



Auswirkungsanalyse zur Verlagerung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Albstadt-Ebingen, Theodor-Groz-Straße

Auftraggeber: Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Stefanie Geßmann-Reichert

Ludwigsburg, am 27.04.2020

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
Internet: www.gma.biz

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|--|--------------|
| I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen | 4 |
| 1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen | 4 |
| 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben | 5 |
| 3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel | 6 |
| 4. Vorhabenbeschreibung | 8 |
| II. Konzentrationsgebot | 11 |
| 1. Makrostandort Albstadt-Ebingen | 11 |
| 2. Einzelhandelsstruktur und zentrale Versorgungsbereiche in Albstadt | 12 |
| 3. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben | 15 |
| III. Integrationsgebot | 16 |
| 1. Mikrostandort „Theodor-Groz-Straße“ | 16 |
| 2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben | 19 |
| 3. Bewertung des Integrationsgebotes | 20 |
| IV. Kongruenzgebot | 21 |
| 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale | 21 |
| 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet | 23 |
| 3. Umsatzprognose | 24 |
| 4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben | 25 |
| 5. Bewertung des Kongruenzgebotes | 25 |
| V. Beeinträchtigungsverbot | 26 |
| 1. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet | 26 |
| 2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes | 28 |
| 3. Umsatzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen | 30 |
| 3.1 Methodik | 30 |
| 3.2 Umsatzumlenkungen Lidl | 31 |
| 3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen | 32 |
| 4. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben | 33 |
| 4.1 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes | 34 |
| VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes | 36 |
| VII. Zusammenfassung | 37 |

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen

Im März 2020 erteilte die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur gutachterlichen Bewertung der geplanten Verlagerung ihrer Filiale in Albstadt-Ebingen. Der an der Theodor-Groz-Straße ansässige Markt soll auf die gegenüberliegende Straßenseite umgesiedelt werden. In diesem Zusammenhang ist die Erweiterung der Verkaufsfläche von 1.030 m² auf 1.450 m² vorgesehen.

Das Vorhaben überschreitet mit einer Verkaufsfläche von deutlich über 800 m² 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 Albstadt 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 des Makrostandortes
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortiments-spezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose 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 Neckar-Alb
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot
 - Agglomerationsgebot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im März 2020 eine Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten 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 Fassung¹ 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 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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

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

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. IS. 3786)

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

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

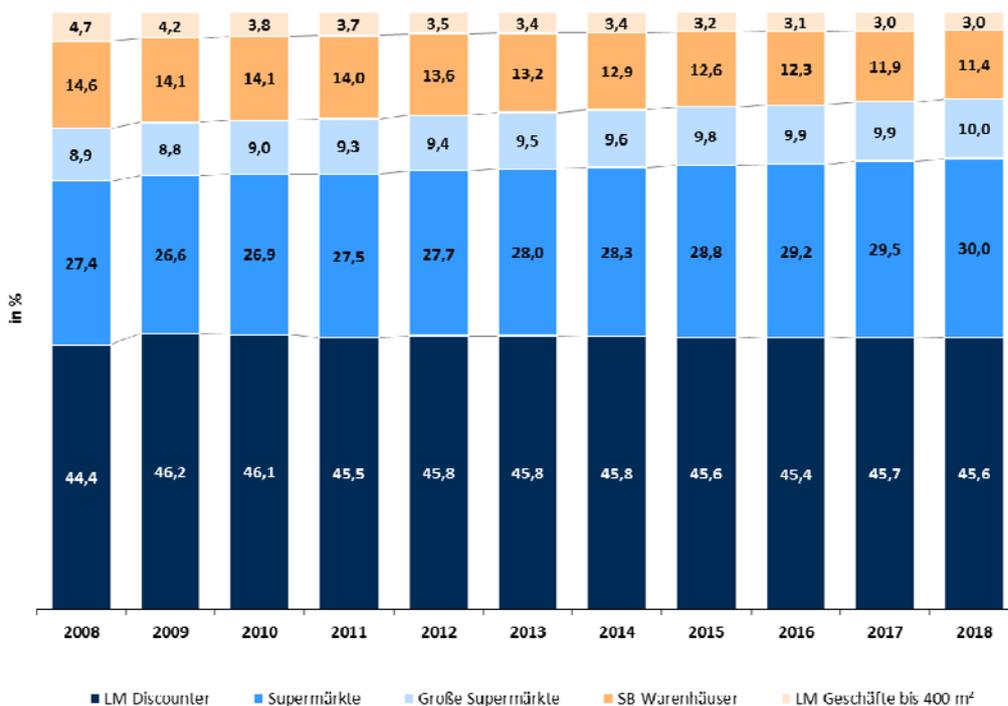
Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und 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 aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme 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, GMA-Darstellung 2020

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:³

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁴ anbietet.

LEH-Fachgeschäft

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

Convenience Store

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonn- tagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.100 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁵ führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², 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 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

³ Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

⁴ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁵ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

SB-Warenhaus

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

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Lebensmitteldiscounter dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel an (vgl. Tabelle 1). Bei allen Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

| Hauptwarengruppen | Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m ² VK) | | Supermarkt (Ø 1.031 m ² VK) | | Großer Supermarkt (Ø 3.381 m ² VK) | |
|-------------------|---|------------|---|------------|--|------------|
| | Durchschnittliche Artikelzahl | | | | | |
| | absolut | in % | absolut | in % | absolut | in % |
| Food | 1.755 | 76 | 8.995 | 76 | 15.730 | 63 |
| Nonfood I | 265 | 12 | 2.030 | 17 | 4.825 | 19 |
| Nonfood II | 275 | 12 | 805 | 7 | 4.450 | 18 |
| Nonfood insgesamt | 540 | 24 | 2.835 | 24 | 9.275 | 37 |
| Insgesamt | 2.295 | 100 | 11.830 | 100 | 25.005 | 100 |

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2019

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

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

4. Vorhabenbeschreibung

Die Fa. Lidl betreibt in Albstadt-Ebingen an der Theodor-Groz-Straße einen Lebensmittelmarkt. Die Filiale soll nun auf ein Grundstück auf der gegenüberliegenden Straßenseite verlagert und neu gebaut werden (vgl. Karte 1). Im Zuge dieses Vorhabens ist vorgesehen, die Verkaufsfläche

von bisher 1.030 m² auf 1.450 m² zu erweitern. Derzeit befinden sich am Projektstandort Büro- und Lagergebäude, die bei einer Realisierung des Vorhabens abgerissen werden sollen.

Die Zufahrt zum neu gebauten Lidl-Markt soll sowohl von der Theodor-Groz-Straße als auch von der Kientenstraße aus möglich sein. Insgesamt sind 119 Kundenstellplätze vorgesehen, welche überwiegend an der Westseite des Marktes angeordnet werden sollen. Der Kundeneingang wird sich im nordwestlichen Bereich des geplanten Gebäudes befinden.

Die Fa. Lidl, die gemeinsam mit Aldi zu den Marktführern unter den deutschen Lebensmitteldiscountern zählt, betreibt im gesamten Bundesgebiet derzeit rd. 3.200 Filialen.⁶ Das spezielle **Betriebskonzept** von Lidl im stationären Einzelhandel⁷ ist wie folgt zu skizzieren:

- „- Lebensmitteldiscounter, konzentriert auf umschlagstarke Artikel bei konsequenter Niedrigpreispolitik.
- begrenztes Sortimentsspektrum (ca. 3.800 Artikel); ganz überwiegend Lebensmittel, darunter auch loses Obst und Gemüse, Frischbackwaren (eigene Backstation in den Filialen), Biolebensmittel, regionale Produkte und Fairtrade-Produkte.
- Sowohl Eigenmarken und No-Name-Produkte (z. B. bei losem Obst und Gemüse), aber auch Markenprodukte.
- Verkaufsflächenanteil von Nahrungs- und Genussmitteln (inkl. Aktionswaren mit Lebensmitteln und Getränken) rd. 80 – 85 %; auf Nonfood-Randsortimente entfällt ca. 15 – 20 % der Verkaufsfläche.
- Wöchentlich wechselnde Aktionswaren, v. a. aus den Bereichen Textilien, Haushaltswaren und Elektronikwaren oder Freizeitartikel, Verkaufsflächenanteil unter 10 %.
- Durchschnittlicher Lidl-Umsatz je Filiale ca. 6,6 Mio. € (brutto), durchschnittliche Filialgröße ca. 898 m² Verkaufsfläche.“⁸

Lidl-Märkte sind Filialbetriebe; die Gründe für ihren wirtschaftlichen Erfolg und ihre hohe Kundenakzeptanz liegen in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Insofern handelt es sich auch bei dem in Albstadt-Ebingen zur Verlagerung vorgesehenen Betrieb um eine für den Anbieter typische Filiale.

⁶ Vgl. www.lidl.de.

⁷ Im Internet ist Lidl außerdem mit einem Onlineshop (v. a. Nonfoodartikel, Aktionswaren, haltbare Lebensmittel), einem Reiseportal, einem Fotoservice, einem Blumenversand und als Mobilfunkanbieter vertreten.

⁸ Quelle: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020, Stand: 2018.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Albstadt-Ebingen

Die Stadt Albstadt mit ca. 46.000 Einwohnern liegt im Zollernalbkreis. Nach dem Regionalplan ist Albstadt als Mittelzentrum eingestuft und übernimmt damit zentrale Versorgungsfunktionen für das Umland (vgl. Karte 2). Tübingen liegt als nächstgelegenes Oberzentrum ca. 45 km entfernt.

Die **Einwohnerentwicklung** in Albstadt ist innerhalb der letzten zehn Jahre von starken Schwankungen geprägt. Während die Bevölkerung bis 2012 stetig abnahm, sind seit 2012 wieder Einwohnerzuwächse zu verzeichnen. So ist die Einwohnerzahl im Zeitraum 2012 – 2020 wieder leicht angestiegen (+ 3 %).⁹

Die **Siedlungsstruktur** von Albstadt ist durch die topografischen Gegebenheiten sowie die Lage der Stadtteile geprägt. Die neun Stadtteile befinden sich z. T. in der Tallage entlang den Verkehrsadern sowie in den Höhenlagen. Ebingen, der größte Stadtteil Albstadts, umfasst den Schwerpunkt an Infrastruktur. Bedingt durch die Tallage erstreckt sich der Stadtteil bandartig entlang der im Tal verlaufenden ost-west-orientierten Bundesstraße B 463, sowie nach Norden verlaufend entlang der Landesstraße L 360. Neben Ebingen stellen die Stadtteile Tailfingen sowie Onstmettingen Siedlungsschwerpunkte dar (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Einwohner in Albstadt nach Stadtteilen

| Stadtteil | Einwohner | Anteil in % |
|------------------------|---------------|-------------|
| Ebingen | 19.616 | 42 |
| Tailfingen | 11.501 | 25 |
| Onstmettingen | 4.977 | 11 |
| Truchteltingen | 3.174 | 7 |
| Pfeffingen | 2.008 | 4 |
| Lautlingen | 1.760 | 4 |
| Laufen | 1.725 | 4 |
| Margrethausen | 936 | 2 |
| Burgfelden | 305 | 1 |
| Albstadt gesamt | 46.002 | 100 |

Quelle: Stadt Albstadt, Stand: 31.12.2019

Die wesentlichen Gewerbe- und Einzelhandelslagen liegen allerdings im Stadtteil Ebingen. Entlang der B 463 befinden sich im östlichen und westlichen Bereich zwei Gewerbegebiete, die Gewerbebetriebe und großflächigen Einzelhandel umfassen. Weitere Einzelhandelsbetriebe, v. a. der Nahversorgung, befinden sich südlich in der Innenstadt von Ebingen entlang der Theodor-

⁹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: Daten jeweils zum 30.06.

Groz-Straße. Dieser Bereich ist im Regionalplan als Standort für zentrenrelevante Sortimente ausgewiesen ist.

Die **verkehrliche Anbindung** von Albstadt erfolgt über die in Ost-West-Richtung verlaufende Bundesstraße B 463, die Albstadt an Balingen (ca. 20 km) und Sigmaringen (ca. 25 km) anbindet. Über Balingen hinaus stellt die B 463 den Zubringer zur Autobahn A 81 dar. An den öffentlichen Verkehr ist Albstadt über das Regionalnetz der Deutschen Bahn nach Balingen und Sigmaringen angebunden. Ergänzend erschließen Buslinien des Verkehrsverbunds Neckar-Alb-Donau GmbH die umliegenden Kommunen.

Die **Wirtschaftsstruktur**¹⁰ von Albstadt ist durch das produzierende Gewerbe geprägt. Als traditionellem Standort der Textilindustrie sind in Albstadt ca. 54 % der 20.209 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im produzierenden Gewerbe tätig. Im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr sind etwa 17 %, im Bereich sonstige Dienstleistungen ca. 29 % der Beschäftigten tätig. Verglichen mit dem Landkreis nimmt damit das produzierende Gewerbe in Albstadt eine leicht überdurchschnittliche Rolle ein (Landkreis: 48 %). Positiv hervorzuheben ist, dass die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Zeitraum 2009 – 2019 um 13 % (+ 2.321 Beschäftigte) gestiegen ist.

Entsprechend der Bedeutung des produzierenden Gewerbes zeigt Albstadt mit etwa 9.878 Einpendlern seine Rolle als Arbeitsstandort. Mit 7.768 Auspendlern verfügt die Stadt damit über einen positiven Pendlersaldo von 2.192.¹¹

2. Einzelhandelsstruktur und zentrale Versorgungsbereiche in Albstadt

Im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur im Mittelzentrum Albstadt ist darauf hinzuweisen, dass sich der Hauptanteil der Einzelhandelsbetriebe im einwohnerstärksten Stadtteil Ebingen befindet. Der weiter nördlich gelegene Stadtteil Tailfingen mit ca. 11.500 Einwohnern verfügt ebenfalls über einen hohen Einzelhandelsbesatz sowie über eigene Nahversorgungsstrukturen. Im Folgenden wird auf die Zentrenstruktur gemäß dem regionalen Zentren- und Märktekonzept für die Region Neckar-Alb des Regionalverbandes Neckar-Alb zurückgegriffen.¹² Die ausgewiesenen Zentren entsprechen den Vorgaben des Regionalplans Neckar-Alb:

Der zentralörtliche Versorgungskern des Mittelzentrums **Albstadt** befindet sich im Stadtteil Ebingen. Dieser umfasst die Haupteinkaufslagen im Bereich Marktstraße und Schmiechastraße sowie aufgrund begrenzter Entwicklungsflächen in diesem Be-

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019: Stand der Daten 30.06.2019.

¹¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit. Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort. Stichtag: 30.06.2019.

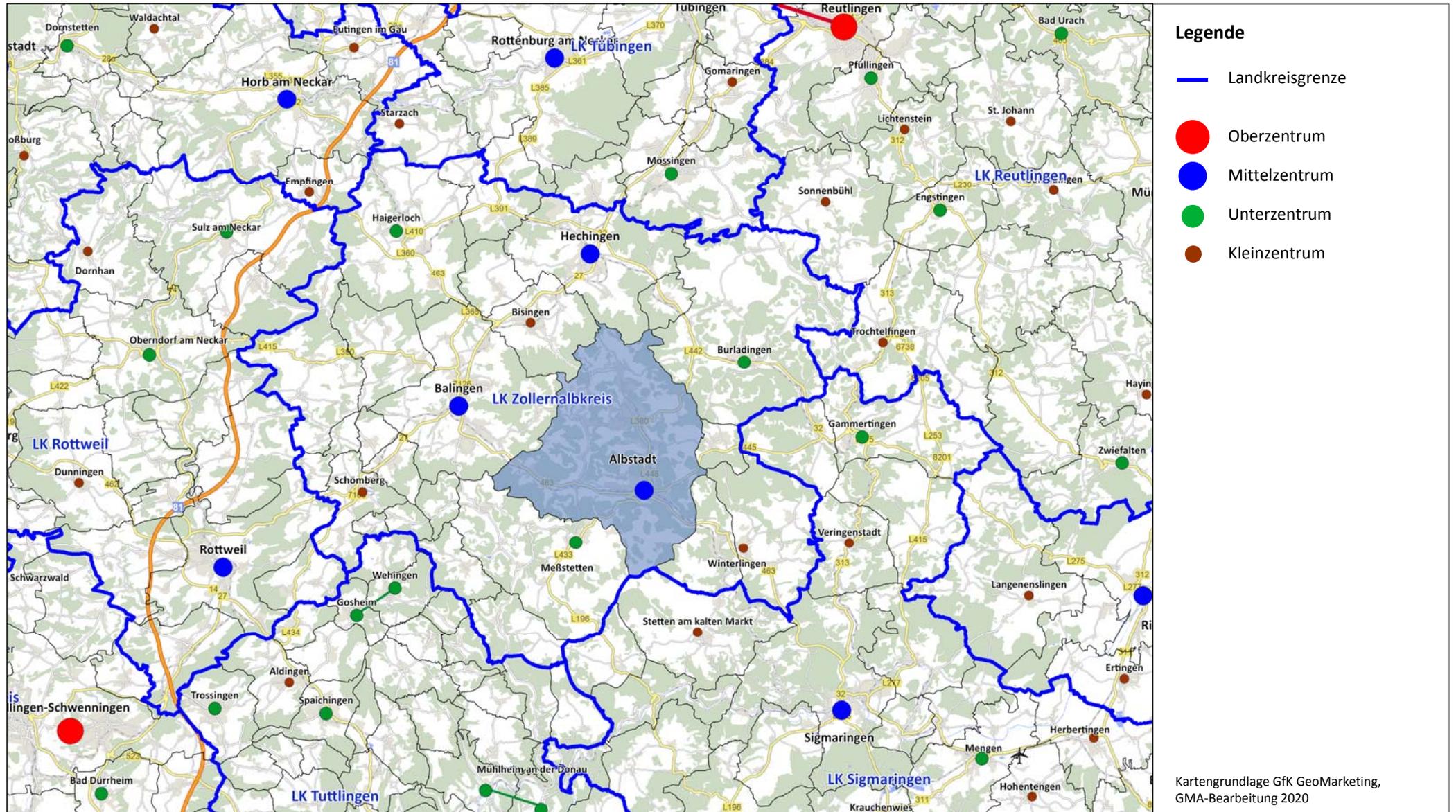
¹² Die Festlegung der Zentrenstruktur findet im Märkte- und Zentrenkonzept Neckar-Alb aus dem Jahr 2011 statt. 2018 wurde dieses fortgeschrieben, jedoch ohne Änderung der Zentrenstruktur.

reich den Fachmarktstandort an der Theodor-Groz-Straße.¹³ Hier befinden sich diverse Anbieter aus allen Bedarfsstufen im Zusammenhang mit weiteren Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und gastronomischen sowie kulturellen Angeboten.

- Im Stadtteil **Taiflingen** wird aufgrund der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Ortszentrum ein Nebenzentrum ausgewiesen. Dieses soll vorrangig der Nahversorgung dienen, gleichzeitig aber auch Anbieter aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich bereithalten. Die Ortsmitte erstreckt sich im Bereich zwischen Hechinger Straße, Adlerstraße, Erich-Kästner-Straße und der Goethestraße bzw. Martin-Luther-Straße. Hier verteilen sich diverse Einzelhandelsbetriebe sowie Dienstleistungsanbieter und öffentliche Einrichtungen. Ein deutlicher Unterschied ist aktuell zwischen den Bereichen entlang der Hechinger Straße, welche etwas in die Jahre gekommen wirken, und dem weiter westlich liegenden, neu gestalteten Markt zu erkennen. An der Hechinger Straße / Kreuzung Goethestraße im Bereich des Kreisverkehrs wurde jedoch eine größere Immobilie mit Einzelhandelsbesatz abgerissen. Dort baut Edeka im Moment eine neue Immobilie mit einem modernen Lebensmittelmarkt.
- In **Onstmettingen** liegt ein ausgewiesenes Grund- und Nahversorgungszentrum. Dieses umfasst die innerörtlich gewachsenen Versorgungsstrukturen entlang der Hauptstraße sowie der Thanheimer Straße. Dabei ist zwar auf keine größeren Anbieter (auch keinen größeren Anbieter der Lebensmittelversorgung) hinzuweisen, dennoch befinden sich in diesem Bereich diverse kleinteilige Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen sowie Dienstleistungsbetriebe. Im Hinblick auf die Nahversorgung ist im Bereich der Thanheimer Straße / Wilhelmstraße auf eine kompakte Lage hinzuweisen, die aus einer Bäckerei, zwei Metzgereien sowie dem Rathaus und der Sparkasse besteht. Außerdem ist in Onstmettingen geplant, einen Netto-Markt in zentraler Lage anzusiedeln.
- Des Weiteren werden **Ergänzungsstandorte** ausgewiesen:
 - In **Ebingen** liegen die Ergänzungsbereiche im südöstlichen Bereich um die Sigma-ringer Straße und Berliner Straße. Im südwestlichen Bereich von Ebingen befindet sich der Ergänzungsstandort an der Kientenstraße.
 - Im Stadtteil **Truchtelfingen** liegt der Ergänzungsstandort im Gewerbegebiet mit den heute bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben.
 - In **Taiflingen** liegt der Ergänzungsstandort im Bereich der Einzelhandelsimmobilie im Wiesengrund mit REWE und Thomas Philipps.

¹³ Sowohl der bestehende Standort des zur Verlagerung vorgesehenen Lidl-Marktes als auch der Planstandort befinden sich in diesem Bereich.

Karte 2: Lage von Albstadt und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



3. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Stadt Albstadt-Ebingen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Verlagerung und 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 Unterezentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Auch im Regionalplan Neckar-Alb¹⁴ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg¹⁵ wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen.

Durch die Ausweisung der Stadt Albstadt-Ebingen als Mittelzentrum liegen die Voraussetzungen zur Verlagerung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

Das Konzentrationsgebot wird somit erfüllt.

¹⁴ Quelle: Regionalplan Neckar-Alb, Kapitel 2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe.

¹⁵ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung.

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 „Theodor-Groz-Straße“

Der Projektstandort für den zur Verlagerung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounter befindet sich im Stadtteil Ebingen südwestlich der Innenstadt und ist Teil des zentralen Versorgungsbereichs gemäß dem Regionalen Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb 2011 / 2018 sowie dem Regionalplan Neckar-Alb (vgl. Fotos 1 und 2 sowie Karte 3). Das Areal wird im Norden von der Theodor-Groz-Straße, im Westen von den Märkten der Firmen Fressnapf und Kaufland, im Süden von der Kientenstraße und im Osten von einer Böschung, auf deren Rücken die Karlsbrücke verläuft, begrenzt.

Das **direkte Standortumfeld** wird überwiegend durch Einzelhandelsnutzungen geprägt (vgl. Karte 3). Direkt nördlich des Projektstandortes befindet sich ein dm-Drogeriemarkt. Westlich entlang der Theodor-Groz-Straße schließen sich der derzeitige Markt der Fa. Lidl, ein kiki-Textildiscounter, ein Norma-Lebensmitteldiscounter sowie im weiteren Verlauf Textil- und Schuhfachmärkte (AWG, Takko, Deichmann) an.

An den geplanten Standort grenzt außerdem ein Fressnapf-Tierfachmarkt und der große Supermarkt der Fa. Kaufland an (sowie im weiteren Verlauf das leerstehende Gebäude des Extra-Baumarktes). Die Fa. Kaufland plant den Abriss und Neubau des bestehenden Marktes. In diesem Zusammenhang soll auch der Extra-Baumarkt abgerissen werden.¹⁶ Südlich des Projektstandortes bzw. der Kientenstraße befindet sich ein Parkplatz und im weiteren Verlauf die B 463 (vgl. Foto 4). Östlich der Karlsbrücke liegen die Produktionsanlagen der Fa. Groz-Beckert. Nördlich der Einzelhandelsnutzungen an der Theodor-Groz-Straße verläuft die Bahnlinie. Jenseits der Bahnlinie ist im Schiller-Areal ein Biomarkt ansässig.

Die **Erreichbarkeit** des Projektstandortes für **Fußgänger** ist aufgrund der räumlichen Zäsur durch die in Ost-West-Richtung verlaufende Bahnlinie als suboptimal einzustufen. Aus Richtung Innenstadt kann der Standort über die Karlsbrücke erreicht werden. Auf Höhe der Theodor-Groz-Straße sind Treppenstufen vorhanden, wodurch die topografische Barriere überwunden werden kann. Von Süden ist das Areal über die Karlsbrücke bzw. die Kientenstraße auch barrierefrei zugänglich.

¹⁶ Inkl. Konzessionäre ist eine Erweiterung des großen Supermarktes der Fa. Kaufland von derzeit 4.100 m² auf zukünftig 5.100 m² Verkaufsfläche geplant. Das Verfahren zur Änderung des Bebauungsplans „Kaufland / Kientenstraße“ läuft derzeit.

Foto 1: Projektareal – Ansicht von Süden


GMA-Aufnahmen 2020

Foto 2: Projektareal – Ansicht von Nordosten


An das Netz des **ÖPNV** ist der Standort direkt angebunden. So befindet sich westlich des Planareals an der Kientenstraße eine Bushaltestelle. Sie wird von den Linien 74 und 75 bedient. Mit dem **Pkw** kann der Projektstandort über die Karlsbrücke und die Kientenstraße bzw. über die Theodor-Groz-Straße unproblematisch angefahren werden. Vor diesem Hintergrund ist die Erreichbarkeit für den Individualverkehr als gut einzustufen.

Die spezifischen Eigenschaften des Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Als wesentliche Eigenschaften des Projektstandortes sind anzuführen:

Positive Standortfaktoren

- + Lage im zentralen Versorgungsbereich bzw. im zentralörtlichen Versorgungskern der Stadt Albstadt-Ebingen
- + Standortvorteile durch Nachbarschaft zu anderen Einzelhandelsbetrieben aus dem kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- + direkte Anbindung an den ÖPNV vorhanden
- + gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr
- + ausreichendes Flächenpotenzial vorhanden
- + ausreichendes Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet

Negative Standortfaktoren

- suboptimale Erreichbarkeit für Fußgänger aus Richtung Innenstadt (kein barrierefreier Zugang aus nördlicher Richtung)
- hohe Wettbewerbsdichte im Lebensmitteldiscountsegment (vgl. Kapitel V.1).

Zusammenfassend kann aus städtebaulicher Sicht festgestellt werden, dass sich der Standort des zur Verlagerung und Erweiterung geplanten Lidl-Lebensmitteldiscounters innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gemäß Einzelhandelskonzept Neckar-Alb 2011 / 2018 bzw. innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns gemäß Regionalplan Neckar-Alb 2013 befindet. Zusammen mit den benachbarten Einzelhandelsbetrieben aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich übernimmt der Markt eine wesentliche Versorgungsfunktion für den Stadtteil Ebingen sowie die ländlich strukturierten Stadtteile im Westen bzw. Nordwesten Albstads.

Karte 3: Mikrostandort an der Theodor-Groz-Straße



Foto 3: Fachmarktnutzungen an der Theodor-Groz-Straße



GMA-Aufnahmen 2020

Foto 4: Blick auf die Kientenstraße (Richtung Westen)



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.

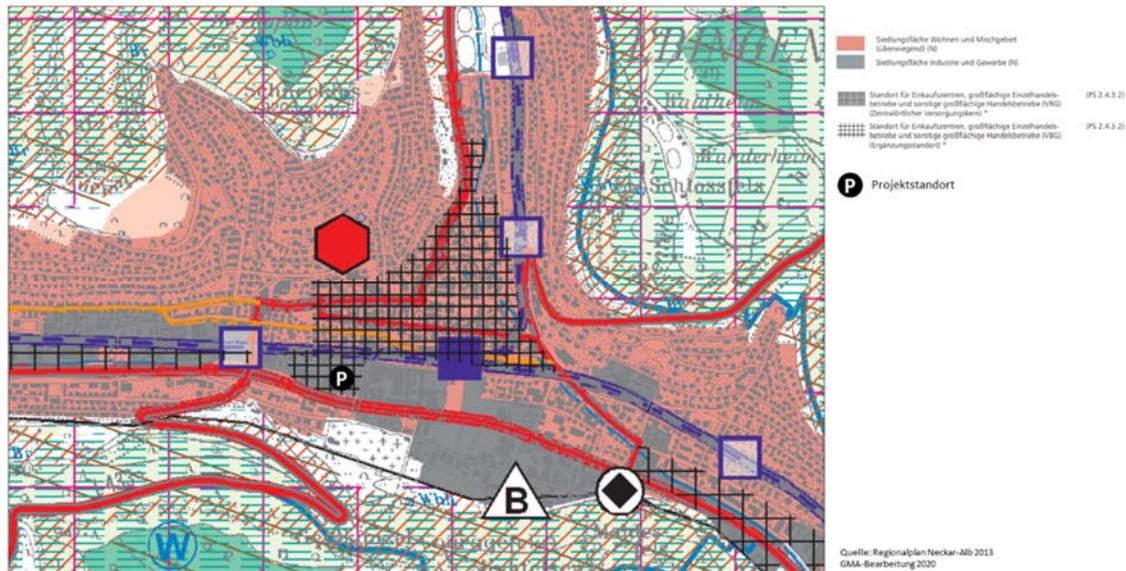
„[...] Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen [...]“

Diesen Vorgaben wird auch seitens des **Regionalplans Neckar-Alb 2013** (Plansatz 2.4.3.2) Rechnung getragen.

„Z (5) Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur an integrierten Standorten zulässig. Dazu werden zentralörtliche Versorgungskerne als ‚Standort für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und großflächige Handelsbetriebe‘ als Vorranggebiet festgelegt und in der Raumnutzungskarte dargestellt.“

Im Rahmen der Zuordnung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten zu den Versorgungskernen wurden für Ober-, Mittel und Unterzentren gebietsscharf die zentralörtlichen Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten konzentriert und angesiedelt werden sollen, abgegrenzt. Für die Stadt Albstadt wurde folgender Bereich als zentralörtlicher Versorgungskern abgegrenzt:

Abbildung 2: Standortbereiche für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte in Albstadt-Ebingen



Der Projektstandort zwischen der Theodor-Groz-Straße und der Kientenstraße liegt demnach innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns. Vor diesem Hintergrund ist die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in diesem Standortbereich gemäß dem Regionalplan Neckar-Alb möglich.

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 innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Albstadt-Ebingen gemäß dem Regionalen Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb 2011 / 2018 bzw. innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns gemäß Regionalplan Neckar-Alb 2013.

Vor diesem Hintergrund steht das Vorhaben im Einklang mit den Vorgaben durch die Regionalplanung.

Das Integrationsgebot 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 und letztlich die Umsatzherkunft vorzunehmen. Dies ist Grundlage zur Einordnung und Bewertung des Kongruenzgebotes.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale

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

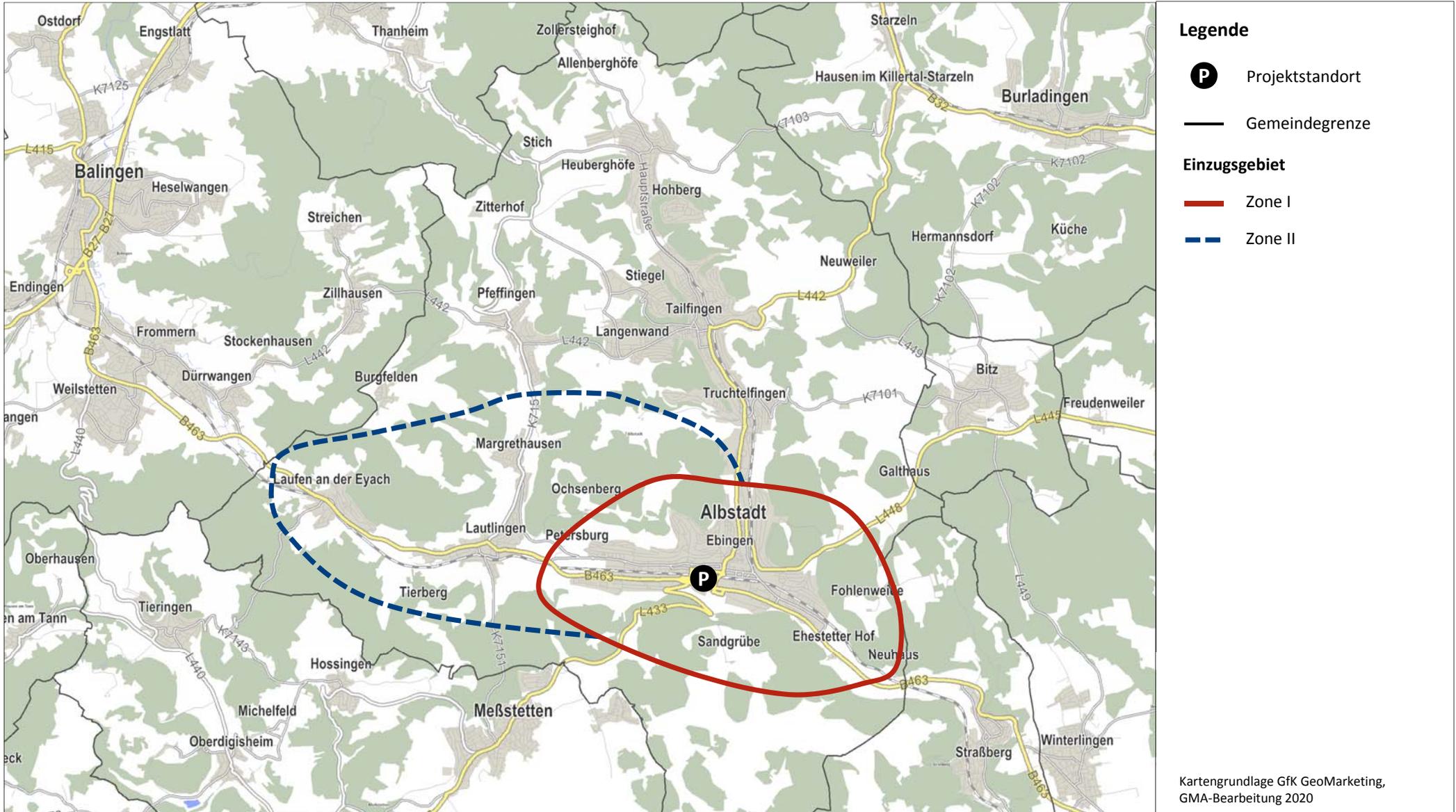
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Projektstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen 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 vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Albstadt und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel V. 1.)
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen u. a. in Albstadt, Winterlingen etc.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren bildet im vorliegenden Fall der Stadtteil Ebingen das Haupteinzugsgebiet (= Zone I) des Vorhabens. Zusätzlich sind noch Kundenanteile aus den westlichen und nordwestlich gelegenen Stadtteilen Albstadts zu erwarten. Insgesamt leben im unmittelbaren Einzugsgebiet des Vorhabens ca. **24.040 Einwohner**.

Karte 4: Einzugsgebiet des zur Verlagerung und Erweiterung geplanten Lidl-Marktes in Albstadt-Ebingen



| | | | |
|-----|-----------------------------|-----------------------------------|---|
| /// | Zone I: | Ebingen | ca. 19.620 Einwohner |
| /// | Zone II: | Lautlingen, Laufen, Margrethausen | ca. 4.420 Einwohner |
| /// | Einzugsgebiet gesamt | | ca. 24.040 Einwohner.¹⁷ |

Die Marktreichweite des zur Verlagerung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounters wird in erster Linie durch die vorhandenen Wettbewerbsbetriebe sowie die topografischen Bedingungen im Untersuchungsraum bestimmt. So ist im nördlich gelegenen Stadtteil Tailfingen ebenfalls ein Lidl-Lebensmitteldiscounter ansässig, welcher die Ausdehnung des Einzugsgebietes in nördlicher Richtung begrenzt. Nach Süden hin wird die Ausdehnung des Einzugsgebietes durch die bewegte Topografie eingeschränkt. Außerdem befindet sich in Meßstetten bereits der nächste Lidl-Markt.

Aufgrund der Nähe des Standortes zur überregional bedeutsamen B 463 sowie der Bedeutung Ebingens als Arbeitsplatzstandort ist in gewissem Umfang mit Streuumsätzen durch Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen. Hierbei handelt es sich z. T. um Streuumsätze aus dem übrigen Stadtgebiet von Albstadt sowie Streuumsätze von außerhalb der Stadt Albstadt (z. B. Berufspendler bzw. Kunden aus Straßberg, Winterlingen und Bitz). Diese Umsätze fließen im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. Streuumsätze in die Betrachtung mit ein. Dabei wird auch berücksichtigt, dass sich der Standort im Verbund mit weiteren Einzelhandelsbetrieben befindet (Freßnapf, dm, Norma usw.), die z.T. auch großflächig sind (Kaufland).

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. € 6.035¹⁸

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

ca. 2.210 €.¹⁹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²⁰ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research bewegt sich das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet zwischen 102,4 (Ebingen) und 105,5 (Lautlingen, Laufen, Margrethausen) und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

¹⁷ Quelle: Stadt Albstadt, Stand: 31.12.2019.

¹⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

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

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

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** insgesamt auf **ca. 54,7 Mio. €**. Davon entfallen ca. 44,4 Mio. € auf die Zone I und ca. 10,3 Mio. € auf die Zone II. Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Lidl bei ca. 20 %. Dabei handelt es sich ganz überwiegend um andere nahversorgungsrelevante Sortimente wie Drogeriewaren und Tiernahrung.

3. Umsatzprognose

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

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den zur Verlagerung geplanten Lidl-Lebensmitteldiscounter am Standort Theodor-Groz-Straße mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.450 m² anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²²

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Lidl mit 1.450 m² VK)

| Zonen | Kaufkraft in Mio. € | Marktanteil Food in % | Umsatz Food in Mio. € | Umsatz Nonfood in Mio. €* | Umsatz gesamt in Mio. € | Umsatzherkunft in % |
|--|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| Zone I | 44,4 | 12 – 13 | 5,5 – 5,6 | 1,3 – 1,4 | 6,9 | 74 |
| Zone II | 10,3 | 7 – 8 | 0,8 | 0,2 | 1,0 | 11 |
| Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes | | | 1,1 | 0,3 | 1,4 | 15 |
| Insgesamt | | | 7,4 – 7,5 | 1,8 – 1,9 | 9,3 | 100 |

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Lidl ca. 20 % (inkl. Drogeriewaren). Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

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

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

Somit lässt sich für den verlagerten und erweiterten Lidl-Markt mit ca. 1.450 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 9.3 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 7,4 – 7,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,8 – 1,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

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

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

- /// Das Einzugsgebiet des verlagerten und erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters ist im Wesentlichen auf die Stadt Albstadt begrenzt. Nur ein geringer Teil des Umsatzes fließt von außerhalb des Einzugsgebietes in Form von Streuumsätzen an den Standort zu. Hierbei ist zwischen Streuumsätzen aus der Stadt Albstadt und Streuumsätzen von außerhalb des Stadtgebietes zu unterscheiden.
- /// Insgesamt ist festzuhalten, dass mind. ca. 85 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Albstadt selbst stammen. Ca. 15 % fließen in Form von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu. Dabei handelt es sich zum einen um Umsatzanteile mit Kunden aus dem übrigen Stadtgebiet von Albstadt. Zum anderen fließen auch Umsätze von außerhalb Albstadts z. B. aus Straßberg, Winterlingen und Bitz zu. Insgesamt dürfte der Umsatzanteil mit Kunden aus Albstadt dadurch noch etwas über 85 % liegen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Vorgaben des Kongruenzgebotes durch das Vorhaben eindeutig eingehalten werden.

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. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet

Zur Ermittlung und Bewertung der Angebotssituation in Albstadt-Ebingen und im Umland wurde von der GMA im März 2020 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für den zur Erweiterung und Verlagerung vorgesehenen Lidl-Markt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmitteldiscounter geführt werden. Allerdings ist davon auszugehen, dass die wettbewerblichen Auseinandersetzungen in erster Linie mit großflächigen Lebensmittelmärkten, v. a. Discountern und Supermärkten, erfolgen wird.

Als **Hauptwettbewerber** des Vorhabens sind in der **Zone I** des Einzugsgebietes folgende strukturprägende Lebensmittelmärkte hervorzuheben (vgl. Karte 5):

- /// **Norma**, Lebensmitteldiscounter, Theodor-Groz-Straße, ca. 800 m² VK; Lage im zentralen Versorgungsbereich, moderner Markt, ausreichendes Stellplatzangebot, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- /// **Kaufland**, Großer Supermarkt, Kientenstraße, Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereich; der bestehende Kaufland-Markt soll abgerissen und neu gebaut werden. Dabei ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche des Kaufland-Marktes von derzeit 3.800 m² auf zukünftig 4.600 m² geplant. Zusätzlich sollen eine Apotheke sowie Konzessionäre angesiedelt werden, so dass sich eine Gesamtverkaufsfläche von 5.100 m² ergibt²³,
- /// **BIOFRITZ**, Biomarkt, Schillerstraße, ca. 300 m² VK; nördlich der Bahngleise, Lage im zentralen Versorgungsbereich, kleiner, moderner Biomarkt, leistungsfähiger Wettbewerber,
- /// **Mix Markt**, ethnischer Supermarkt, Friedrichstraße, ca. 500 m² VK; Lage im nordwestlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereich, wohngebietsbezogener Standort, ausreichend Stellplatzkapazitäten vorhanden,

²³ Vgl. Imakomm Akademie GmbH, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse Erweiterungsvorhaben Kaufland, Altstadt, 2018.

- // **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Schillerstraße, ca. 890 m² VK; Standortverbund mit Bäckerei, wohngebietsbezogener Standort, moderner Markt mit ausreichend Stellplatzkapazitäten, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- // **Rewe**, Supermarkt, ca. 2.700 m² VK, Lage im Ergänzungsstandort Kientenstraße, überwiegend gewerbliche Nutzungen im Umfeld, moderner Markt mit großzügigem Stellplatzangebot, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- // **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Silberdistelstraße, ca. 800 m² VK; Lage am westlichen Siedlungsrand von Ebingen in unmittelbarer Nähe zu einem Neubaugebiet, moderner Markt mit ausreichendem Stellplatzangebot, Bäckerei und Metzgerei im direkten Standortumfeld, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- // **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Kantstraße, ca. 800 m² VK; integrierte Lage, südöstlich des zentralen Versorgungsbereich, moderner Markt mit ausreichendem Stellplatzangebot, Standortverbund mit Bäckerei, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- // **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Sigmaringer Straße, ca. 800 m² VK; Lage im Ergänzungsstandort Sigmaringer Straße / Berliner Straße, Scharnierlage Gewerbegebiet / Wohngebiet, Markt mit ausreichenden Stellplatzkapazitäten, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber,
- // **Kaufland**, Großer Supermarkt, Sigmaringer Straße, ca. 2.700 m² VK; überwiegend gewerblich geprägtes Umfeld, Lage im Ergänzungsstandort Sigmaringer Straße / Berliner Straße, zweigeschossige Handelsimmobilie mit ergänzenden Einzelhandelsnutzungen (Lebensmittelhandwerk, Quick Schuh), Kaufland-Getränkemarkt im Untergeschoss, hoher Modernisierungsbedarf der Immobilie, ausreichende Stellplatzkapazitäten.

Darüber hinaus ist auf einen großen Getränkemarkt (Mebold) im Ergänzungsstandort Kientenstraße hinzuweisen.

Neben den genannten Hauptwettbewerbern sind in der Zone I zahlreiche Lebensmittelhandwerker (Bäckereien, Metzgereien) etabliert.

In der **Zone II** des Einzugsgebietes sind keine größeren Lebensmittelmärkte vorhanden. Hier ist lediglich auf ein rudimentäres Nahversorgungsangebot hinzuweisen. So sind in Lautlingen eine Bäckerei, ein kleiner Getränkemarkt sowie zwei Tankstellenshops, in Laufen eine Metzgerei sowie in Margrethausen eine Bäckerei mit kleinem Lebensmittelsortiment etabliert.

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche der im Einzugsgebiet vorhandenen Hauptwettbewerber²⁴ auf **ca. 14.890 m²**, auf der ein bereinigter Lebensmittelumsatz von **ca. 58,6 Mio. €** generiert wird.²⁵

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die im weiteren Stadtgebiet von Albstadt situierten Lebensmittelmärkte als relevante Wettbewerbsbetriebe zu nennen (vgl. Tabelle 4 und Karte 5). So sind im nördlich gelegenen Stadtteil Truchelfingen zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Penny) vorhanden. In Tailfingen sind derzeit ein großer Rewe-Supermarkt, ein Lidl sowie ein Netto-Lebensmitteldiscounter vorhanden. Darüber hinaus befindet sich im Moment ein großer Supermarkt der Fa. Edeka im Ortszentrum von Tailfingen im Bau. Im ganz im Norden gelegenen Stadtteil Onstmettingen ist mit dem Netto-Lebensmitteldiscounter bisher nur ein Betrieb ansässig. Es bestehen jedoch konkrete Planungen, die die Verlagerung des Marktes in Richtung Ortsmitte und eine Vergrößerung der Verkaufsfläche auf ca. 1.050 m² vorsehen.²⁶

Östlich von Albstadt-Ebingen ist noch auf die Wettbewerber in der Gemeinde Winterlingen hinzuweisen. Hier sind zwei Lebensmitteldiscounter (Netto, Penny) sowie ein Edeka-Supermarkt etabliert. In der Gemeinde Bitz ist zudem auf zwei Lebensmitteldiscounter (Penny, Netto) hinzuweisen.

In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass in der Zone I des Einzugsgebietes mit insgesamt fünf weiteren Lebensmitteldiscountern sowie zwei großen Supermärkten der Fa. Kaufland eine intensive Wettbewerbssituation vorliegt.

²⁴ Ohne den bestehenden Lidl-Markt.

²⁵ In der Umsatzleistung ist der perspektivische Umsatz des neu gebauten Kaufland-Supermarktes enthalten.

²⁶ Vgl. GMA 2019: Auswirkungsanalyse zur Verlagerung des Netto-Lebensmitteldiscounters in Albstadt-Onstmettingen.

Karte 5: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum

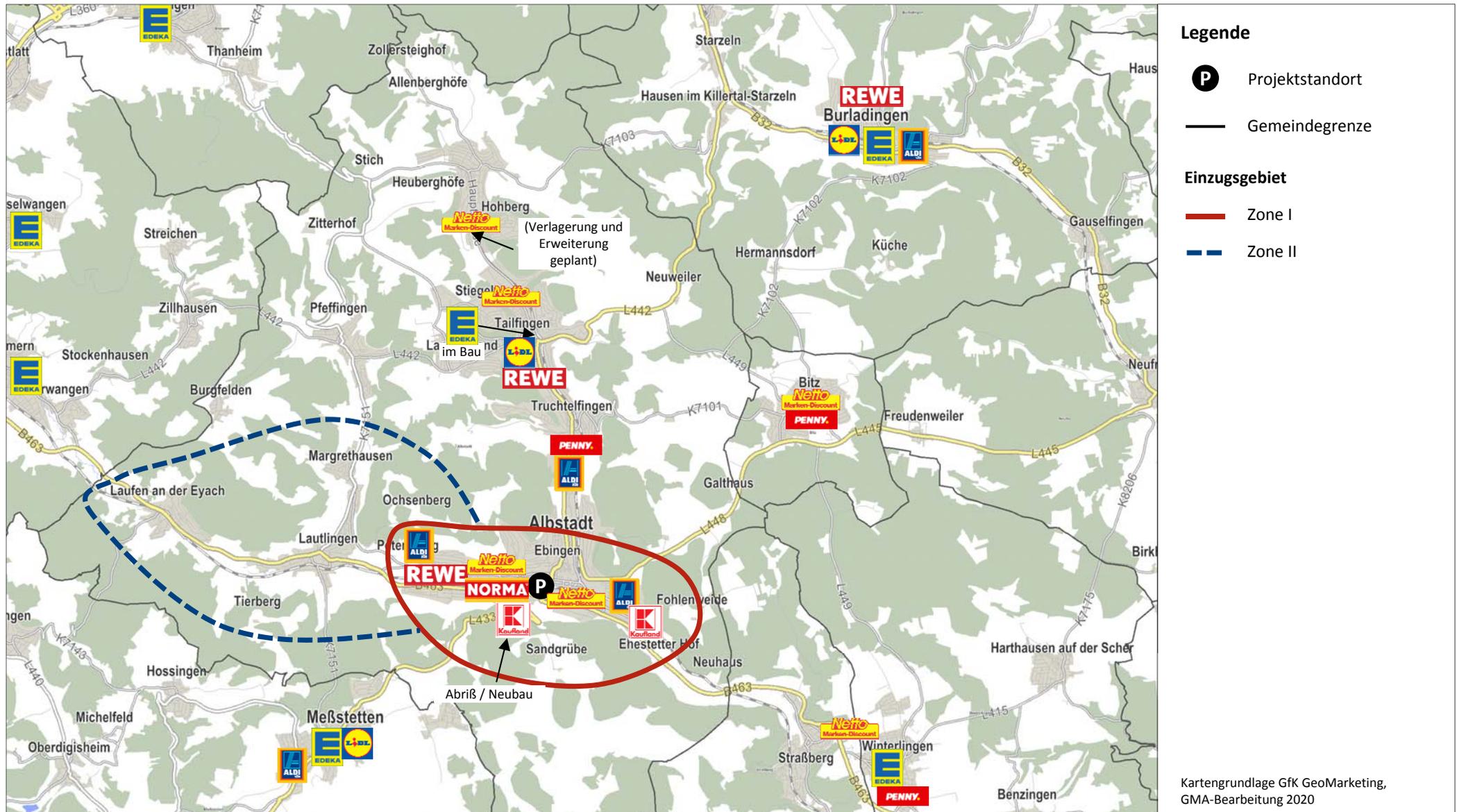


Tabelle 4: Hauptwettbewerber im weiteren Untersuchungsraum (Auswahl)

| Ort | Anbieter | Betriebstyp | VK in m ² (ca. Werte) | Straße | Lagezusammenhang |
|---------------------|----------------|-----------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|
| Albstadt | | | | | |
| Truchtel- fingen | Penny | Lebensmittel- discounter | 800 | Konrad-Adenauer- Straße | Ergänzungsstandort Einzelhandel |
| | Aldi Süd | Lebensmittel- discounter | 800 | Rudolf-Diesel-Straße | Ergänzungsstandort Einzelhandel |
| Tailfingen | Netto | Lebensmittel- discounter | 1.050 | Dorotheenstraße | integrierter Standort |
| | Lidl | Lebensmittel- discounter | 1.200 | Goethestraße | integrierter Standort |
| | Edeka (im Bau) | Supermarkt | 2.500 | Hechinger Straße | integrierte Lage (Stadtteilzentrum) |
| | Rewe | Supermarkt | 2.400 | Im Wiesengrund | Ergänzungsstandort Einzelhandel |
| Onst- mettingen | Netto* | Lebensmittel- discounter | 800 | Riegelwiesen | überwiegend gewerblich geprägtes Gebiet |
| Winterlingen | | | | | |
| Winter- lingen | Edeka | Supermarkt | 1.400 | Ebinger Straße | Ortsrandlage, wohnge- bietsbezogener Standort |
| | Netto | Lebensmittel- discounter | 840 | Vogelherd | Ortsrandlage, gewerblich geprägter Standort |
| | Penny | Lebensmittel- discounter | 800 | Lindenstraße | wohngebietsbezogener Standort |
| Bitz | | | | | |
| Bitz | Penny | Lebensmittel- discounter | 800 | Ebinger Straße | Ortsrandlage, wohnge- bietsbezogener Standort |
| | Netto | Lebensmittel- discounter | 800 | Harthäuser Straße | Ortsrandlage, gewerblich geprägter Standort |

* Verlagerung und Erweiterung auf 1.050 m² VK geplant

Quelle: GMA-Erhebung 2020

3. Umsatzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen 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 Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- ▀ der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

3.2 Umsatzzumlenkungen Lidl

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des verlagerten und erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse der verlagerte und erweiterte Lidl-Markt mit ca. 1.450 m² Verkaufsfläche bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Verlagerung und Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist wettbewerbsneutral. Für die Bewertung der Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes in Albstadt-Ebingen werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Lidl-Markt wird an seinem neuen Standort auf einer zukünftigen Verkaufsfläche von ca. 1.450 m² eine Umsatzleistung von ca. 9,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 7,4 – 7,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,8 – 1,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass die Lidl-Filiale in Albstadt-Ebingen bereits seit vielen Jahren in einer Immobilie auf der gegenüberliegenden Straßenseite etabliert ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von ca. 7,2 Mio. €. Davon entfallen ca. 5,7 – 5,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,4 – 1,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute von der Lidl-Filiale generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet grundsätzlich keine grundlegenden Veränderungen ergeben werden.
- Nach Abzug der Umsätze des bestehenden Lidl-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von ca. 2,1 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 1,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Weiterhin wird davon ausgegangen, dass der Altstandort von Lidl nicht mehr durch einen Lebensmittelmarkt belegt wird. So liegt im Lebensmitteldiscountbereich in Albstadt-Ebingen mit insgesamt 6 Märkten (2x Aldi, 2x Netto, Lidl, Norma) bereits eine hohe Wettbewerbsdichte vor. Auch im Lebensmittelvollsortimentsbereich ist mit drei Anbietern (2x Kaufland, Rewe) bereits eine hohe Wettbewerbsdichte vorhanden. Zum anderen ist die Verkaufsfläche des bestehenden Lidl-Marktes mit ca. 1.030 m² für die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters zu klein. Denkbar wäre jedoch die Verlagerung des benachbarten dm-Marktes, der bisher eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung aufweist. Mit der Verlagerung des dm-Marktes könnte ein moderner Drogeriemarkt in Albstadt entstehen.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch den verlagerten und erweiterten **Lidl-Lebensmitteldiscounter** in Albstadt-Ebingen zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

| | | Umsatzumverteilungseffekte in Mio. € |
|--------------------------|---|---|
| Lebensmittelbereich | ▪ Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes im Lebensmittelbereich | 5,7 – 5,8 |
| | ▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern in Zone I | 1,1 |
| | <i>davon gegenüber Wettbewerbern im zentralen Versorgungsbereich</i> | 0,6 |
| | ▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern in Zone II | --- |
| | ▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern außerhalb des Einzugsgebiet (übriges Stadtgebiet, Winterlingen) | 0,6 |
| | ▪ Umsatz des verlagerten und erweiterten Lidl-Marktes | 7,4 – 7,5 |
| Nichtlebensmittelbereich | ▪ Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes im Nichtlebensmittelbereich | 1,4 – 1,5 |
| | ▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum | 0,4 |
| | ▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich | 1,8 – 1,9 |
| | ▪ Umsatz insgesamt | 9,3 |

GMA-Berechnungen 2020

3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

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

- / Von den Umsatzumverteilungseffekten durch die geplante Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes sind in erster Linie die in der **Zone I** des Einzugsgebietes ansässigen Wettbewerbsbetriebe betroffen. Gegenüber ihnen wird ein Umsatzanteil von ca. 1,1 Mio. € umverteilt, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 % entspricht. Aufgrund der räumlichen Nähe werden dabei überwiegend die im zentralen Versorgungsbereich, v. a. die in der Einzelhandelsagglomeration Theodor-Groz-Straße / Kientenstraße ansässigen Betriebe tangiert. Gegenüber diesen Märkten liegt die Umsatzumverteilungsquote mit ca. 2 – 3 % leicht höher. Gegenüber Betrieben in sonstigen Lagen in der Zone I (Ergänzungsstandorte, Nahversorgungsstandorte) errechnen sich Umsatzumverteilungsquoten von unter 2 %. Damit resultieren aus dem Vorhaben in der Zone I nur geringe wirtschaftliche Effekte. Negative städtebauliche Auswirkungen (= Betriebsschließungen) sind daher nicht zu erwarten.
- / In der **Zone II** des Einzugsgebietes resultieren durch das Vorhaben keine Auswirkungen. In den betroffenen Stadtteilen ist kein größerer Lebensmittelmarkt vorhanden. Das Angebot wird ausschließlich durch Ladenhandwerker, Tankstellenshops und ei-

nen kleinen Getränkemarkt geprägt, deren Sortiment sich nur in sehr geringem Umfang mit dem des Untersuchungsobjektes überschneidet. Vor diesem Hintergrund sind in der Zone II keine Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten.

- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** sind von den Umsatzumverteilungswirkungen zum einen die im übrigen Stadtgebiet von Albstadt ansässigen Lebensmittelmärkte betroffen. Die Umsatzumverteilungseffekte sind jedoch so gering (< 1 %), dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind.
- /// **Außerhalb der Stadt Albstadt** gehen die Umverteilungswirkungen überwiegend zu Lasten der in Winterlingen ansässigen Wettbewerber. Die Rückwirkungen bewegen sich jedoch mit einem Wert von ca. 1 % auf einem äußerst niedrigen Niveau. In den anderen Kommunen im Untersuchungsraum (z. B. Bitz) sind die Umsatzumverteilungseffekte mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar. Negative städtebauliche Effekte sind daher auch außerhalb des Einzugsgebietes auszuschließen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen i. H. von max. 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern v. a. in der Zone I wirksam werden. Die durch die Umsatzzuwächse im Nichtlebensmittelbereich auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen sind in der Einzelbetrachtung sehr gering und mit den Methoden der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Betriebsschließungen in Albstadt-Ebingen sowie im übrigen Stadtgebiet von Albstadt und in den umliegenden Städten und Gemeinden in der direkten Folge des Vorhabens können ausgeschlossen werden.

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 Beeinträchtigungsverbotes 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 Verlagerungsgemeinde 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.“

4.1 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- Wie in Kapitel III. gezeigt, gehen die Umsatzumverteilungswirkungen des Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens der Fa. Lidl überwiegend zu Lasten der in der Zone I ansässigen Wettbewerbsbetriebe. Die Umsatzumverteilungsquote liegt mit max. 2 – 3 % deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, ab dem mit städtebaulichen Beeinträchtigungen (= Betriebsschließungen) zu rechnen ist.

- Im übrigen Stadtgebiet von Albstadt sowie in den umliegenden Kommunen (v. a. Winterlingen) bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf äußerst niedrigem Niveau (max. 1 %). Negative städtebauliche Auswirkungen durch das Vorhaben sind hier ebenfalls auszuschließen.
- 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 i. S. des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden.

In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass sowohl in Albstadt-Ebingen als auch in den übrigen Stadtteilen Albstadts sowie in den Nachbarkommunen die verbrauchernahe Versorgung aus gutachterlicher Sicht durch das Vorhaben der Fa. Lidl nicht gefährdet ist. Des Weiteren sind Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.

VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes

Im Hinblick auf Einzelhandelsagglomerationen trifft der **Regionalplan Neckar-Alb 2013** folgende Aussagen:

2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe, regionalbedeutsame Veranstaltungszentren

- Z (8) Mehrere Einzelhandelsbetriebe, die aufgrund ihres räumlichen und funktionalen Zusammenhangs (Agglomeration) negative raumordnerische Auswirkungen erwarten lassen, sind wie ein einheitliches Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

Dieser Plansatz wird in der **Begründung** näher erläutert:

Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben besteht, wenn räumlich nahe beieinanderliegend mehrere Einzelhandelsbetriebe ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden.

Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den zentralörtlichen Versorgungskernen, im Nebenzentrum, in den Grund- und Nahversorgungszentren in den Stadtteilen und in den Ortsmitten der Kleinzentren und nicht zentralen Orten erwünscht. [...]

Entstehen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben, die einzeln auch unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit liegen können, allerdings in Randlagen oder in Gewerbegebieten außerhalb, sind ähnlich negative Auswirkungen wie bei regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekte zu erwarten, insbesondere auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung, auf die Entwicklung zentraler Versorgungskerne in der Kommune oder in anderen Kommunen, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt. Wenn sich Agglomerationen nach Art, Lage und Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung nicht nur unwesentlich auswirken, sind sie wie ein einheitliches Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtungsverbot (PS 3.3.7 (Z) Satz 1 und 3.3.7.1 (Z) Satz 1, Plansatz 3.3.7.1 (Z) Satz 2 LEP 2002) sind auch auf Agglomerationen anzuwenden (BVerwGE vom 10.11.2011). [...]

Im Umfeld des zur Erweiterung und Verlagerung geplanten Lidl-Lebensmitteldiscounters befinden sich zahlreiche weitere Einzelhandelsnutzungen, mit denen der Markt eine Einzelhandelsagglomeration bildet. Der Projektstandort befindet sich jedoch innerhalb des durch die Regionalplanung festgelegten zentralörtlichen Versorgungskerns. Hier ist die Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben möglich und sogar ausdrücklich erwünscht. Vor diesem Hintergrund steht das Vorhaben der Fa. Lidl im Einklang mit den Festlegungen des Agglomerationsgebotes.

VII. Zusammenfassung

| Grundlagen | |
|---|--|
| Planvorhaben / Planstandort | <ul style="list-style-type: none"> /// Verlagerung des an der Theodor-Groz-Straße in Albstadt-Ebingen ansässigen Lidl-Lebensmitteldiscounters auf die gegenüberliegende Straßenseite; Vergrößerung der Verkaufsfläche von 1.030 m² auf 1.450 m² /// Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs / zentralörtlichen Versorgungskerns |
| Rechtsrahmen | <ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO |
| Standortrahmenbedingungen | <ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Mittelzentrum Albstadt mit ca. 46.000 Einwohnern /// Einzelhandelsstrukturen: Der Schwerpunkt der Einzelhandelsbetriebe befindet sich im einwohnerstärksten Stadtteil Ebingen. Der zentrale Versorgungsbereich bzw. der zentralörtliche Versorgungskern umfasst die Haupteinkaufslagen im Bereich Marktstraße und Schmiechastraße sowie aufgrund begrenzter Entwicklungsflächen in diesem Bereich auch den Fachmarktstandort an der Theodor-Groz-Straße, wo zahlreiche Anbieter aus allen Bedarfsbereichen angesiedelt sind. Im Stadtteil Taiflingen ist im Ortszentrum aufgrund der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ein Nebenzentrum ausgewiesen, welches vorrangig der Nahversorgung dienen soll. Z. T. sind hier auch Anbieter aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich etabliert. In Onstmettingen befindet sich ein ausgewiesenes Grund- und Nahversorgungszentrum, wo sich diverse kleinteilige Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen sowie Dienstleistungsbetriebe befinden. Darüber hinaus sind im Stadtteil Ebingen zwei Ergänzungsstandorte (Sigmaringer Straße, Berliner Straße / Kientenstraße) sowie in Truchelfingen und in Taiflingen jeweils ein Ergänzungsstandort ausgewiesen. |
| Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial | <ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet erstreckt sich auf den Stadtteil Ebingen als Haupteinzugsgebiet (= Zone I) sowie die westlich und nordwestlich gelegenen Stadtteile Lautlingen, Laufen, Margrethausen. /// Einwohner im Einzugsgebiet: ca. 24.040 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 54,7 Mio. € |
| Umsatzerwartung | <ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung des verlagerten und erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters bei ca. 1.450 m² VK: ca. 9,3 Mio. €, davon ca. 7,4 – 7,5 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,8 – 1,9 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich |
| Umsatzumverteilungseffekte | <ul style="list-style-type: none"> /// Albstadt-Ebingen (Zone I) 2 % /// Stadtteile Lautlingen, Laufen, Margrethausen (Zone II) -- /// außerhalb des Einzugsgebietes <ul style="list-style-type: none"> ▪ übriges Stadtgebiet Albstadt n. n. ▪ Winterlingen max. 1 % |

Raumordnerische Bewertungskriterien

| | |
|------------------------------|--|
| Konzentrationsgebot | Durch die Ausweisung Albstadts als Mittelzentrum liegen die Voraussetzungen zur Verlagerung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor. Das Konzentrationsgebot wird somit erfüllt. |
| Integrationsgebot | Der Projektstandort befindet sich innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Albstadt-Ebingen gemäß dem regionalen Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb 2011 / 2018 bzw. innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns gemäß Regionalplan Neckar-Alb 2013. Vor diesem Hintergrund steht das Vorhaben im Einklang mit den Vorgaben durch die Regionalplanung. Das Integrationsgebot wird somit erfüllt. |
| Kongruenzgebot | Das Einzugsgebiet des verlagerten und erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters ist im Wesentlichen auf die Stadt Albstadt begrenzt. Nur ein geringer Teil des Umsatzes fließt von außerhalb des Einzugsgebietes in Form von Streuumsätzen an den Standort zu. Hier ist zudem zwischen Streuumsätzen aus der Stadt Albstadt und Streuumsätzen von außerhalb des Stadtgebietes zu unterscheiden. Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass mindestens 85 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Albstadt selbst stammen. Ca. 15 % fließen in Form von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu. Dabei handelt es sich zum einen um Umsatzanteile mit Kunden aus dem übrigen Stadtgebiet von Albstadt. Zum anderen fließen auch Umsätze von außerhalb Albstadts, z. B. aus Straßberg, Winterlingen und Bitz zu. Insgesamt dürfte der Umsatzanteil mit Kunden aus Albstadt dadurch sogar noch etwas über 85 % liegen. Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten. |
| Beeinträchtungsverbot | Die durch die Verlagerung und Erweiterung des geplanten Lidl-Marktes ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte belaufen sich innerhalb der Stadt Albstadt auf max. 2 – 3 %. Außerhalb der Stadt Albstadt bewegen sich die Umverteilungsquoten auf einem äußerst niedrigen Niveau (max. 1 %). Aus dem geplanten Vorhaben resultieren somit lediglich geringe wettbewerbliche Effekte. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen in Albstadt und in den umliegenden Kommunen (v. a. Winterlingen) sind daher auszuschließen. Auch die verbrauchernahe Versorgung wird durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt. Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten. |
| Agglomerationsgebot | Der Projektstandort befindet sich innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns gemäß Regionalplan Neckar-Alb 2013. Die Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben ist in diesem Bereich möglich und sogar erwünscht. Die Vorgaben des Agglomerationsgebotes werden damit eingehalten. |

GMA-Zusammenstellung 2020

| Verzeichnisse | Seite |
|---|--------------|
| Kartenverzeichnis | |
| Karte 1: Planskizze des verlagerten Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Theodor-Groz-Straße“ | 10 |
| Karte 2: Lage von Albstadt und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum | 14 |
| Karte 3: Mikrostandort an der Theodor-Groz-Straße | 18 |
| Karte 4: Einzugsgebiet des zur Verlagerung und Erweiterung geplanten Lidl-Marktes in Albstadt-Ebingen | 22 |
| Karte 5: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsgebiet | 29 |
| Tabellenverzeichnis | |
| Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten | 8 |
| Tabelle 2: Einwohner in Albstadt nach Stadtteilen | 11 |
| Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Lidl mit 1.450 m ² VK) | 24 |
| Tabelle 4: Hauptwettbewerber im weiteren Untersuchungsraum (Auswahl) | 30 |
| Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben | 32 |
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018 | 6 |
| Abbildung 2: Standortbereiche für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte in Albstadt-Ebingen | 20 |
| Fotoverzeichnis | |
| Foto 1: Projektareal – Ansicht von Süden | 17 |
| Foto 2: Projektareal – Ansicht von Nordosten | 17 |
| Foto 3: Fachmarktnutzungen an der Theodor-Groz-Straße | 19 |
| Foto 4: Blick auf die Kientenstraße (Richtung Westen) | 19 |