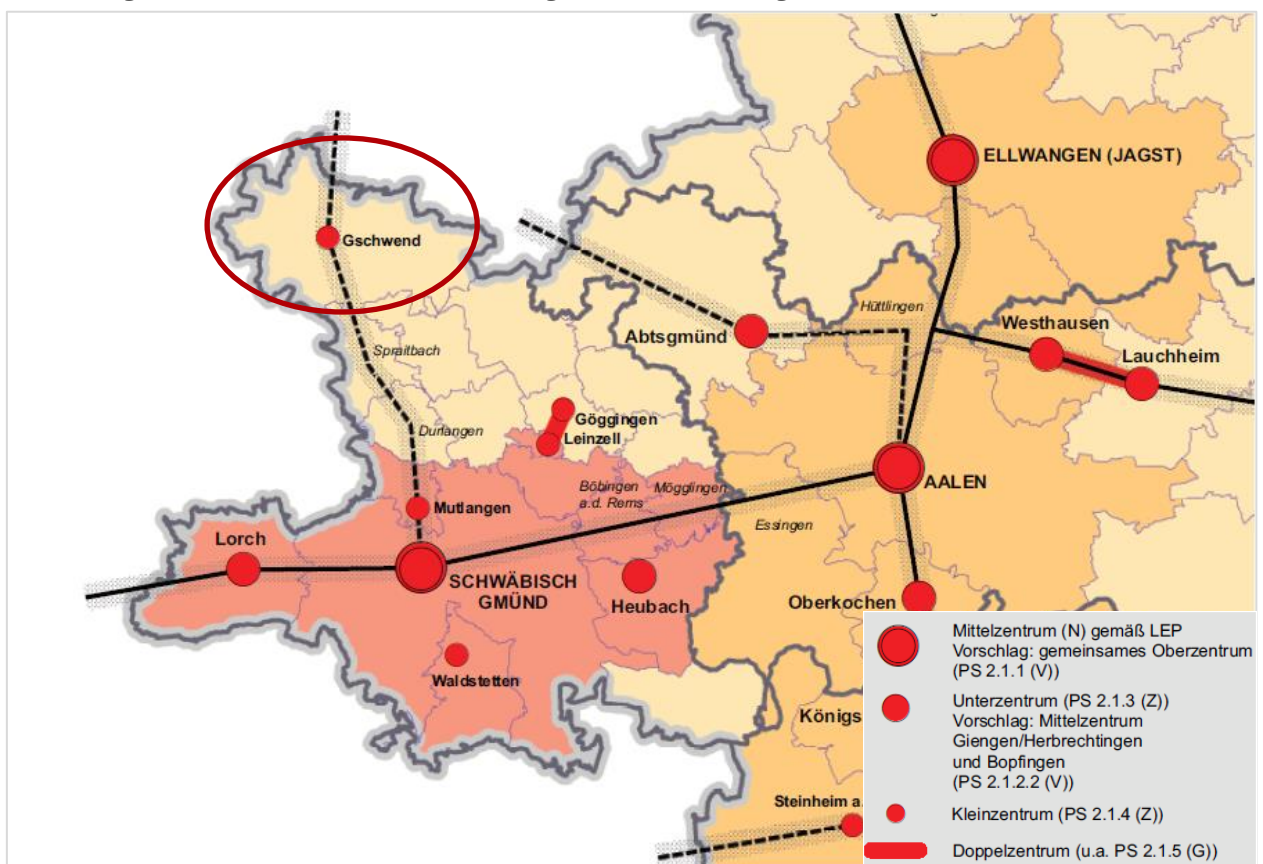
¹Diese Unternehmen veröffentlichen keine Zahlen, alle Angaben sind Schätzwerte. *Zahlen nicht ausgewiesen
Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2015

3 Standortdaten

3.1 Makrostandort Gschwend

Die Gemeinde Gschwend im Ostalbkreis liegt etwa 60 km nordöstlich der Landeshauptstadt Stuttgart im Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald. Im Regionalplan Ostwürttemberg ist die Gemeinde Gschwend als Kleinzentrum ausgewiesen und übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Nahbereich, welcher auf das Gemeindegebiet begrenzt ist.

Abb. 3 Lage der Gemeinde Gschwend in der Region Ostwürttemberg



Quelle: Regionalplan Ostwürttemberg, Strukturkarte; Bearbeitung: CIMA 2016

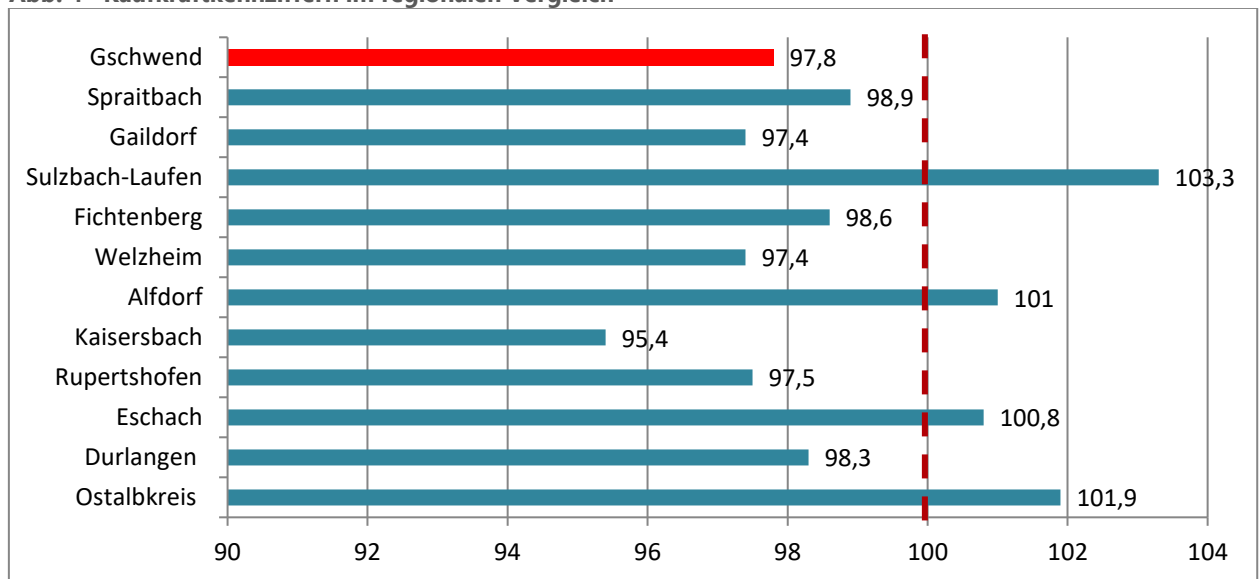
Gegenwärtig beläuft sich die Einwohnerzahl in der Gemeinde Gschwend inkl. Ortsteile auf ca. 4.930 Personen.⁵

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2015

3.2 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 97,8 liegt die Gemeinde Gschwend unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert). Im regionalen Vergleich weisen auch einige der umliegenden Kommunen ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Im Ostalbkreis insgesamt liegt mit 101,9 jedoch ein Wert über dem Bundesdurchschnitt vor.

Abb. 4 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



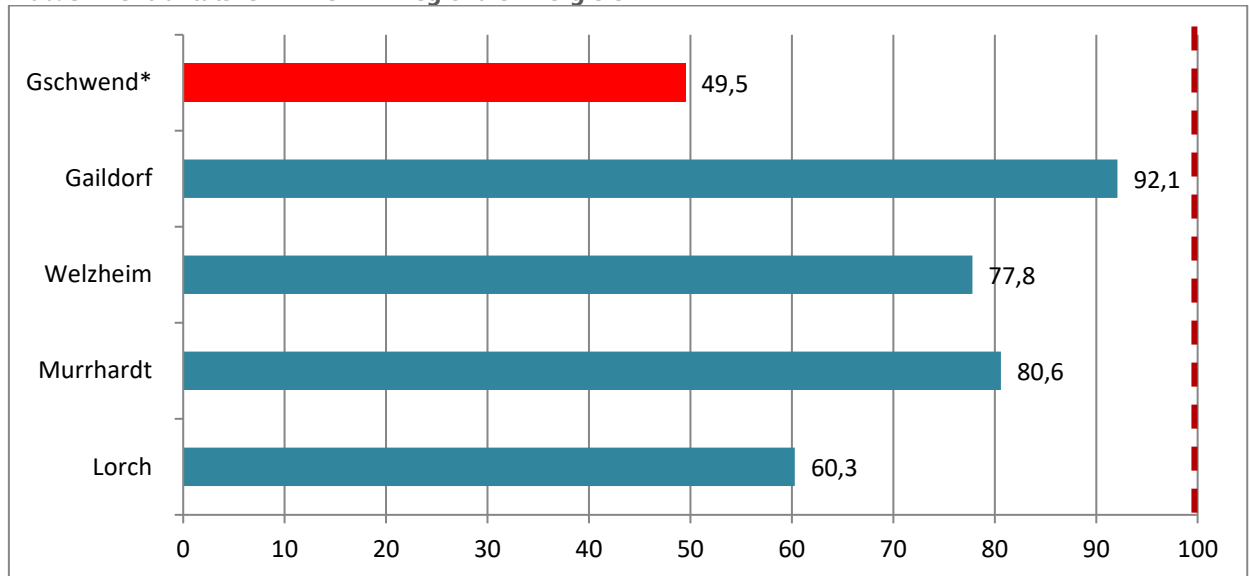
Quelle: BBE/CIMA/MB Research 2015; Bearbeitung: CIMA 2016

Die **Zentralitätskennziffer** (Einzelhandelsumsatz im Verhältnis zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde wird erst für Kommunen ab einer Größenordnung von mehr als 10.000 Einwohnern ausgewiesen. Ein Wert über 100,0 signalisiert per Saldo einen Kaufkraftzufluss von außerhalb des Stadt- bzw. Gemeindegebietes.

Für eine Darstellung der Kaufkraftströme in der Region werden die Zentralitätskennziffern einiger Unterzentren im Umland der Gemeinde Gschwend dargestellt. Die Unterzentren weisen in der Gesamtheit einen Kaufkraftabfluss vor. Bei einer differenzierten Betrachtung zeigt sich, dass die Nachbarstadt Gaildorf mit einer Zentralitätskennziffer von 92,1 % eine vergleichsweise hohe Kaufkraftbindung aufweist, während in den Städten Murrhardt, Lorch und Welzheim ein bedeutender Kaufkraftabfluss vorliegt.

In der Gemeinde Gschwend liegt ebenfalls ein hoher Kaufkraftabfluss vor. Nach Berechnungen der CIMA fließt etwa die Hälfte des vorhandenen Kaufkraftpotentials aus der Gemeinde ab.

Abb. 5 Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE/CIMA/MB Research 2015; Bearbeitung: CIMA 2016; *Hochrechnung CIMA anhand Einzelhandelserhebung März 2016

3.3 Daten zum Mikrostandort

Der Planstandort ist am nördlichen Ortseingang der Gemeinde Gschwend am Kreisverkehr an der Gaildorfer Straße (B 298) verortet. Derzeit wird die unbebaute Fläche landwirtschaftlich genutzt.

Die Einsehbarkeit sowie die Erreichbarkeit des Projektstandortes sind durch die Lage an der B 298, welche eine der Hauptverkehrsachsen in der Gemeinde Gschwend darstellt, als sehr gut zu bewerten. Eine Anbindung an den ÖPNV ist im erweiterten Standortumfeld durch eine Bushaltestelle gegeben. Der Planstandort ist etwa 300m vom Ortskern entfernt und liegt somit in fußläufiger Entfernung zum Ortskern.⁶

Das nähere Standortumfeld ist durch die bestehenden Lebensmittelmärkte der Fa. Netto sowie der Fa. Penny geprägt. Des Weiteren ist nördlich des Planstandortes ein Getränkemarkt verortet, so dass der Standortbereich in der Gesamtheit bereits jetzt den Nahversorgungsschwerpunkt in der Gemeinde Gschwend darstellt.

Unter Berücksichtigung der im Osten an den Planstandort angrenzenden Wohnbebauung sowie der 125 neuen Bauplätze, welche im Umfeld des Planstandortes im Baugebiet Badstraße/Seestraße realisiert werden, kann der Planstandort als städtebaulich integriert bewertet werden.

⁶ Fußläufigkeit wird in der Fachliteratur in der Regel durch einen 500m Radius festgelegt

Abb. 6 Planstandort „Gaildorfer Straße“ sowie Standortumfeld



Fotos: CIMA, März 2016

Abb. 7 Planstandort „Gaildorfer Straße“ in der Gemeinde Gschwend (schematische Darstellung)



Quelle: Google Earth Pro, Bearbeitung: CIMA 2016; *Abgrenzung Ortskern nach Einschätzung CIMA unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotssituation und der städtebaulichen Gegebenheiten in der Gemeinde Gschwend

4 Nachfragesituation im Einzugsgebiet

Zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des geplanten Lebensmittelmarktes werden die wesentlichen Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation in der Gemeinde Gschwend dargestellt.

4.1 Einzugsgebiet

Der Schwerpunkt der Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten liegt bei der vorgesehenen Verkaufsflächengröße auf dem Bereich Food und damit auf der Grundversorgung. Die Absatzreichweite ist daher für das Vorhaben deutlich niedriger anzusetzen als bei den Betrieben zur mittel- bis langfristigen Bedarfsdeckung (z.B. Bekleidung, Elektrowaren, Möbel) und bei den großflächigen Vertriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser mit ausgeprägtem Non-Food-Angebot).

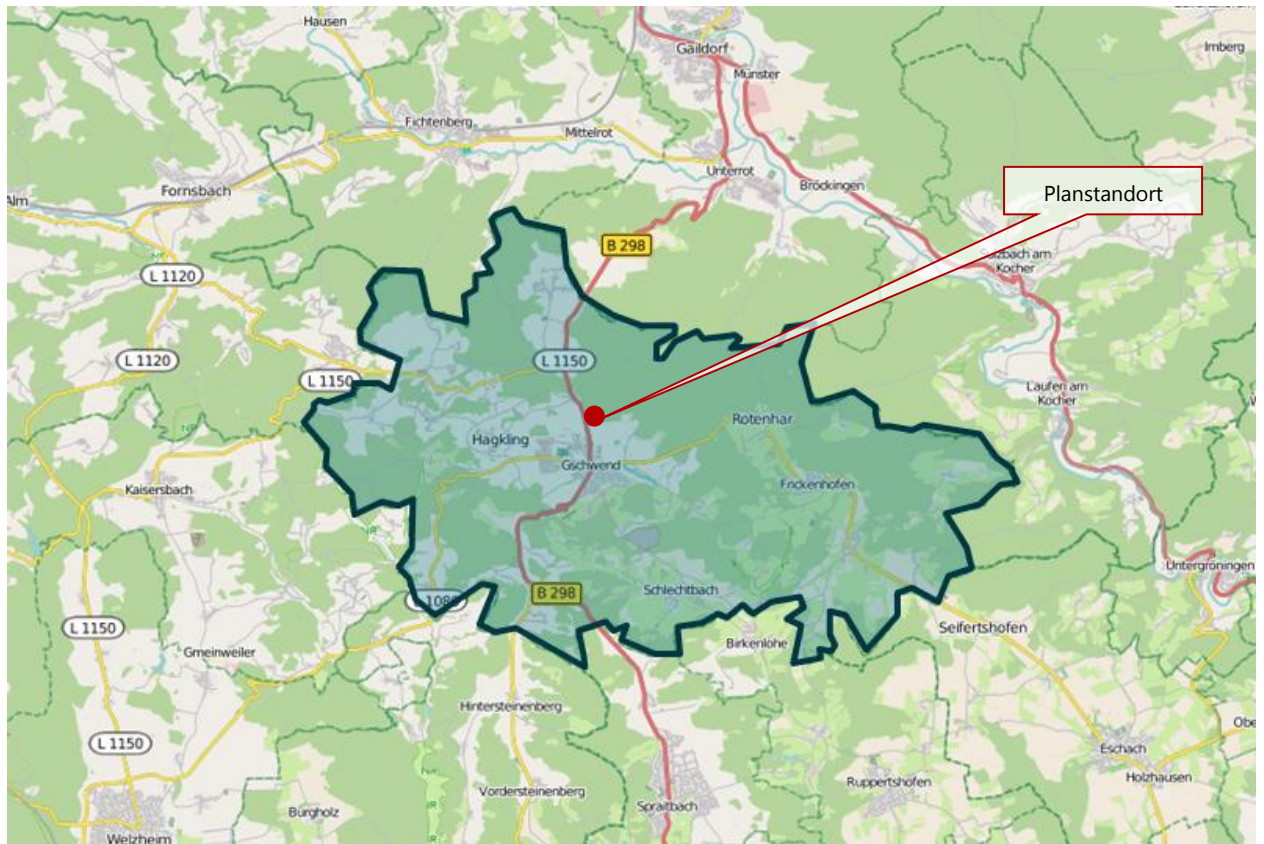
Im Regionalplan Ostwürttemberg ist die Gemeinde Gschwend als Kleinzentrum ausgewiesen und übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Verflechtungsbereich, welcher auf das Gebiet der Gemeinde Gschwend begrenzt ist.

Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes ist bei der bestehenden Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel sowie der z.T. schwierigen topographischen Gegebenheiten in der Region auf die Gemeinde Gschwend mit ca. 4.900 Einwohnern (inkl. Ortsteile) begrenzt.

In einem gewissen Umfang sind Einkaufsverflechtungen mit den angrenzenden Kommunen wie z.B. Spraitbach oder Sulzbach-Laufen vorhanden, welche jedoch den Umfang von sogenannten „Streuumsätzen“ nicht übersteigen.

Da eine Standortverlagerung durch einen der bereits bestehenden Lebensmittelmärkte vorgesehen ist, ist nicht von einer Vergrößerung des Einzugsgebietes bzw. einer Veränderung der Kaufkraftströme im Raum Gschwend auszugehen.

Abb. 8 Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes in der Gemeinde Gschwend



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: CIMA 2016

4.2 Kaufkraftpotential

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.668,- € für das Jahr 2015 angesetzt werden⁷. Hiervon entfallen

- ca. 2.056,- € auf den Lebensmittelbereich
- ca. 3.612,- € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Für das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes (Gemeinde Gschwend) kann unter Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus von einem Kaufkraftpotential von ca. 27,3 Mio. € für den Einzelhandel insgesamt ausgegangen werden. Hiervon entfallen auf den

▪ Bereich Food	ca. 9,9 Mio. €
▪ Bereich Nonfood	ca. 17,4 Mio. €
▪ Einzelhandel insgesamt	ca. 27,3 Mio. €⁸

Durch die 125 ausgewiesenen Bauplätze im Standortumfeld sowie durch 20 weitere ausgewiesene Bauplätze im übrigen Gemeindegebiet ist zudem künftig von einem erhöhten Kaufkraftpotential für die Gemeinde Gschwend auszugehen. Da es sich dabei vorrangig um Neubürger in der Gemeinde handeln wird, ist unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Haushaltsgröße in Baden-Württemberg, der Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben und des lokalen Kaufkraftniveaus von einer Steigerung des Kaufkraftpotentials in einer Größenordnung von 400.000,- € bis 500.000,- € für den Bereich Food als realistisch anzunehmen.

⁷ Quelle: BBE!CIMA!MB Research, 2015

⁸ CIMA-Berechnungen

5 Daten zur projektspezifischen Angebotssituation

5.1 Gemeinde Gschwend

In der Gemeinde Gschwend sind insgesamt 10 Betriebe dem Lebensmitteleinzelhandel inkl. Lebensmittelhandwerk mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.580 qm zuzuordnen. Die Umsatzleistung beläuft sich auch ca. 9,3 Mio. € (um Nonfood-Umsatz der größeren Lebensmittelmärkte bereinigt).

Nach Standortlagen entfallen

- auf den Ortskern ca. 620 qm VK und ca. 2,3 Mio. € Umsatz,
- auf die sonstigen Lagen ca. 1.960 qm VK und ca. 7,0 Mio. € Umsatz.

Der Schwerpunkt sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch des Umsatzes liegt in der Gemeinde Gschwend außerhalb des Ortskerns

Als prägende Anbieter im **Lebensmitteleinzelhandel** sind die Lebensmittelmärkte der Fa. Penny und der Fa. Netto (inkl. Backshop) am nördlichen Ortseingang sowie der Standort der Fa. nah und gut im Randbereich des Ortskerns zu nennen.

Der Lebensmittelmarkt der Fa. nah und gut weist insgesamt einen „in die Jahre gekommenen“ Gesamteindruck auf. Die Lebensmitteldiscountmärkte der Fa. Penny mit ca. 600 qm VK sowie der Fa. Netto mit ca. 700 qm VK weisen vergleichsweise geringe Verkaufsflächengrößen für den Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt auf. Neuansiedlungen dieses Betriebstyps weisen in der Regel eine Verkaufsfläche von ca. 800 bis 1.200 qm auf, um den gestiegenen Anforderungen an den modernen Lebensmitteleinzelhandel gerecht zu werden.

Im Ortskern beschränkt sich das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel neben dem Markt der Fa. nah und gut auf Anbieter des Lebensmittelhandwerks (2 Bäckereien, eine Metzgerei).

Im übrigen Gemeindegebiet sind noch zwei Getränkemärkte sowie ein Tankstellenshop als weitere Anbieter aus dem Lebensmittelsegment zu nennen.

Die projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Gschwend sind in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst.

Tab. 2 Einzelhandelsangebot im Lebensmittelsegment in der Gemeinde Gschwend

Firma	Straße	Gesamt-VK	Lage	Bemerkungen
Netto	Hagstraße	ca. 700 qm	sonstige Lage	verlagert ggf. an den Planstandort
Penny	Hagstraße	ca. 600 qm	sonstige Lage	verlagert ggf. an den Planstandort
nah und gut	Steingasse	ca. 500qm	Ortskern	modernisierungsbedürftig, schlechte Erreichbarkeit für PKW-Kunden
Gefako Getränkemarkt	Hagstraße	ca. 380 qm	sonstige Lage	--
Ehmann Getränkemarkt	Gaildorfer Straße	ca. 200 qm	sonstige Lage	--
Bäckerei Ecker	Hagstraße	ca. 30 qm	sonstige Lage	Vorkassenzone Fa. Netto
Bäckerei Cafe Weller	Marktplatz	ca. 30 qm	Ortskern	inkl. Steh Café
Bäckerei Widmann	Gmünder Straße	ca. 40 qm	Ortskern	inkl. Steh Café
Metzgerei Wieland	Gmünder Straße	ca. 50 qm	Ortskern	inkl. heißer Theke
Shell Tankstellenshop	Gmünder Straße	ca. 50 qm	sonstige Lage	--

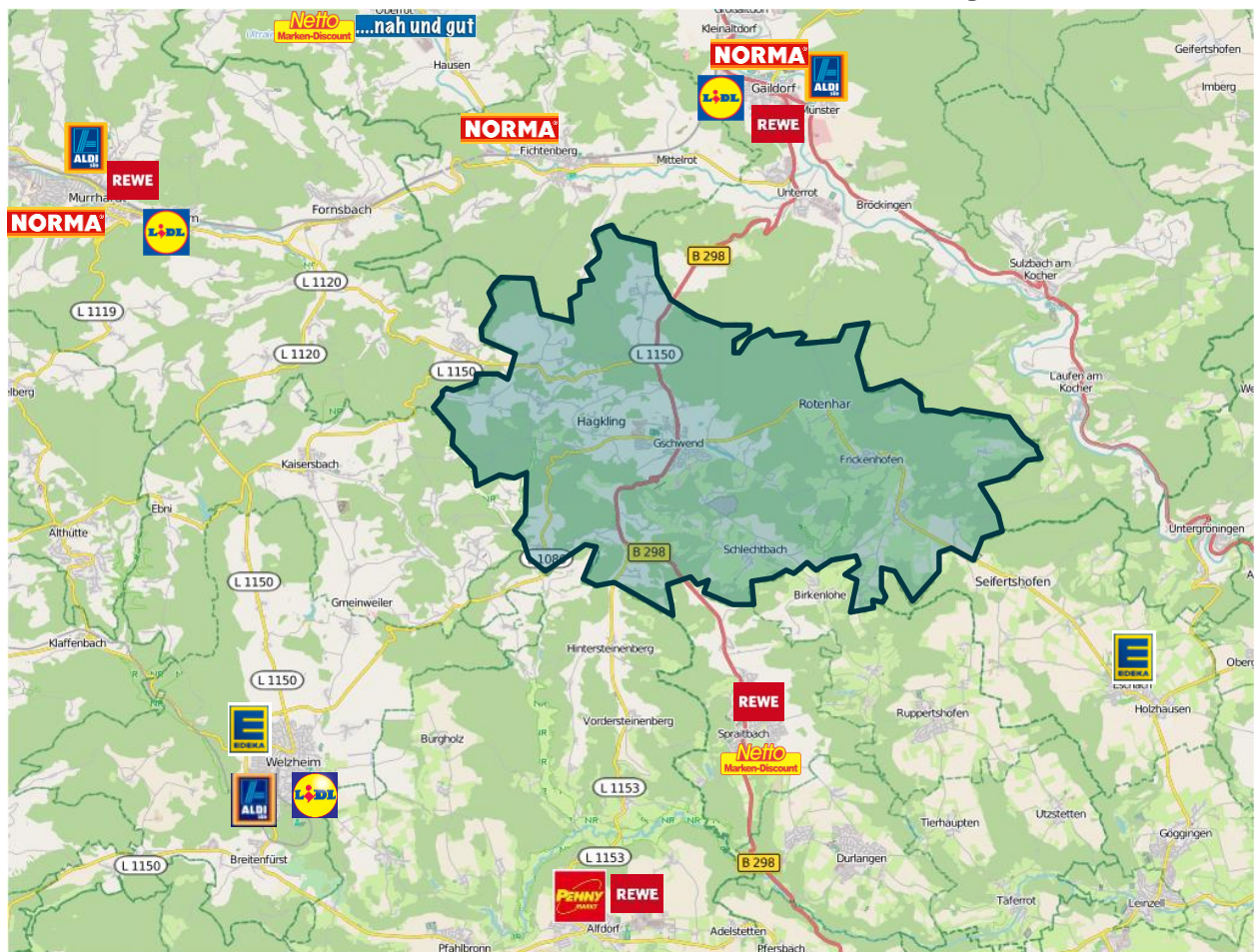
Quelle: CIMA-Erhebung, März 2016

5.2 Umliegende Kommunen

In der südlich angrenzenden Gemeinde Spraitbach wird das Angebot im Lebensmittelsegment durch einen Lebensmittelmarkt der Fa. Rewe geprägt. Weiterhin sind ein Getränkemarkt sowie Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk in der Gemeinde verortet.

Weiterhin ist auf die ausgeprägte Angebotssituation in den zentralen Orten (u.a. Gaildorf, Welzheim, Murrhardt) im Umland hinzuweisen, welche das Marktgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes in der Gemeinde Gschwend begrenzt.

Abb. 9 Größere Lebensmittelanbieter im Umland (Auswahl, schematische Darstellung)



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),

CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: CIMA 2016

*Eröffnung eines weiteren Lebensmittelmarktes (Fa. Netto) in der Gemeinde Spraitbach erfolgte im November 2017

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation im Umland sind nennenswerte Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes an den Planstandort an der Gaildorfer Straße in der Gemeinde Gschwend nicht anzunehmen.

6 Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Lebensmittelmarktes

Nach Angaben des Auftraggebers ist für den Planstandort die Verlagerung einer der bestehenden Lebensmittelmärkte (Fa. Penny bzw. Fa. Netto) innerhalb der Gemeinde Gschwend vorgesehen. Zum derzeitigen Planungsstand sind zwei Varianten des Planvorhabens denkbar, wobei sich die Verkaufsfläche für den Lebensmittelmarkt in Variante A auf ca. 1.050 qm VK zzgl. ca. 45 qm VK für den Backshop bzw. in Variante B auf ca. 990 qm VK für den Lebensmittelmarkt zzgl. ca. 100 qm VK für den Backshop beläuft.

Die Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des Lebensmittelmarktes erfolgt für die Variante A, welche in Relation zu Variante B eine um ca. 60 qm größere Verkaufsfläche für den Lebensmittelmarkt vorsieht. Somit wird mit diesem Ansatz bereits ein „Worst-Case-Szenario“ berücksichtigt.

6.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen

Für den geplanten Lebensmittelmarkt an der Gaildorfer Straße ist eine Verkaufsfläche von ca. 1.050 qm VK zzgl. Backshop mit ca. 45 qm VK vorgesehen. Damit wird die Grenze zum großflächigen Einzelhandel, welche nach aktueller Rechtsprechung bei 800 qm VK liegt, überschritten.

In § 11 Abs. 3 BauNVO, im LEP Baden-Württemberg, im Regionalplan Ostwürttemberg sowie im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg werden folgende Prüfkriterien zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit für großflächige Einzelhandelsbetriebe genannt:

- die Ausrichtung von Umfang und Zweckbestimmung des Vorhabens nach der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe, bezogen auf den regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich (**Konzentrations- sowie Kongruenzgebot**)
- die Vermeidung von Beeinträchtigungen des städtebaulichen Gefüges und der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich (**Beeinträchtungsverbot**)
- die städtebaulich integrierte Lage des Standortes (**Städtebauliches Integrationsgebot**)

6.2 Umsatzerwartung und Kaufkraftabschöpfung

Unabhängig davon, dass voraussichtlich einer der bereits bestehenden Lebensmitteldiscountmärkte der Fa. Penny bzw. der Fa. Netto an den Planstandort verlagert, wird zunächst von einer Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes ausgegangen.

Unter Berücksichtigung der potentiellen Betreiberfirmen kann für den geplanten Lebensmittelmarkt eine Flächenleistung (Umsatz pro qm VK) von 4.000,- €/qm VK angesetzt werden. Dieser Wert kann bei Berück-

sichtigung des leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus im Raum Gschwend, des begrenzten Einzugsgebietes und der bestehenden Wettbewerbssituation in den Umlandkommunen als realistischer Wert, bezogen auf die Situation im Raum Gschwend, angesetzt werden.

Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.050 qm kann damit ein rechnerischer Planumsatz von ca. 4,2 Mio. € angesetzt werden, hiervon entfallen ca. 3,8 Mio. € bzw. 90 % des Gesamtumsatzes auf den Food-Bereich. Für den zusätzlich vorgesehenen Backshop kann ein Planumsatz 0,2 bis 0,3 Mio. € angesetzt werden (Mittelwert ca. 0,25 Mio. €).⁹

Für das Gesamtvorhaben (Lebensmittelmarkt zzgl. eigenständiger Backshop) kann damit ein Planumsatz von ca. 4,45 Mio. € angesetzt werden, hiervon entfallen ca. 4,05 Mio. € auf den Food-Bereich. Zum Erreichen des Planumsatzes können nachfolgende Marktaberschöpfungsquoten angesetzt werden:

Tab. 3 Marktanteil des Lebensmittelmarktes inkl. Backshop zur Erreichung der Planumsatzleistung

Daten	Marktzonen		
	Gemeinde Gschwend (Kerneinzugsgebiet)	Umsatz von außerhalb der Gemeinde Gschwend	Plan-Umsatz (Food)
Kaufkraft (Food) in Mio. €	9,90	---	---
Marktanteil bzw. Kaufkraftabschöpfung in %	32-33 %	---	---
Umsatz Food	3,25 Mio. €	0,80 Mio. €	4,05 Mio. €
Umsatz durch Nonfood-Sortimente			0,40 Mio. €
Gesamtumsatz			4,45 Mio. €

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

In der Gemeinde Gschwend ist eine Marktaberschöpfung von ca. 32-33 % erforderlich um die rechnerische Planumsatzleistung zu erreichen. Da in der Gemeinde Gschwend im Food-Segment bereits jetzt eine hohe Einzelhandelszentralität von über 90 % vorliegt, ist darauf hinzuweisen, dass der rechnerische Planumsatz von 4,45 Mio. € (Food) durch einen weiteren Lebensmittelmarkt am Planstandort nicht zu realisieren ist.

Um den rechnerischen Planumsatz zu erreichen, wäre ein erheblicher Kaufkraftzufluss von außerhalb der Gemeinde Gschwend erforderlich, welcher unter Berücksichtigung der Angebotssituation im Umland nicht realisiert werden kann.

Der rechnerische Planumsatz kann somit nur durch eine Verlagerung durch einen der bestehenden Lebensmitteldiscountmärkte an den Planstandort „Gaildorfer Straße“ realisiert werden.

⁹ Entspricht einer Flächenleistung von 6.250 €/qm VK (Mittelwert)

Die mögliche Nachbelegung der frei werdenden Immobilie durch einen „neuen“ Lebensmittelmarkt ist aufgrund des dargelegten Sachverhaltes aus gutachterlicher Sicht als sehr unwahrscheinlich einzustufen.

6.3 Konzentrationsgebot

Nach Plansatz 3.3.7 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg sollen sich *Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterebenen ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

In Ausnahmefällen kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Standortkommune sowie anderer Gemeinden oder deren Ortskerne zu erwarten sind. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst.

Im LEP Baden-Württemberg wird den Umstrukturierungen im Lebensmitteleinzelhandel Rechnung getragen. Wie in der Begründung des Plansatzes 3.3.7 im LEP Baden-Württemberg 2002 ausgeführt wird, übernehmen aufgrund der rückläufigen Zahl kleinerer Lebensmittelgeschäfte, die die Nahversorgungssituation insbesondere in kleineren Gemeinden in der Vergangenheit gesichert haben, zunehmend Lebensmittelmärkte eine Ersatzfunktion, die aufgrund ökonomischer Notwendigkeiten einen erhöhten Flächenbedarf haben. Hier erkennt der LEP das Erfordernis, zur „Sicherung einer verbrauchernahen Grundversorgung vor allem mit Lebensmitteln von der sonst geltenden Bindung an Zentralitätsstufen abzuweichen und ausnahmsweise auch Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion als Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe vorzusehen.“

Folgende Aspekte sind bei der Beurteilung des Konzentrationsgebotes zu berücksichtigen:

- Die Verkaufsflächen der bestehenden Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Gschwend weisen vergleichsweise geringe Verkaufsflächengrößen auf. Bei Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten werden in der Regel Verkaufsflächen von über 800 qm VK realisiert, um den gestiegenen Anforderungen (u.a. Optimierung der Logistik, angemessene Warenpräsentation etc.) an den modernen Lebensmittel Einzelhandel gerecht zu werden.
- Der Standort der Fa. nah und gut ist unter Berücksichtigung der nicht optimalen Erreichbarkeit und Einsehbarkeit für PKW-Kunden sowie der vergleichsweise geringen Verkaufsflächengröße unter Handelsaspekten als nicht ideal zu bewerten. Zudem macht der Lebensmittelmarkt einen „in die Jahre gekommenen“ Gesamteindruck.
- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um eine bestandsorientierte Erweiterung zur Anpassung an marktfähige Verkaufsflächengrößen, so dass ein Beitrag zur mittel- bis langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Gemeinde Gschwend als Einzelhandelsstandort insgesamt geleistet wird.
- Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt des verlagerten Lebensmittelmarktes wird auch künftig bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren etc.) liegen. Das Marktgebiet ist weiterhin weitgehend auf die Gemeinde Gschwend begrenzt.

Die geplante Verlagerung und Erweiterung des Lebensmittelmarktes dient der langfristigen Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde Gschwend, so dass von der Einhaltung des „Konzentrationsgebotes“ ausgegangen werden kann.

6.4 Kongruenzgebot

Nach Plansatz 3.3.7.1 des LEP Baden-Württemberg *soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Von einer Verletzung des Kongruenzgebotes wird ausgegangen, wenn mehr als 30 % des Umsatzes durch Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erzielt werden. (vgl. Einzelhandelserslass Baden-Württemberg).

Die Gemeinde Gschwend ist im Regionalplan Ostwürttemberg als Kleinzentrum ausgewiesen. Kleinzentren sollen so ausgestattet sein, dass sie den häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf des Verflechtungsbereichs (Nahbereichs) der Grundversorgung decken können. Der entsprechende Verflechtungsbereich ist durch das Gebiet der Gesamtgemeinde Gschwend inkl. Ortsteile definiert, so dass in Bezug auf die zentralörtliche Funktion die Eigenversorgung der Gemeinde sicherzustellen ist.

Hinsichtlich der räumlichen Kundenherkunft des geplanten Lebensmittelmarktes kann von folgender Konstellation ausgegangen werden (vgl. Tab. 3):

▪ Umsatz durch Kunden aus der Gemeinde Gschwend	3,25 Mio. € (80 %)
▪ Umsatz durch Kunden von außerhalb der Gemeinde Gschwend	0,80 Mio. € (20 %)
▪ Umsatz insgesamt (nur Food)	4,05 Mio. € (100 %)

Mit einem Umsatzanteil von ca. 80 % aus der Gemeinde Gschwend wird der Schwerpunkt der räumlichen Umsatzherkunft eindeutig bei Kunden aus dem regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich (Nahbereich) und somit auf der Eigenversorgung liegen.

Nennenswerte Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Verflechtungsbereiches der Gemeinde Gschwend sind unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotssituation im Umland und der z.T. schwierigen topografischen Gegebenheiten in der Region nicht zu erwarten. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes ist nicht gegeben.

6.5 Beeinträchtigungsverbot/ Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche

Das Beeinträchtigungsverbot besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge des zentralen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich nicht beeinträchtigen darf. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn in Folge von Neuansiedlungen oder Erweiterungen Umsatzumverteilungen bei den zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von mehr als 10 % und bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten von mehr als 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment zu vermuten sind (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Die Prüfung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Gschwend wird anhand der voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte, die im Falle einer Verlagerung und Erweiterung durch einen der bestehenden Lebensmitteldiscountmärkte an den Planstandort „Gaildorfer Straße“ eintreten werden, vorgenommen.

Da sich die beiden Lebensmitteldiscountmärkte hinsichtlich der Umsatzleistung (2,8 Mio. € bzw. 2,6 Mio. €) nur geringfügig unterscheiden, werden die Berechnungen der Umsatzumverteilungseffekte mit Hilfe eines Mittelwertes (2,7 Mio. €) vorgenommen. Die Berechnungen sind nur für den Food-Bereich als Sortimentsschwerpunkt sinnvoll.

Umsatzumverteilung innerhalb der Gemeinde Gschwend

Die gegenwärtige Umsatzleistung im Lebensmittelsortiment in der Gemeinde Gschwend beläuft sich auf ca. 6,6 Mio. € (um einen Bestandsmarkt sowie um die Umsätze durch Nonfood-Sortimente in den größeren Lebensmittelmärkten bereinigter Wert).

In der Gemeinde Gschwend liegt bereits jetzt eine hohe Marktabdeckungsquote im Lebensmitteleinzelhandel vor, so dass nur noch eine geringe Steigerung der Kaufkraftbindung möglich ist. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Planstandortes an der B 298 ist bei einem attraktiven Marktauftritt des Betriebes von einer leichten Steigerung des Umsatzanteils von außerhalb der Gemeinde durch Zufallskunden, Arbeitspendler etc. möglich.

In der nachfolgenden Modellrechnung werden die Umsatzeffekte dargestellt, welche durch eine Verlagerung eines bestehenden Lebensmitteldiscountmarktes zu erwarten sind. Hierbei ist der Prognoseumsatz des geplanten Lebensmittelmarktes um den Ist-Umsatz eines bestehenden Lebensmitteldiscountmarktes zu bereinigen, da eine Umsatzumverteilung gegenüber dem bestehenden Markt selbst nicht plausibel ist.

▪ Prognose-Umsatz Lebensmitteldiscountmarkt inkl. Backshop:	ca. 4,05 Mio. €
▪ abzgl. rechnerischer Ist-Umsatz Lebensmitteldiscountmarkt:	ca. 2,70 Mio. €
▪ abzgl. höhere Kaufkraftbindung Gemeinde Gschwend	ca. 0,15 Mio. €
▪ abzgl. höherer Anteil Umsätze von außerhalb der Gemeinde Gschwend	ca. 0,30 Mio. €
▪ Umsatzeffekte durch den geplanten Lebensmittelmarkt	ca. 0,9 Mio. €

Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz im Kernsortiment Food von ca. 0,9 Mio. € beläuft sich die rechnerische Umsatzumverteilungsquote bei einem projektrelevanten Ist-Umsatz von 6,6 Mio. €¹⁰ in der Gesamtgemeinde Gschwend auf ca. 13 %.

Für die sachgerechte Inwertsetzung der rechnerischen Umsatzumverteilungseffekte sind folgende Aspekte von entscheidender Bedeutung:

- Da es sich um eine bestandsorientierte Erweiterung eines bereits ansässigen Betriebes handelt, ist nicht von einer vollständig neuen Marktsituation in der Gemeinde Gschwend auszugehen. Die mögliche Nachbelegung der frei werdenden Immobilie durch einen „neuen“ Lebensmittelmarkt ist aufgrund der flächenbezogenen Restriktionen und des begrenzten Marktgebiets aus gutachterlicher Sicht als sehr unwahrscheinlich einzustufen.
- Aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotentials in der Gemeinde Gschwend kommen die „statistischen Effekte“ bei den rechnerischen Umverteilungsquoten unverhältnismäßig stark zum

¹⁰ Um die Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte bereinigt

Tragen, so dass sich bereits vergleichsweise geringe Veränderungen bei den Planumsätzen in einem hohen Maße bei den prozentualen Werten der Umverteilungsquote niederschlagen.

- Durch die 125 ausgewiesenen neuen Bauplätze im unmittelbaren Standortumfeld sowie durch die 20 weiteren ausgewiesenen neuen Bauplätze im übrigen Gemeindegebiet ergibt sich künftig eine Erhöhung des Kaufkraftpotentials (Food) in der Gemeinde Gschwend um überschlägig 400.000,- € bis 500.000,- €. Ein erheblicher Teil der künftigen Bewohner wird an den modernisierten Lebensmittelmarkt tendieren, so dass die „rechnerischen“ Umsatzumverteilungsquoten weiter zu relativieren sind.
- Die Umsatzumverteilungseffekte durch das Planvorhaben werden ganz vorrangig gegenüber dem betriebstypengleichen Anbieter, welcher nicht an den Planstandort verlagert, außerhalb des Ortskerns wirksam.
- Die Umsatzumverteilungsquote gegenüber den Bestandsbetrieben im Ortskern wird nach Einschätzung der cima unter dem Schwellenwert von 10 % liegen. Der Lebensmittelmarkt der Fa. nah und gut im Randbereich des Ortskerns wird aufgrund des Betriebstyps Supermarkt und der damit verbundenen differenzierten Zielgruppenansprache im Vergleich zu dem betriebstypengleichen Anbieter weniger von den Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein.
- Für das Lebensmittelhandwerk sind nur geringfügige Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten. Vorrangig werden die Umsatzumverteilungen gegenüber dem Bäckereibetrieb im Netto-Markt wirksam, sofern dieser nicht an den Planstandort verlagert. Im Falle einer Verlagerung des Netto-Marktes, ergibt sich keine Veränderung der bestehenden Situation, da bereits jetzt ein Bäckereibetrieb in der Vorkassenzone vorhanden ist.
- Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert von 10 % dient als Orientierungswert, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen vermutet werden können. Im speziellen Fall der Gemeinde Gschwend sind negative städtebauliche Auswirkungen, bezogen auf den Ortskern, aufgrund der genannten Aspekte nicht zu vermuten.

Auswirkungen auf die Umlandkommunen

Bei der angesetzten Plangröße des Lebensmittelmarktes von ca. 1.050 qm VK zzgl. Backshop mit ca. 45 qm VK an der Gaildorfer Straße ist von einem leicht verstärkten Kaufkraftzufluss von 0,3 Mio. € von außerhalb der Gemeinde Gschwend auszugehen.

Bei der vergleichsweise geringen Größenordnung der zusätzlichen Umsätze von außerhalb der Gemeinde Gschwend sind in Anbetracht der Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die umliegenden Kommunen zu erwarten.

Die nördlich angrenzende Stadt Gaildorf verfügt über ein ausgeprägtes Angebot im Lebensmitteleinzelhandel. Im Süden verfügt die Gemeinde Spraitbach über einen modernen Lebensmittelmarkt der Fa. Rewe.¹¹ In der Gemeinde Sulzbach-Laufen sind „mangels Masse“ keine Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten.

6.6 Städtebauliches Integrationsgebot

Das städtebauliche Integrationsgebot besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden sollen.

Der Planstandort an der „Gaildorfer Straße“ am nördlichen Ortseingang der Gemeinde Gschwend ist unter Berücksichtigung der angrenzenden Wohnbebauung im Osten als städtebaulich integriert zu bewerten. Derzeit werden im unmittelbaren Umfeld des Planstandortes im Baugebiet Badstraße/Seestraße 125 zusätzliche Bauplätze realisiert, so dass das Standortumfeld künftig stärker durch Wohnbaunutzungen geprägt ist.

Hinsichtlich der städtebaulichen Integration des Planstandortes „Gaildorfer Straße“ liegt gegenüber dem Standort „Hagstraße“ der Bestandsmärkte Penny bzw. Netto eine verbesserte Beurteilungsbasis vor. Weiterhin ist positiv zu bewerten, dass künftig für die angrenzende Wohnbevölkerung eine fußläufige Nahversorgung ohne Überquerung der B 298 möglich ist.

Der Planstandort liegt etwa 300m vom Ortskern entfernt und ist somit fußläufig für die Wohnbevölkerung im Ortskern erreichbar. Ein ÖPNV-Anschluss im erweiterten Standortumfeld liegt ebenfalls vor.

¹¹ Eröffnung eines weiteren Lebensmittelmarktes (Fa. Netto) in der Gemeinde Spraitbach im Nov. 2017

7 Zusammenfassende Bewertung

Unter Zugrundelegung der relevanten planungsrechtlichen Prüfkriterien wurden die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des geplanten Lebensmittelmarkes am Standort Gaildorfer Straße untersucht. Als wesentliche Punkte können festgehalten werden:

- Nach Plansatz 3.3.7 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg kommen Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) nur in Ausnahmefällen in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.
- Die Verlagerung und Erweiterung durch einen der bestehenden Lebensmitteldiscountmärkte ist als bestandsorientierte Maßnahme im Hinblick auf die Anpassung an marktwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächengrößen zu sehen. Eine völlig neue Marktsituation in der Gemeinde Gschwend ergibt sich durch das Planvorhaben nicht. Das Planvorhaben dient der mittel- bis langfristigen Sicherung der Grundversorgung bzw. der Wettbewerbsfähigkeit der Gemeinde Gschwend als Einzelhandelsstandort insgesamt, so dass im speziellen Falle der Gemeinde Gschwend von der Einhaltung des „**Konzentrationsgebotes**“ ausgegangen werden kann.
- Auch nach einer Verlagerung und Erweiterung durch einen der bestehenden Lebensmitteldiscountmärkte wird der Umsatzanteil durch Kunden von außerhalb der Gemeinde Gschwend deutlich unterhalb der 30 %-Marke liegen, welche im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg als Schwellenwert genannt wird, so dass eine Verletzung des **Kongruenzgebotes** nicht gegeben ist.
- Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungseffekte bzw. des **Beeinträchtigungsverbotes** sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:
 - Aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotentials in der Gemeinde Gschwend kommen die „statistischen Effekte“ bei den rechnerischen Umverteilungsquoten unverhältnismäßig stark zum Tragen, so dass sich bereits vergleichsweise geringe Veränderungen bei den Planumsätzen in einem hohen Maße bei den prozentualen Werten der Umverteilungsquote niederschlagen.
 - Die Umverteilungseffekte werden ganz vorrangig gegenüber dem betriebstypengleichen Anbieter, welcher nicht an den Planstandort verlagert, außerhalb des Ortskerns wirksam.
 - Die Umsatzumverteilungsquote gegenüber den Bestandsbetrieben im Ortskern wird nach Einschätzung der cima unter dem Schwellenwert von 10 % (Orientierungswert) liegen, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative städtebauliche Auswirkungen zu vermuten sind.

- Für die Umlandkommunen sind unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotssituation keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu vermuten.
- Der Planstandort an der „Gaildorfer Straße“ ist unter Berücksichtigung der angrenzenden Wohnbebauung im Osten als städtebaulich integriert zu bewerten. Eine Verletzung des **Integrationsgebotes** durch das Planvorhaben liegt nicht vor. Durch die 125 zusätzlichen Bauplätze im Baugebiet Badstraße/Seestraße wird das Standortumfeld zudem künftig stärker durch Wohnbaunutzungen geprägt sein. Gegenüber dem Standort „Hagstraße“ der Bestandsmärkte ist der Planstandort hinsichtlich der städtebaulichen Integration positiv zu bewerten.