

---

Gutachterliche Stellungnahme zur Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums mit einem Lebensmittelvollsortimenter, einem Lebensmitteldiscounter und einem Drogeriemarkt am Standort „Seite“ in Wiernsheim

## **Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse Nahversorgungsstandort Seite, Wiernsheim**

---



**imakomm AKADEMIE GmbH**  
Ulmer Str. 130  
D-73431 Aalen  
[www.imakomm-akademie.de](http://www.imakomm-akademie.de)

Projektleitung:  
ppa. Matthias Prüller

Projektbearbeitung:  
Teresa Nitsche, M.Sc.

Aalen/Stuttgart / Wiernsheim, im April 2019,  
ergänzt am 20.10.2020.

## Vorbemerkungen

Die Gemeinde Wiernsheim hat die imakomm AKADEMIE im Januar 2019 mit der Erarbeitung einer gutachterlichen Stellungnahme zur möglichen Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt) am Standort „Seite“ in Wiernsheim beauftragt.

### Hintergrund:

- Die Gemeinde Wiernsheim plant am Standort „Seite“ die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums mit einem Lebensmittelvollsortimenter mit bis zu ca. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, einem Lebensmitteldiscounter mit bis zu ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, einem Drogeriemarkt mit bis zu ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie einem im Lebensmittelvollsortimenter integrierten Bäcker mit ca. 40 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem angeschlossenen Bistro / Café. Sortimentsscharfe Flächenlayouts von möglichen Betreibern sind für die Standortentwicklung noch nicht vorhanden.
- Darüber hinaus plant die Gemeinde Mönshheim die Entwicklung eines Drogeriemarktes sowie die Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes. Die Gemeinde Friolzheim plant zusätzlich die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters. Entsprechend ist eine Gesamtbetrachtung aller möglichen Standortentwicklungen sowohl in Wiernsheim als auch in Mönshheim und Friolzheim notwendig.
- Vor dem Hintergrund dieser Planungen wurde im Rahmen einer interkommunalen Betrachtung im GVV Heckengäu ein „Interkommunales Nahversorgungskonzept für den Gemeindeverwaltungsverband Heckengäu“ (GMA, 2018) erarbeitet, in dem einzelne Entwicklungsoptionen einzelner Kommunen geprüft wurden. Einzelne Analyse-Kennziffern liegen damit bereits vor. In diesem Zusammenhang wurde auch bereits ein „Raumordnerischer Vertrag zwischen der Gemeinde Mönshheim und der Gemeinde Wiernsheim und dem Regionalverband Nordschwarzwald“ zur möglichen Ansiedlung von Drogeriemarkten geschlossen.

- Aufgrund der geplanten Verkaufsflächendimensionierungen fällt das Gesamtvorhaben eindeutig unter die Regelung von § 11 (3) BauNVO und damit auch entsprechend der landes- und regionalplanerischen Regelungen (Landesentwicklungsplan, Einzelhandelserlass, Regionalplan Nordschwarzwald).

#### **Ziel:**

- Angesichts der Großflächigkeit des Gesamtvorhabens (= durch die Realisierung entstehende Agglomeration) wird eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie gemäß Regionalplan Nordschwarzwald notwendig. **Ziel der Auswirkungsanalyse ist es daher, mögliche raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstrukturen in der Standortgemeinde selbst aber auch im Umland zu analysieren und zu bewerten.** Die einschlägigen Prüfkriterien sind Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot und Beeinträchtigungsverbot sowie weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

#### **Daten und Unterlagen:**

Für die Auswirkungsanalyse wurden v.a. folgende **Daten und Unterlagen** verwendet und berücksichtigt:

- „Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg“<sup>1</sup> als raumordnerische Bewertungsgrundlage (Abschnitt 3.3.7),
- „Regionalplan 2015 Nordschwarzwald“ (2005), inklusive „1. Änderung des Regionalplans 2015, Kapitel 2.9, ‚Einzelhandelsgroßprojekte‘ “ (2010) und „3. Änderung des Regionalplans 2015, Plansatz 2.9.3, ‚Agglomeration‘ “ (2012),

---

<sup>1</sup> Bewertungskriterien (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) werden mit ungefähren Richtwerten in der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001 konkretisiert.

- „Praxisorientiertes Einzelhandelskonzept für die Region Nordschwarzwald – Kennziffern und Implikationen für die Entwicklung der Nahversorgung“ (2015), imakomm AKADEMIE,
- „Interkommunales Nahversorgungskonzept für den Gemeindeverwaltungsverband Heckengäu“, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (2018),
- „Raumordnerischer Vertrag zwischen der Gemeinde Mönsheim und der Gemeinde Wiernsheim und dem Regionalverband Nordschwarzwald“, Regionalverband Nordschwarzwald (2019).

*ppa. Matthias Prüller, Teresa Nitsche M.Sc., April 2019.*

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Zentrale Ergebnisse .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Die Rahmenbedingungen und das Vorhaben .....</b>	<b>14</b>
2.1	Die Rahmenbedingungen .....	14
2.1.1	Aufgabenstellung und methodischer Ansatz .....	14
2.1.2	Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg.....	16
2.2	Das Vorhaben.....	21
2.2.1	Daten zum Vorhaben.....	21
2.2.2	Der Planstandort.....	22
<b>3</b>	<b>Ist-Analyse der planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation .....</b>	<b>25</b>
3.1	Einzugsgebiet des Vorhabens .....	25
3.2	Ist-Analyse der Nachfragesituation im Einzugsgebiet .....	28
3.3	Ist-Analyse der Angebotssituation im Einzugsgebiet.....	29
3.3.1	Angebotssituation in Wiernsheim.....	29
3.3.2	Angebotssituation im GVV Heckengäu (vor und nach allen geplanten Vorhabensrealisierungen).....	32
3.3.3	Angebotssituation im weiteren Umland.....	35
3.4	Fazit: Ist-Analyse .....	36
<b>4</b>	<b>Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens.....</b>	<b>38</b>
4.1	Methodik.....	38
4.2	Umsatz nach Flächenproduktivitäten .....	39
4.3	Umsatzherkunft nach dem Marktanteilskonzept.....	41
<b>5</b>	<b>Bewertung des Gesamtvorhabens .....</b>	<b>47</b>
5.1	Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Integrationsgebot.....	47
5.2	Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Konzentrationsgebot.....	50
5.3	Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Kongruenzgebot .....	53
5.4	Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Beeinträchtigungsverbot.....	58

5.4.1	Methodische Vorbemerkungen .....	58
5.4.2	Bewertungsweg im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	59
5.4.3	Bewertungsübersicht Beeinträchtigungsverbot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel .....	66
5.4.4	Bewertung Beeinträchtigungsverbot im Sortiment Gesundheit / Körperpflege .....	71
5.5	Konsequenzen und Empfehlung .....	79
<b>Hinweise zur Methodik .....</b>		<b>82</b>

## 1 Zentrale Ergebnisse

### 1. Das Vorhaben – zentrale Hintergründe zur Standortentwicklung:

Das Gesamtvorhaben „Seite“ in Wiernsheim hat zum Ziel, die **Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wiernsheim zu stärken**, die wie bereits im interkommunalen Nahversorgungskonzept für den GVV Heckengäu festgestellt, eine Unterversorgung im Bereich der Nahversorgung (Lebensmittel und Drogeriewaren) aufweist. Es ist die Ansiedlung eines Supermarktes (Lebensmittelvollsortiment), eines Lebensmitteldiscounters sowie eines Drogeriemarktes geplant.

Zusätzlich ist die **Schließung des einzigen im Gemeindegebiet Wiernsheims befindlichen Lebensmittelmarktes zu erwarten**, da entsprechende Mietverträge auslaufen und nicht verlängert werden sollen. Mit Auslaufen eines Erbpachtvertrages hat zudem die Gemeinde Wiernsheim wieder Zugriff auf die Fläche, so dass künftige Nutzungen durch Nahversorgungsangebote entsprechend auch planungsrechtlich ausgeschlossen werden können. Mit der geplanten Umsetzung des Nahversorgungsstandortes Seite besteht auch für den aktuell in Wiernsheim vorhandenen Anbieter die Chance weiter am Standort Wiernsheim existieren zu können.

Darüber hinaus sind **innerhalb des GVV Heckengäu weitere Vorhaben** geplant: Die Gemeinde Mönshausen plant die Entwicklung eines Drogeriemarktes (voraussichtlich dm Drogeriemarkt) sowie ist die Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes (bereits genehmigt) zu erwarten. Die Gemeinde Friolzheim plant die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (voraussichtlich Aldi Süd). Diese Vorhaben werden **im Rahmen vorliegender Auswirkungsanalyse bereits berücksichtigt**.

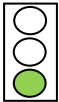
### 2. Bewertung Vorhaben gemäß Integrationsgebot:



**Das Integrationsgebot ist für das Vorhaben „Seite“ in Wiernsheim erfüllt.** Aufgrund mangelnder Flächenalternativen im Ortskern, bildet das Areal in Ortsrandlage einen idealen Alternativstandort für die großflächigen Vorhaben, weist zudem ein fußläufiges Einzugsgebiet auf und liegt im direkten Anschluss an Wohnbebauung. Eine

Fuß- und Radweganbindung ist sowohl von Wiernsheim als auch den Ortsteilen Serres und Pinache vorhanden (mit einer größeren Distanz auch von Iptingen). Eine direkte Anbindung durch den bereits bestehenden Bürgerbus ist zudem geplant.

3. Bewertung Vorhaben gemäß Konzentrationsgebot:



Das Konzentrationsgebot wird für das Gesamtvorhaben „Seite“ zunächst nicht erfüllt, da die Kommune die zentralörtliche Funktion eines Kleinzentrums aufweist, allerdings besteht gemäß Regionalplan Nordschwarzwald die Umsetzung von großflächigen Vorhaben auch in Kleinzentren, soweit das Vorhaben der Sicherung der Grundversorgung dient.

**Aus gutachterlicher Sicht besteht in Bezug auf das Konzentrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:**

- Für die Gemeinde Wiernsheim kann mit der Ansiedlung die **Sicherung der Grundversorgung** sichergestellt werden. Mit der dann vorhandenen Ausstattung eines Lebensmittelvollsortimenters, eines Lebensmitteldiscounters sowie eines Drogeriemarktes können alle für Wiernsheim möglichen Betriebstypen abgedeckt werden. Besonders in Hinblick auf die erwartete Schließung des einzigen bestehenden Marktes in Wiernsheim, ist eine zeitgemäße Marktaufstellung notwendig, um überhaupt eine umfassende Grundversorgung wieder sicher zu stellen.
- Die **Deckung des Versorgungsbedarfs von Wiernsheim** wird mit dem Gesamtvorhaben bedeutend verbessert, die geplanten Ansiedlungen gehen dabei aber insbesondere im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel nicht über die Sicherung der Grundversorgung hinaus**: Auch nach Realisierung der geplanten Ansiedlungen werden in Wiernsheim noch Kaufkraftabflüsse bestehen (siehe zu erwartende **Zentralität von ca. 89% nach Vorhabenumsetzung**).

**Die geplanten Ansiedlungen dienen damit der Sicherung einer umfassenden Grundversorgung und zur Deckung des eigenen Versorgungsbedarfs. Die bestehende Ausnahmeregelung des Regionalplans Nordschwarzwald zur Sicherung der Grundversorgung kann damit greifen. Das Konzentrationsgebot ist somit erfüllt.**



4. Bewertung Vorhaben gemäß Kongruenzgebot:



**Das Kongruenzgebot wird für das Gesamtvorhaben „Seite“ in Wiernsheim formal und faktisch eingehalten. Beleg:**

- Für das **Gesamtvorhaben** stammen **ca. 73-74% der Umsätze aus Wiernsheim** selbst.
- Die zu erwartenden Umsatzanteile für die einzelnen Vorhaben sowie für das Gesamtvorhaben werden nachfolgend aufgezeigt:

Ansiedlungsvorhaben:	erwarteter Umsatz (aus Wiernsheim)	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Supermarkt</b>	6,7 (5,1)	76-77 %
<b>Bäcker / Café / Imbiss</b>	0,3 (0,25)	76-77 %
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	5,4 (4,5)	83-84%
<b>Drogeriemarkt</b>	3,8 (2,7)*	70-71 % (74-75%)**
<b>Gesamtvorhaben</b>	<b>16,2 (11,8)<sup>2</sup></b>	<b>73-74%</b>

\* Zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes wurde ein raumordnerischer Vertrag zwischen der Gemeinde Mönshheim und der Gemeinde Wiernsheim und dem Regionalverband Nordschwarzwald geschlossen. Demnach wird die Ansiedlung eines Drogeriemarktes beiden Gemeinden ermöglicht. Ein Zugriff auf die jeweilige Kaufkraft der anderen Gemeinde wird dabei ermöglicht, auch mit dem Wissen, dass zu erwartende Umsatzleistungen je Drogeriemarkt erheblich voraussichtlich sinken werden. Das jeweils andere Vorhaben wird von beiden Gemeinden mitgetragen. Entsprechend sind zur Beurteilung des Kongruenzgebotes für das Sortiment Drogeriewaren die Gemeinden Mönshheim und Wiernsheim gemeinsam heranzuziehen.

\*\* Neben dem raumordnerischen Vertrag mit der Gemeinde Mönshheim hat die Gemeinde Wiernsheim im Sortiment Drogeriewaren auch bereits Vorabstimmungen für eine gemeinsame Versorgung mit der Gemeinden Eberdingen (für den Ortsteil Nussdorf) durchgeführt. Insgesamt werden dann ca. 2,8 Mio. € Umsatz aus Wiernsheim, Mönshheim und Nussdorf generiert werden.

<sup>2</sup> Umsatz aus Wiernsheim ohne zusätzlich mögliche Umsatzanteile aus Mönshheim im Sortiment Drogeriewaren.

5. Bewertung Vorhaben gemäß Beeinträchtungsverbot:



**Das Beeinträchtungsverbot wird auch bei Betrachtung des Gesamtvorhabens sowohl in Wiernsheim als auch im Umland eingehalten.** Schädigende Auswirkungen auf Standorte im Marktgebiet sowie im weiteren Umland können ausgeschlossen werden. Dies gilt sowohl für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche als auch für die Nahversorgungsstrukturen in den Kommunen insgesamt. Die Umverteilungen liegen in den jeweiligen Kommunen bei:

**Nahrungs- und Genussmittel:**

Zone 1:

- Wiernsheim (Umverteilungen ca. 0,1 Mio. €) 3-4%

Zone 2:

- Mönnsheim (ca. 0,3 Mio. €) 4-5%  
*Mönnsheim (ca. 0,4 Mio. €  
 - unter Berücksichtigung der Planungen in Mönnsheim / Friolzheim)* 3-4%
- Wurmberg (ca. 0,8 Mio. €) 5-6%

Zone 3:

- Friolzheim (ca. 0,6 Mio. €) 8-9%  
*Friolzheim (ca. 0,9 Mio. €  
 - unter Berücksichtigung der Planungen in Mönnsheim/Friolzheim)* 5-6%
- Heimsheim (ca. 0,8 Mio. €) 5-6%  
*Heimsheim (ca. 0,8 Mio. € -  
 unter Berücksichtigung der Planungen in Mönnsheim/Friolzheim)* 4-5%
- Wimsheim (Umverteilungen ca. 0,4 Mio. €) 6-7%

Nahes Umland:

- Niefern-Öschelbronn (ca. 1,3 Mio. €) 6-7%
- Mühlacker-Lomersheim/Großglattbach (ca. 0,1 Mio. €) 6-7%
- Eberdingen (ca. 0,3 Mio. €) 8-9%

Weiteres Umland:

- Mühlacker (ca. 2,8 Mio. €) 4-5%
- Pforzheim (ca. 0,6 Mio. €) 3-4%
- Vaihingen (ca. 1,0 Mio. €) 4-5%
- Sonstige Standortlagen (ca. 0,5 Mio. €) <10%

**Gesundheit / Körperpflege:**

Zone 1:

- Wiernsheim (< 0,1 Mio. €) 8-9%

Zone 2:

- Mönshheim (< 0,1 Mio. €) 5-6%
- *Mönshheim (ca. 1,1 Mio. € -  
unter Berücksichtigung der Planungen in Mönshheim/Friolzheim)* 30-31%
- Durch den bereits geschlossenen raumordnerischen Vertrag ist diese Abschöpfung zulässig.
- Wurmberg (Umverteilungen < 0,1 Mio. €,  
Sortiment nur als Randsortiment vorliegend) 5-6%

Zone 3:

- Friolzheim (< 0,1 Mio. €) 8-9%
- *Friolzheim (< 0,1 Mio. € -  
unter Berücksichtigung der Planungen in Mönshheim/Friolzheim)* 5-6%
- Heimsheim (ca. 0,2 Mio. €) 4-5%
- Wimsheim (< 0,1 Mio. €) 6-7%

Nahes Umland:

- Niefern-Öschelbronn (ca. 0,1 Mio. €) 6-7%
- Mühlacker-Lomersheim/Großglattbach (<< 0,1 Mio. €) marginal
- Eberdingen (< 0,1 Mio. €) 8-9%

Weiteres Umland:

- Mühlacker (ca. 0,5 Mio. €) 4-5%
- Pforzheim (ca. 1,5 Mio. €) 6-7%
- Vaihingen (ca. 0,3 Mio. €) 5-6%
- Sonstige Standortlagen (ca. 0,3 Mio. €) 4-5%

## **Gesamtbetrachtung Standortentwicklungen in Wiernsheim und Mönshheim**

Im Falle einer Realisierung der Vorhaben in Wiernsheim sowie in Mönshheim, inklusive der daraus resultierenden Umsatzumverteilungen durch die Vorhaben in Mönshheim, verbleiben die Umverteilungsquoten bei Gesamtbetrachtung der Vorhaben in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege unterhalb des Schwellenwertes von 10% pro Zone und Standortkommune.

### **Non-Food-Bereich:**

- Auch bei den weiteren Randsortimenten sind keine schädigenden Auswirkungen in Wiernsheim, Zone 2, Zone 3 und im weiteren Umland zu erwarten.

### 6. Empfehlung:

**Das Gesamtvorhaben „Seite“ kann aus gutachterlicher Sicht befürwortet werden. Durch die erwartete Schließung des einzig im Gemeindegebiet befindlichen Marktes, ist eine Grundversorgung der Gemeinde nicht mehr gesichert, die durch das Vorhaben wiederhergestellt werden kann.**

**Durch das Planvorhaben gelingt es, eine klare Stärkung des heute nur unterdurchschnittlich versorgten Gemeindegebietes zu erzielen und zugleich die Gesamtversorgung im GVV Heckengäu insgesamt zu sichern.**

**Mit den bestehenden Vereinbarungen zwischen den Gemeinden (insbesondere Mönshheim und Wiernsheim) können alle raumordnerischen Prüfkriterien eingehalten werden. Zudem wurden im Rahmen der gutachterlichen Bewertung im Rahmen einer Sensitivitätsanalyse maximale Verkaufsflächen für die einzelnen Vorhaben ermittelt, bei denen die raumordnerischen Prüfkriterien noch eingehalten werden.**

**Dies hat zur Konsequenz: Es sind Bebauungsplanfestsetzungen notwendig die über eine reine Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche pro Vorhaben hinausgehen.**

**Damit durch das Vorhaben städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungen ausgeschlossen werden können, sind folgende angesetzten Verkaufsflächen zur Umsatzermittlung im Bebauungsplan aufzunehmen:**

- **Supermarkt (Kernsortiment Lebensmittel) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 1.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**
  - davon maximal 115 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege**
  - Begrenzung sonstige Randsortimente auf 20% der Gesamtverkaufsfläche**
  
- **Lebensmitteldiscounter (Kernsortiment Lebensmittel) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 1.080 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**
  - davon maximal 90 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege**
  - Begrenzung sonstige Randsortimente auf 20% der Gesamtverkaufsfläche**
  
- **Drogeriemarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 455 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege<sup>3</sup>**
  - davon maximal 210 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**

---

<sup>3</sup>Hinweis: Mit einer Begrenzung der Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege auf 455 m<sup>2</sup> kann (je nach erwartetem Anbieter) eine Umsetzung von einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> ggf. nicht mehr möglich sein (bedingt durch das angestrebte Flächenlayout einzelner Anbieter). Eine Gefährdung einer grundsätzlichen Umsetzbarkeit des Vorhabens besteht allerdings nicht. Eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 700 m<sup>2</sup> erscheint für alle auf dem Markt bestehenden Anbieter gemäß der aktuellen Verkaufsflächenkonzepte möglich zu sein.

## 2 Die Rahmenbedingungen und das Vorhaben

### 2.1 Die Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden die Aufgabenstellung und der methodische Ansatz des Vorhabens erläutert.

#### 2.1.1 Aufgabenstellung und methodischer Ansatz

##### Aufgabenstellung:

Die Gemeinde Wiernsheim plant am Standort „Seite“ die Entwicklung eines Lebensmittelvollsortimenters mit bis zu ca. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, eines Lebensmitteldiscounters mit bis zu ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, eines Drogeriemarktes mit bis zu ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie einem im Lebensmittelvollsortimenter integrierten Bäcker mit ca. 40 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem angeschlossenen Bistro / Café.

Darüber hinaus plant die Gemeinde Mönshheim die Entwicklung eines weiteren Drogeriemarktes (voraussichtlich dm Drogeriemarkt) sowie die Erweiterung des bestehenden Lidl Marktes. Die Gemeinde Friolzheim plant zudem die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi Süd). Eine Gesamtbetrachtung aller möglichen Standortentwicklungen sowohl in Wiernsheim als auch in Mönshheim und Friolzheim wird daher in der gutachterlichen Bewertung des Gesamtvorhabens in Wiernsheim berücksichtigt.

Angesichts der Großflächigkeit des Gesamtvorhabens (= durch die Realisierung entstehende Agglomeration) wird eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie gemäß Regionalplan Nordschwarzwald notwendig. **Ziel der Auswirkungsanalyse ist es daher, mögliche raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche**

**und Nahversorgungsstrukturen in der Standortgemeinde selbst aber auch im Umland zu analysieren und zu bewerten.** Die einschlägigen Prüfkriterien sind Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot und Beeinträchtigungsverbot sowie weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Insbesondere sind mögliche Auswirkungen auf die Gemeinde Wiernsheim sowie auf Gemeinden im Umland zu bewerten.

Methodischer Ansatz:

Für eine valide und fundierte Bewertung der möglichen Auswirkungen sind insbesondere folgende **Schritte** vorzunehmen:

- Kurze Darstellung des Rechtsrahmens in Form von Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg sowie nähere Definition des Vorhabens (Daten zum Vorhaben, Planstandort),
- Ist-Analyse der planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation,
- Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens durch Analyse der Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens sowie durch die Darstellung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen.

Es ist offensichtlich, dass einer Auswirkungsanalyse eine **belastbare Datenerhebung** zugrunde gelegt werden muss.

Im Folgenden sind die angewandten Methoden im Rahmen der Analyse über das Vorhaben in den relevanten Sortimenten in Wiernsheim aufgeführt:

- Quantitative und qualitative Überprüfung der projektrelevanten Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im gesamten Gemeindegebiet von Wiernsheim und im weiteren Umland auf Basis vorliegender Grundlagendaten aus dem Regionalen Einzelhandelskonzept Nordschwarzwald sowie dem Interkommunalen Nahversorgungskonzept für den VVG Heckengäu.
- Begehung des Planstandortes in Wiernsheim.

Fazit: Durch die Gesamterhebung der planobjektrelevanten Anbieter in Wiernsheim gemäß quantitativer und qualitativer Kriterien liegen **belastbare Bestandsdaten** vor. Hinweis: Mögliche Abweichungen bei den Bestandszahlen (Verkaufsflächen, Umsätze) von anderen Gutachten sind mit großer Wahrscheinlichkeit auf die **sortimentsscharfe Bestandserfassung** zurückzuführen (wird nur selten tatsächlich im Rahmen von Gutachten durchgeführt), Abweichungen bei Kennziffern auf die verwendeten Kaufkraftkennziffern.

Hinsichtlich verwendeter **Kaufkraftkennziffern** wird auf **Grundlagendaten der GfK** zurückgegriffen. Diese sind neben Kennziffern von mb-Research allgemein anerkannt (sieh auch Verwendung durch IHK) und liegen leicht unter den mb-Research-Werten (siehe beispielsweise deutschlandweiter Durchschnitt Nahrungs- und Genussmittel: GfK ca. 2.363 € pro Kopf, mb-Research ca. 2.692 € pro Kopf (Stand Vergleichszahlen: 2017)). Die GfK-Kennziffern decken sich zudem mit den ausgewiesenen pro Kopf-Ausgaben der IHK Baden-Württemberg (BBE/IHK: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden-Württemberg), hier ca. 2.365 € pro Kopf für Nahrungs- und Genussmittel im stationären Handel ausgewiesen.

## 2.1.2 Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg

a) Einschlägige Prüfkriterien gemäß Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandels-  
erlass Baden-Württemberg:

Liegt ein Einzelhandelsvorhaben vor, welches die raumordnerisch definierte Grenze zur Großflächigkeit überschreitet (derzeit ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche des Vorhabens), ist auf Basis der Regelvermutung von § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen, welche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standortgemeinde (Gemeinde/Stadt, in welcher der Planstandort des Vorhabens liegt) sowie in Umlandgemeinden durch das Vorhaben zu erwarten sind.

Im Wesentlichen sind damit Vorgaben der Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3)) sowie des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg und dessen Konkretisierung im Einzelhandels-erlass Baden-Württemberg (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsge-



bot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) zu prüfen.<sup>4</sup> Bezogen auf Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Einzelhandelsbetriebe für Endverbraucher) gelten demnach folgende **Prüfkriterien**:

- Das **Integrationsgebot** zielt darauf ab, Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten zu errichten. Letztlich soll dadurch ein möglicher Funktionsverlust der meist durch Einzelhandel geprägten Innenstädte bzw. zentralörtlichen Funktionsbereiche verhindert werden. Das Integrationsgebot zielt explizit auf die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ab und berücksichtigt als Kriterium für eine verbrauchernahe Versorgung die Kriterien fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes bzw. Erreichbarkeit via ÖPNV.
- Das **Konzentrationsgebot** gibt vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterebenen realisiert werden sollen (vgl. Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg, Plansatz 3.3.7). Großflächige Einzelhandelsbetriebe kommen hingegen auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies nach raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.
- Das **Kongruenzgebot** fordert, dass sich ein Einzelhandelsgroßprojekt in das zentralörtliche System einfügen muss. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt vor, wenn der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreiten würde. Hiervon wird in der Regel ausgegangen, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereiches der Standortgemeinde generiert werden (vgl. hierzu Abschnitt 3.2.1.4 des Einzelhandelserlasses). Im Falle des hier nahversorgungsrelevanten Sortiments, geht der Verflechtungsbereich in der Region Nordschwarzwald nicht über die Standortgemeinde, also das Gemeindegebiet Wiernsheim hinaus. Somit müssen mindestens 70% der Umsätze des Gesamtvorhabens aus Wiernsheim selbst stammen.

---

<sup>4</sup> Vgl. hierzu Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001.

- Das **Beeinträchtungsverbot** legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen des Einzelhandelsgroßprojektes sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß Einzelhandelserlass und letztlich auch dem Regionalplan für die Region Nordschwarzwald ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen, wenn bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust ab 10% zu rechnen ist. Bei nicht zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt dieser Schwellenwert bei 20%. (vgl. hierzu auch Abschnitt 3.2.2.3 des Einzelhandelserlasses).

b) Relevante Aussagen des Regionalplans 2015 Nordschwarzwald (2010)

Der Regionalplan 2015 Nordschwarzwald (Stand August 2010 einschließlich der 1. Änderung des Regionalplans) trifft in Kapitel 2.9 (Einzelhandelsgroßprojekte) folgende relevante Aussagen:

**2.9.1 Verbrauchernahe Versorgung**

G Um eine verbrauchernahe Versorgung zu gewährleisten, sollen integrierte und wohngebietsnahe Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben gefördert werden. Die Einzelhandelsstandorte sollen gut für den Fußgänger- und Fahrradverkehr erschlossen sein und mit dem ÖPNV erreichbar sein. Die Anforderungen von Familien mit Kindern, Behinderten und Senioren sollen bei der Standortwahl berücksichtigt werden.

**2.9.2 Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte**

Z (1) Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten ist grundsätzlich nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren zulässig. Im Einzelfall sind Einzelhandelsgroßprojekte auch in Kleinzentren oder Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig, wenn

1. sie zur Deckung des Bedarfs der wohnortnahen Grundversorgung der Gemeinde erforderlich sind oder
2. diese Gemeinden in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

N (2) Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte ist so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.

- Z (3) *Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*
- N (4) *Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*
- V (9) *Einzelhandelsgroßprojekte, die der Nahversorgung (wohnortnahen Grundversorgung) dienen (vgl. Sortimentliste in der Begründung), sind den Versorgungskernen oder Ortskernen zuzuweisen. Sie können im Einzelfall auch an Standorten außerhalb des Versorgungskerns innerhalb oder in räumlicher Zuordnung zu Wohngebieten in städtebaulich integrierten Lagen ausgewiesen, errichtet und erweitert werden. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot sind einzuhalten.*

#### **2.9.4 Erarbeitung von Entwicklungskonzepten**

- G *Zur Steuerung der Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsvorhaben sollen die Kommunen ein eigenes Entwicklungskonzept erarbeiten. Dieses soll mit den betroffenen Trägern öffentlicher Belange abgestimmt werden.*

### c) Relevante Aussagen weiterer bestehender Analysen und Unterlagen

#### Nahversorgungskonzept GVV Heckengäu:

Das „Interkommunale Nahversorgungskonzept für den Gemeindeverwaltungsverband Heckengäu“ (GMA, 2018) spricht der Gemeinde Wiernsheim ein Eigenentwicklungspotenzial für die Ausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von ca. 2.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu. Dabei wird die Empfehlung gegeben, einen Supermarkt mit ca. 1.400-1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusiedeln, gegebenenfalls mit einem zusätzlichen Lebensmitteldiscountmarkt oder einem Drogeriemarkt. Zudem solle der vorhandene Markt in Wiernsheim gestärkt werden.

Auch im Bereich der Nahversorgung mit dem Sortiment Gesundheit / Körperpflege wird ein Versorgungsbedarf ausgewiesen. Der Gemeinde Wiernsheim wird hier die zweithöchste Standortpriorität für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes im gesamten Gemeindeverwaltungsverband gegeben. Insgesamt wird der Gemeinde Wiernsheim ein dringender Handlungsbedarf für deren Nahversorgung attestiert.

Raumordnerischer Vertrag:

Auf Basis dieser Ergebnisse wurden zwischen der **Gemeinde Wiernsheim, der Gemeinde Mönshheim** und dem Regionalverband Nordschwarzwald ein **raumordnerischer Vertrag** geschlossen, um der bestehenden Unterversorgung des GVV Heckengäu im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** begegnen zu können, da eine einzelne Gemeinde ohne eine gemeinsame Versorgung einer anderen Gemeinde ein solches Vorhaben ohne Verletzung des Kongruenzgebotes nicht umsetzen kann. Die Gemeinden Mönshheim und Wiernsheim planen zur Stärkung der Nahversorgung mit Gesundheit / Körperpflege jeweils Vorhaben mit diesem Hauptsortiment. Innerhalb der Vereinbarung legen sie fest, dass die **Entwicklung entsprechender Märkte in beiden Gemeinden auch von beiden Gemeinden mitgetragen** wird. Eine bereits postulierte Umsatzschwächung je Markt im Falle der Entwicklung an beiden Standorten, wird von beiden Gemeinden zur Kenntnis genommen und ebenso mitgetragen.

## 2.2 Das Vorhaben

### 2.2.1 Daten zum Vorhaben

In der folgenden Grafik werden die zentralen Daten des Gesamtvorhabens dargestellt:

#### Grafik: Zentrale Daten zu den geplanten Vorhaben

	Geplante Verkaufsfläche
<b>Supermarkt</b> (=Lebensmittelvollsortiment)	<b>ca. 1.500 m<sup>2</sup></b>
<b>Bäcker / Café / Imbiss</b>	<b>ca. 40 m<sup>2</sup></b>
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	<b>ca. 1.200 m<sup>2</sup></b>
<b>Drogeriemarkt</b>	<b>ca. 800 m<sup>2</sup></b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019. Flächenlayout nach Angaben Planungsbüro Baldauf Architekten und Stadtplaner GmbH.

## 2.2.2 Der Planstandort

Anhand der folgenden Grafik wird der Planstandort stichwortartig analysiert.

### Grafik: Analyse des Planstandortes

	Vorhaben „Seite“
<b>Standort</b>	„Seite“, an der Iptinger Straße im Osten der Gemeinde Wiernsheim im Anschluss an den Kreisverkehr (nördliche Richtung)
<b>Räumliche Lage</b>	Ortsrandlage der Gemeinde Wiernsheim
<b>Erreichbarkeit</b>	<p><u>via Pkw</u>: aufgrund der Andienung über die Iptinger Straße gute Erreichbarkeit für alle Ortsteile gegeben.</p> <p><u>via ÖPNV</u>: aktuell noch keine Anbindung unmittelbar am Standort vorhanden; nächste Bushaltestelle (Mühlstraße) innerhalb von 700m zu erreichen, mit Vorhabensrealisierung ist eine direkte Anbindung durch den Bürgerbus geplant. Damit sind alle Ortsteile von Wiernsheim sowie Großglattbach an den Standort per ÖPNV direkt angebunden.</p> <p><u>mit dem Rad</u>: eine sehr gute Anbindung ist über den entlang des Planstandortes verlaufenden Fuß- und Radweg vorhanden, dabei durchgängiger Radweg zum Ortsteil Serres (ca. 1.000 m) und Pinache (ca. 1.700 m). Auch Iptingen ist über einen Radweg (ca. 2.600 m) angebunden. Damit sind alle Ortsteile über ein eigenes Radwegenetz abseits des MIV angebunden. Mit Wiernsheim, Serres und Pinache sind damit drei Viertel aller Ortsteile über ein eigenes Radwegenetz in einer Entfernung von 2 km an den Standort angebunden.</p> <p><u>fußläufig</u>: eine fußläufige Anbindung ist für die angrenzenden Wohngebietslagen gegeben (Fuß- und Radweg am Standort). Das überwiegende Gemeindegebiet des Kernortes ist innerhalb von 1.000 m zu erreichen.</p>
<b>Derzeitige Nutzung</b>	Landwirtschaftlich genutzte Fläche
<b>Nutzungen im Standortumfeld</b>	Überwiegend Wohnnutzung (südlich des Standortes als Mischgebiet ausgewiesen), landwirtschaftliche Nutzung
<b>Positive Standortfaktoren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gute Erreichbarkeit aufgrund der Ortsrandlage für alle Gemeindeteile</li> <li>▪ Gute Einsehbarkeit</li> <li>▪ Gute verkehrliche und fußläufige Erreichbarkeit</li> <li>▪ Wohnfunktion im direkten Standortumfeld</li> </ul>
<b>Negative Standortfaktoren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine direkte Anbindung an den Standort via ÖPNV.</li> <li>▪ Neuversiegelung derzeit landwirtschaftlich genutzter Fläche erforderlich.</li> </ul>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Planstandort „Seite“ an der Iptinger Straße**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019, eigene Aufnahme.

**Grafik: Fuß- und Radweg entlang des Planstandortes**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019, eigene Aufnahme.

**Grafik: Ortsrandlage des Standortes mit Blick auf die nächstgelegenen Wohngebiete**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019, eigene Aufnahme.

Inwieweit die geplanten Ansiedlungsvorhaben zu evtl. schädlichen Auswirkungen für Wiernsheim sowie für die Umlandgemeinden führen könnten bzw. bis zu welcher Verkaufsflächengröße je Sortiment eben nicht von einer solchen Schädigung auszugehen ist, kann nur auf Basis der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation in den planobjektrelevanten Sortimentsbereichen bewertet werden. Diese wird im Folgenden betrachtet.



### 3 Ist-Analyse der planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation

#### 3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens

Das Einzugsgebiet wurde insbesondere auf Basis der vorhandenen Wettbewerbsstruktur, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und der verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes festgelegt. Zudem werden alle Gemeinden des GVV Heckengäu explizit berücksichtigt. Aufgrund der genannten Einschätzungen kann von folgendem Einzugsgebiet der Vorhaben ausgegangen werden:

▪ <b>Zone 1:</b>	Gemeinde Wiernsheim (einschließlich aller Ortsteile)	ca. 6.654 Einwohner
▪ <b>Zone 2</b>	Mönsheim, Wurmberg	ca. 5.958 Einwohner
▪ <b>Zone 3:</b>	Friolzheim, Heimsheim, Wimsheim	ca. 12.042 Einwohner
▪ <b>GESAMT:</b>		ca. 24.654 Einwohner <sup>5</sup>

Zum Einzugsgebiet des Planstandortes werden die Orte gezählt, die eine **mehr oder weniger klare Einkaufsorientierung zum Planstandort** – auch angesichts der aktuellen Wettbewerbssituation im planobjektrelevanten Sortimentsbereich – haben.

Aufgrund der schwachen Angebotsstrukturen in **Wiernsheim selbst** (nur ein bestehender Lebensmittelmarkt, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und kleinflächige Versorgung mit Produkten der Gesundheit / Körperpflege), stellt die Gemeinde das **Kerneinzugsgebiet** der Vorhaben dar.

Die im Süden Wiernsheims als auch im GVV gelegenen Gemeinden Mönsheim und Wurmberg (= Zone 2) weisen jeweils eine stabile Nahversorgungssituation auf. Dennoch kann auf-

---

<sup>5</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 4. Quartal 2017.

grund der Nähe zu Wiernsheim, der größeren Fahrdistanzen zu Wettbewerbskommunen sowie der im Falle der Realisierung der Vorhaben gesteigerten Standortattraktivität Wiernsheims davon ausgegangen werden, dass erhöhte Kaufkraftströme aus den beiden Kommunen nach Wiernsheim bestehen werden.

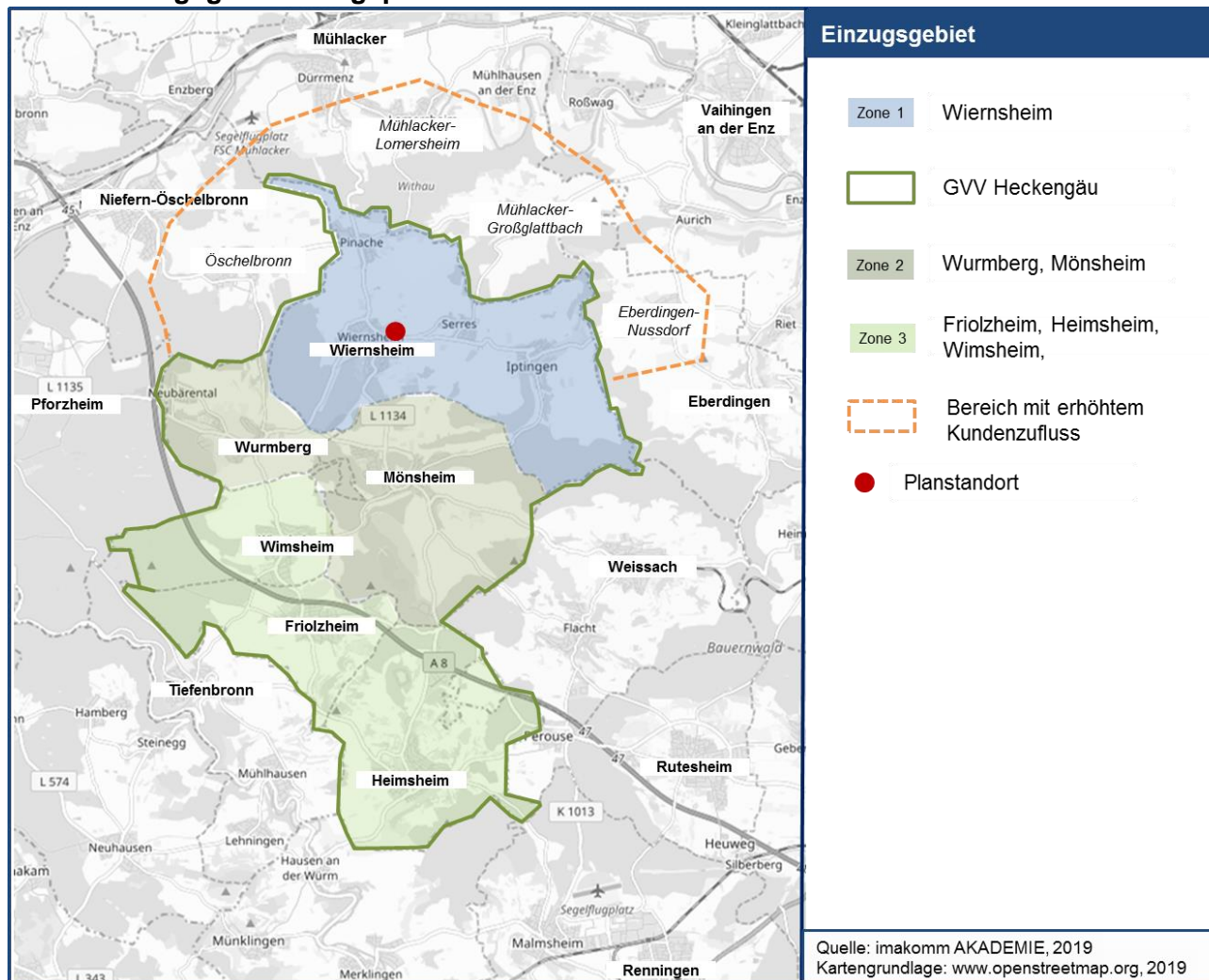
Die noch weiter südlich gelegenen Kommunen im GVV – Wimsheim, Friolzheim und Heimsheim (= Zone 3) – sind mit Waren des täglichen Bedarfs versorgt. Aufgrund der erhöhten Fahrdistanz nach Wiernsheim, kann hier nur mit geringen Kaufkraftströmen nach Wiernsheim gerechnet werden. Zudem sind weitere Konkurrenzstandorte in kurzer Fahrtzeit zu erreichen (Renningen, Rutesheim sowie Pforzheim). Auch weist Heimsheim selbst ein gutes Angebot auf und zieht somit Kundenströme aus Friolzheim und Wimsheim an.

Konkret auf die einzelnen Zonen übertragen heißt dies: In Zone 2 bestehen noch starke Kaufkraftströme in Richtung Wiernsheim mit einem vergleichsweise hohen Marktanteil, wie auch die Umsatzherkünfte in den folgenden Kapitel zeigen werden. In der Zone 3 hingegen sind zwar noch Kaufkraftströme existent, diese machen aber nur noch einen geringen Umsatzanteil aus, da von den in dieser Zone liegenden Kommunen auch andere Standorte aufgesucht werden.

Nördlich von Wiernsheim und damit außerhalb des GVV Heckengäu gelegen, ist zudem mit erhöhtem Kundenzufluss aus einzelnen Ortsteilen der dortigen Kommunen zu rechnen. So erreichen Kunden aus Öschelbronn, Mühlacker-Lomersheim, Mühlacker-Großglattbach und Eberdingen-Nussdorf den Planstandort in Wiernsheim in etwa derselben Fahrtzeit wie die nächstgelegenen Wettbewerbsstandorte. Auch ist die Nahversorgung in diesen Bereichen nicht stark aufgestellt. Eine Verlagerung von Kaufkraftströmen aus diesem Gebiet nach Wiernsheim ist mit der Umsetzung der Vorhaben zu erwarten.

In der folgenden Karte ist das sich daraus ergebende **Einzugsgebiet des Vorhabens kartografisch** grob dargestellt.

Grafik: Einzugsgebiet des geplanten Vorhabens



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

### 3.2 Ist-Analyse der Nachfragesituation im Einzugsgebiet

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft für den gesamten Einzelhandel für Wiernsheim** liegt bei **ca. 6.129 Euro pro Einwohner im Jahr**. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt fällt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Gemeinde damit überdurchschnittlich aus (Wiernsheim = 106,8<sup>6</sup> wobei Deutschland = 100).

Dabei beträgt die relevante Kaufkraft im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.363 Euro pro Einwohner im Jahr**, im Sortiment **Gesundheit/Körperpflege ca. 360 Euro pro Einwohner im Jahr**<sup>7</sup>.

Die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft der **Gemeinde Wiernsheim (Zone 1)** beläuft sich auf ca. 40,8 Mio. € pro Jahr. Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Marktgebietszahlen ergeben sich folgende **Kennzahlen zur Nachfragesituation im Einzugsgebiet** in den für die Planvorhaben relevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege:

**Grafik: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Zonen**

Sortiment	Anteil an der Gesamtkaufkraft	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamtes Einzugsgebiet
		Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	ca. 41%	16,8	15,6	31,6	<b>64,0</b>
<b>Gesundheit / Körperpflege</b> <sup>8</sup>	ca. 6%	2,6	2,4	4,8	<b>9,8</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	100%	40,8	38,0	69,1	<b>147,9</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

<sup>6</sup> Für die Kaufkraftberechnung wurde hier die GfK-Kaufkraftkennziffer 2017/2018 verwendet.

<sup>7</sup> Die hier verwendeten GfK Kennzahlen sind in den für die Vorhaben relevanten Sortimenten ähnlich denen der aktuellen Einzelhandelsstudie des Landes Baden-Württemberg durch die BBE Handelsberatung GmbH im Auftrag des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertag (Vgl. Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden-Württemberg. BBE Handelsberatung GmbH/Baden Württembergischer Industrie- und Handelskammertag, 2018).

<sup>8</sup> Drogeriewaren (wie Kosmetik, Wasch- und Putzmittel, OTC (=freiverkäufliche Arzneimittel)), aber ohne Sanitätswaren und rezeptpflichtige Arzneimittel

### 3.3 Ist-Analyse der Angebotssituation im Einzugsgebiet

#### 3.3.1 Angebotssituation in Wiernsheim

In der Gemeinde Wiernsheim sind die relevanten Sortimentsbereiche (Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege) durch verschiedene Anbieter vertreten. Im Einzelnen sind dabei folgende Aspekte bezüglich der Ausstattung in den Sortimentsbereichen zu berücksichtigen:

- In der Gemeinde Wiernsheim besteht im **Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel** derzeit nur ein größerer Anbieter mit entsprechenden Angeboten. Darüber hinaus sind noch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, ergänzt um kleinflächige Angebote im Bereich Getränke vorhanden. Der bestehende Lebensmitteldiscounter wird in Wiernsheim zeitnah schließen (auslaufender Mietvertrag, keine Verlängerung zu erwarten).
- Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** sind vor allem ein spezialisiertes Angebot im Bereich Parfümerie sowie freiverkäufliche Arznei- und Medizinprodukte (siehe Apotheke) gegeben. Die klassischen Drogeriewaren (Kosmetik / Wasch- und Putzmittel) bestehen lediglich als Randsortiment des Lebensmittelanbieters.
- Betrachtet man die Ausstattung von Wiernsheim anhand der gängigen **Kennzahlen**, so zeigt sich im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** eine unterdurchschnittliche Ausstattung, die nur 28-29% der Kaufkraft vor Ort binden kann. Einen Umsatzzufluss aus dem Umland kann das Angebot hier mit einer Zentralität von 35% auch nicht verzeichnen. Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** sind die Kennziffern ebenso als unterdurchschnittlich zu bewerten. Durch die Versorgung über Randsortimentsangebote / Spezialanbieter (Parfümerie) besteht heute ein deutlicher Kaufkraftabfluss an andere Standorte im weiteren Umland.

**Grafik: Ausstattung in Wiernsheim nach relevanten Sortimenten**

Sortiment	Zentralität	Kaufkraft- bindungsquote	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> / 1.000 Einwohner	Bewertung
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	35%	28-29%	191	unterdurch- schnittlich
<b>Gesundheit / Körper- pflege</b>	42%	33-34%	30	unterdurch- schnittlich

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Folgende Erläuterungen sind für die angegebenen Kennziffern relevant:

- Die Zentralitätskennziffer des Standortes gilt als ein Maß für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes<sup>9</sup>. Sie gibt an, ob und wie stark Umsatzzuflüsse aus dem Umland einer Kommune die Umsatzabflüsse aus der Kommune (beispielsweise in nahe gelegene Mittel- bzw. Oberzentren) per Saldo überwiegen. Die Zentralitätskennziffer errechnet sich aus der Gegenüberstellung des am Standort umgesetzten Einzelhandelsumsatzes und der am Standort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Werte größer 100 geben somit an, dass dem jeweiligen Einzelhandelsstandort ein Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland zukommt.
- Die Kaufkraftbindungsquote<sup>10</sup> ist ein Indikator dafür, in welchem Maß es dem Einzelhandel einer Kommune gelingt, die Einwohner der Kommune selbst (nicht des Umlandes!) an sich zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote errechnet sich aus der Gegenüberstellung des (sortimentspezifischen) Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe, den sie mit Einwohnern aus der Kommune erwirtschaften (Unterschied zur Zentralitätskennziffer, bei der der Gesamtumsatz mit allen Kunden, also auch Kunden aus dem Umland,

<sup>9</sup> Zwar wird diese Kennziffer im wissenschaftlichen Kontext zu Recht auch kritisch diskutiert (Beispiel 1: Bei Bezug der Zentralitätskennziffer auf raumplanerisch abgegrenzte Gebieteinheiten, weist diese Schwächen auf, da das System der zentralen Orte, auf das die Zentralitätskennziffer dann reflektiert, das reale Einkaufsverhalten der Konsumenten nicht wirklich widerspiegelt. Beispiel 2: Rückschlüsse auf die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes allein anhand dieser Kennziffer sind nur bedingt möglich, da ein geringes einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-Niveau an einem Standort (Stadt, Gemeinde, Region usw.) rein rechnerisch zu einer hohen Zentralität beiträgt, sie wird an dieser Stelle dennoch angewandt, da eine Interpretation hier nur im Zusammenhang mit weiteren Kennziffern (Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner usw.) erfolgt.

<sup>10</sup> Die Kaufkraftbindung wurde durch eine Abschätzung der Umsatzherkunft der einzelnen relevanten Betriebe in Wiernsheim ermittelt. D.h. anhand Größe, Angebot und Wettbewerbssituation nach Betriebsformen wurde abgeschätzt, welcher Kundenanteil aus Wiernsheim selbst stammt und welcher Umsatz von außen zufließt. Aus der Gesamtbetrachtung für Wiernsheim lässt sich daraus eine möglichst realistische Kaufkraftbindung ermitteln.

verwendet wird), mit der einzelhandelsrelevanten (sortimentspezifischen) Kaufkraft der Einwohner der Kommune.

**Insgesamt ist festzuhalten, dass die Gemeinde Wiernsheim ein unterdurchschnittliches Versorgungsniveau aufweist. Dieses wird sich in den kommenden Jahren zudem verschlechtern, da der noch bestehende Lebensmitteldiscounter im Ortskern schließen wird.**

### 3.3.2 Angebotssituation im GVV Heckengäu (vor und nach allen geplanten Vorhabensrealisierungen)

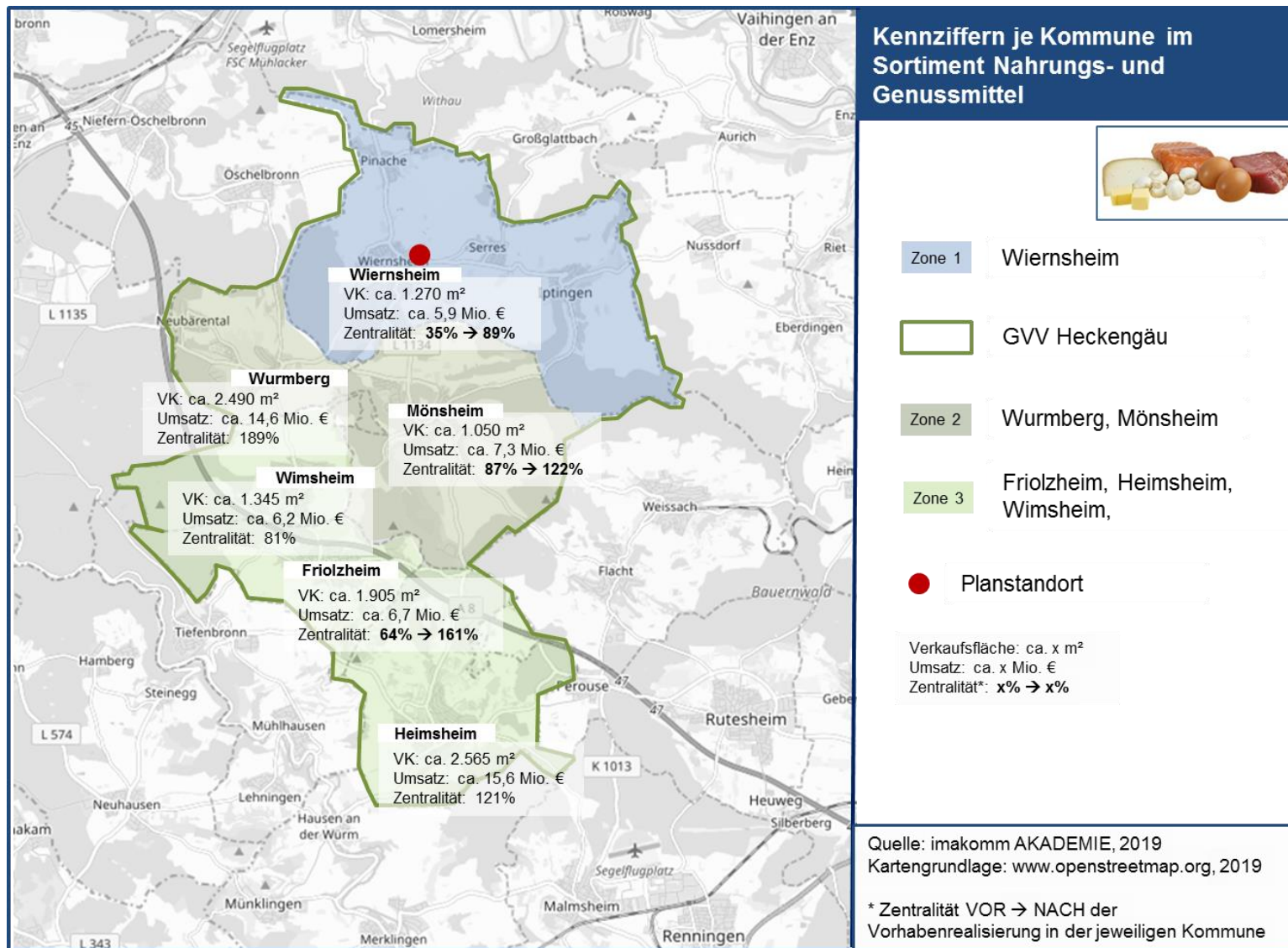
**Grafik: Angebotssituation in den relevanten Sortimentsbereichen im gesamten GVV Heckengäu (inkl. Wiernsheim)**

GVV Heckengäu	Umsatz in Mio. €	Zentralität	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> / 1.000 Einwohner	Anmerkung	Bewertung
<b>Ist-Situation heute:</b>					
Nahrungs- und Genussmittel	56,3	88%	431	Angebot im Bereich Lebensmittelvollsortiment, Lebensmitteldiscount sowie kleinere Nahversorgungsanbieter (kleiner Supermarkt, Bäcker, Metzger usw.)  Größere Anbieter: Edeka und Lidl in Heimsheim, Edeka in Wimsheim, Rewe und Aldi in Wurmberg, nah und gut und Lidl in Mönshheim, Treff 3000 und Netto in Friolzheim	Kaufkraft fließt ab, Versorgung noch ausbaufähig
Gesundheit / Körperpflege	8,2	84%	53	Versorgung vor allem über das Randsortiment der Lebensmittelanbieter sowie kleinflächige, spezialisierte Angebote (Apotheken, Parfümerie)  Größere Anbieter: dm in Heimsheim	Kaufkraft fließt ab, Versorgung noch ausbaufähig
<b>erwartete Situation nach anstehenden Vorhabenumsetzungen in Wiernsheim, Mönshheim und Friolzheim (inkl. Berücksichtigung von Umsatzumverteilungen):</b>					
Nahrungs- und Genussmittel	75,2	117%	568	Angebotssteigerung durch zusätzliche bzw. erweiterte Betriebe im GVV.  <u>Neue Angebote:</u> Lebensmittelvollsortiment + Discount in Wiernsheim, Aldi in Friolzheim (in Planung) <u>Erweiterung:</u> Lidl in Mönshheim (genehmigt),	vor Ort vorhandene Kaufkraft kann gebunden werden
Gesundheit / Körperpflege	11,5	118%	98	Angebotssteigerung durch zusätzliche Betriebe im GVV.  <u>Neue Angebote:</u> Drogeriemärkte in Wiernsheim und Mönshheim (beide in Planung).	vor Ort vorhandene Kaufkraft kann gebunden werden

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

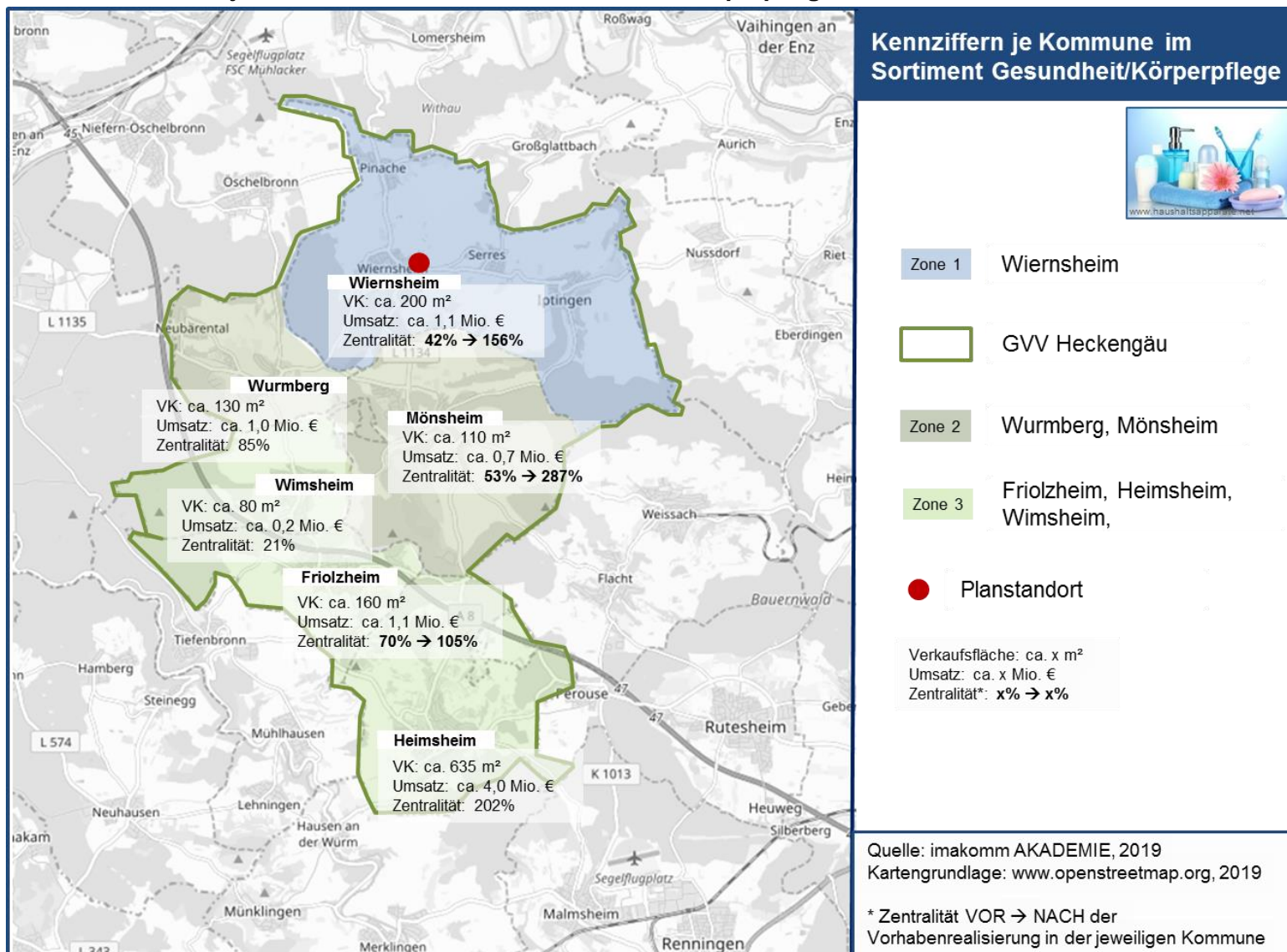


**Grafik: Kennziffern je Kommune im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Kennziffern je Kommune im Sortiment Gesundheit/Körperpflege**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Für Zone 2 und Zone 3 gilt:

- Das nähere Standortumfeld von Wiernsheim, insbesondere Zone 2, weist eine vergleichsweise überdurchschnittliche Ausstattung im Bereich Lebensmittel auf. Systemgleiche Anbieter sind hier verortet (großer Supermarkt und Discounter). Im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist eine Versorgung vor allem nur im Randsortiment der Lebensmittelanbieter gegeben
- Zone 3 verfügt nur vereinzelt über größere Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Ein Drogeriemarkt befindet sich nur im südlichsten Bereich der Zone 3. Entsprechend sind hier trotz der noch größeren Entfernung zwar geringe, aber Einkaufsverflechtungen an den Standort Wiernsheim vorhanden.

### **3.3.3 Angebotssituation im weiteren Umland**

Für das weitere Umland gilt:

- Im weiteren Umland ist v.a. das Angebot in dem nächsten größeren zentralen Orten relevant, die das Einzugsgebiet von Wiernsheim eingrenzen. Dabei sind insbesondere die Städte Vaihingen an der Enz, Mühlacker und Pforzheim zu beachten.
- In den genannten Kommunen findet sich ein weitreichendes Angebot sowie v.a. auch systemgleiche- und ähnliche Anbieter wie z.B. Lebensmittelvollsortimenter (Edeka, REWE), Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, Netto) und Drogeriemärkte (dm, Müller Markt) usw.

### 3.4 Fazit: Ist-Analyse

Zusammenfassend stellt sich die Nachfrage- und Angebotssituation in Wiernsheim und den Nachbargemeinden aktuell wie folgt dar:

**Grafik: Zusammenfassende Bewertung der Ausstattung im Marktgebiet**

Sortiment	Bewertung der Ausstattung im Überblick			
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	GVV Heckengäu
Nahrungs- und Genussmittel	unterdurchschnittlich	überdurchschnittlich	durchschnittlich	durchschnittlich
Gesundheit/ Körperpflege	unterdurchschnittlich	durchschnittlich	überdurchschnittlich	durchschnittlich

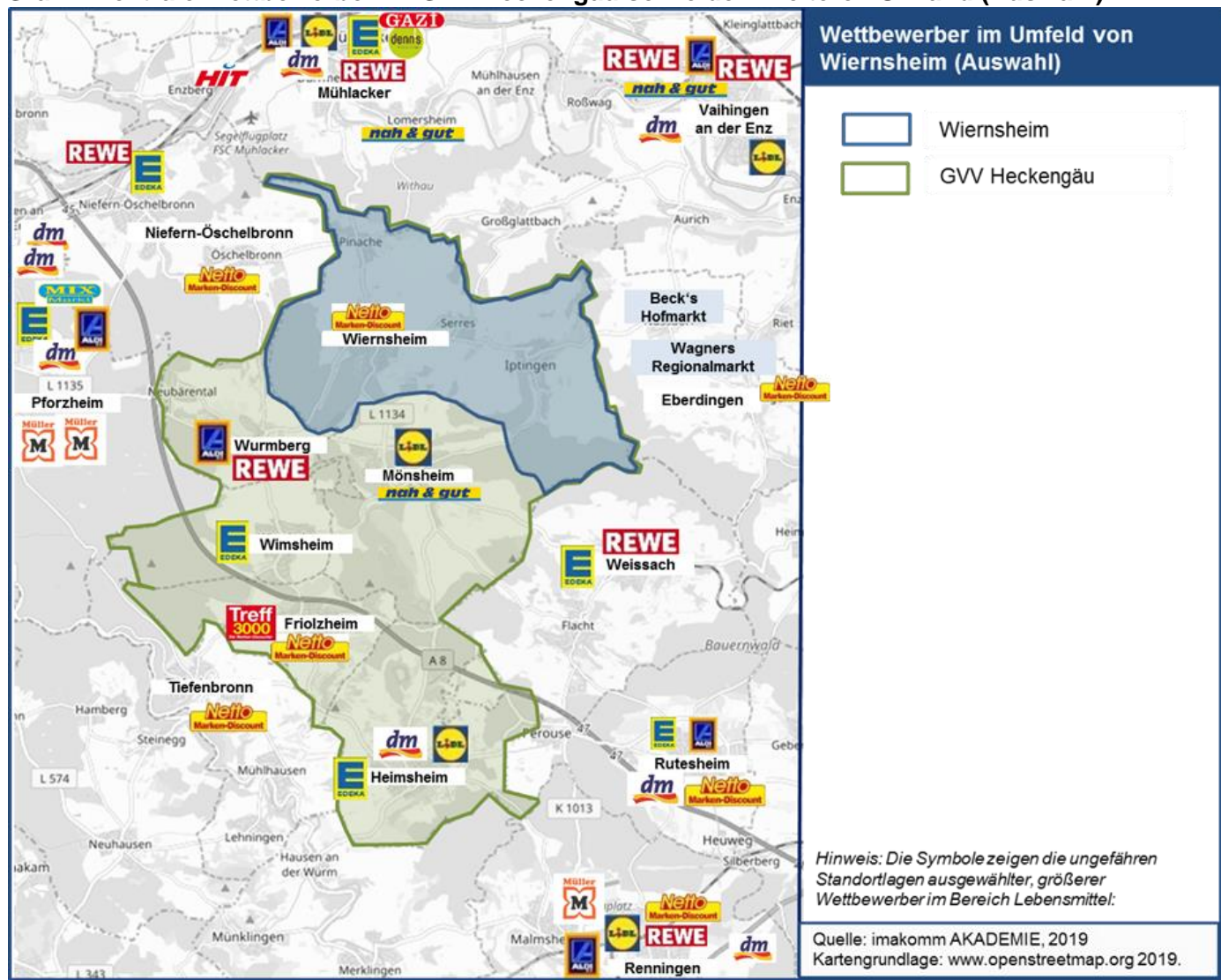
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Zusammenfassende Bewertung der Ausstattung im weiteren Umland**

Sortiment	Bewertung der Ausstattung im Überblick		
	nahes Umland *	weiteres Umland	
Nahrungs- und Genussmittel	unterdurchschnittlich	überdurchschnittlich	
Gesundheit/ Körperpflege	unterdurchschnittlich	überdurchschnittlich	* nahes Umland: Öschelbronn, Mühlacker-Lomersheim / -Großglattbach, Eberdingen

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Grafik: Zentrale Wettbewerber im GVV Heckengäu sowie dem weiteren Umland (Auswahl)



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

## 4 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens

### 4.1 Methodik

**Im Rahmen der Prüfung des Gesamtvorhabens wurde deutlich, dass zur Umsetzung des Gesamtvorhabens eine Festsetzung nur nach Betriebstyp im Bebauungsplan nicht ausreichend ist, da bei dem dann möglichen Ausreizen der maximalen Gesamtverkaufsfläche pro Vorhaben für ein Sortiment das Beeinträchtigungsverbot und das Kongruenzgebot nicht mehr eingehalten werden kann.**

Vor diesem Hintergrund wurde eine so genannte **Sensitivitätsanalyse notwendig** – eine Auswirkungsanalyse für ein Gebiet (und eben nicht für ein detailliert schon feststehendes Flächenlayout). Die Vorgehensweise entspricht jener einer Auswirkungsanalyse (also beispielsweise Prüfung sämtlicher raumordnerischer und städtebaulicher Prüfkriterien), es werden aber im Unterschied dazu (1) gezielt unterschiedliche Flächenproduktivitäten für einzelne Sortimente zugrunde gelegt und (2) bei kritischem Flächenlayout das gerade noch verträgliche alternative Flächenlayout definiert.

**Im Rahmen der Sensitivitätsanalyse wurden für die Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit- / Körperpflege maximal mögliche Umsätze ermittelt, für die sowohl das Beeinträchtigungsverbot als auch das Kongruenzgebot noch eingehalten werden können.**

Die **Ableitung dieser maximalen Umsätze** erfolgte anhand der **Umsatzherkünfte nach dem Marktanteilskonzept**. Diese wurden zugleich anhand der Berechnung der **Umsatzerwartungen nach Flächenproduktivitäten** auf Plausibilität überprüft. Hierbei wurde von einer zu erwartenden Verlagerung des heute noch bestehenden Anbieters an den neuen Standort „Seite“ ausgegangen.

Folgende methodische Hinweise sind hierbei wichtig:

- Die Marktanteilsabschätzung erfolgt über die Berücksichtigung branchenüblicher Marktanteile einzelner Betriebsformen laut offizieller Quellen wie EHI, anhand einer

Annäherung über Verkaufsflächenrelationen sowie jeweils unter Berücksichtigung u.a. der Lage des Planstandortes und der Entfernung einzelner Marktgebietszonen zum Planstandort und der Wettbewerbssituation in den Marktgebietszonen.

- Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. €“ (= „<< 0,1 Mio. €“, hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!).

#### 4.2 Umsatz nach Flächenproduktivitäten

Insgesamt konnten im Rahmen der **Sensitivitätsanalyse** folgende **maximale Umsätze** nach Sortimenten für das Gesamtvorhaben ermittelt werden:

- **Nahrungs- und Genussmittel** **ca. 12,4 Mio. €**
- **Gesundheit / Körperpflege** **ca. 3,2 Mio. €**

Diese können unter Annahme von **realistischerweise noch zu realisierenden Flächenlayouts** einzelner Anbieter auf dem Markt wie folgt aufgeteilt werden:

#### Grafik: maximale Umsatzerwartung nach Einzelvorhaben

Umsatz in Mio. €	Supermarkt	Lebensmittel-discounter	Bäcker	Drogerie-markt	Gesamtvorhaben
Nahrungs- und Genussmittel	6,1	4,9	0,3	1,1	max. 12,4
Gesundheit / Körperpflege	0,4	0,3	--	2,5	max. 3,2

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Umgerechnet in Verkaufsfläche bedeutet dies dann pro Vorhaben und Sortiment folgende zu erwartende Gesamtumsätze und maximale Verkaufsfläche pro Sortiment.

Mit dem **Ausschöpfen der Verkaufsflächen pro Sortiment** wird dabei die **geplante Gesamtverkaufsfläche** (und damit auch der Umsatz) **pro Vorhaben rechnerisch überschritten**. Dies soll dazu dienen, dass eine **möglichst hohe Flexibilität für das Flächenlayout** erhalten werden kann, damit keine unnötigen Hürden für die tatsächliche Vorhabenumsetzung aufgebaut werden. Die aktuell **geplante Gesamtverkaufsfläche sollte** vor diesem Hintergrund auch **nicht erhöht** werden.

**Grafik: Umsatzerwartung der Einzelvorhaben nach der Flächenproduktivität (Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel)**

Anbieter	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenpro- duktivität <sup>11</sup> in € / m <sup>2</sup>	erwarteter Verkaufs- flächenanteil in %	Umsatz in Mio. €
	1=3/2	2		3
<b>Supermarkt</b>	<b>ca. 1.500</b>	<b>4.480</b>	-	<b>6,7</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	bis zu 1.350	4.480	bis zu 90%	6,1
davon Gesundheit / Körperpflege	bis zu 113	3.500 <sup>12</sup>	bis zu 7-8%	0,4
davon weitere Randsortimente	bis zu 150	4.480	bis zu 10%	0,8
<b>Bäcker (Café / Imbiss)</b>	<b>40</b>	<b>8.000</b>	<b>100</b>	<b>0,3</b>
<b>Lebensmittel-discounter</b>	<b>ca. 1.200</b>	<b>4.500</b>	-	<b>5,4</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	bis zu 1.080	4.500	bis zu 90%	4,9
davon Gesundheit / Körperpflege	bis zu 90	3.500 <sup>13</sup>	bis zu 7-8%	0,3
davon weitere Randsortimente	bis zu 120	4.500	bis zu 10%	0,5

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

<sup>11</sup> Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2018/2019. Für den geplanten Supermarkt wurde die Flächenproduktivität des auf den m<sup>2</sup> leistungsfähigeren Anbieters Edeka (im Vergleich zu Rewe) verwendet, für den Lebensmitteldiscounter, die des Anbieters Netto aufgrund der zu erwartenden Verlagerung. Für einen Bäcker kann von einem leistungsfähigen Anbieter ausgegangen werden, hierbei sind Umsätze von ca. 0,3 Mio. € für einen durchschnittlichen Bäcker anzusetzen (höherer Umsatz als in der Regel in einem kleinen Ort erzielt werden kann). Als Drogeriemarkt stehen grundsätzlich vier Anbieter zu Auswahl: dm, Müller, Rossmann und Budnikovsky. Da bereits in Heimsheim ein dm vorhanden ist und auch die Planungen in Mönshheim von diesem Anbieter ausgehen, ist mit einem der anderen Anbieter in Wiernsheim zu rechnen. Die verwendete Flächenproduktivität von ca. 5.390 € stellt diejenige des auf den m<sup>2</sup> leistungsfähigsten dieser Anbieter (Rossmann) dar.

<sup>12</sup> Annahme einer geringeren Flächenproduktivität im Randsortiment Gesundheit/Körperpflege durch den sehr starken Wettbewerb vor Ort, bedingt durch den geplanten Drogeriemarkt.

<sup>13</sup> Annahme einer geringeren Flächenproduktivität im Randsortiment Gesundheit/Körperpflege durch den sehr starken Wettbewerb vor Ort, bedingt durch den geplanten Drogeriemarkt.



**Grafik: Umsatzerwartung der Einzelvorhaben nach der Flächenproduktivität (Hauptsortiment Gesundheit / Körperpflege)**

<b>Drogeriemarkt</b>	<b>ca. 700<sup>14</sup></b> (bis zu 800)	<b>5.390</b>	<b>-</b>	<b>3,8</b> (4,3)
davon Nahrungs- und Genussmittel	bis zu 210	5.390	bis zu 30%	1,1
davon Gesundheit / Körperpflege	bis zu 455	5.390	bis zu 65%	2,5
davon weitere Randsortimente	bis zu 245	5.390	bis zu 35%	1,3

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**4.3 Umsatzherkunft nach dem Marktanteilkonzept**

Die dargestellten Umsatzherkünfte und daraus resultierenden Verkaufsflächen wurden ganz wesentlich über das Marktanteilkonzept abgeleitet. Über das so genannte Marktanteilkonzept kann sowohl die **Umsatzerwartung** als auch die **Umsatzherkunft** der Vorhaben abgeschätzt werden. Hierbei werden die Marktanteile in der Standortkommune Wiernsheim selbst als auch im Marktgebiet berücksichtigt.

Nachfolgende Übersichten geben einen Überblick über zu erwartende Marktanteile der einzelnen Vorhaben sowie als Resultat der einzelnen Sortimente in Summe.

<sup>14</sup> Hinweis: Es erfolgt in der Darstellung eine Reduktion der Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> auf 700 m<sup>2</sup>, da mit dieser Verkaufsfläche eine Ansiedlung mit einem ausreichend hohen Drogeriewarenanteil möglich ist. Eine Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche auf 700 m<sup>2</sup> ist ausdrücklich aber nicht notwendig, soweit die Verkaufsflächen der einzelnen Sortimente nicht überschritten werden. Die Realisierungschance wird aber geringer eingestuft.

Nachfolgend erfolgt eine Darstellung der Ableitung der maximal möglichen Umsätze nach dem Marktanteilkonzept pro Einzelvorhaben:

**Grafik: Umsatzerwartung für einen Supermarkt nach dem Marktanteilkonzept**

Supermarkt (=Lebensmittelvollsortiment)											
Markt- gebiets- zonen:	Nahrungs- und Genussmittel			Gesundheit/Körperpflege			Weitere Randsorti- mente	Gesamtes Vorhaben			
	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Vorhande- nes Ange- bot in der jeweiligen Zone	Einkaufs- tendenz nach Wierns- heim	Umsatz- anteile je Zone am gesamten Planumsatz	Umsatzer- wartung aus der jeweiligen Zone
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €			in %	in Mio. €
<b>Zone 1</b>	16,8	25-30	4,6	2,6	10-15	0,3	0,5	--	++	76-77	<b>5,1</b>
<b>Zone 2</b>	15,6	<5	0,7	2,4	<5	<0,1	<0,1	+	o	11-12	<b>0,8</b>
<b>Zone 3</b>	31,6	<1	0,1	4,8	<1	<<0,1	<<0,1	+	-	2-3	<b>0,1</b>
<b>Weiteres Umland (Streu- umsätze)</b>	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	0,6	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	<0,1	<0,1	++	--	ca. 10	<b>0,7</b>
<b>Gesamt</b>	-	-	6,1*	-	-	0,4	0,7			100	<b>6,7</b>

++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019. Rundungsdifferenzen möglich, Berechnungen erfolgen anhand exakter Werte: siehe beispielsweise \*: 6,1 ist genau 6,05 - aufgerundet 6,1.

**Grafik: Umsatzerwartung für einen Bäcker (Café / Imbiss) nach dem Marktanteilskonzept**

Bäcker (Café / Imbiss)							
Marktgebiets- zonen:	Nahrungs- und Genussmittel			Gesamtes Vorhaben			
	Kaufkraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsat- zerwartung aus der jeweiligen Zone	Vorhandenes Angebot in der jeweiligen Zone	Einkaufstendenz nach Wierns- heim	Umsatz- anteile je Zone am gesamten Planumsatz	Umsatzerwartung aus der jeweiligen Zone
	in Mio. €	in %	in Mio. €			in %	in Mio. €
<b>Zone 1</b>	16,8	<5	0,2	o	++	76-77	<b>0,2</b>
<b>Zone 2</b>	15,6	<1	<0,1	+	o	11-12	<b>&lt;0,1</b>
<b>Zone 3</b>	31,6	<<1	<<0,1	+	-	2-3	<b>&lt;&lt;0,1</b>
<b>Weiteres Umland (Streu- sätze)</b>	Keine Angaben	Keine Anga- ben	<0,1	++	--	ca. 10	<b>&lt;0,1</b>
<b>Gesamt</b>	-	-	0,3			100	<b>0,3</b>

++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019. Rundungsdifferenzen möglich, Berechnungen erfolgen anhand exakter Werte.

**Grafik: Umsatzerwartung für einen Lebensmitteldiscounter nach dem Marktanteilkonzept**

Lebensmitteldiscounter											
Markt- gebiets- zonen:	Nahrungs- und Genussmittel			Gesundheit/Körperpflege			Weitere Randsorti- mente	Gesamtes Vorhaben			
	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Vorhande- nes Ange- bot in der jeweiligen Zone	Einkaufs- tendenz nach Wierns- heim	Umsatz- anteile je Zone am gesamten Planumsatz	Umsatzer- wartung aus der jeweiligen Zone
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €			in %	in Mio. €
<b>Zone 1</b>	16,8	ca. 25	4,1	2,6	ca. 10	0,3	0,5	--	++	83-84	<b>4,5</b>
<b>Zone 2</b>	15,6	<5	0,2	2,4	<1	<<0,1	<<0,1	+	o	4-5	<b>0,3</b>
<b>Zone 3</b>	31,6	<1	<0,1	4,8	<1	<<0,1	<<0,1	o	-	1-2	<b>&lt;0,1</b>
<b>Weiteres Umland (Streu- umsätze)</b>	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	0,5	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	<<0,1	<0,1	++	--	ca. 10	<b>0,5</b>
<b>Gesamt</b>	-	-	4,9	-	-	0,3	0,5			100	<b>5,4</b>

++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019. Rundungsdifferenzen möglich, Berechnungen erfolgen anhand exakter Werte.

**Grafik: Umsatzerwartung für einen Drogeriemarkt nach dem Marktanteilkonzept**

Drogeriemarkt											
Markt- gebiets- zonen:	Nahrungs- und Genussmittel			Gesundheit/Körperpflege			Weitere Randsorti- mente	Gesamtes Vorhaben			
	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Kauf- kraft- potenzial	Markt- anteile	Maximale Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Umsatzerwar- tung aus der jeweiligen Zone	Vorhande- nes Ange- bot in der jeweiligen Zone	Einkaufs- tendenz nach Wierns- heim	Umsatz- anteile je Zone am gesamten Planumsatz	Umsatzer- wartung aus der jeweiligen Zone
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €			in %	in Mio. €
<b>Zone 1</b>	16,8	ca. 5	0,6	2,6	ca. 50	1,3	0,7	--	++	51-52	<b>2,0</b>
<b>Zone 2</b>	15,6	<5	0,4	2,4	ca. 35	0,8	0,4	-	+	33-34	<b>1,3</b>
<b>Zone 3</b>	31,6	ca. 1	<<0,1	4,8	<5	0,1	<0,1	o	-	4-5	<b>0,2</b>
<b>Weiteres Umland (Streu- umsätze)</b>	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	0,1	Keine Anga- ben	Keine Anga- ben	0,2	0,1	++	--	ca. 10	<b>0,4</b>
<b>Gesamt</b>	-	-	1,1	-	-	2,5	1,3			100	<b>3,8</b>

++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019. Rundungsdifferenzen möglich, Berechnungen erfolgen anhand exakter Werte.

**Grafik: Umsatzerwartung für das Gesamtvorhaben nach dem Marktanteilkonzept**

Gesamtvorhaben									
Marktgebietszonen:	Nahrungs- und Genussmittel			Gesundheit/Körperpflege			Weitere Randsortimente	Gesamtes Vorhaben	
	Kaufkraftpotenzial	Marktanteile	Maximale Umsatzerwartung aus der jeweiligen Zone	Kaufkraftpotenzial	Marktanteile	Maximale Umsatzerwartung aus der jeweiligen Zone	Umsatzerwartung aus der jeweiligen Zone	Umsatzanteile je Zone am gesamten Planumsatz	Umsatzerwartung aus der jeweiligen Zone
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
<b>Zone 1</b>	16,8	55-60	9,6	2,6	70-75	1,9	1,6	73-74	<b>11,8</b>
<b>Zone 2</b>	15,6	5-10	1,3	2,4	35-40	0,9	0,6	14-15	<b>2,4</b>
<b>Zone 3</b>	31,6	<1	0,3	4,8	<5	0,1	<0,1	2-3	<b>0,4</b>
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	Keine Angaben	Keine Angaben	1,2	Keine Angaben	Keine Angaben	0,3	0,3	ca. 10	<b>1,6</b>
<b>Gesamt</b>	-	-	12,4	-	-	3,2	2,5	100	<b>16,2</b>

++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Nach der Ermittlung des möglichen Planumsatzes ist eine Prüfung der Vorhabens anhand der Prüfkriterien Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtungsverbot gemäß der aufgezeigten raumordnerischen / planungsrechtlichen Vorgaben möglich.

## 5 Bewertung des Gesamtvorhabens

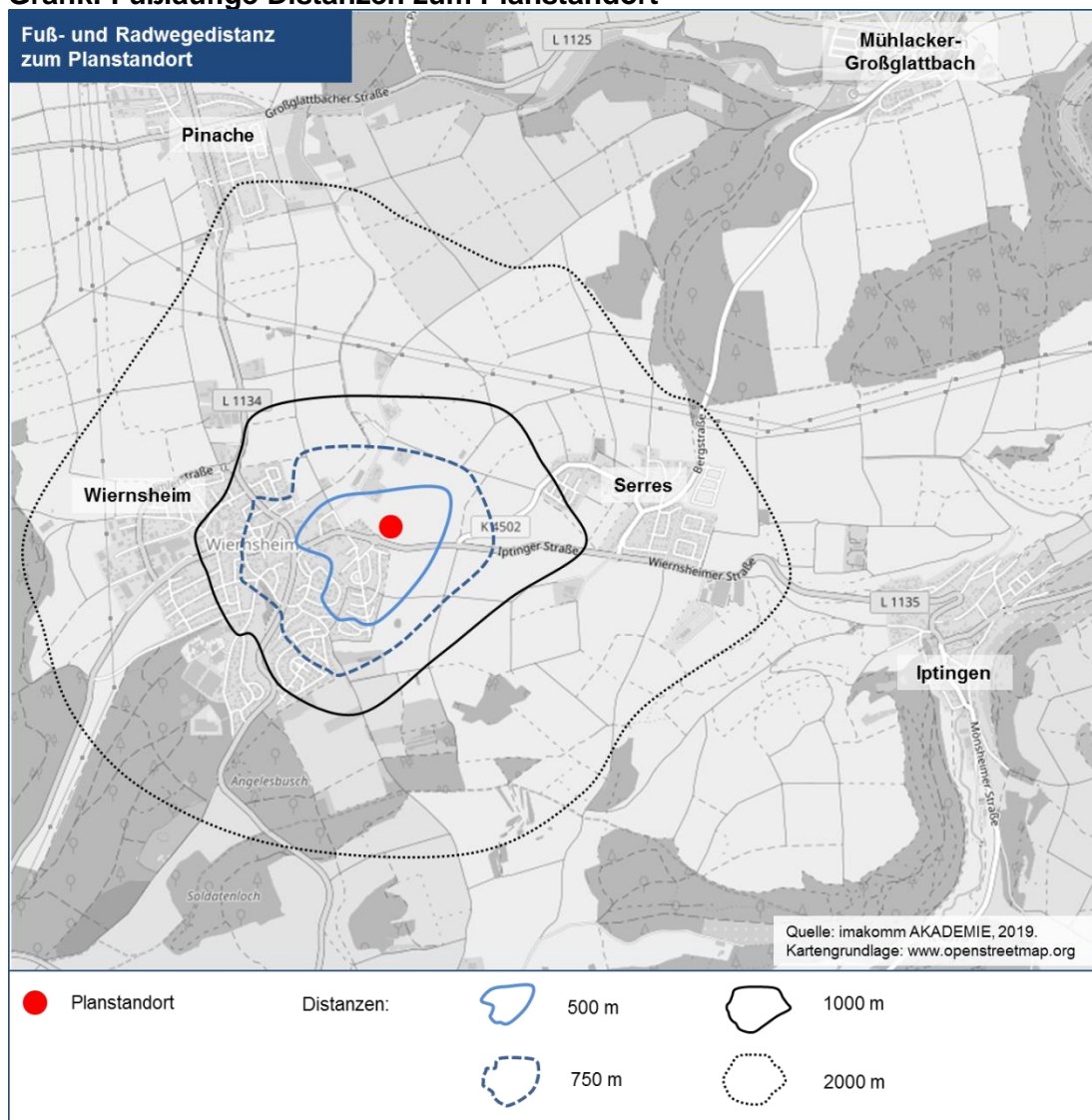
### 5.1 Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Integrationsgebot

#### Analyse:

Nach dem als Soll-Ziel ausgestatteten Integrationsgebot in Plansatz 3.3.7.2 LEP 2002 sollen Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

- Der Planstandort befindet sich in **Ortsrandlage** im Osten der Gemeinde. Innerhalb seines direkten Standortumfeldes befinden sich **an zwei Seiten Wohnbebauung**. Das primäre, **fußläufige Einzugsgebiet** des Vorhabens wird eine fußläufige Entfernung von ca. 500 m umfassen.
- Auch werden **große Teile des Gemeindegebietes** der Kerngemeinde Wiernsheim innerhalb von 1.000 m **fußläufige Entfernung abgedeckt**. Eine **tatsächliche Nahversorgung kann damit gewährleistet werden**.
- Darüber hinaus ist der Standort „Seite“ über den bereits vorhandenen **Fuß- und Radweg** entlang der Iptinger Straße aus allen Richtungen gut zu erreichen. Dieser Weg wird auch im Zuge der Bebauung des Areals **erhalten bleiben**. Mit einer Entfernung von ca. 1.000 m zum **Ortsteil Serres** und dem bestehenden Fuß- und Radweg besteht auch von dort eine **direkte Anbindung an den Planstandort**. Die weitere Wegeführung reicht zudem bis nach Iptingen, so dass der Standort auch von dort abseits der Wegstrecken des MIV direkt erreichbar ist. Auch in Richtung **Pinache** ist der Standort per abseits der Hauptverkehrsachsen geführten Radwegs erreichbar (ca. 1.700 m). Der Standort weist durch seine Lage zwischen den Ortsteilen **damit eine Scharnierfunktion** für die Nahversorgung auf. Es besteht ein **direkt an den Standort angebundenes (geteertes) Radwegenetz**.

**Grafik: Fußläufige Distanzen zum Planstandort**



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

- Zusätzlich besteht die Planung den **Standort über den Bürgerbus** der Gemeinde Wiernsheim **durch eine eigene Haltestelle anzubinden**. Damit besteht eine direkte ÖPNV-Anbindung zu allen Ortsteilen von Wiernsheim sowie nach Mühlacker-Großglattbach.
- Aufgrund der bereits feststehenden Aufgabe des heutigen Standortes für einen Lebensmittelmarkt durch den heutigen Eigentümer stehen auch **keine innerörtlichen Flächen als Flächenalternativen zur Verfügung**. Das frei werdende Areal ist zudem räumlich begrenzt und für einen Markt mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kaum nutzbar.



- Aufgrund der städtebaulichen und funktionalen Struktur des Planstandortes und des unmittelbaren Umfeldes sowie aufgrund dessen Lage an einer Hauptverkehrsachse (Iptinger Straße) mit einer möglichen Anbindung am bestehenden Kreisverkehr können **städtebauliche und verkehrliche Beeinträchtigungen mit Realisierung des Vorhabens ausgeschlossen** werden.

Bewertung:



**Das Integrationsgebot ist für das Vorhaben „Seite“ in Wiernsheim erfüllt. Aufgrund mangelnder Flächenalternativen im Ortskern, bildet das Areal in Ortsrandlage einen idealen Alternativstandort für die großflächigen Vorhaben, weist zudem ein fußläufiges Einzugsgebiet auf und liegt im direkten Anschluss an Wohnbebauung. Eine Fuß- und Radweganbindung ist sowohl von Wiernsheim als auch dem Ortsteil Serres vorhanden (mit einer größeren Distanz auch von Iptingen). Eine direkte Anbindung durch den bereits bestehenden Bürgerbus ist zudem geplant.**

## 5.2 Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Konzentrationsgebot

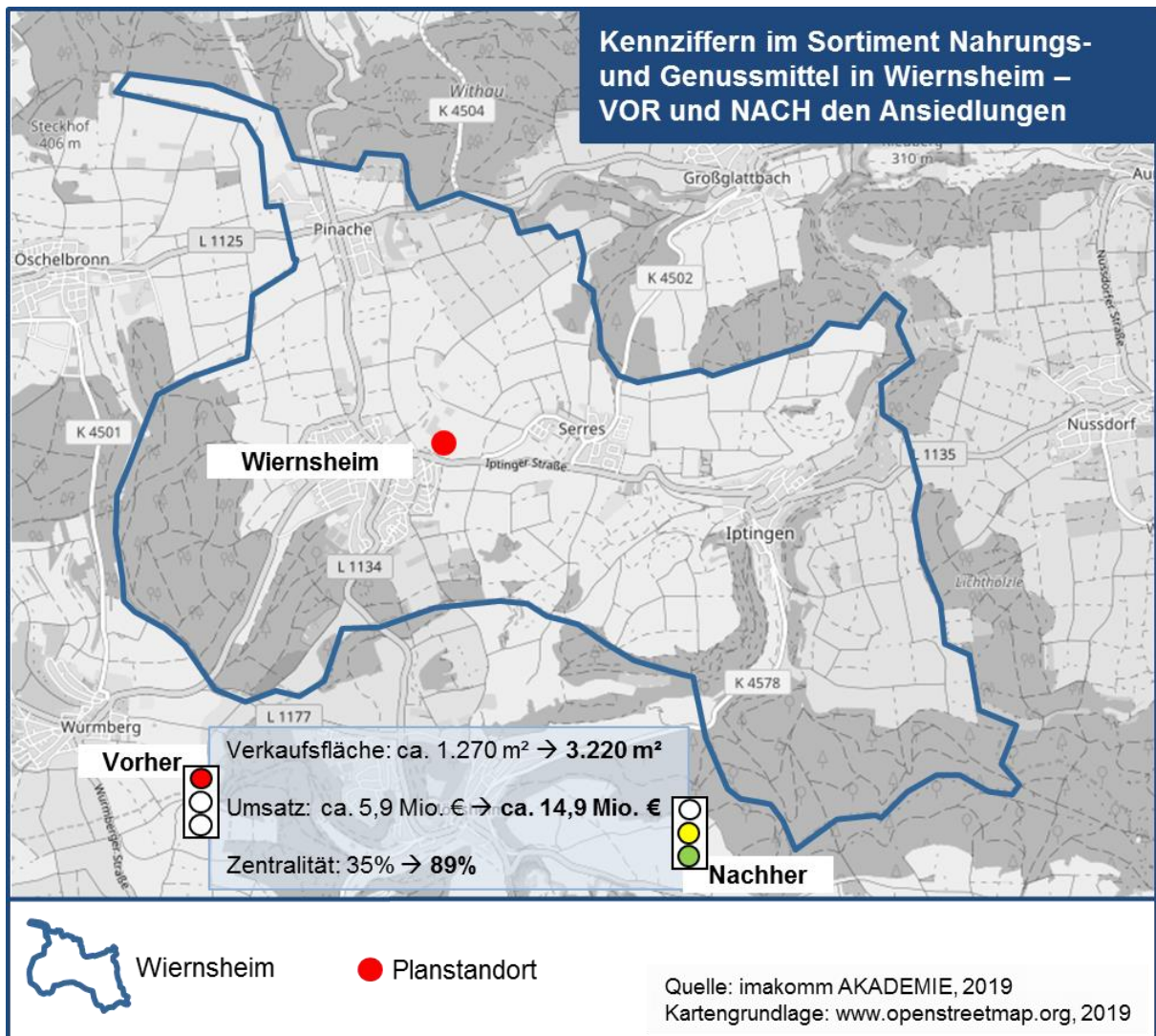
### Analyse:

Im Regionalplan für die Region Nordschwarzwald (Kapitel 2.9.2) wird der Plansatz 3.3.7 des LEP Baden-Württemberg aufgegriffen, wonach großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Ober- Mittel- und Unterzentren realisiert werden sollen, im Einzelfall aber auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Frage kommen, „wenn sie zur Deckung des Bedarfs der wohnortnahen Grundversorgung der Gemeinde erforderlich sind“. Da Wiernsheim die Funktion eines Kleinzentrums besitzt, kann das Konzentrationsgebot nur unter der Prämisse der Erforderlichkeit der Grundversorgung eingehalten werden. Daher gilt es zu prüfen, ob das Kriterium der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung tatsächlich zum Tragen kommt:

- Mit Umsetzung des Ansiedlungsvorhabens „Seite“ kann die Grundversorgung des Gesamtstandortes deutlich verbessert werden. Die heute **unterdurchschnittliche Versorgung Wiernsheims** (Zentralität von nur 35%) verdeutlicht die ungenügende Versorgungssituation, obwohl sich ein Lebensmitteldiscountmarkt im Gemeindegebiet befindet. Durch die bevorstehende Schließung dieses Marktes würde ohne entsprechende Neuansiedlungen die Zentralität Wiernsheims auf ca. 13% sinken. Eine ausreichende Grundversorgung ist in Wiernsheim somit nicht möglich.
- Mit Umsetzung der Ansiedlungen kann somit eine wohnortnahe, verbesserte Versorgungssituation realisiert werden.
- Weitere Versorgungsangebote sind lediglich außerhalb der Gemeinde in 5-10 Minuten Fahrtzeit via PKW zu erreichen (Lebensmittelvollsortiment also auch Lebensmitteldiscounter in Wurmberg und Mönshheim).
- Für Wiernsheim gilt: die alleinige Existenz der bestehenden, kleinflächigen Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk führt nicht zu einer ausreichenden Abdeckung des tatsächlichen **Versorgungsbedarfs im gesamten Gemeindegebiet**. Dieses ist insgesamt **nur unterdurchschnittlich** zu bewerten (siehe Grafik). Schon heute fließt ein Großteil der Kaufkraft zur vollständigen Deckung des Bedarfs aus dem Gemeindegebiet ab. Dieser Effekt kann durch ein breiteres Sortiment und eine verbesserte

Marktdarstellung abgeschwächt werden, Verkehrsströme damit zugleich reduziert werden. Die Analyse zeigt aber auch, dass durch die Ansiedlungen die Versorgungssituation deutlich verbessert werden kann (Zentralität von 89%), **dennoch wird weiterhin Kaufkraft im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel abfließen.**

**Grafik: Kennziffern im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel VOR und NACH den Ansiedlungen (ohne Umsatzumverteilungen)**

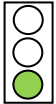


Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

- Während im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel weiterhin Wiernsheimer Kaufkraft auch nach den Ansiedlungen abfließen wird, kann durch den Drogeriemarkt eine **weitreichende Deckung des Versorgungsbedarfs im Sortiment Gesundheit / Körperpflege** erzielt werden. Der Markt stellt sodann den **Hauptanbieter dieses Sortiments** dar, das ansonsten neben einem spezialisierten Betrieb in der Ortsmitte

nur durch Randsortimente der geplanten neuen Lebensmittelmärkte abgedeckt sein würde (siehe Zentralität von nur 31% ohne Randsortimente des heute noch bestehenden Lebensmittelmarktes).

Bewertung:



Konzentrationsgebot wird für das Gesamtvorhaben „Seite“ zunächst nicht erfüllt, da die Kommune die zentralörtliche Funktion eines Kleinzentrums aufweist, allerdings besteht gemäß Regionalplan Nordschwarzwald die Umsetzung von großflächigen Vorhaben auch in Kleinzentren, soweit das Vorhaben der Sicherung der Grundversorgung dient.

**Aus gutachterlicher Sicht besteht in Bezug auf das Konzentrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:**

- Für die Gemeinde Wiernsheim kann mit der Ansiedlung die **Sicherung der Grundversorgung** sichergestellt werden. Mit der dann vorhandenen Ausstattung eines Lebensmittelvollsortimenters, eines Lebensmitteldiscounters sowie eines Drogeriemarktes können alle für Wiernsheim möglichen Betriebstypen abgedeckt werden. Besonders in Hinblick auf die erwartete Schließung des einzigen bestehenden Marktes in Wiernsheim, ist eine zeitgemäße Marktaufstellung notwendig, um überhaupt eine Grundversorgung wieder sicher zu stellen.
- Die Deckung des Versorgungsbedarfs von Wiernsheim wird mit dem Gesamtvorhaben bedeutend verbessert, die **geplanten Ansiedlungen** gehen dabei aber insbesondere **im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel nicht über die Sicherung der Grundversorgung hinaus**: Auch nach Realisierung der geplanten Ansiedlungen werden in Wiernsheim noch Kaufkraftabflüsse bestehen (siehe zu erwartende Zentralität von ca. 89% nach Vorhabenumsetzung).

**Die geplanten Ansiedlungen dienen damit der Sicherung der Grundversorgung und zur Deckung des eigenen Versorgungsbedarfs. Die bestehende Ausnahmeregelung des Regionalplans Nordschwarzwald zur Sicherung der Grundversorgung kann damit greifen. Das Konzentrationsgebot ist somit erfüllt.**

### 5.3 Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Kongruenzgebot

#### a) Methodische Vorbemerkungen:

- Die Gemeinde Wiernsheim (ca. 6.654 Einwohner) ist ein **Kleinzentrum** in der Region Nordschwarzwald. Das Kongruenzgebot fordert, dass grundsätzlich mindestens 70% des Planumsatzes des Gesamtvorhabens aus dem zentralörtlichen Versorgungsbe- reich stammen. Dieser ist in der Region Nordschwarzwald im Bereich der Nahversor- gung nur die Standortkommune selbst.
- Die Umsatzherkünfte werden prozentual dargestellt. Sie ergeben sich aus der rech- nerischen Gegenüberstellung der Umsatzerwartung aus einer Zone und dem gesam- ten möglichen Planumsatz. Zur Nachvollziehbarkeit dienen die Daten in den Tabellen des Kapitels „Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens“ als Ver- gleich. Im Folgenden werden zunächst die Umsatzerwartungen nochmals detailliert für jedes Einzelvorhaben aufgezeigt, dann die Bewertung des Gesamtvorhabens.
- Grundsätzlich gilt: **Für die Bewertung nach dem Prüfkriterium Kongruenzgebot ist das Gesamtvorhaben relevant.**

#### b) Umsatzanteile des Gesamtvorhabens:

- Bei einer Neuansiedlung aller Vorhaben werden ca. 11,8 Mio. € des Planumsatzes aus Wiernsheim stammen. Insgesamt ergibt sich somit ein **Anteil des Planumsatzes von ca. 73-74%, der innerhalb Wiernsheims** erwirtschaftet wird.

Die einzelnen prozentualen Anteile werden für jedes Einzelvorhaben im Folgenden dargestellt:

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen des Einzugsgebietes – Supermarkt (Lebensmittelvollsortiment)**

Marktgebietszonen:	Lebensmittelvollsortiment	
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Zone 1 (= Wiernsheim)</b>	5,1	76-77%
<b>Zone 2</b>	0,8	11-12%
<b>Zone 3</b>	0,1	2-3%
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	0,7	ca. 10%
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>6,7</b>	<b>100%</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen des Einzugsgebietes – Bäcker (Café / Imbiss)**

Marktgebietszonen:	Bäcker (Café / Imbiss)	
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Zone 1 (= Wiernsheim)</b>	0,2	76-77%
<b>Zone 2</b>	<<0,1	11-12%
<b>Zone 3</b>	<<0,1	2-3%
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	<0,1	ca. 10%
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>0,3</b>	<b>100%</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen des Einzugsgebietes - Lebensmitteldiscounter**

Marktgebietszonen:	Lebensmitteldiscount	
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Zone 1 (= Wiernsheim)</b>	4,5	83-84%
<b>Zone 2</b>	0,3	4-5%
<b>Zone 3</b>	<0,1	1-2%
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	0,5	ca. 10%
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>5,4</b>	<b>100%</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Zur Ansiedlung eines **Drogeriemarktes** wurde ein **raumordnerischer Vertrag zwischen der Gemeinde Mönshheim und der Gemeinde Wiernsheim und dem Regionalverband Nordschwarzwald geschlossen**. Demnach wird die Ansiedlung eines Drogeriemarktes bei den Gemeinden ermöglicht. Ein **Zugriff auf die jeweilige Kaufkraft der anderen Gemeinde wird dabei ermöglicht**, auch mit dem Wissen, dass die zu erwartenden Umsatzleistungen je Drogeriemarkt voraussichtlich erheblich sinken werden. Das jeweils andere Vorhaben wird von beiden Gemeinden mitgetragen. Entsprechend sind zur Beurteilung des Kongruenzgebotes für das Sortiment Drogeriewaren die Gemeinden Mönshheim und Wiernsheim gemeinsam heranzuzuziehen.

Neben dem raumordnerischen Vertrag mit der Gemeinde Mönshheim hat die **Gemeinde Wiernsheim im Sortiment Drogeriewaren auch bereits Vorabstimmungen für eine gemeinsame Versorgung mit der Gemeinde Eberdingen (für den Ortsteil Nussdorf) durchgeführt**. Insgesamt werden dann ca. **2,8 Mio. € Umsatz aus Wiernsheim, Mönshheim und Nussdorf** generiert werden.

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen des Einzugsgebietes - Drogeriemarkt**

Marktgebietszonen:	Drogeriemarkt	
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Zone 1 (= Wiernsheim)</b>	2,0	51-52%
<b>Zone 2</b>	1,3	33-34%
dabei: Mönsheim	0,7	18-19%
Wurmberg	0,6	16-17%
<b>Zone 3</b>	0,2	4-5 %
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	0,4	9-10 %
dabei: Eberdingen-Nussdorf	0,2	4-5%
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>3,8</b>	<b>100%</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach bestehenden Vereinbarungen und Verträgen zur Übernahme der Versorgungsfunktion im Sortiment Drogeriewaren**

Kommunen / Marktgebietszonen:	Drogeriemarkt		
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile	
	in Mio. €	in %	
<b>Wiernsheim</b>	2,0	51-52%	<b>70-71%</b>
<b>Mönsheim</b>	0,7	18-19%	
<b>Eberdingen-Nussdorf</b>	0,2	4-5%	
<b>Zone 2 nur Wurmberg</b>	0,6	16-17 %	
<b>Zone 3</b>	0,2	4-5 %	
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze) ohne Eberdingen-Nussdorf</b>	0,2	5-6 %	
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>3,8</b>	<b>100%</b>	

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.



Letztlich werden im Folgenden die Umsatzerwartung sowie die Umsatzanteile für das **Gesamtvorhaben „Seite“** dargestellt:

**Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen des Einzugsgebietes - Gesamtvorhaben**

Marktgebietszonen:	Gesamtvorhaben „Seite“	
	Umsatzerwartung	Umsatzanteile
	in Mio. €	in %
<b>Zone 1 (= Wiernsheim)</b>	11,8	<b>73-74%</b>
<b>Zone 2</b>	2,4	14-15%
<b>Zone 3</b>	0,4	2-3%
<b>Weiteres Umland (Streuumsätze)</b>	1,6	ca. 10 %
<b>Gesamtes Vorhaben:</b>	<b>16,2</b>	<b>100%</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2019.

Somit werden für das Gesamtvorhaben unter Berücksichtigung aller Sortimentsbereiche mindestens ca. 70% der Umsätze innerhalb Wiernsheims generiert. Dies bedeutet, dass für die Neuansiedlung aller Vorhaben mit den dargestellten Umsatzerwartungen (Gesamtvorhaben) und unter den angenommenen Rahmenbedingungen das Kongruenzgebot erfüllt wird.



**Das Kongruenzgebot wird für das Gesamtvorhaben „Seite“ am Standort Wiernsheim mit den errechneten Umsatzerwartungen nach dem Marktanteilkonzept formal und faktisch eingehalten. Es stammen ca. 73-74% der Umsätze aus Wiernsheim.**

## 5.4 Bewertung Vorhaben gemäß Prüfkriterium Beeinträchtigungsverbot

### 5.4.1 Methodische Vorbemerkungen

Das Beeinträchtigungsverbot legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen von Einzelhandelsgroßprojekten sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortkommune wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß Einzelhandelserlass und letztlich auch dem Regionalplan Nordschwarzwald ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen, wenn bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust ab 10% zu rechnen ist. Bei nicht zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt dieser Schwellenwert bei 20%. (vgl. hierzu auch Abschnitt 3.2.2.3 des Einzelhandelserlasses). Durch diese Regelung sollen vor allem drohende Geschäftsaufgaben verhindert werden.

Bei den in der vorliegenden Auswirkungsanalyse betrachteten Hauptsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit/Körperpflege handelt es sich um nahversorgungsrelevante Sortimente.

Insbesondere im Bereich der **Nahversorgung** findet eine differenzierte Betrachtung nach Standortlagen, die der Nahversorgung dienen statt. Hier ist insbesondere in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel / Gesundheit/Körperpflege zu unterscheiden zwischen dem regionalplanerisch abgegrenzten Versorgungskern sowie den weiteren Standortlagen, die der Nahversorgung dienen. Neben diesen Standortlagen in Wiernsheim selbst findet zudem eine detaillierte Betrachtung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte im gesamten Einzugsgebiet statt.

In der folgenden Darstellung wird beispielhaft am Sortiment Nahrungs- und Genussmittel aufgezeigt, wie detailliert Kaufkraftströme und die daraus resultierenden Auswirkungen in den einzelnen Zonen berücksichtigt werden, sowie in Wiernsheim selbst auch für die einzelnen Standortlagen. In den weiteren Zonen erfolgte die Bewertung in der gleichen Ausführlichkeit. Die Ergebnisse sind hier in tabellarischer Form dargestellt.

*Hinweis: Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. € (= „<< 0,1 Mio. €“, hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!). Dies führt dazu, dass in der folgenden Darstellung einzelne Umverteilungsquoten bei dieser „ca.-Darstellung“ zu hoch oder zu niedrig scheinen. Grund sind die damit verbundenen Rundungsdifferenzen aufgrund der Darstellung. Die Quoten wurden aber mit den genauen Werten errechnet.*

#### 5.4.2 Bewertungsweg im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel

##### Analyse Kaufkraftströme:

1. Kaufkraftströme in Zone 1: In **Wiernsheim** wird durch die Ansiedlungen „Seite“ vorrausichtlich ein Planumsatz in Höhe von ca. 12,4 Mio. € im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel generiert. Dabei ist entsprechend dem Marktanteilskonzept von einem Umsatz von ca. 9,6 Mio. € durch Kunden aus Zone 1 auszugehen.

Es ist zu erwarten, dass durch das Gesamtvorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine **Erhöhung der gesamten Kaufkraftkraftbindung von ca. 12-13%<sup>15</sup> auf ca. 69%** erfolgt. Dies entspricht einer **Rückholung heute abfließender Wiernsheimer Kaufkraft von ca. 9,5 Mio. €**. Diese teilt sich entsprechend der vorhandenen Angebotsstruktur unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftströme (berechnet auf Basis der Verkaufsflächenrelation) zu ca. 0,9 Mio. € auf die Zone 2, zu ca. 1,5 Mio. € auf die Zone 3 und zu ca. 7,0 Mio. € auf das weitere Umland auf. Damit finden **Umsatzumverteilungen gegen Standortlagen in Wiernsheim in Höhe von weniger als 0,1 Mio. €** statt.

Unter der Annahme der Umsetzung aller geplanter Vorhaben<sup>16</sup> in Mönshheim und Friolzheim sind veränderte Kaufkraftströme zur berücksichtigen. Die Kaufkraftrückholung aus den einzelnen Zonen teilt sich dann wie folgt auf: zu ca. 1,0 Mio. € auf die Zone 2, zu ca. 1,7 Mio. € auf die Zone 3 und zu ca. 6,8 Mio. € auf das weitere Umland.

---

<sup>15</sup> Kaufkraftbindungsquote ohne den heute noch bestehenden Lebensmittelmarkt in Wiernsheim.

<sup>16</sup> Mönshheim (Drogeriemarktansiedlung und Erweiterung Lebensmitteldiscounter) / Friolzheim (Ansiedlung Lebensmitteldiscounter)

2. Kaufkraftströme in Zone 2: Der Planumsatz mit Kaufkraft aus Zone 2 beträgt rund **1,3 Mio. €**. **In Zone 2** ist derzeit eine vergleichsweise bessere Versorgung im Bereich Lebensmittel als in Wiernsheim gegeben, so dass eine Einkaufstendenz nach Wiernsheim schwach ist, mit der Umsetzung der Planvorhaben aber steigen wird. Allerdings sind durch die vorhandenen Angebotsstrukturen ebenso weitere Standortlagen zu berücksichtigen. Insgesamt werden entsprechend der Verkaufsflächenrelation **weniger als 0,1 Mio. € gegenüber Standortlagen in Wiernsheim umverteilt** und **ca. 0,1 Mio. € gegenüber Anbietern in Zone 2 selbst**. Ebenso sind Umverteilungen in **Zone 3** in Höhe von **0,2 Mio. €** sowie im **weiteren Umland** von **ca. 1,0 Mio. €**.

Unter Berücksichtigung der Planungen in Mönshheim und Friolzheim werden die Umverteilungen im weiteren Umland auf ca. 0,9 Mio. € sinken. Hintergrund davon ist eine bereits stärkere Bindung der Kaufkraft in den Zonen 2 und 3, weshalb von dort wiederum eine stärkere Kaufkraftückholung zu berücksichtigen ist.

3. Kaufkraftströme in Zone 3: In **Zone 3** werden für das Vorhaben Umsätze in Höhe von **ca. 0,3 Mio. €** erwirtschaftet. In weiten Teilen ist hier eine Nahversorgung mit einzelnen Anbietern vorhanden, so dass aufgrund der räumlich größer werdenden Entfernungen die Einkaufstendenz nach Wiernsheim im Vergleich zu Zone 2 deutlich abnimmt. Allerdings ist das Einzelhandelsangebot in Zone 3 nicht umfassend, so dass zwischen Wiernsheim und vor allem nördlich gelegenen Orten in Zone 3 ein erhöhter Kundenaustausch besteht und somit auch Umsätze im Bereich Lebensmittel getätigt werden. Entsprechend sind Umverteilungen gegenüber der **Zone 3 selbst von deutlich weniger als 0,1 Mio. €** zu erwarten. Die Umverteilungen gegenüber **Zone 1 und 2 liegen bei jeweils weniger als 0,1 Mio. €** und gegen das **weitere Umland bei ca. 0,2 Mio. €** (Berechnung anhand der Verkaufsflächenrelation).

Wesentliche Veränderungen der zu erwartenden Umsatzumverteilungen in Zone 3 entstehen durch die Planungen in Mönshheim und Friolzheim im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in Bezug auf die Standortentwicklung in Wiernsheim nicht.

4. Kaufkraftströme im weiteren Umland: Aus dem **weiteren Umland** kann mit einem **Umsatz in Höhe von 1,2 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel** gerechnet werden. Dieser ist aufgrund von Einkaufs- und Pendlerverflechtungen zu erwarten und nicht genau räumlich zu verorten.

Auswirkungen:

**Auswirkungen in Zone 1:**

- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden in Zone 1 (Wiernsheim) derzeit Lebensmittelumsätze in einer Größenordnung von ca. 2,5 Mio. € pro Jahr (ohne den noch bestehenden Lebensmittelmarkt!) generiert. Mit der Ansiedlung der geplanten Vorhaben sind Umverteilungen gegenüber Anbieter in Zone 1 mit Kaufkraft aus Zone 1 in einer Größenordnung von weniger als 0,1 Mio. € zu erwarten (9,6 Mio. € Plenumsatz aus Zone 1 abzüglich der Kaufkraftrückholung in Zone 1 in Höhe von ca. 9,5 Mio. € pro Jahr durch die Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote), aus Zone 2 von weniger als 0,1 Mio. € und Zone 3 von deutlich weniger als 0,1 Mio. €. Die **umzuverteilenden Umsätze** belaufen sich damit auf insgesamt **ca. 0,1 Mio. €**. Entsprechend ergibt sich für **Wiernsheim insgesamt** eine Umverteilungsquote von ca. 3-4% gegen Standortlagen in Wiernsheim. (Berechnung: (ca. 0,1 Mio. € / ca. 2,5 Mio. €).
  - In der **Ortsmitte** sind Umverteilungen in Höhe von weniger als 0,1 Mio. € (Standortlage insgesamt) zu erwarten, was einer Umverteilungsquote von ca. 7-8% entspricht. Konsequenz: Es ergeben sich zwar Umsatzverluste für die bestehenden Anbieter, **die Versorgungslage insgesamt wird aber nicht gefährdet**, auch vor dem Hintergrund, dass es sich hierbei nicht um Betriebstypen mit einer vollständigen Überschneidung des Angebotes handelt (v. a. Lebensmittelhandwerk).
  
- **Für die Gemeinde Wiernsheim sind somit zwar wettbewerbliche Umsatzverluste im Sortimentsbereich Lebensmittel zu erwarten. Die Umverteilungen bewegen sich aber in einem Bereich, wonach in den Standortlagen durch das Vorhaben „Seite“ keine städtebaulichen negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Für die einzelnen Standorte werden die Auswirkungen ausschließlich wettbewerbliche Auswirkungen nach sich ziehen. Bestehende Nahversorgungsanbieter werden nicht gefährdet.**

## Auswirkungen in Zone 2:

- Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel wird derzeit in Zone 2 ein Umsatzvolumen in Höhe von ca. 21,9 Mio. € pro Jahr erwirtschaftet (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim ca. 24,9 Mio. €). Auf Grundlage der Verkaufsflächenrelation werden in Zone 2 selbst ca. 0,1 Mio. € umverteilt, während sich die Umverteilungen aus Zone 3 auf weniger als 0,1 Mio. € belaufen. Zudem sind Umverteilungen durch Kaufkraft-rückholung in die Zone 1 in Höhe von ca. 0,9 Mio. € zu berücksichtigen (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim ca. 1,0 Mio. €). Damit sind gegenüber Zone 2 insgesamt Umverteilungen von ca. 1,1 Mio. € zu erwarten (ca. 0,1 Mio. € + <0,1+ ca. 0,9 Mio. € = ca. 1,1 Mio. € // inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim: ca. 0,1 Mio. € + <0,1+ ca. 1,0 Mio. € = 1,2 Mio. €). Dies entspricht einer **Umverteilungsquote für die gesamte Zone 2** unter Berücksichtigung des Gesamtumsatzes der vorhandenen Standortlagen **von ca. 4-5%**. Bei einer detaillierten Betrachtung nach Kommunen und einzelnen Standortlagen, zeigt sich, dass Umsatzumverteilungen unter dem Schwellenwert von 10% und damit auch **keine schädigenden Auswirkungen auf Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen** zu erwarten sind (in Klammern veränderte Umverteilungsquoten durch die Planungen in Mönshheim und Friolzheim):

- Mönshheim: 4-5% (3-4%)
- Wurmberg: 5-6%

- **Für Zone 2 sind somit keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche / Ortskerne und bestehende Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen zu erwarten.**

### Auswirkungen in Zone 3:

- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird derzeit in Zone 3 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ein Umsatzvolumen in Höhe von ca. 28,5 Mio. € pro Jahr erwirtschaftet (inkl. Entwicklungen in Friolzheim ca. 38,7 Mio. €). Insgesamt belaufen sich die Umsätze für das Vorhaben „Seite“ im Bereich Nahrungs- und Genussmittel aus Zone 3 auf insgesamt auf ca. 0,3 Mio. € pro Jahr. Auf Grundlage der Verkaufsflächenrelation werden in Zone 3 selbst weniger als 0,1 Mio. € umverteilt, während sich die Umverteilungen aus Zone 2 auf ca. 0,2 Mio. € belaufen. Zudem sind Umverteilungen durch Kaufkraftrückholung in die Zone 1 in Höhe von ca. 1,5 Mio. € zu berücksichtigen. Damit sind gegenüber Zone 3 insgesamt Umverteilungen von ca. 1,8 Mio. € zu erwarten (<0,1 Mio. € + ca. 0,2 Mio. € + ca. 1,5 Mio. € = 1,8 Mio. € // inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim: <0,1 Mio. € + ca. 0,2 Mio. € + ca. 1,7 Mio. €). Dies entspricht einer **Umverteilungsquote für die gesamte Zone 3** unter Berücksichtigung des Gesamtumsatzes der Hauptanbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel **von ca. 6-7%** (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim ca. 5-6%). Eine differenzierte Betrachtung zeigt, dass keine **schädigenden Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen und auf die entsprechende Standortlage und die Kommunen insgesamt zu erwarten sind** (in Klammern veränderte Umverteilungsquoten durch die Planungen in Mönshheim und Friolzheim):
  - Friolzheim: 8-9% (5-6%)
  - Heimsheim: 5-6% (4-5%)
  - Wimsheim: 6-7%

- **Für Zone 3 sind somit keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in den einzelnen Kommunen und deren einzelnen Standortlagen zu erwarten.**

### Auswirkungen auf sonstige Wettbewerbsstandorte im weiteren Umland:

- Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel werden im **weiteren Umland** ca. 1,2 Mio. € des Planumsatzes für die Vorhaben generiert. Zusätzlich werden ca. 7,0 Mio. € (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim ca. 6,8 Mio. €) bisher aus Wiernsheim abfließende Kaufkraft nach Wiernsheim aus dem weiteren Umland zurückgeholt (= Erhöhung Kaufkraftbindungsquote in Zone 1). Zudem finden Umsatzumverteilungen aus Zone 2 in Höhe von ca. 1,0 Mio. € (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim ca. 0,9 Mio. €) und aus Zone 3 von ca. 0,2 Mio. € statt. Damit ergibt sich ein umverteilungswirksamer Umsatz von ca. 9,4 Mio. € (inkl. der geplanten Entwicklungen in Mönshheim und Friolzheim ca. 9,1 Mio. €). Aufgrund einer quantitativ und auch qualitativ guten Versorgungsstruktur im weiteren Umland ist dort von hohen Umsätzen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von leistungsstarken Anbietern auszugehen. Folglich lassen sich **Umverteilungsquoten** für einzelne Standortlagen **unterhalb des Schwellenwertes von 10%** ableiten. Im Detail:

#### Nahes Umland:

- |                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| ○ Niefern-Öschelbronn:                | 6-7% |
| ○ Mühlacker-Lomersheim/Großglattbach: | 6-7% |
| ○ Eberdingen:                         | 8-9% |

#### Weiteres Umland:

- |                           |      |
|---------------------------|------|
| ○ Mühlacker:              | 4-5% |
| ○ Pforzheim:              | 3-4% |
| ○ Vaihingen:              | 4-5% |
| ○ sonstige Standortlagen: | <10% |

*Hinweis: Umsatzumverteilungsquoten im weiteren Umland ohne hypothetische Kaufkraftrückholung der aus Wiernsheim abfließenden Kaufkraft durch die Schließung des aktuell noch bestehenden Lebensmittelmarktes (=tatsächliche Umsatzumverteilungen).*



- **In den im weiteren Umland liegenden Kommunen sind damit keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen und -strukturen zu erwarten.**

### 5.4.3 Bewertungsübersicht Beeinträchtigungsverbot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Die folgenden Übersichten zeigen die zentralen Kaufkraftströme und Auswirkungen für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf. Wichtig bei dieser Betrachtung: die Berechnungen beziehen sich auf die zu erwartende Annahme, dass der heute noch vorhandene Lebensmittelmarkt in Wiernsheim bereits geschlossen ist.

In einer weiteren Darstellung (grau hinterlegt) sind die Planvorhaben in Mönshheim (Drogeriemarkantsiedlung und Erweiterung Lebensmitteldiscounter) und Frielzheim (Ansiedlung Lebensmitteldiscounter) bereits als im Bestand berücksichtigt. Die dadurch veränderten Kaufkraftströme, Umsatzumverteilungen und -quoten sind im Falle einer Veränderung im Vergleich zur Ausgangsbetrachtung entsprechend markiert.

#### Herkunft Planumsatz Gesamtvorhaben „Nahversorgungsstandort Seite“ (Sortiment Nahrungs- und Genussmittel)

##### Umsatzherkunft:

▪ Umsatz aus Zone 1:	ca. 9,6 Mio. €
▪ Umsatz aus Zone 2:	ca. 1,3 Mio. €
▪ Umsatz aus Zone 3:	ca. 0,3 Mio. €
▪ Umsatz aus weiterem Umland:	ca. 1,2 Mio. €
▪ GESAMT:	ca. 12,4 Mio. €

##### Kaufkraftströme in den einzelnen Zonen:

###### Kaufkraftströme in Zone1:

a. Erhöhung Bindungsquote und Umverteilung (von ca. 12-13% <sup>17</sup> auf ca. 69%)	ca. 9,5 Mio. €
davon Kaufkraftrückholung aus Zone 2:	ca. 0,9 Mio. €
davon Kaufkraftrückholung aus Zone 2:	ca. 1,0 Mio. €
davon Kaufkraftrückholung aus Zone 3:	ca. 1,5 Mio. €
davon Kaufkraftrückholung aus Zone 3:	ca. 1,7 Mio. €

<sup>17</sup> Bei dann geschlossenem, derzeit noch bestehenden Lebensmittelmarkt in Wiernsheim.

davon Kaufkraftrückholung aus dem Umland:	ca. 7,0 Mio. €
davon Kaufkraftrückholung aus dem Umland:	ca. 6,8 Mio. €
b. Umverteilung gegenüber Zone 1:	< 0,1 Mio. €
Kaufkraftströme in Zone 2:	
c. Umverteilung gegenüber Zone 1:	< 0,1 Mio. €
d. Umverteilung gegenüber Zone 2:	ca. 0,1 Mio. €
e. Umverteilung gegenüber Zone 3:	ca. 0,2 Mio. €
f. Umverteilung gegenüber Umland:	ca. 1,0 Mio. €
Umverteilung gegenüber Umland:	ca. 0,9 Mio. €
Kaufkraftströme in Zone 3:	
g. Umverteilung gegenüber Zone 1:	<< 0,1 Mio. €
h. Umverteilung gegenüber Zone 2:	< 0,1 Mio. €
i. Umverteilung gegenüber Zone 3:	< 0,1 Mio. €
j. Umverteilung gegenüber Umland:	ca. 0,2 Mio. €
Kaufkraftströme im weiteren Umland:	
k. Umverteilung gegenüber Umland:	ca. 1,2 Mio. €

<b>Effekte / Auswirkungen:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 1:            (&lt; 0,1 Mio. € + &lt; 0,1 Mio. € + &lt;&lt; 0,1 Mio. €            = ca. 0,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 2,5 Mio. €            (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Nah-            rungs- und Genussmittel insgesamt<sup>18</sup>):</li> </ul>	3-4%
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatzumverteilungen Ortsmitte:            (&lt; 0,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 0,9 Mio. €            (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Nah-            rungs- und Genussmittel insgesamt):</li> </ul>	7-8%

<sup>18</sup> Bei dann geschlossenem, derzeit noch bestehenden Lebensmittelmarkt in Wiernsheim.

Wichtig: Der Ortskern und Nahversorgungslagen insgesamt werden nicht gefährdet! Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Nahversorgungslagen bleiben unter 10%.

- Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 2:  
 (ca. 0,1 Mio. € + ca. 0,9 Mio. € + < 0,1 Mio. €  
 = ca. 1,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 21,9 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment  
 Nahrungs- und Genussmittel insgesamt: 4-5%  
 (ca. 0,1 Mio. € + ca. 1,0 Mio. € + < 0,1 Mio. €  
 = ca. 1,2 Mio. € Umverteilungen) / ca. 24,9 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment  
 Nahrungs- und Genussmittel insgesamt: 4-5%
- Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:
  - Mönshheim (ca. 0,3 Mio. €) 4-5%
  - Mönshheim (ca. 0,4 Mio. €) 3-4%
  - Wurmberg (ca. 0,8 Mio. €) 5-6%

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche / Ortsmitten und jede Nahversorgungslage insgesamt werden nicht gefährdet!

- Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 3:  
 (< 0,1 Mio. € + ca. 1,5 Mio. € + ca. 0,2 Mio. €  
 = ca. 1,8 Mio. € Umverteilungen) / ca. 28,5 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel insgesamt): 6-7%  
 (< 0,1 Mio. € + ca. 1,7 Mio. € + ca. 0,2 Mio. €  
 = ca. 2,0 Mio. € Umverteilungen) / ca. 38,7 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment  
 Nahrungs- und Genussmittel insgesamt: 5-6%

- Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:
  - Friolzheim (ca. 0,6 Mio. €) 8-9%
  - Friolzheim (ca. 0,9 Mio. €) 5-6%
  - Heimsheim (ca. 0,8 Mio. €) 5-6%
  - Heimsheim (ca. 0,8 Mio. €) 4-5%
  - Wimsheim (ca. 0,4 Mio. €) 6-7%

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsanlagen insgesamt werden nicht gefährdet!

- Umsatzumverteilungen gegenüber weiteres Umland:  
(ca. 1,2 Mio. € + ca. 7,0 Mio. € + ca. 1,0 Mio. € + ca. 0,2 Mio. € = ca. 9,4 Mio. € Umverteilungen) / Gesamtumsatz  
(Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel insgesamt): 6-7%

(ca. 1,2 Mio. € + ca. 6,8 Mio. € + ca. 0,9 Mio. € + ca. 0,2 Mio. € = ca. 9,1 Mio. € Umverteilungen) / Gesamtumsatz  
(Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel insgesamt): 6-7%

- Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:
  - Nahes Umland: 7-8%
    - Niefern-Öschelbronn (ca. 1,3 Mio. €) 6-7%
    - Mühlacker-Lomersheim/Großglattbach (ca. 0,1 Mio. €) 6-7%
    - Eberdingen (ca. 0,3 Mio. €) 8-9%
  - Weiteres Umland 6-7%

Aus dem weiteren Umland werden große Teile der Kaufkraftrückholung generiert. Dies hat auch damit zu tun, dass heute durch den bestehenden Lebensmittelmarkt in Wiernsheim gebundene eigene Kaufkraft hypothetisch in das weitere Umland fließt und von dort dann wieder „zurückgeholt“ wird.

Nachfolgend werden daher zunächst die rechnerischen Umverteilungen (inkl. hypothetischer Kaufkraftrückholung) sowie danach die tatsächlichen Umsatzumverteilungen dargestellt.

rechnerische Umsatzumverteilungen:

- Mühlacker (ca. 4,3 Mio. €) 6-7%
- Pforzheim (ca. 1,0 Mio. €) 5-6%
- Vaihingen (ca. 1,6 Mio. €) 6-7%
- Sonstige Streuumsätze (ca. 0,8 Mio. € gegenüber weiteren Standortlagen außerhalb des Marktgebietes) <10%

tatsächliche Umsatzumverteilungen:<sup>19</sup>

- Mühlacker (ca. 2,8 Mio. €) 4-5%
- Pforzheim (ca. 0,6 Mio. €) 3-4%
- Vaihingen (ca. 1,0 Mio. €) 4-5%
- Sonstige Streuumsätze (ca. 0,5 Mio. € gegenüber weiteren Standortlagen außerhalb des Marktgebietes) <10%

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen insgesamt werden nicht gefährdet.

---

<sup>19</sup> Hinweis: Die Wiernscheimer Kaufkraft, welche bei der bevorstehenden Aufgabe des Anbieters in Wiernsheim rechnerisch in das weitere Umland abfließt, wird komplett aus dem weiteren Umland zurückgeholt und geht damit eigentlich überhaupt nicht zu Lasten der dortigen Anbieter = tatsächliche Umverteilungen.

#### 5.4.4 Bewertung Beeinträchtigungsverbot im Sortiment Gesundheit/Körperpflege

Die folgenden Übersichten zeigen die zentralen Kaufkraftströme und Auswirkungen für das Sortiment Gesundheit/Körperpflege.

Da das Sortiment Gesundheit/Körperpflege an einigen Standorten im GVV Heckengäu sowie im nahen Umland nur als Randsortiment vorliegt, werden dort die Umsatzumverteilungen gemeinsam mit dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel insgesamt betrachtet (Betrachtung Gesamtvorhaben). Die absoluten Umverteilungen hinter dem Ortsnamen geben die zu erwartenden Umverteilungen durch das Sortiment Gesundheit/Körperpflege wieder, die absoluten Umsatzumverteilungen im Erläuterungstext sowie die dargestellten Umverteilungsquoten geben die Umverteilungen des Gesamtvorhabens (Nahrungs- und Genussmittel zzgl. Gesundheit/Körperpflege) an.

In einer weiteren Darstellung sind die geplanten Vorhaben in Mönshheim (Drogeriemarktan-siedlung und Erweiterung Lebensmitteldiscounter) und Frielzheim (Ansiedlung Lebensmitteldiscounter) berücksichtigt. Die dadurch veränderten Kaufkraftströme, Umsatzumverteilungen und -quoten sind im Falle einer Veränderung im Vergleich zur Ausgangsbetrachtung entsprechend markiert.

##### **Herkunft Planumsatz Gesamtvorhaben „Nahversorgungsstandort Seite“ (Sortiment Gesundheit/Körperpflege)**

###### **Umsatzherkunft:**

- |                               |                |
|-------------------------------|----------------|
| ▪ Umsatz aus Zone 1:          | ca. 1,9 Mio. € |
| ▪ Umsatz aus Zone 2:          | ca. 0,9 Mio. € |
| ▪ Umsatz aus Zone 3:          | ca. 0,1 Mio. € |
| ▪ Umsatz aus weiterem Umland: | ca. 0,3 Mio. € |
| ▪ GESAMT:                     | ca. 3,2 Mio. € |

**Kaufkraftströme in den einzelnen Zonen:**

## Kaufkraftströme in Zone1:

- |  |                |
|--|----------------|
| a. Erhöhung Bindungsquote und Umverteilung<br>(von ca. 25-26% <sup>20</sup> auf ca. 95%) | ca. 1,8 Mio. € |
| davon Kaufkraftrückholung aus Zone 2:  | < 0,1 Mio. €   |
| davon Kaufkraftrückholung aus Zone 2:  | ca. 1,1 Mio. € |
| davon Kaufkraftrückholung aus Zone 3:  | ca. 0,2 Mio. € |
| davon Kaufkraftrückholung aus dem Umland:  | ca. 1,6 Mio. € |
| davon Kaufkraftrückholung aus dem Umland:  | ca. 0,5 Mio. € |
| b. Umverteilung gegenüber Zone 1:  | < 0,1 Mio. €   |

## Kaufkraftströme in Zone 2:

- |                                   |                |
|-----------------------------------|----------------|
| c. Umverteilung gegenüber Zone 1: | < 0,1 Mio. €   |
| d. Umverteilung gegenüber Zone 2: | < 0,1 Mio. €   |
| Umverteilung gegenüber Zone 2:    | ca. 0,1 Mio. € |
| e. Umverteilung gegenüber Zone 3: | ca. 0,1 Mio. € |
| f. Umverteilung gegenüber Umland: | ca. 0,8 Mio. € |
| Umverteilung gegenüber Umland:    | ca. 0,7 Mio. € |

## Kaufkraftströme in Zone 3:

- |                                   |                |
|-----------------------------------|----------------|
| g. Umverteilung gegenüber Zone 1: | << 0,1 Mio. €  |
| h. Umverteilung gegenüber Zone 2: | << 0,1 Mio. €  |
| i. Umverteilung gegenüber Zone 3: | << 0,1 Mio. €  |
| j. Umverteilung gegenüber Umland: | ca. 0,1 Mio. € |

## Kaufkraftströme im weiteren Umland:

- |                                   |                |
|-----------------------------------|----------------|
| k. Umverteilung gegenüber Umland: | ca. 0,3 Mio. € |
|-----------------------------------|----------------|

<sup>20</sup> Bei dann geschlossenem, derzeit noch bestehenden Lebensmittelmarkt in Wiernsheim.



**Effekte / Auswirkungen:**

- Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 1:  
 (< 0,1 Mio. € + < 0,1 Mio. € + << 0,1 Mio. €  
 = < 0,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 0,8 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Droge-  
 riewaren insgesamt): 8-9%
  
- Umsatzumverteilungen Ortsmitte:  
 < 0,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 0,8 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Droge-  
 riewaren insgesamt): 8-9%
  
- Wichtig: Der Ortskern und Nahversorgungslagen insgesamt werden nicht ge-  
 fährdet! Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Nahversorgungslagen  
 bleiben unter 10%. Wettbewerbliche Auswirkungen gegen einen Anbieter vor Ort  
 (Parfümerie) können dabei nicht ausgeschlossen werden.
  
- Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 2:  
 (< 0,1 Mio. € + < 0,1 Mio. € + << 0,1 Mio. €  
 = < 0,1 Mio. € Umverteilungen) / ca. 1,7 Mio. €  
 (Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment  
 Drogeriewaren insgesamt): 4-5%
  
- (0,1 Mio. € + ca. 1,1 Mio. € + << 0,1 Mio. €  
 = ca. 1,2 Mio. € Umverteilungen) / ca. 4,7 Mio. € (Umsatz  
 durch bestehende Angebote im Sortiment Drogeriewaren  
 insgesamt):
  
- Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:
  - Mönshheim (Umverteilungen < 0,1 Mio. €) 5-6%
  - Mönshheim (ca. 1,1 Mio. €) 30-31%
  - Wurmberg (< 0,1 Mio. €) 5-6%
  
- Sortiment nur als Randsortiment vorliegend. Umsatzumverteilungen  
 daher gegenüber Lebensmittelanbieter mit Randsortiment angege-  
 ben (inklusive Umverteilungen durch Lebensmittel = 0,8 Mio. €)

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche / Ortsmitten und jede Nahversorgungslage insgesamt werden nicht gefährdet!

Im Falle der Realisierung des Drogeriemarktes in Mönshheim ist eine Umverteilungsquote von 30-31% zu erwarten. Aufgrund des geschlossenen raumordnerischen Vertrages zwischen den Gemeinden, ist diese Abschöpfung zulässig und wird von der Gemeinde Mönshheim in Kauf genommen.

Allerdings sind für alle Gemeinden außer Mönshheim und Wiernsheim auch zu erwartenden Umsatzumverteilungen durch das geplante Vorhaben in Mönshheim zu berücksichtigen. Nachfolgend werden dazu die gesamten Umverteilungen durch die Vorhaben in Mönshheim (siehe vorliegendes Gutachten der GMA) und Wiernsheim dargelegt. Aufgrund der vorliegenden Umsatzumverteilungen von Mönshheim beziehen sich diese immer auf die gesamte Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren).

Gemeinsame Betrachtung Vorhaben Mönshheim und Wiernsheim:

- Wurmberg (1,2 Mio. € / 15,6 Mio. €) 7-8%

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche / Ortsmitten und jede Nahversorgungslage insgesamt werden damit nicht gefährdet!

- Umsatzumverteilungen gegenüber Zone 3:  
( $\ll 0,1 \text{ Mio. €} + \text{ca. } 0,2 \text{ Mio. €} + 0,1 \text{ Mio. €}$   
= ca. 0,3 Mio. € Umverteilungen) / ca. 5,5 Mio. €  
(Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment Drogeriewaren insgesamt): 4-5%
- ( $\ll 0,1 \text{ Mio. €} + \text{ca. } 0,2 \text{ Mio. €} + 0,1 \text{ Mio. €}$   
= ca. 0,3 Mio. € Umverteilungen) / ca. 5,9 Mio. €  
(Umsatz durch bestehende Angebote im Sortiment  
Drogeriewaren insgesamt): 4-5%
- Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Friolzheim (&lt; 0,1 Mio. €)</li> </ul>	8-9%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Friolzheim (&lt; 0,1 Mio. €)</li> </ul>	5-6%
<p>Sortiment nur als Randsortiment vorliegend. Umsatzumverteilungen daher gegenüber Lebensmittelanbieter mit Randsortiment angegeben (inklusive Umverteilungen durch Lebensmittel = 0,6 Mio. € / 0,9 Mio. €)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heimsheim (ca. 0,2 Mio. €)</li> </ul>	4-5%
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wimsheim (&lt; 0,1 Mio. €)</li> </ul>	6-7%
<p>Sortiment nur als Randsortiment vorliegend. Umsatzumverteilungen daher gegenüber Lebensmittelanbieter mit Randsortiment angegeben (inklusive Umverteilungen durch Lebensmittel = 0,4 Mio. €)</p>	
<p><b>Gemeinsame Betrachtung Vorhaben Mönshheim und Wiernsheim:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Friolzheim (1,0 Mio. € / 18,6 Mio. €)</li> </ul>	5-6%
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Heimsheim (1,6 Mio. € / 19,6 Mio. €)</li> </ul>	8-9%
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Wimsheim (0,5 Mio. € / 6,4 Mio. €)</li> </ul>	8-9%
<p>Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen insgesamt werden nicht gefährdet!</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen gegenüber weiteres Umland: (ca. 0,3 Mio. € + ca. 1,6 Mio. € + ca. 0,8 Mio. € + ca. 0,1 Mio. € = ca. 2,8 Mio. € Umverteilungen) / Gesamtumsatz):</li> </ul>	5-6%
<ul style="list-style-type: none"> <li> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ (ca. 0,3 Mio. € + ca. 0,5 Mio. € + ca. 0,7 Mio. € + ca. 0,1 Mio. € = ca. 1,7 Mio. € Umverteilungen) / Gesamtumsatz :</li> </ul> </li> </ul>	3-4%
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen:</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nahes Umland:</li> </ul>	6-7%
<ul style="list-style-type: none"> <li> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niefern-Öschelbronn (ca. 0,1 Mio. €)</li> </ul> </li> </ul>	6-7%
<p>Sortiment nur als Randsortiment vorliegend. Umsatzumverteilungen daher gegenüber Lebensmittelanbieter mit Randsortiment angegeben (inklusive Umverteilungen durch Lebensmittel = 1,5 Mio. €)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mühlacker-Lomersheim/Großglattbach</li> </ul> </li> </ul>	marginal

(<<0,01 Mio. €)

- Eberdingen (< 0,1 Mio. €) 8-9%  
Sortiment nur als Randsortiment vorliegend. Umsatzumverteilungen daher gegenüber Lebensmittelanbieter mit Randsortiment angegeben (inklusive Umverteilungen durch Lebensmittel = 0,4 Mio. €)
  
- Weiteres Umland 5-6%
  - Mühlacker (ca. 0,5 Mio. €) 4-5%
  - Pforzheim (ca. 1,5 Mio. €) 6-7%
  - Vaihingen (ca. 0,3 Mio. €) 5-6%
  - Sonstige Streuumsätze (ca. 0,3 Mio. € gegenüber weiteren Standortlagen außerhalb des Marktgebietes) 4-5%

**Gemeinsame Betrachtung Vorhaben Mönshheim und Wiernsheim:**

- Mühlacker (1,0 Mio. €) 9-10%
- Pforzheim (2,3 Mio. €) 9-10%
- Vaihingen (0,6 Mio. €) 9-10%
- Sonstige Streuumsätze (0,6 Mio. €) 8-9%

Die dargestellten Umsatzumverteilungen stellen Grenzwerte dar. Diese können dann erreicht werden, wenn eine Begrenzung des Sortiments Drogeriewaren für das Vorhaben in Wiernsheim auf ca. 455 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erfolgt. Damit kann sichergestellt werden, dass auch im Umland keine schädigenden Auswirkungen zu erwarten sind. Bei einer vollständigen Ausnutzung des Sortiments Drogeriewaren auf eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> wäre dies nicht mehr gegeben.

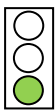
Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen insgesamt werden unter den dargestellten Rahmenbedingungen nicht gefährdet!

### **Bewertung Randsortimente und Gesamtbetrachtung**

Die Anbieter des Gesamtvorhabens bieten außer dem jeweiligen Hauptsortiment / wesentlichem Randsortiment Nahrungs- und Genussmittel bzw. Gesundheit/Körperpflege in geringem Umfang wie dargestellt auch Non-Food-Artikel an. Insgesamt werden im Bereich dieser Randsortimente maximal ca. 2,5 Mio. Euro Umsatz erzielt werden. Bei einer Aufteilung entsprechend dem Marktanteilskonzept, werden sich für die einzelnen Zonen die Umsätze wie folgt aufteilen: ca. 1,6 Mio. € (Zone 1), ca. 0,6 Mio. € (Zone 2), <0,1 Mio. € (Zone 3) und ca. 0,3 Mio. € (weiteres Umland). Unter Betrachtung der vorhandenen Angebotsstrukturen in den einzelnen Zonen sowie dem weiteren Umland werden die **Umverteilungen in den Randsortimenten deshalb in allen Zone unterhalb des Schwellenwertes von 10% liegen**, da durch das vorhandene Angebot einzelne Standortlagen nur unwesentlich betroffen sein werden.

**Bei den Non-Food-Angeboten sind somit durch das Gesamtvorhaben keine Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen in Wiernsheim, der Zone 2, der Zone 3 sowie im Umland zu erwarten. Die Umverteilungsquoten in den Randsortimenten liegen überall klar unterhalb des Schwellenwertes von 10%.**

#### **Bewertung:**



- **In der Standortgemeinde Wiernsheim sind bedingt durch die zu erwartende Schließung des heutigen Lebensmittelmarktes keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. Nahversorgungsstrukturen werden damit nicht gefährdet.**
- **In den Zonen 2 und 3 sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Nahversorgungsstandortlagen zu erwarten. Mit der zusätzlichen Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Mönshausen ist dort mit erheblichen Umsatzumverteilungen zu rechnen. Allerdings ist dies aufgrund des ab-**

**geschlossenen raumordnerischen Vertrags durch die Gemeinde Mönshheim zu billigen.**

- **In den im weiteren Umland liegenden Kommunen sind keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstruktur zu erwarten. Für die einzelnen Standorte werden die Auswirkungen bei Beschränkung der Verkaufsfläche im Sortiment Drogeriewaren auf ca. 455 m<sup>2</sup> ausschließlich wettbewerbliche Auswirkungen nach sich ziehen.**

## 5.5 Konsequenzen und Empfehlung

### Konsequenzen:

- Das Vorhaben „Seite“ am Standort Wiernsheim wird eine deutliche **Verbesserung der Nahversorgungssituation** innerhalb der Gemeinde mit sich bringen.
- Da aktuell die Schließung des einzigen im Gemeindegebiet befindlichen Lebensmittelmarkts bevorsteht, die Grundversorgung der Gemeinde damit nicht mehr ausreichend gesichert ist, wird die Ansiedlung mit Waren des täglichen Bedarfs zur **Sicherung der Grundversorgung** notwendig. Mit der Umsetzung der Betriebstypen Supermarkt, Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt kann eine umfängliche Grundversorgung sichergestellt werden. Unter Berücksichtigung der geplanten Vorhaben wird dabei das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel eine Zentralität von ca. 89% aufweisen. Eine überörtliche, über die Grundversorgung hinausgehende Versorgung ist damit nachweislich nicht zu erwarten.
- Für die Gemeinde Wiernsheim als auch die Marktgebietszonen 2 und 3 sowie im weiteren Umland sind durch die Ansiedlungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege mit dem abgeleiteten Planumsatz **keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten**. Voraussetzung hierfür ist eine **sortimentsscharfe Festlegung der angesetzten Verkaufsflächen nach Sortimenten** im Bebauungsplan (siehe nachfolgende Empfehlungen).

### Empfehlung:

**Das Gesamtvorhaben „Seite“ kann aus gutachterlicher Sicht befürwortet werden. Durch die Schließung des einzig im Gemeindegebiet befindlichen Marktes, ist eine Grundversorgung der Gemeinde nicht mehr gesichert, die durch das Vorhaben wiederhergestellt werden kann.**

**Mit den bestehenden Vereinbarungen zwischen den Gemeinden (insbesondere Mönshheim und Wiernsheim) können alle raumordnerischen Prüfkriterien eingehalten werden.**

**Damit durch das Vorhaben städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungen ausgeschlossen werden können, sind die angesetzten Verkaufsflächen zur Umsatzermittlung im Bebauungsplan aufzunehmen<sup>21</sup>:**

- **Supermarkt (Kernsortiment Lebensmittel) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 1.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**
  - davon maximal 115 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege**
  - Begrenzung sonstige Randsortimente auf 20% der Gesamtverkaufsfläche**
  
- **Lebensmitteldiscounter (Kernsortiment Lebensmittel) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 1.080 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**
  - davon maximal 90 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege**
  - Begrenzung sonstige Randsortimente auf 20% der Gesamtverkaufsfläche**
  
- **Drogeriemarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>**
  - davon maximal 455 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Gesundheit / Körperpflege**
  - davon maximal 210 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel**

**Durch das Planvorhaben gelingt es, eine klare Stärkung des heute nur unterdurchschnittlich versorgten Gemeindegebietes zu erzielen und zugleich die Gesamtversorgung im GVV Heckengäu insgesamt zu sichern.**

---

<sup>21</sup> Zur Begrenzung von sonstigen Randsortimenten wird auf die Grenze der Großflächigkeit in Höhe von ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für das Gesamtvorhaben zurückgegriffen. Dies entspricht in etwa einem Verkaufsflächenanteil von durchschnittlich ca. 23%. Da ein Drogeriemarkt in der Regel höhere Randsortimentsanteile aufweist als dies durch einen Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter der Fall ist und umfasst in der Regel ca. 35-40%, wovon ein Teil wiederum auf Nahrungs- und Genussmittel entfällt. In Summe sind entsprechend nicht nahversorgungsrelevante Randsortimente in Höhe von ca 25-35% zu erwarten. Um diesem etwas höheren Randsortimentsanteil des Drogeriemarkts gerecht zu werden, sollten die verbleibenden Verkaufsflächen bis zur Grenze der Großflächigkeit als Begrenzung auf die Lebensmittelmärkte aufgeteilt werden. Dies entspricht damit einer Begrenzung sonstiger Randsortimente für den Supermarkt sowie den Lebensmitteldiscounter von ca. 20% Verkaufsflächenanteil an der Gesamtverkaufsfläche.





**Hinweise zur Methodik**

**Methodik der Kaufkraftberechnung:**

(1) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.

**Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe**

Primäreinkommen	Transfer-einkommen	Vermögens-verbrauch	Konsumkredit-aufnahme
Potentielle Kaufkraft			
<b>Verfügbare Kaufkraft = Verfügbares Einkommen</b>			Steuern+Sozial-versicherungs-beiträge
Konsumtive Kaufkraft		Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand	
Ungebundene (freie) Kaufkraft		Gebundene Kaufkraft <sup>1)</sup>	
<b>Einzelhandels-relevante Kaufkraft</b>	Dienstleistungs-relevante Kaufkraft		

1) Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte

Quelle: Statistisches Landesamt, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

(2) Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten.

(3) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemein-

den berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und von der GfK errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Durchschnittlich verfügt ein Einwohner in Deutschland demnach über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.740 Euro pro Jahr (= 100,0) (Angaben laut GfK). Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.

### **Hinweise zu Begrifflichkeiten:**

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden die Begriffe „Lebensmittel“ bzw. Food und „Nahrungs- und Genussmittel“ synonym verwendet. Gleiches gilt für Gesundheit / Körperpflege und Drogeriewaren.

### **Hinweise zu Berechnungen:**

Um eine Scheingenauigkeit zu vermeiden, wird praktisch an allen Stellen im Rahmen der Untersuchung mit „ca.-Werten“ gearbeitet. Rundungsdifferenzen sind somit nicht zu vermeiden, sie haben aber keinerlei Auswirkung auf die zentralen Ergebnisse / Aussagen.

Die imakomm AKADEMIE wendet grundsätzlich das Verfahren einer sortimentsscharfen Bestandserhebung an, d.h. es werden bei einem Anbieter sowohl Haupt- als auch wesentliche Randsortimente erfasst. Diese gehen differenziert in die Bestandsdaten (Verkaufsflächen) ein. Mögliche Abweichungen bei den Bestandszahlen (Verkaufsflächen, Umsätze) von anderen Gutachten sind mit großer Wahrscheinlichkeit auf diese sortimentsscharfe Bestandserfassung zurückzuführen (wird nur selten tatsächlich im Rahmen von Gutachten durchgeführt).

Bei Berechnungen des Nachfragevolumens und von Marktanteilen werden grundsätzlich die aktuellen, verfügbaren Kaufkraftwerte der GfK, Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, angesetzt. Dies gilt sowohl für die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft als

auch für die jeweils sortimentspezifische Kaufkraft (= Aufteilung der gesamten Kaufkraft nach einzelnen Sortimenten bzw. Warengruppen). Auch vor diesem Hintergrund können sich Abweichungen zu anderen / älteren Gutachten ergeben.

Für sämtliche Berechnungen von Umsätzen (Planumsätze, Bestandsumsätze) werden grundsätzlich belastbare Durchschnittswerte v.a. folgender Quellen wie EHI (EuroHandels-Institut, Köln) und IfH (Institut für Handelsforschung) sowie BBE verwendet. Diese Durchschnittswerte werden dann auf die jeweilige Vor-Ort-Situation angewandt und ggf. leicht korrigiert. Die verwendeten Quellen werden an entsprechender Stelle der Untersuchung dokumentiert.