



# Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Staufer Aktiv-Marktes in Wäschenbeuren

---

**Auftraggeber:** EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH

**Projektleitung:** Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, am 27.05.2020

---

## 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](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen</b>	<b>5</b>
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
<b>II. Konzentrationsgebot</b>	<b>10</b>
1. Makrostandort Wäschenbeuren	10
2. Aktuelle Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel	12
2.1 Angebotssituation in Wäschenbeuren	12
2.2 Versorgungsstrukturen im Umland	15
2.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen	15
3. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	17
<b>III. Integrationsgebot</b>	<b>18</b>
1. Mikrostandort „Talweg“	18
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	21
3. Bewertung des Integrationsgebotes	22
<b>IV. Kongruenzgebot</b>	<b>23</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale	23
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3. Umsatzprognose	24
4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	27
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	27
<b>V. Beeinträchtungsverbot</b>	<b>28</b>
1. Methodik	28
2. Umsatzumlenkungen	28
3. Lupenbetrachtung Birenbach	31

4.	Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	32
5.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	33
<b>VI.</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>35</b>

## I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

### 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im April 2020 erteilte die EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur gutachterlichen Bewertung der Erweiterung des Edeka Staufer aktiv-Marktes in der Gemeinde Wäschenbeuren. Die Planung sieht vor, den am Standort Talstraße ansässigen Lebensmittelmarkt von derzeit ca. 830 m<sup>2</sup> auf insgesamt rund 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei)<sup>1</sup> zu erweitern. Dabei wird der bestehende Markt abgerissen und als (Ersatz)-Neubau auf dem Nachbargrundstück wieder errichtet. Die Vorkassenzone des Marktes wird mit dem bestehenden Backshop inkl. Sitzbereich (ca. 58 m<sup>2</sup> VK) und einer Filiale der Sparkasse (neu) gestaltet.

Das Vorhaben überschreitet mit einer Verkaufsfläche von deutlich über 800 m<sup>2</sup> die Grenze zur Großflächigkeit. Demnach sind die Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen. Im Fokus stehen dabei die Bewertung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen sowie die Ermittlung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Wäschenbeuren und im Umland sowie auf die Nahversorgung der Bevölkerung. Dementsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu prüfen.

Vor diesem Hintergrund sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Wäschenbeuren
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Talstraße“
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose für den erweiterten Markt anhand des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan der Region Stuttgart

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Mai 2020 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf

<sup>1</sup> 1.326 m<sup>2</sup> VK (inkl. Mall und Windfang) zzgl. 58 m<sup>2</sup> Back-Shop mit Sitzbereich

Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten z. T. aus der amtlichen Statistik 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<sup>2</sup> aus:

- „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 Umwelteinwirkungen 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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> der Fall sein wird.<sup>3</sup>
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> anzunehmen ist (= Regelvermutung).

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786).

<sup>3</sup> 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 m<sup>2</sup> erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> 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).

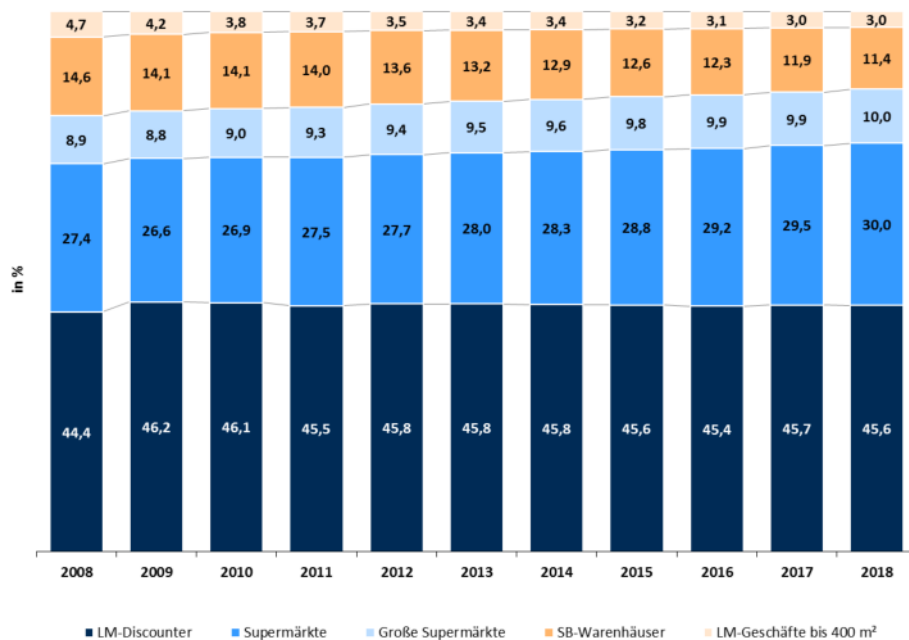
Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

### 3. Marktentwicklung 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 die Flächeninanspruchnahme aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel zunimmt.

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 2008 - 2018**



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung

nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:<sup>4</sup>

#### **Kleines Lebensmittelgeschäft**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment<sup>5</sup> anbietet.

#### **Discounter**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>6</sup> führt.

#### **Supermarkt**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

#### **Großer Supermarkt**

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

#### **SB-Warenhaus**

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Gemessen am Umsatz nehmen Discounter heute den größten Marktanteil im deutschen Lebensmitteleinzelhandel an (ca. 46 % im Jahr 2017). Auf Supermärkte entfallen knapp 30 %, auf Große Supermärkte ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 12 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %<sup>7</sup>.

Auch wenn in Supermärkten fast ein Viertel der Artikel Nicht-Lebensmittel sind (vgl. Tabelle 1), liegt ihr Umsatzschwerpunkt doch klar bei Nahrungs- und Genussmitteln (rund 85 %). Bezüglich der Artikelzahlen ergibt sich bei Supermärkten sogar ein Anteil von ca. 93 % an nahversorgungsrelevanten Waren (Food + Nonfood I). Festzuhalten ist somit, dass der Angebotsschwerpunkt eines Supermarktes eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt.

<sup>4</sup> Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

<sup>5</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>6</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

<sup>7</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, S. 80; Köln 2018; GMA-Berechnungen.

**Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten**

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 1.028 m <sup>2</sup> VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl			
	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 - 77	8.995	76
Nonfood I <sup>8</sup>	265	11 - 12	2.030	17
Nonfood II <sup>9</sup>	275	12	805	7
Nonfood insgesamt	540	23 - 24	2.835	24
<b>Insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>

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

Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte in Deutschland derzeit rund 1.030 m<sup>2</sup> auf. Discounter verfügen wegen ihres gestrafften Angebots mit durchschnittlich 780 m<sup>2</sup> VK über geringere Flächen als Supermärkte. Große Supermärkte nehmen hingegen mit durchschnittlich ca. 3.380 m<sup>2</sup> VK deutlich größere Dimensionen an.<sup>10</sup>

Nicht nur in Bezug auf Nahrungs- und Genussmittel sondern auch auf die nahversorgungsrelevanten Randsortimente (Nonfood I) bieten **Supermärkte ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment** als Discounter. So ergeben sich die deutlich höheren Artikelzahlen bei Supermärkten durch das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel). Ein erheblicher Anteil stammt zudem aus Produkten aus regionaler Erzeugung, insbesondere in Märkten, die von selbständigen Kaufleuten betrieben werden.

Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für die **steigende Flächeninanspruchnahme** sind steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben, die auch eine sukzessive Ausweitung der Sortimente mit sich gebracht hat. Als Folge davon leitet sich für moderne Lebensmittelmärkte ein wachsender Flächenanspruch ab. Ein weiterer unverzichtbarer Erfolgsfaktor für Lebensmittelmärkte ist eine problemlose verkehrliche Erreichbarkeit, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen unabdingbar sind.

<sup>8</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>9</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

<sup>10</sup> Quelle EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, S. 81 f.; Köln 2018; GMA-Berechnung.

## II. Konzentrationsgebot

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

### 1. Makrostandort Wäschenbeuren

Die Gemeinde Wäschenbeuren mit ca. 3.940 Einwohnern<sup>11</sup> liegt im Osten der Region Stuttgart im Landkreis Göppingen. Landesplanerisch ist der Gemeinde keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Das nächstgelegene Unterzentrum ist Lorch (Ostalbkreis, 8 km). Unmittelbar südlich angrenzend befindet sich das Kleinzentrum Rechberghausen, dessen Nahbereich die Gemeinde zugeordnet ist. Göppingen als Mittelzentrum liegt ca. 8 km entfernt. Topografisch ist auf die Lage der Gemeinde am Ostrand des Schurwaldes hinzuweisen.

Die **Siedlungsstruktur** von Wäschenbeuren ist durch den kompakten Kernort geprägt, der von der B 297 (Lorch-Göppingen) durchschnitten wird. Die Kreisstraße K 1405 bindet den Ort nach Osten hin Richtung Schwäbisch Gmünd an. Im Nordosten des Gemeindegebietes sind noch die kleineren Weiler Wäscherhof und Lindenbronn anzuführen.

Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den vergangenen Jahren in Wäschenbeuren konstant. So hat sich die Einwohnerzahl seit 2011 insgesamt um nur ca. 30 Personen erhöht, schwankt aber zwischen 3.820 und 3.940 EW. Im regionalen Vergleich liegt Wäschenbeuren damit allerdings deutlich unter dem Schnitt des Landkreises Göppingen (+ 4,3 %).

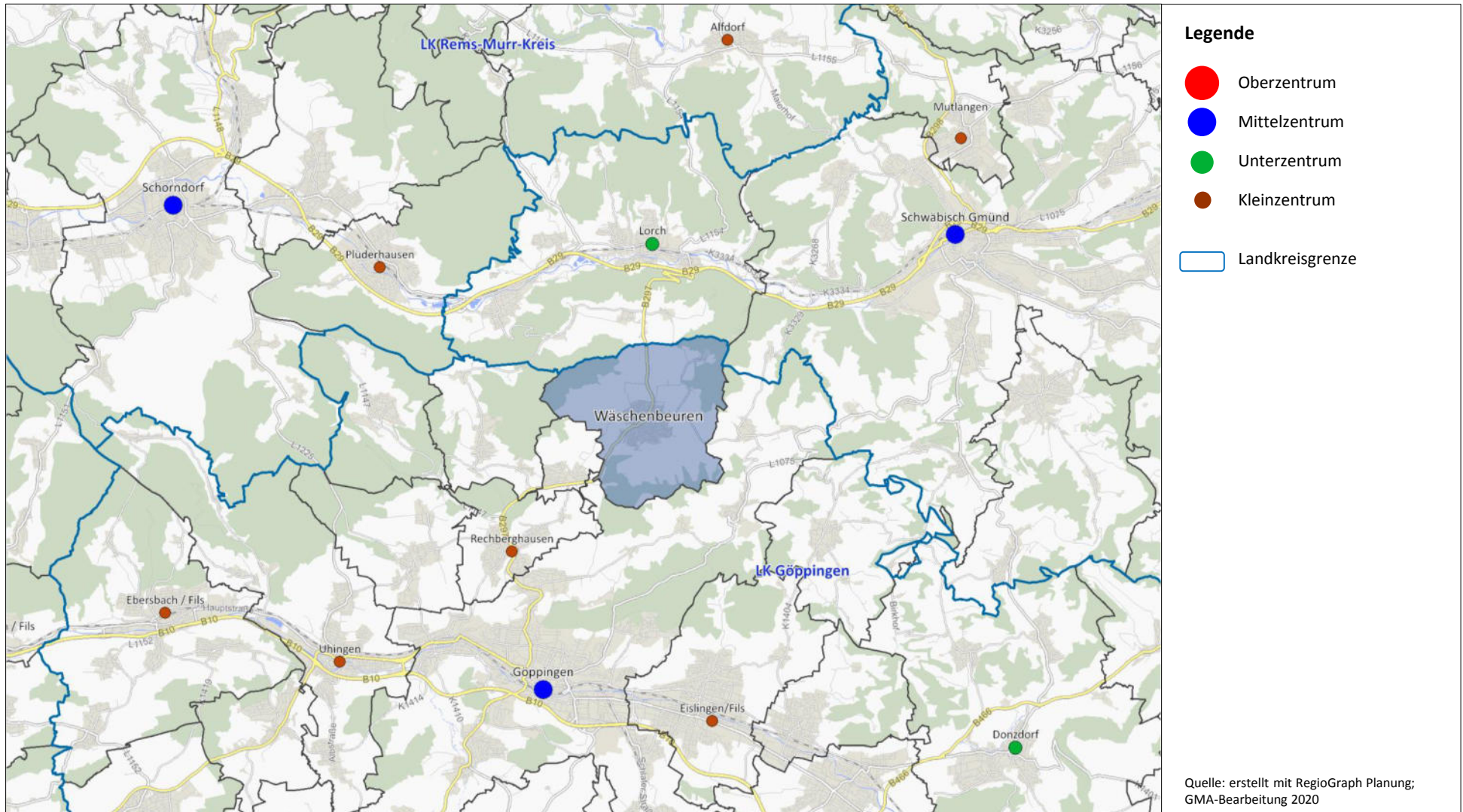
Im Jahr 2019 waren in Wäschenbeuren rd. 372 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte** am Arbeitsort tätig. In Relation zur Einwohnerzahl lag damit ein Besatz von 95 Beschäftigten je 1.000 Einwohner (vgl. Landkreis Göppingen: 345) vor.<sup>12</sup> In Wäschenbeuren stehen 256 Berufseinpendlern 1.526 Berufsauspendler gegenüber, sodass sich für eine Gemeinde dieser Größenordnung und Lage ein typischer negativer Pendlersaldo von – 1.270 ergibt.<sup>13</sup> Das **Kaufkraftniveau** der Gemeinde Wäschenbeuren bewegt sich mit einem Wert von 106,2 auf einem deutlich über dem Bundesdurchschnitt (100,0) liegenden Niveau.

<sup>11</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 3. Quartal 2019

<sup>12</sup> Quelle: GMA-Berechnungen nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit. Stand: 30.06.2019.

<sup>13</sup> Quelle: GMA-Berechnungen nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit. Stand: 30.06.2019.

### Karte 1: Lage der Gemeinde Wäschenbeuren und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Die **Einzelhandelsstruktur** in der Gemeinde Wäschenbeuren ist durch den kleinteiligen Besitz in der **Ortsmitte** im Bereich Lorcher Straße / Kronengasse / Manfred-Wörner-Platz geprägt. Hier sind neben Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei) noch vereinzelt weiteren nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (u. a. Apotheke, Blumenladen, Bank, Friseur, Änderungsschneiderei) sowie das Rathaus ansässig. Mit dem Edeka Staufers aktiv-Markt befindet sich der einzige Lebensmittelmarkt (inkl. Bäckerei) im südwestlichen Gemeindegebiet an der B 297. Das am östlichen Ortsausgang Richtung Maitis (Stadt Göppingen) befindliche Gewerbegebiet ist nicht durch Einzelhandelsbetriebe geprägt. Im weiteren Siedlungsgebiet von Wäschenbeuren sind nur punktuell weitere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Gärtnerei, Tankstelle) ansässig.

## 2. Aktuelle Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Bewertung der Angebotssituation in Wäschenbeuren und im Umland wurde von der GMA im Mai 2020 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

### 2.1 Angebotssituation in Wäschenbeuren

In der Gemeinde Wäschenbeuren sind im Lebensmittelbereich der Edeka Staufer aktiv-Markt an der B 297 im Bereich des Talwegs sowie in der Ortsmitte Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ansässig. Insgesamt summiert sich der aktuelle Gesamtbestand von Nahrungs- und Genussmittelanbietern (inkl. Nonfoodanteile) in der Gemeinde Wäschenbeuren auf rd. 950 – 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (inkl. Edeka-Markt im Bestand). Diese erwirtschaften einen Umsatz von ca. 4,5 – 5,0 Mio. €<sup>14</sup>.

Zur Bewertung und Einordnung der Angebotssituation im Lebensmittelbereich wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar und können auch mit Durchschnittswerten aus anderen Regionen verglichen werden.

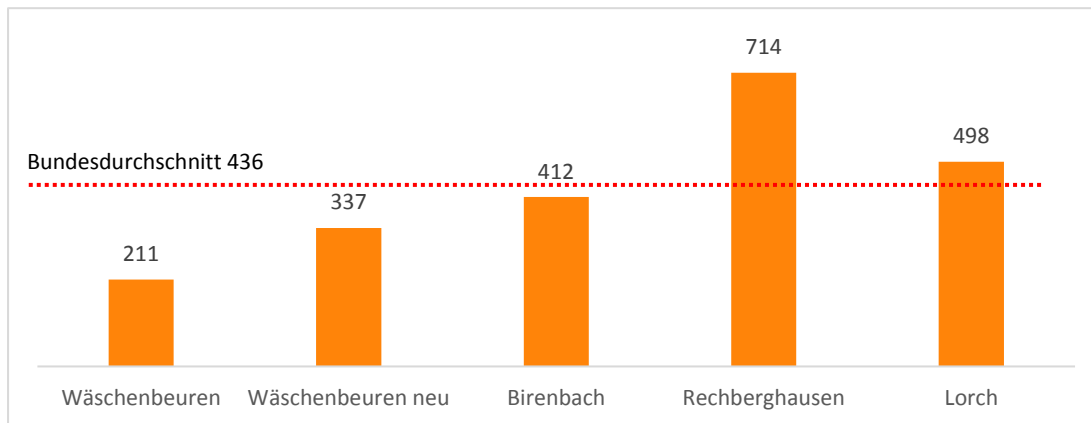
Bei einer Bewertung der Angebotssituation<sup>15</sup> lässt sich festhalten, dass in Wäschenbeuren mit **ca. 211 m<sup>2</sup> VK / 1.000 Einwohner** im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 436 m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden ist.

In Anbetracht der geplanten Erweiterung des Edeka-Marktes auf rd. 1.400 m<sup>2</sup> (+ 500 m<sup>2</sup> VK), ergibt sich eine perspektivische Verkaufsflächenausstattung für Wäschenbeuren von 337 m<sup>2</sup> VK

<sup>14</sup> Bereinigte Umsatzleistung um Nonfoodanteile, inkl. Edeka-Bestand und Bäckerei im Vorkassenbereich.  
<sup>15</sup> Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des Europäischen Handelsinstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Hofläden) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

/ 1.000 EW. Die Verkaufsflächenausstattung ist sowohl aktuell als auch nach der Erweiterung des Edeka-Marktes als unterdurchschnittlich zu charakterisieren.

**Abbildung 2: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum (nach EHI-Ansatz) in m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW**



Quelle: GMA-Erhebungen; EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2018): EHI handelsdaten aktuell 2019 S. 80

Als weiterer Orientierungswert zur Einordnung kann die **Zentralitätskennziffer** herangezogen werden. 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 Nahrungs- und Genussmittel beträgt die Zentralitätskennziffer in Wäschenbeuren

$$\frac{\text{ca. 4,7 Mio. € (Umsatz in Wäschenbeuren)}}{\text{ca. 9,2 Mio. € (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Wäschenbeuren)}} = \text{ca. 51 \% (Zentralität)}$$

In der Gemeinde Wäschenbeuren ist derzeit eine Zentralität von lediglich ca. 51 % festzuhalten. Das bedeutet, dass aktuell im Lebensmittelbereich ca. die Hälfte der verfügbaren Kaufkraft, also ca. 4,5 Mio. € an umliegende Standorte abfließen. Kleinere Gemeinden erreichen zwar selten eine Zentralität von 100 % (= kein Kaufkraftabfluss), jedoch regelmäßig Werte von 60 – 70 %.

**Die Analyse der quantitativen Ausstattung in der Gemeinde Wäschenbeuren im Lebensmittelbereich nach unterschiedlichen Methoden zeigt übereinstimmend, dass die aktuelle Ausstattung als unterdurchschnittlich bzw. ausbaufähig bewertet werden kann. Ableitend kann festgehalten werden, dass grundsätzlich Entwicklungsspielräume vorliegen, die eine Ergänzung der bestehenden Angebotsstrukturen durch eine Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Anbieters ermöglichen.**



## 2.2 Versorgungsstrukturen im Umland

Im Umland von Wäschenbeuren ist im Lebensmittelbereich auf die Angebotsstrukturen in Birenbach, Lorch und Rechberghausen hinzuweisen.

Westlich von Wäschenbeuren befindet sich ebenfalls unmittelbar an der B 297 in der Gemeinde **Birenbach** gelegen, ein Netto-Markt, welcher in jüngerer Vergangenheit nach Aufgabe durch die Konsumgenossenschaft Göppingen (nah und gut Staufer) und Abriss der Altimmoblie neu errichtet wurde. Dieser Markt umfasst eine Verkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup> (mit Bäckerei) und übernimmt die Nahversorgungsfunktion für die Gemeinde Birenbach mit ca. 1.940 Einwohnern.

Im Kleinzentrum **Rechberghausen**, welches sich südlich an die Gemeinde entlang der B 297 anschließt, ist zum einen auf die attraktive Standortlage aus Edeka Staufer aktiv-Markt und Aldi-Discounter<sup>16</sup> in der Bahnhofstraße hinzuweisen. Zum anderen wurde im Ortszentrum in der Hauptstraße durch die Ansiedlung von Lidl (Discounter) und Rossmann (Drogeriefachmarkt) in den letzten Jahren eine positive Innenentwicklung betrieben. Bei den ansässigen Lebensmittelmärkten bewegen sich die Verkaufsflächen zwischen 1.000 und 1.500 m<sup>2</sup>.

Im Unterzentrum **Lorch**, welches sich nördlich anschließt und sich topografisch in einer Tallage (Remstal) befindet, ist auf die dezentrale Agglomeration der modernen Lebensmittelmärkte Lidl, Aldi, Rewe und Edeka im Gewerbegebiet an der Maierhofstraße im westlichen Kernstadgebiet hinzuweisen. Diese leistungsfähigen Anbieter verfügen über Verkaufsflächen zwischen 1.000 und 1.600 m<sup>2</sup>.

Darüber hinaus ist auf die Angebotsstrukturen im Mittelzentrum **Göppingen** hinzuweisen. Hier ist u. a. der Großflächenstandort von Kaufland zu nennen.

## 2.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen

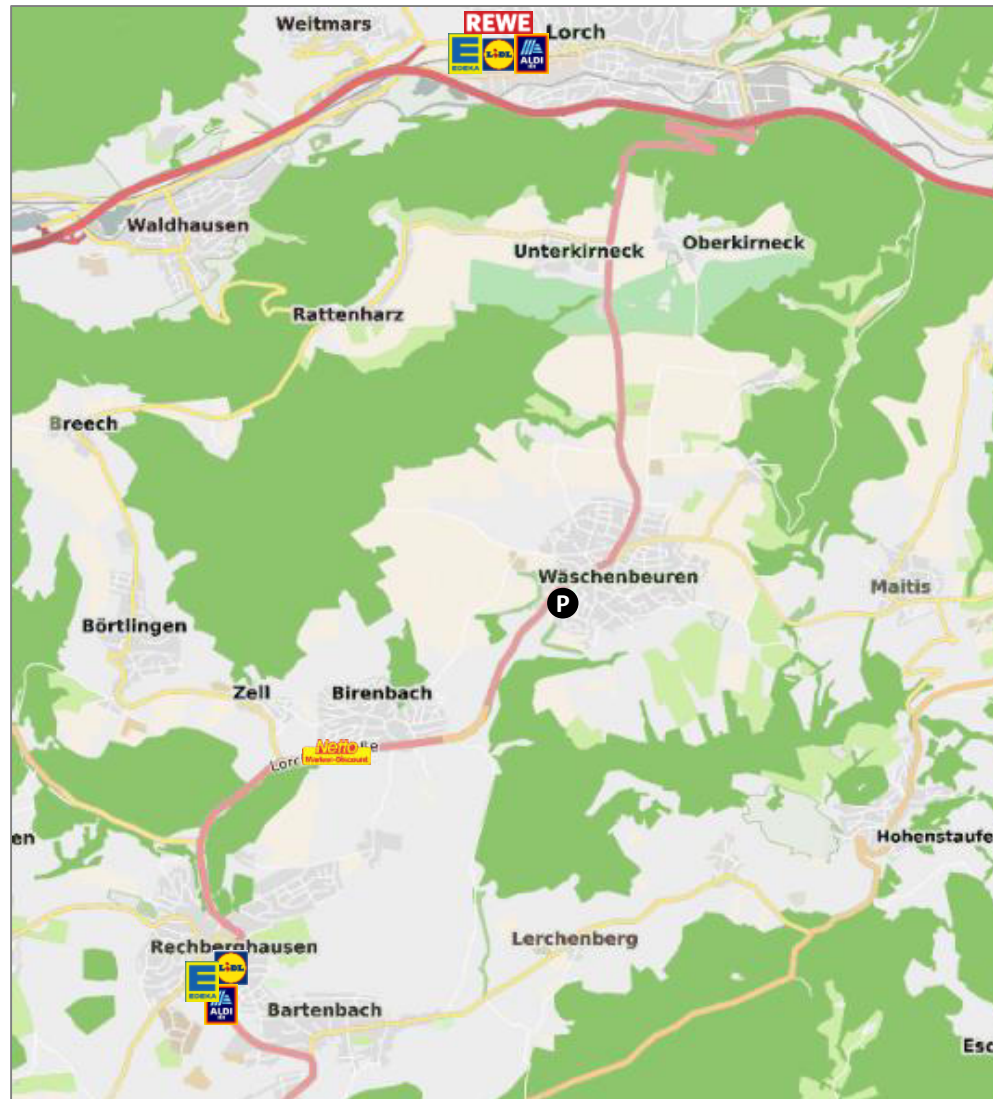
Die Darstellung der Versorgungssituation im Untersuchungsraum hat gezeigt, dass die Gemeinde Wäschenbeuren eine unterdurchschnittliche Ausstattung aufweist. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der B 297 und den Angebotsstrukturen im Umland ist davon auszugehen, dass ein gewisser Anteil der Kaufkraft an Standorte außerhalb der Gemeinde abfließt.

Die Wettbewerbsstrukturen außerhalb der Gemeinde Wäschenbeuren sind sehr stark ausgeprägt. Dadurch wird die Möglichkeit zur Erschließung eines überörtlichen Einzugsgebietes begrenzt. So sind im Umland nahezu flächendeckend überwiegend zeitgemäße Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden, die auch Modernisierungsmaßnahmen unterzogen wurden. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Wäschenbeuren kein wesentliches überörtliches Einzugsgebiet erschließen kann.

---

<sup>16</sup> Der Aldi-Markt wurde in jüngerer Vergangenheit erweitert und modernisiert.

### Karte 3: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)



#### Legende

**P** Planstandort

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2020

### 3. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Zunächst ist zu bewerten, ob die Gemeinde Wäschenbeuren unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist die sog. „raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist Ziel 3.3.7 des Landesentwicklungsplanes 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.

Im Regionalplan Stuttgart ist der Gemeinde Wäschenbeuren keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist nur dann vorgesehen, wenn die Gemeinde in einem Verdichtungsraum liegt bzw. mit den Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen ist oder aber zur Sicherung der Grundversorgung eine entsprechende Entwicklung geboten ist.

Die Gemeinde Wäschenbeuren liegt in der Randzone um den Verdichtungsraum und ist siedlungsstrukturell nicht mit einem zentralen Ort höherer Ordnung zusammengewachsen. Es gilt in diesem Zusammenhang daher nur der Tatbestand der „**raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung**“. Der bestehende Edeka-Markt stellt den einzigen Lebensmittelmarkt in der Gemeinde dar. Es kommt dem Markt also eine zentrale Rolle im Hinblick auf die Sicherung der Grundversorgung von Wäschenbeuren zu. Zudem sind in Wäschenbeuren eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung und Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich festzustellen. Eine Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Edeka-Marktes wird daher dazu beitragen, die Grundversorgung in der Gemeinde Wäschenbeuren in der mittel- bis langfristigen Perspektive zu sichern.

Vor diesem Hintergrund sind in Wäschenbeuren „besondere raumstrukturelle Gegebenheiten“ festzuhalten, um von der Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Gebrauch zu machen.

**Das Konzentrationsgebot wird somit erfüllt.**

### III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten (= Nahversorgungsfunktion) sowie verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seiner städtebaulichen Integration und seiner Nahversorgungsfunktion zu beurteilen.

#### 1. Mikrostandort „Talweg“

Der Standort des Edeka-Marktes liegt im südwestlichen Siedlungsgebiet von Wäschenbeuren unmittelbar an der B 297 (Göppinger Straße).

Das **Standortumfeld** ist westlich der B 297 durch ein kleineres Wohngebiet „Im Wiesental“ geprägt. Südlich angrenzend befindet sich neben dem kommunalen Wertstoffhof eine Physiotherapie-Praxis. Östlich des Grundstückes fließt der Krettenbach entlang. In Verlängerung der aktuellen Zufahrt zum Markt (Talweg) befindet sich eine Brücke, die den Markt an die Wohnbebauung jenseits des Krettenbachs (Hetzengasse, Jahnstraße etc.) anbindet. Nördlich grenzt ein unbebautes Grundstück an, welches z. T. durch den Ersatzneubau bebaut werden wird.

Die **Erreichbarkeit** des Projektstandortes für Fußgänger ist als gut einzustufen. Sowohl aus dem Wohngebiet im Bereich „Im Wiesental“ (Fußgängerquerung über die B 297 vorhanden) als auch aus den östlich des Krettenbachs befindlichen Wohnquartieren besteht eine Anbindung an den Markt. Entlang der B 297 sind ebenfalls Fußwege vorhanden, sodass der Markt auch aus dem weiteren Gemeindegebiet gut erreichbar ist.

An den **ÖPNV** ist das Projektareal über die Haltestelle „Wiesental“ angebunden, die sich unmittelbar am Markt befindet. Die **PKW**-Erreichbarkeit kann aufgrund der Lage des Marktes an der B 297 (Göppinger Straße) als sehr gut bewertet werden.

Der **fußläufige Nahbereich**<sup>17</sup> des Projektstandortes umfasst nahezu den gesamten Kernort Wäschenbeuren. Insgesamt leben in einem Radius von 1.000 m um den Projektstandort (Luftlinie) rd. 3.500 Einwohner (vgl. Karte 4).

**Zusammenfassend** kann aus städtebaulicher Sicht festgestellt werden, dass der Projektstandort zum einen aufgrund seiner Nähe zu Wohngebieten eine Nahversorgungsfunktion für diese übernimmt. Zum anderen stellt der Markt den einzigen Versorger im Gemeindegebiet dar und übernimmt für die gesamte Wohnbevölkerung die Grund- bzw. Nahversorgung.

<sup>17</sup> Die Bezirksregierung Köln geht in ihrem Merkblatt „Regelung für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung“ von einem fußläufigen Einzugsgebiet von 700 m (= Radius) aus. In der Fachliteratur werden entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert, diese liegen bei rd. 10 Minuten bzw. zwischen einem Radius von 500 – 1.000 m, je nach städtebaulichen und topografischen Bedingungen.

**Foto 1: Bestehender Edeka-Markt –  
Ansicht von der B 297**



**Foto 2: Wohngebäude gegenüber  
dem Markt (Wiesentalstraße)**



**Foto 3: Nachbargrundstück (Standort  
für Neubau)**



**Foto 4: B 297; Blickrichtung Ortsmitte**



**Foto 5: Brücke über den Krettenbach**

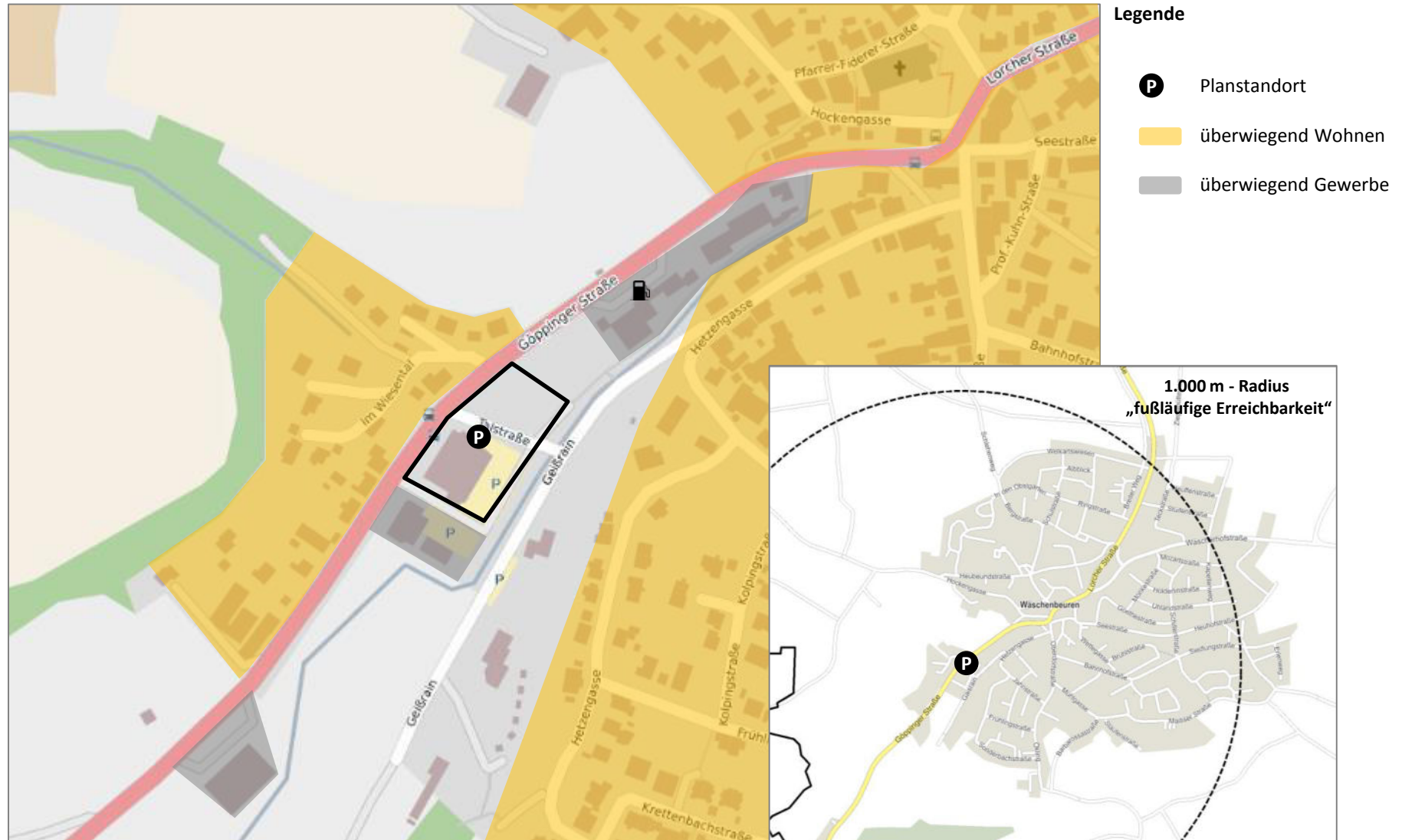


**Foto 6: Bushaltestelle „Wiesental“  
und Nachbarbebauung**



GMA-Aufnahmen 2020

### Karte 4: Mikrostandort „Talweg“



## 2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 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, 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 **Regionalplans Stuttgart** (Plansatz 2.4.3.2.3) Rechnung getragen.

- „(1) Standorte für zentrenrelevanten Einzelhandelsgroßprojekte [...] sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebietsscharf festgelegten Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.
- (2) Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).“

Gemäß den Festlegungen des Regionalplanes Stuttgart (Plansatz 2.4.3.2.2) sind zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb von speziell hierfür festgesetzten Standorte nur möglich, wenn sie ausschließlich der Grundversorgung dienen und keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

- (4) Einzelhandelsprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig.

Die Bedeutung der wohnungsnahen Grundversorgung unterstreicht darüber hinaus der folgende Plansatz des **Verbandes Region Stuttgart** (Plansatz 2.4.3.2.1).

- (1) Die wohnungsnaher 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 Beachtung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbar sein.

### 3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Mikrostandortes und den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- // Der Projektstandort befindet sich im südwestlichen Siedlungsgebiet von Wäschenbeuren. Im Westen und Osten schließt sich Wohnbebauung an. Der Projektstandort kann fußläufig oder mit dem Fahrrad problemlos erreicht werden. Die Entfernung (Luftlinie) zur Ortsmitte beträgt lediglich 200 m.
- // Der Standort ist direkt an das Netz des ÖPNV angebunden, sodass der Edeka-Markt sehr gut mit dem ÖPNV erreicht werden kann.
- // Der Edeka-Markt übernimmt eine wichtige (fußläufige) Nahversorgungsfunktion. Im fußläufigen Einzugsbereich (1.000 m-Radius) leben rd. 3.500 Menschen und damit rund 90 % der Wäschenbeurer Wohnbevölkerung.
- // Bei dem Edeka-Markt handelt es sich um einen langjährig etablierten Anbieter aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich. Der Edeka-Markt ist der einzige Lebensmittelmarkt in Wäschenbeuren. Dem Markt kommt damit eine sehr wichtige Stellung im Hinblick auf die Sicherung der Grundversorgung der Wäschenbeurer Bevölkerung zu. Die Modernisierung des Edeka-Marktes ist vor dem Hintergrund der Zukunftsfähigkeit des Marktes positiv zu bewerten. Nur so kann die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Wäschenbeuren durch einen attraktiven Vollsortimenter langfristig gesichert werden.
- // Im Fall von Wäschenbeuren und der Lage im Schurwald sind die topografischen Rahmenbedingungen bei der Bewertung des Integrationsgebotes zwingend zu berücksichtigen. Ein Standort in der Ortsmitte ist durch die beengte städtebauliche Situation nicht darstellbar. Somit handelt es sich trotz der nicht ganz zentralen Lage des Marktes um eine sehr gute Option.
- // Ergänzend sei der Hinweis gegeben, dass der Markt durch die Bebauung des Nachbargrundstücks etwas weiter an die Ortsmitte heranrückt. Der „optische“ Versatz des Marktes in Folge der derzeitigen Baulücke wird durch das Vorhaben nahezu geschlossen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Projektstandort als siedlungsstrukturell integrierte Lage zu bewerten ist. Bereits seit vielen Jahren stellt der Edeka-Markt die Nahversorgung in Wäschenbeuren sicher.

**Das Integrationsgebot gemäß Regionalplan wird eingehalten.**

## IV. Kongruenzgebot

Zur Prüfung des Kongruenzgebotes ist das erschließbare Einzugsgebiet und das dort vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial zu ermitteln. Über das Marktanteilkonzept ist in einem weiteren Schritt die Umsatzprognose vorzunehmen und letztlich die Umsatzherkunft zu ermitteln. Dies ist Grundlage zur Einordnung und Bewertung des Kongruenzgebotes.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den modernisierten und erweiterten Edeka-Markt 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 Projektstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Projektstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes sowie der Wettbewerbskonstellation im Raum ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in der vorliegenden Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Wäschenbeuren und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (z. B. Lorch, Birenbach, Rechberghausen).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den **modernisierten und erweiterten Edeka-Markt** am Standort Talweg im Kern ein **Einzugsgebiet** abgrenzen, welches sich lediglich auf das Gemeindegebiet beschränkt. Aufgrund der Lage an der B 297 als Pendlerstrecke zwi-

schen Schorndorf / Lorch / Göppingen ist jedoch von Kunden von außerhalb der Gemeinde auszugehen. Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze angemessen berücksichtigt. Ebenso sind untergeordnete Verflechtungen mit den kleineren Ortsteilen Unter- und Oberkirnach (Stadt Lorch) und Maitis (Stadt Göppingen) nicht auszuschließen.

## 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<sup>18</sup>**

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

**ca. 2.210 €.<sup>19</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>20</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt dieser Wert in Wäschenbeuren bei 106,2 und bewegt sich damit auf einem überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich in Wäschenbeuren auf **ca. 9,2 Mio. €**.

Zusätzlich wird bei Lebensmittelmärkten ein Anteil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Edeka bei ca. 10 %. Dabei handelt es sich ganz überwiegend um andere nahversorgungsrelevante Sortimente wie Drogeriewaren und Tiernahrung.

## 3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des modernisierten und erweiterten Edeka-Marktes in Wäschenbeuren 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.<sup>21</sup> 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.

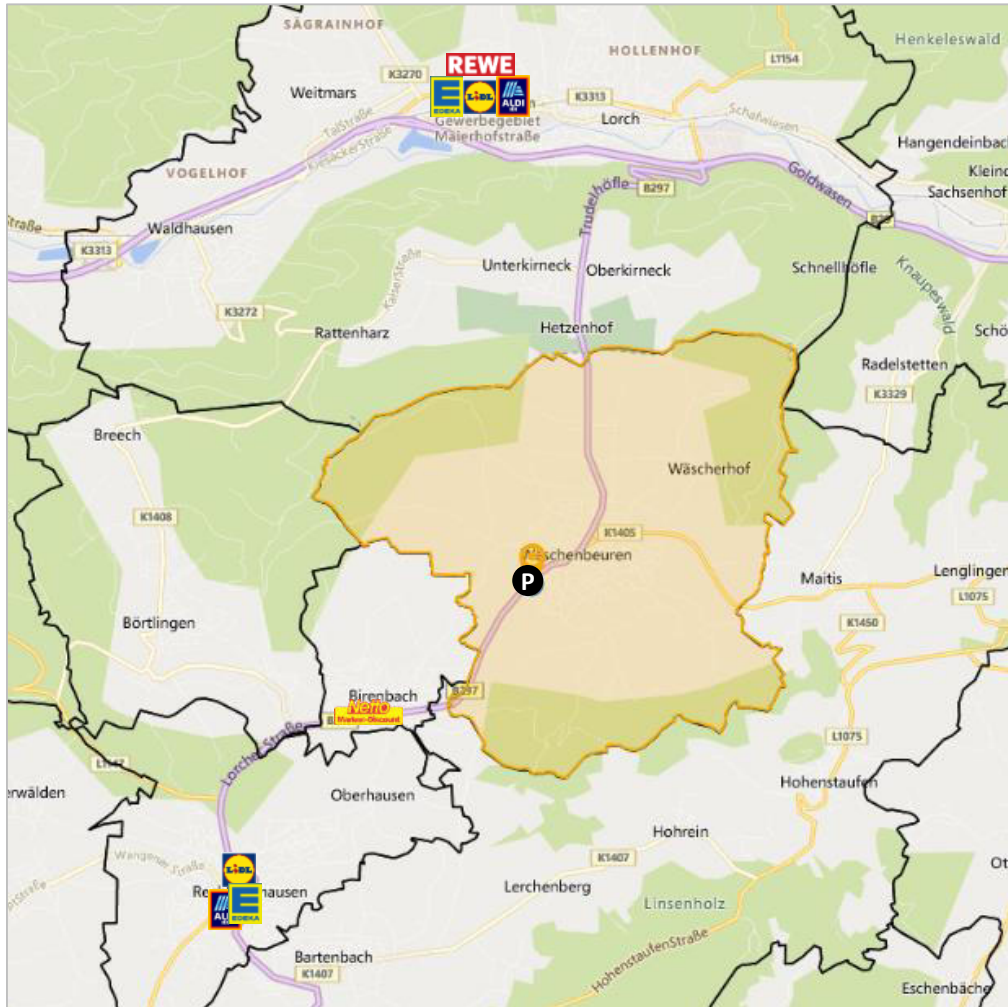
<sup>18</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>19</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.



<sup>20</sup> Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

<sup>21</sup> 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 sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

## Karte 5: Einzugsgebiet des modernisierten und erweiterten Edeka-Marktes in Wäschenbeuren



### Legende

-  Einzugsgebiet (Wäschenbeuren)
-  Planstandort

Quelle: © Microsoft, Nokia  
GMA-Bearbeitung 2020

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. 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 einem späteren Kapitel ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den modernisierten und erweiterten Edeka-**Supermarkt** mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.400 m<sup>2</sup> (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:<sup>22</sup>

**Tabelle 2: Marktanteile und Umsätze des modernisierten Edeka-Marktes mit 1.400 m<sup>2</sup> VK (inkl. Bäckerei)**

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Wäschenbeuren	9,2	35 – 40	3,4 – 3,5	0,4	3,8 – 3,9	72
Streuumsätze			1,3 – 1,4	0,1 – 0,2	1,5	28
<b>Insgesamt</b>			<b>4,8</b>	<b>0,5 – 0,6</b>	<b>5,3 – 5,4</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Edeka ca. 10 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte, gerundet

Somit lässt sich für den modernisierten Edeka-Markt mit ca. 1.400 m<sup>2</sup> VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,3 – 5,4 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 4,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Damit würde der Markt eine Flächenleistung erreichen, die im Vergleich mit den Raumleistungen der IHK Baden-Württemberg<sup>23</sup> auf einem durchschnittlichen Niveau liegt. Höhere Flächenleistungen sind trotz der verkehrsgünstigen Lage aufgrund des begrenzten Bevölkerungspotenzials in Wäschenbeuren und der starken Wettbewerbslandschaft (vgl. Kap. II., 2.2) nicht zu erwarten.

Die Betrachtung der Umsatzherkunft macht deutlich, dass der Edeka-Markt eine überwiegend lokale Versorgungsfunktion ausbildet. So stammen ca. 72 % des Umsatzvolumens aus Wäschenbeuren selbst. Der Zufluss von außerhalb ist in erster Linie auf Mitnahmeeffekte aufgrund der Lage an der B 297 zurückzuführen. Gewisse Kundenverflechtungen aus Birenbach und Maitis wurden ebenfalls berücksichtigt.

<sup>22</sup> Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.  
<sup>23</sup> Quelle: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 Baden-Württemberg, S. 17

#### **4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische 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 Baden-Württemberg 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 Kongruenzgebotes**

Im Hinblick auf die landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des modernisierten und erweiterten Edeka-Marktes begrenzt sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Wäschenbeuren. Trotz der Lage an der Pendlerachse B 297 ist die Rolle des Marktes als Nahversorgungsstandort für die Wäschenbeurer Bevölkerung hervorzuheben.
- Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass ca. 72 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Wäschenbeuren selbst stammen. Die verbleibenden max. 28 % entfallen auf Kunden außerhalb der Gemeinde, insb. auf Pendler zwischen Schorndorf / Lorch und Göppingen.

**Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Vorgaben des Kongruenzgebotes durch das Vorhaben knapp eingehalten werden. Ergänzend sei der Hinweis gegeben, dass bereits heute ein ähnlicher Umsatzanteil von außerhalb der Gemeinde an den Standort kommt.**

## V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umfeld darzustellen und hinsichtlich ihrer städtebaulichen und nahversorgungsbezogenen Relevanz und Leistungsfähigkeit zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

### 1. Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen 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 Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

### 2. Umsatzzumlenkungen

Für die Bewertung des Vorhabens (Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung Edeka) werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der modernisierte und erweiterte **Edeka-Markt** wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.400 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 5,3 – 5,4 Mio. € erzielen. Dabei entfallen ca. 4,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass der Anbieter Edeka Staufer aktiv bereits in Wäschenbeuren ansässig ist. Der Markt weist aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 830 m<sup>2</sup> auf. Die Umsatzleistung des Marktes beläuft sich nach gutachterlicher Einschätzung aktuell auf ca. 3,3 Mio. €, wovon ca. 3,0 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen. Dieser Umsatz wird bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden (= Umsatzmitnahme), da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben.

-  In vorliegender Auswirkungsanalyse wird das Gesamtprojekt mit ca. 1.400 m<sup>2</sup> VK bewertet. So wurde etwa im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb nach einer vollzogenen Erweiterung betrachtet. Jedoch sind nach aktueller Rechtsprechung für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen die Umsatzleistungen des bestehenden Lebensmittelmarktes zu berücksichtigen. Der Markt ist bereits seit Jahren am Standort ansässig. Dementsprechend gilt für die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumlenkungen, dass sich nur der **zusätzlich generierte Umsatz** nach der Neuaufstellung des Marktes i. S. wettbewerblicher Wirkungen bzw. ggf. städtebaulicher Auswirkungen bemerkbar machen wird.

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

**Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch die Modernisierung und Erweiterung von Edeka in Wäschenbeuren**

		Umsatzumverteilungseffekte	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich</b></li> </ul>	<b>3,0</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern in Wäschenbeuren</li> </ul>	<0,1	2 – 3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern außerhalb der Gemeinde</li> </ul>	1,7 – 1,8	n.n.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>davon in Birenbach</i></li> </ul>	0,2 – 0,3	7 – 8
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>davon in Lorch</i></li> </ul>	0,5 – 0,6	2 – 3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>davon in Rechberghausen</i></li> </ul>	0,7 – 0,8	4
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>davon weitere Standorte (v. a. Göppingen)</i></li> </ul>	0,2	n.n.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz modernisierter Marktes im Lebensmittelbereich</b></li> </ul>	<b>4,8</b>	
Nichtlebensmittelbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz bestehender Markt im Nichtlebensmittelbereich</b></li> </ul>	<b>0,3</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum</li> </ul>	0,2 – 0,3	n.n.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz modernisierter Markt im Nichtlebensmittelbereich</b></li> </ul>	<b>0,5 – 0,6</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz insgesamt</b></li> </ul>	<b>5,3 – 5,4</b>	

GMA-Berechnungen 2020

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Edeka-Marktes in Wäschenbeuren zu erwarten:

- /// In der Gemeinde Wäschenbeuren selbst resultieren aus den Vorhaben nur geringfügige Umsatzumverteilungswirkungen von < 0,1 Mio. € bzw. rechnerisch ca. 2 – 3 %. Da in Wäschenbeuren keine unmittelbaren Wettbewerber ansässig sind, fallen die tatsächlichen Auswirkungen sehr gering aus. Da der Backshop bereits heute in der Vorkassenzzone von Edeka betrieben wird, sind die Auswirkungen auf die bestehenden Bäckereien im Ortskern kaum vorhanden. Betrieblich gefährdende Schädigungen in der direkten Folge des Modernisierungsvorhabens sind daher auszuschließen.
- /// **Der Großteil der Auswirkungen wird gegenüber Anbietern außerhalb** der Gemeinde wirksam. Diese betreffen v. a. die Lebensmittelmärkte in Rechberghausen, Lorch und Birenbach und. Die Werte liegen jedoch auf einem niedrigen Niveau.

In **Rechberghausen** sind die Umverteilungseffekte (max. 4 %) in erster Linie gegenüber dem attraktiven Staufer aktiv Markt zu erwarten. Nachrangig sind der in der Bahnhofstraße befindliche Aldi-Discounter sowie der Lidl-Discounter im Ortszentrum zu nennen. **Birenbach** sind aufgrund der räumlichen Nähe und verkehrlich guten Erreichbarkeit Auswirkungen von 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. 7 – 8 % zu erwarten. Diese werden den Netto-Markt an der B 297 betreffen. Da dieser jedoch über ein ausreichendes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial im Wohnumfeld bzw. der Gemeinde verfügt ist der Weiterbetrieb des Netto-Marktes trotz des Vorhabens gesichert. Detaillierte Aussagen dazu werden im folgenden Kapitel (Lupenbetrachtung; Kap. V.,3.) getroffen. In **Lorch** betreffen die Auswirkungen in Höhe von 2 – 3 % die Anbieter in der Maierhofstraße, die sich ausnahmslos in einer dezentralen Lage befinden.

Der Marktaustritt eines wesentlichen Anbieters ist aufgrund der Wettbewerbsdichte und der Leistungsfähigkeit der Anbieter nicht zu erwarten. Auch werden keine Nahversorgungsstrukturen oder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche wie in der Ortsmitte in Rechberghausen (Lidl) gefährdet.

- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** wurde ein Gesamtumsatz von ca. 0,5 – 0,6 Mio. € ermittelt. Auf der Erweiterungsfläche ist ein Umsatz im Nonfoodbereich von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € anzusetzen. Dieser Wert verteilt sich auf zahlreiche Branchen, sodass die evtl. auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen in der Einzelbetrachtung sehr gering ausfallen und ebenfalls mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind.

**Zusammenfassend** lässt sich festhalten, dass die durch die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Edeka-Marktes ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Betriebsschließungen und damit eine Gefährdung von zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstrukturen in Wäschenbeuren sowie

in den umliegenden Städten und Gemeinden in der direkten Folge des Vorhabens können daher ausgeschlossen werden.

### 3. Lupenbetrachtung Birenbach

In Abstimmung mit dem Regionalverband der Region Stuttgart ist eine kleinräumige Betrachtung bzgl. der Auswirkungen in Birenbach, speziell gegenüber dem bestehenden Netto-Markt, vorzunehmen. Hierbei sollen drei Aspekte näher bewertet werden.

#### /// **Verfügbares Kaufkraftpotenzial in Birenbach für die Nahversorgung:**

Der Netto-Markt in Birenbach stellt für die Gemeinde selbst den einzigen Nahversorger im Gemeindegebiet dar. In der Gemeinde leben ca. 1.940 Einwohner. Diese verfügen über ein Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelsegment von ca. 4,6 Mio. €. Legt man den Umsatz von Netto von ca. 2,8 Mio. € (nur Food)<sup>24</sup> zugrunde und bereinigt diesen um die Umsatzanteile von Kunden von außerhalb (u. a. Börtligen, Wäschenbeuren und Streukunden aufgrund der verkehrsgünstigen Lage; max. 30 %) dann ergibt sich ein Umsatz (Food) durch die Birenbacher Wohnbevölkerung von ca. 2,0 Mio. €. Im Abgleich mit dem Vor-Ort-Kaufkraftpotenzial von ca. 4,6 Mio. € steht für einen Betrieb des Netto-Marktes grundsätzlich ausreichend Potenzial im Wohnumfeld bzw. in der Gemeinde zur Verfügung.

#### /// **Verfügbares Potenzial in der Raumschaft (Birenbach und Wäschenbeuren):**

Eine weitere Betrachtungsebene bezieht die Planungen von Edeka in Wäschenbeuren mit ein. Hierbei ist die Frage zu beantworten, ob in der Raumschaft auch nach Erweiterung von Edeka ausreichend Potenzial für die beiden bestehenden Märkte (Netto und Edeka) vorhanden ist. Beide Märkte würden im Food-Bereich zusammen einen Umsatz von ca. 7,2 Mio. € (inkl. Erweiterung Edeka) aufweisen. Bei einer Kaufkraft (Food) in beiden Gemeinden von insgesamt ca. 13,8 Mio. € binden die Märkte perspektivisch nur rund die Hälfte der Kaufkraft. Auch dieser Ansatz zeigt, dass für den Weiterbetrieb von Netto in Birenbach auch nach Umsetzung des Vorhabens in Wäschenbeuren ausreichend Potenzial vorhanden ist.

#### /// **Betriebstypdefinition Supermarkt vs. Discounter:**

Ergänzend ist noch auf die unterschiedlichen Betriebstypen Supermarkt (Edeka) und Netto (Discounter) und die Arbeitsteilung der beiden in der Raumschaft hinzuweisen. Zwar gibt es zwischen dem Discounter Netto und einem Supermarkt höhere Überschneidungen als mit den Hard-Discountern Lidl / Aldi, dennoch bedienen beide

<sup>24</sup> Quelle: GMA (2017): Auswirkungsanalyse eines Lebensmittelmarktes in Birenbach, S. 24; Mittelwert.

Märkte unterschiedliche Kundengruppen und -ansprüche. Vollsortimenter wie Edeka profilieren sich dabei insbesondere durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten, wie etwa Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie die Sortimente für Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel, Wein, Spirituosen) und Tiefkühlkost sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern. Zwar offeriert Netto eine für Discounter sehr breite Produktpalette und einen hohen Anteil an Handelsmarken, hebt sich von Supermärkten dennoch durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs.

#### **4. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben**

Das Beeinträchtungsverbot 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. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtungsverbotese ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

„[...] Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung können sich dadurch ergeben, dass durch die zu erwartende Kaufkraftbindung an einem Standort und dadurch verursachter Geschäftsaufgaben im Wohnbereich die ausreichende Nahversorgung, vor allem für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen, beeinträchtigt ist.

Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden sind insbesondere Auswirkungen auf das Stadtzentrum oder die Nebenzentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde. Solche Auswirkungen können sich beispielsweise ergeben, wenn durch Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb dieser Zentren eine in der Innenstadt oder im Ortskern eingeleitete, mit öffentlichen Mitteln geförderte städtebauliche Sanierungsmaßnahme nicht planmäßig fortgeführt werden kann oder wenn durch starke Kaufkraftbindung außerhalb der Zentren das Niveau und die Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt oder im Ortskern abzusinken drohen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in anderen Gemeinden können sich ergeben,

wenn der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojekts den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und die Entwicklung und Versorgungsfunktion von Nachbargemeinden beeinträchtigt. [...]

Wird ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet, ist in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben. Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen. [...]

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment.“

## 5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Edeka-Marktes eingehalten. Bei einer Erweiterung von ca. 830 m<sup>2</sup> auf ca. 1.400 m<sup>2</sup> VK (inkl. Bäckerei) belaufen sich die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf rechnerisch ca. 2 – 3 % in Wäschenbeuren. Die Auswirkungen liegen mangels Wettbewerb auf einem geringen Niveau. Außerhalb des Einzugsgebietes liegen die Umsatzumverteilungseffekte ebenfalls auf einem sehr niedrigen Niveau. Die Gemeinde Birenbach bildet jedoch aufgrund der räumlichen Nähe mit ca. 7 – 8 % eine Ausnahme. Ein Marktaustritt ist jedoch hier nicht zu erwarten.
- In der Gesamtbetrachtung sind die Umsatzverluste als normale wettbewerbliche Effekte einzustufen. Die Umsatzumverteilungsquoten liegen deutlich unter dem 10 %-Schwellenwert, ab dem wettbewerbliche Effekte in städtebauliche Auswirkungen (z. B. Leerstandsbildung) umschlagen können. Betriebsschließungen in der direkten Folge des Vorhabens sind daher nicht zu erwarten. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Ortsmitte in Wäschenbeuren können damit ausgeschlossen werden.
- Des Weiteren wird mit der Erweiterung des Edeka-Marktes die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigt. In den Nachbargemeinden ist vor dem Hintergrund

der genannten Aspekte nicht mit städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu rechnen. Eine Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche in Rechberghausen und Lorch oder von Nahversorgungsstrukturen v. a. in Birenbach kann damit ausgeschlossen werden. Insofern sind sowohl in Wäschenbeuren als auch im weiteren Umland schädliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes nicht zu erwarten.

- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umverteilungseffekte im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereichs oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in einer Gesamtbetrachtung nur sehr geringe Ausmaße annehmen werden.

**Zusammenfassend** lässt sich somit festhalten, dass die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Edeka Staufer aktiv-Marktes in Wäschenbeuren die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbotes eingehalten werden.

## VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Modernisierung und Erweiterung des bestehenden Edeka-Marktes am Standort Talweg 2 in Wäschenbeuren durch Neubau</li> <li>/// zusätzliche Integration einer Sparkassen-Filiale in die Vorkassenzone</li> <li>/// Standort an der B 297 (Göppinger Straße) am südwestlichen Ostausgang</li> <li>/// eingeführter Versorgungsstandort mit Grund- bzw. Nahversorgungsbedeutung für Wäschenbeuren</li> </ul>
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Makrostandort: Gemeinde Wäschenbeuren mit ca. 3.940 Einwohnern</li> <li>/// Einzelhandelsstruktur: Neben dem zur Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung vorgesehenen Edeka-Markt sind zudem im Ortskern kleinteilige Lebensmittelanbieter (Bäckereien, Metzgereien) ansässig.</li> </ul>
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Das Einzugsgebiet erstreckt sich auf die Gemeinde Wäschenbeuren</li> <li>/// Einwohner im Einzugsgebiet: ca. 3.940 Personen</li> <li>/// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich in der Gemeinde Wäschenbeuren: ca. 9,4 Mio. €</li> <li>/// Streukunden aufgrund der Lage des Marktes an der Pendlerachse Lorch / Göppingen ( B 297)</li> </ul>
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Gesamtumsatzleistung des Edeka-Supermarktes bei ca. 1.400 m<sup>2</sup> VK (inkl. Bäckerei): ca. 5,3 – 5,4 Mio. €, davon ca. 4,8 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich</li> </ul>
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Wäschenbeuren max. 2 – 3 %</li> <li>/// Birenbach 7 – 8 %</li> <li>/// Rechberghausen 4 %</li> <li>/// Lorch 2 - 3 %</li> </ul>

### Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	<p>Der Edeka-Markt ist der einzige Lebensmittelmarkt in Wäschenbeuren. Damit sind „besondere raumstrukturelle Gegebenheiten“ festzuhalten, um von der Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Gebrauch zu machen. Eine langfristige Sicherung des Standortes ist daher erforderlich. <b>Das Konzentrationsgebot wird am Standort Wäschenbeuren erfüllt.</b></p>
Integrationsgebot	<p>Bei dem Edeka-Markt handelt es sich um einen langjährig etablierten Anbieter. Der Edeka-Markt ist der einzige Lebensmittelmarkt in Wäschenbeuren. Der Standort ist direkt an das Netz des ÖPNV angebunden, sodass der Edeka-Markt sehr gut mit dem ÖPNV erreicht werden kann. Der Edeka-Markt übernimmt eine wichtige (fußläufige) Nahversorgungsfunktion. Im fußläufigen Einzugsbereich (1.000 m-Radius) leben rd. 3.500 Menschen und damit rund 90 % der Wäschenbeurer Wohnbevölkerung. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Projektstandort als siedlungsstrukturell integrierte Lage zu bewerten ist. Bereits seit vielen Jahren stellt der Edeka-Markt die Nahversorgung in Wäschenbeuren sicher.</p> <p><b>Das Integrationsgebot gemäß Regionalplan wird eingehalten.</b></p>

<b>Kongruenzgebot</b>	<p>Das Einzugsgebiet beschränkt sich auf die Gemeinde Wäschenbeuren. Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass ca. 72 % des durch den Markt generierten Umsatzes aus Wäschenbeuren selbst stammen. Ca. 28 % fließen in Form von Streuumsätzen an den Standort zu. Damit wird der definierte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten.</p> <p><b>Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.</b></p>
<b>Beeinträchtungsverbot</b>	<p>Durch die Neuordnung und Verkaufsflächenerweiterung des Edeka-Marktes von ca. 830 m<sup>2</sup> auf rund 1.400 m<sup>2</sup> VK belaufen sich die durch die zusätzliche Verkaufsfläche und die Modernisierungsmaßnahmen ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf max. 2 - 3 % in Wäschenbeuren. Auch in den Umlandkommunen liegen die Umsatzumverteilungseffekte mit max. 4 % auf einem sehr niedrigen Niveau. Einzig in der Gemeinde Birenbach sind höhere Auswirkungen zu erwarten. Die Effekte liegen aber deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, ab dem wettbewerbliche Effekte in städtebauliche Auswirkungen (z. B. Leerstandsbildung) umschlagen können. Städtebauliche Auswirkungen und eine damit verbundene Schwächung von Versorgungskernen bzw. Nahversorgungsstrukturen in Wäschenbeuren sowie in den Umlandkommunen werden durch das Vorhaben nicht ausgelöst. Vielmehr wird die Grundversorgung in Wäschenbeuren langfristig gesichert.</p> <p><b>Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten.</b></p>

GMA-Zusammenstellung 2020

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage der Gemeinde Wäschenbeuren und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	11
Karte 2: Angebotssituation in Wäschenbeuren	14
Karte 3: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)	16
Karte 4: Mikrostandort „Talweg“	20
Karte 5: Einzugsgebiet des modernisierten und erweiterten Edeka-Marktes in Wäschenbeuren	25
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	9
Tabelle 2: Marktanteile und Umsätze des modernisierten Edeka-Marktes mit 1.400 m <sup>2</sup> VK (inkl. Bäckerei)	26
Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch die Modernisierung und Erweiterung von Edeka in Wäschenbeuren	29
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018	7
Abbildung 2: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum (nach EHI-Ansatz) in m <sup>2</sup> VK / 1.000 EW	13
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Bestehender Edeka-Markt – Ansicht von der B 297	19
Foto 2: Wohngebäude gegenüber dem Markt (Wiesentalstraße)	19
Foto 3: Nachbargrundstück (Standort für Neubau)	19
Foto 4: B 297; Blickrichtung Ortsmitte	19
Foto 5: Brücke über den Krettenbach	19
Foto 6: Bushaltestelle „Wiesental“ und Nachbarbebauung	19