



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Bönningheim, Erligheimer Straße

Auftraggeber: Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

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

Ludwigsburg, am 29.05.2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



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

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
4. Vorhabenbeschreibung	8
II. Konzentrationsgebot	10
1. Makrostandort Bönningheim	10
2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	14
III. Integrationsgebot	16
1. Mikrostandort „Erligheimer Straße“	16
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	19
IV. Kongruenzgebot	21
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale	21
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	23
3. Umsatzprognose	24
4. Kongruenzgebot	25
V. Beeinträchtungsverbot	26
1. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet	26
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	28
3. Umsatzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen	29
3.1 Methodik	29
3.2 Umsatzumlenkungen Lidl	31
3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	32
4. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben	34
4.1 Bewertung des Beeinträchtungsverbot	35
VI. Zusammenfassung	36

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen

Im April 2020 erteilte die Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur gutachterlichen Bewertung der geplanten Erweiterung ihrer Filiale in Bönningheim. Der bestehende Markt soll von derzeit genehmigten 800 m² auf 1.200 m² Verkaufsfläche erweitert werden.

Das Vorhaben überschreitet mit einer Verkaufsfläche von deutlich über 800 m² die Grenze zur Großflächigkeit. Demnach sind die Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen. Im Fokus stehen dabei die Bewertung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen sowie die Ermittlung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Bönningheim und im Umland sowie auf die Nahversorgung der Bevölkerung. Dementsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu prüfen.

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

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung des Makrostandortes
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan der Region Stuttgart
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

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

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung¹ aus:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.²
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Aus-

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

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

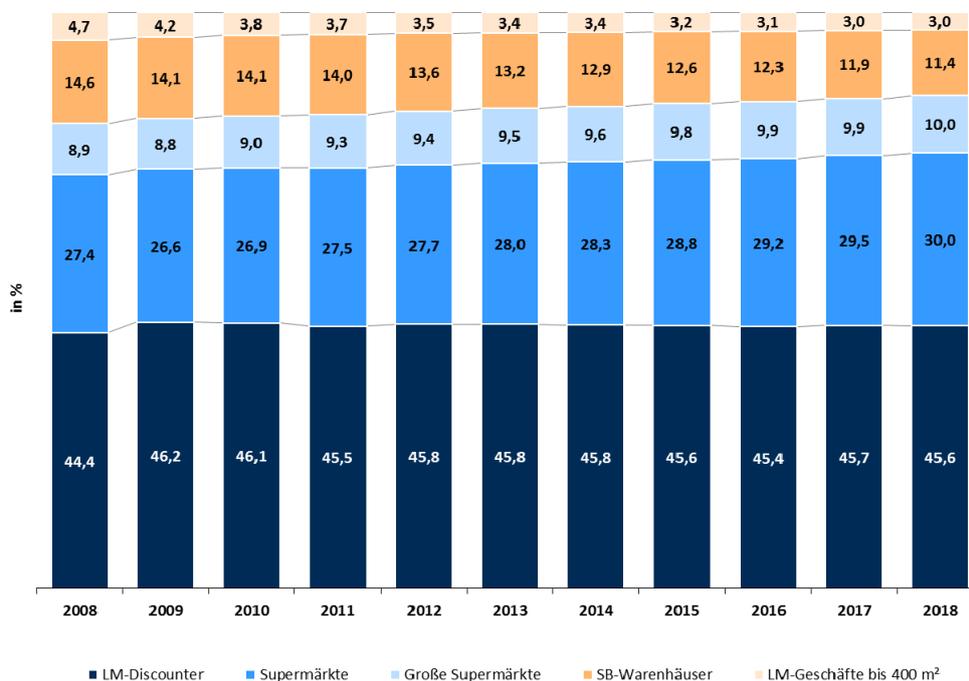
wirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und (Große) Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2020

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:³

Kleines Lebensmittelgeschäft

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

LEH-Fachgeschäft

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

Convenience Store

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

Lebensmitteldiscounter

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

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

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

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

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

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

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

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

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

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

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

4. Vorhabenbeschreibung

Die Fa. Lidl plant ihren seit vielen Jahren an der Erligheimer Straße in Bönningheim etablierten Markt zu erweitern. Aktuell sind am Standort 800 m² VK genehmigt. Die Erweiterung der Verkaufsfläche soll entweder durch einen Anbau im rückwärtigen Bereich oder durch einen Abriss und Neubau umgesetzt werden.

Ziel der Verkaufsflächenerweiterung ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraumes und eine optimierte Warenpräsentation die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen und seine Nahversorgungsfunktion für die Bönningheimer Bevölkerung weiter zu stärken. Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist hingegen nicht vorgesehen.

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

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

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

⁶ Vgl. www.lidl.de.

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

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

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Bönningheim

Die **Stadt Bönningheim** liegt im Norden des Landkreises Ludwigsburg. Die nächstgelegenen größeren zentralen Orte sind Heilbronn (Oberzentrum) und Ludwigsburg (kooperierendes Mittelzentrum mit Kornwestheim), die sich jeweils in einer Distanz von ca. 20 km befinden.

Im Regionalplan Stuttgart ist die Stadt als Kleinzentrum ausgewiesen (vgl. Karte 1). Damit kommt Bönningheim eine wichtige Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung einer qualitativ hochwertigen Grundversorgung des Verflechtungsbereichs zu. Der Verflechtungsbereich von Bönningheim umfasst die Gemeinden Erligheim und Kirchheim am Neckar und entspricht damit dem Gemeindeverwaltungsverband Bönningheim.

Siedlungsstrukturell gliedert sich die Stadt in den Hauptort Bönningheim und die beiden Stadtteile Hohenstein und Hofen (vgl. Karte 2). Der überwiegende Teil der Stadt wird durch Wohngebiete geprägt. Ein größeres Gewerbegebiet befindet sich im Osten Bönningheims, nördlich der Kirchheimer Straße.

Die **regionale Verkehrsanbindung** von Bönningheim ist insgesamt als durchschnittlich einzustufen. Über die Lauffener Straße, die Kirchheimer Straße sowie die Walheimer Straße ist die Stadt an die Bundesstraße 27 (Ludwigsburg – Kirchheim a. N. – Heilbronn) angebunden. Die Entfernung zur östlich verlaufenden Bundesautobahn 81 (Heilbronn– Stuttgart – Singen) beträgt ca. 13 km. Die Anbindung an den **ÖPNV** ist durch mehrere Buslinien verschiedener Verkehrsverbünde (HNF, RBS, VVS) sichergestellt. An den Schienenverkehr ist die Stadt Bönningheim nicht angebunden.

Die Stadt Bönningheim zählt aktuell ca. **8.015 Einwohner**.⁹ Seit 2011 ist in Bönningheim ein starkes Bevölkerungswachstum festzustellen. So ist die Einwohnerzahl zwischen 2011 und 2018 um rd. 800 Personen bzw. ca. 11 % gestiegen. Damit konnte die Stadt ein nahezu doppelt so hohes Bevölkerungswachstum wie der gesamte Landkreis Ludwigsburg verzeichnen. Lediglich die Nachbargemeinden Kirchheim a. N. und Gemmrigheim wiesen noch leicht höhere Bevölkerungsgewinne auf (vgl. Tabelle 2). Ursache für das starke Bevölkerungswachstum war in erster Linie die Entwicklung von Wohnbauflächen auf dem Amann-Areal.

Die **Bevölkerungsprognose** des statistischen Landesamtes Baden-Württemberg geht für die Zukunft von einer weiterhin leicht positiven Bevölkerungsentwicklung aus (2025: 8.124 Einwohner bzw. 2030: 8.188 Einwohner in der Hauptvariante).¹⁰

Im Jahr 2018 waren in Bönningheim ca. 2.340 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl liegt damit ein Besatz von 294 Beschäftigten

⁹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 31.12.2018. Die Mehrheit der Einwohner (ca. 83 %) lebt dabei in Bönningheim.

¹⁰ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung mit Wanderungen.

je 1.000 Einwohner vor (vgl. Landkreis Ludwigsburg: ca. 373). In Bönningheim stehen 1.837 Berufseinpendlern 2.848 Berufsauspendler gegenüber, sodass sich eine Kommune dieser Größenordnung und Lage ein typischer negativer Pendlersaldo von - 1.011 ergibt.¹¹ In der Wirtschaftsstruktur nehmen die sonstigen Dienstleistungen mit ca. 48 % den Schwerpunkt der Beschäftigten ein. Etwa 32 % entfallen auf das produzierende Gewerbe und ca. 20 % auf den Bereich Handel, Verkehr, Gastgewerbe.

Der **Einzelhandel** beschränkt sich auf den Stadtteil Bönningheim. Die Mehrzahl der Geschäfte ist innerhalb der kleinteilig strukturierten Innenstadt ansässig. Prägend für den nahversorgungsrelevanten Bereich sind die drei am nördlichen, östlichen und südlichen Ortsausgang von Bönningheim situierten Lebensmittelmärkte.

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung 2011 – 2018 im regionalen Vergleich

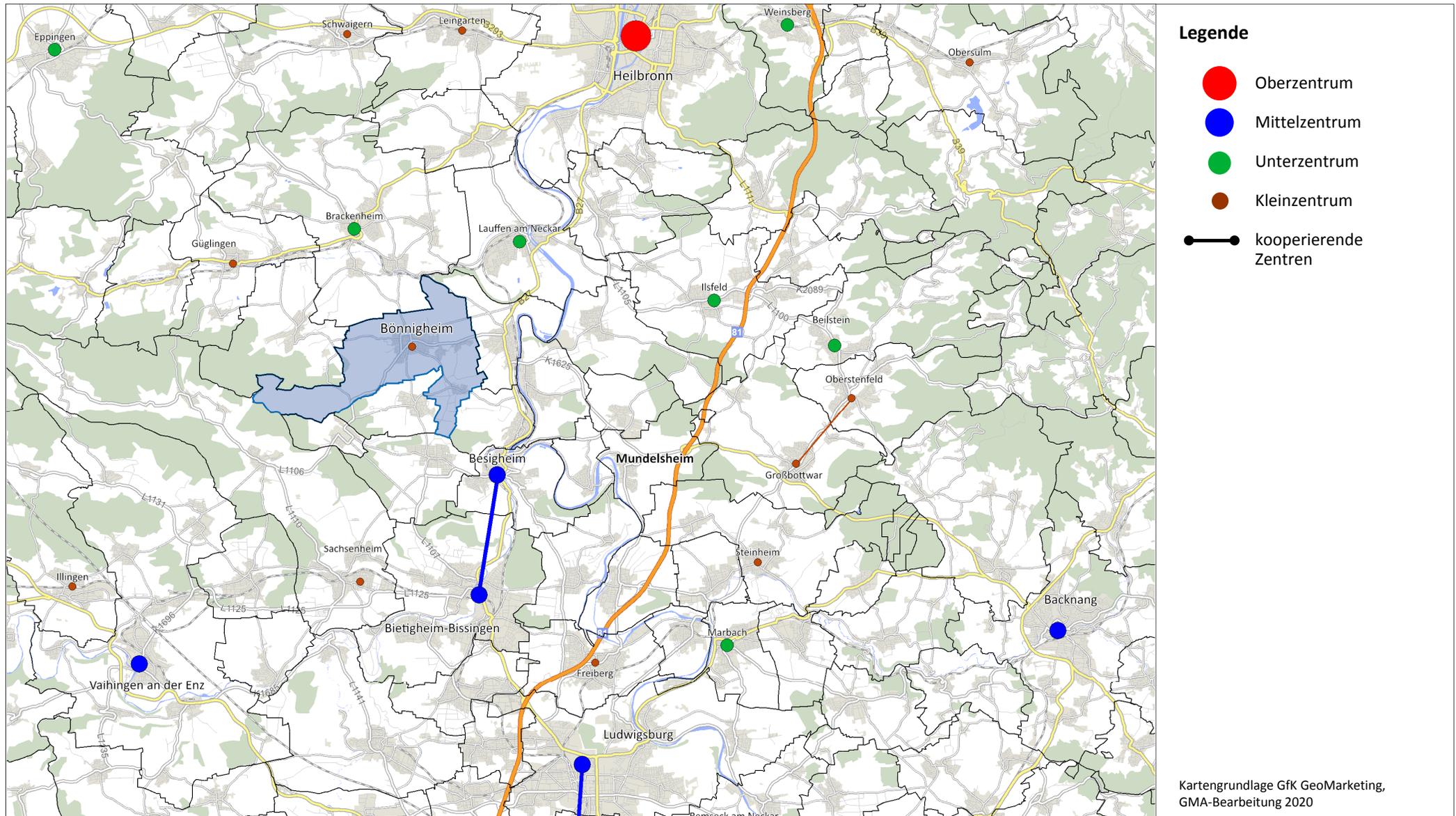
Bevölkerungsentwicklung	2011	2018	Veränderung 2011 – 2018 abs.	Veränderung 2011 – 2018 in %
Bönningheim	7.214	8.015	801	11,1
Erligheim	2.670	2.913	243	9,1
Kirchheim a. N.	5.225	5.904	679	13,0
Gemrigheim	3.850	4.351	501	13,0
Löchgau	5.482	5.608	126	2,3
Brackenheim (LK HN)	14.976	16.106	1.130	7,5
Lauffen am Neckar (LK HN)	10.795	11.640	845	7,8
Güglingen (LK HN)	5.940	6.353	413	7,0
Landkreis Ludwigsburg	512.086	543.984	31.898	6,2
Landkreis Heilbronn	323.168	343.068	19.900	6,2
Baden-Württemberg	10.512.441	11.069.533	557.092	5,3

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsfortschreibung, Basis Zensus 2011.

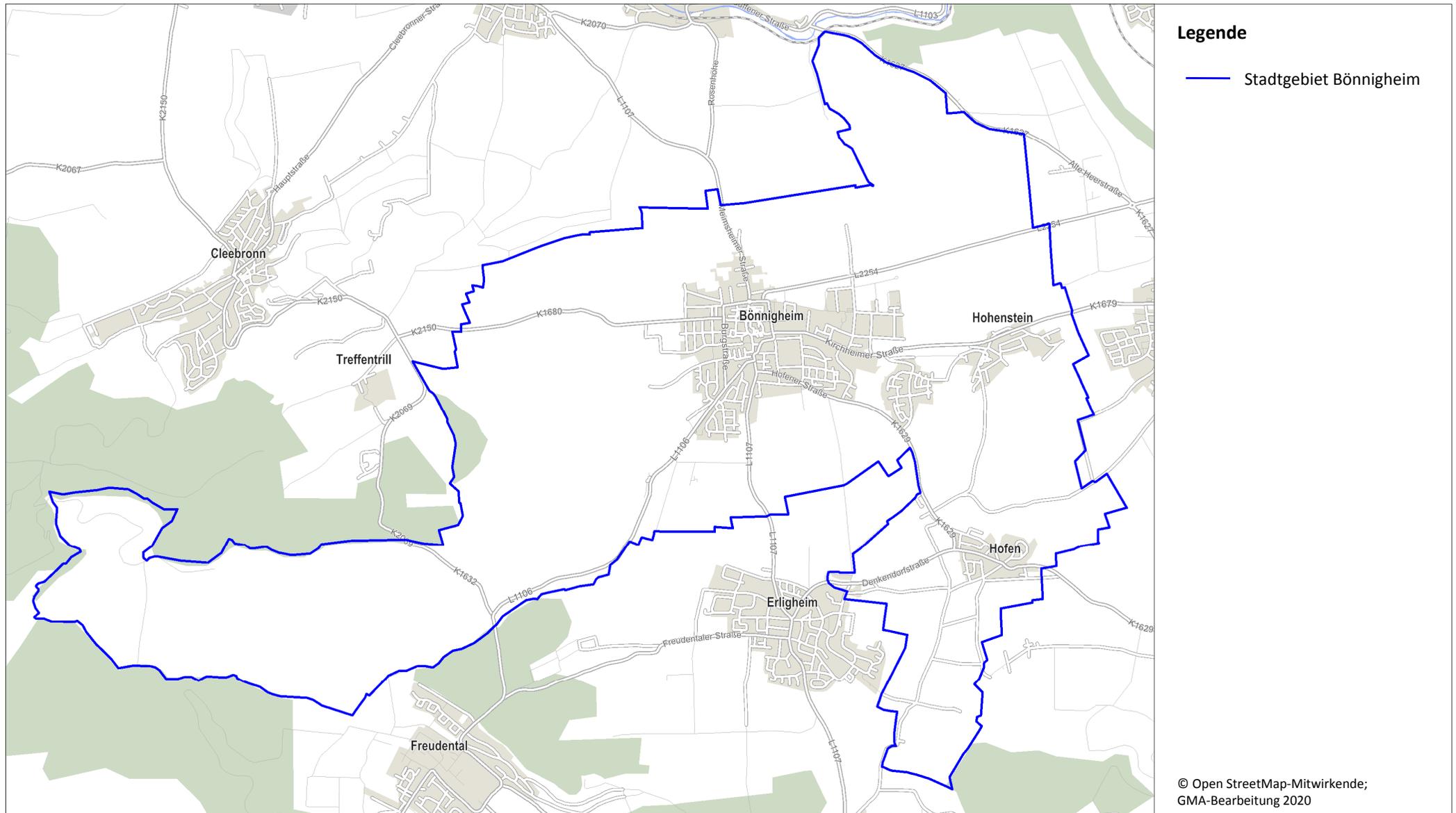
Stand: 31.12.2011 bzw. 31.12.2018

¹¹ Quelle: GMA-Berechnungen nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018

Karte 1: Lage der Stadt Bönningheim und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Karte 2: Siedlungsstrukturelle Gliederung der Stadt Bönningheim



2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Stadt Bönningheim unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist die sog. „raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist Ziel 3.3.7 des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg:

3.3.7 (Z) Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn

- dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
- diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

Auch im Regionalplan Stuttgart¹² und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg¹³ wird die o. g. Regelung aufgegriffen. Die Stadt Bönningheim ist als Kleinzentrum somit für die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben nur dann vorgesehen, wenn sie in einem Verdichtungsraum liegt und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober- und Unterzentren zusammengewachsen ist oder aber zur Sicherung der Grundversorgung eine entsprechende Entwicklung geboten ist.

Das Kleinzentrum Bönningheim liegt im Verdichtungsraum. Die Stadt ist mit den Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren jedoch nicht zusammengewachsen. Es gilt in diesem Zusammenhang daher der Tatbestand der „**raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung**“.

Die Grundversorgung in der Stadt Bönningheim wird derzeit im Wesentlichen durch die beiden Supermärkte (Edeka, Rewe) und den Lidl-Lebensmitteldiscounter geprägt. Die Verkaufsfächenausstattung liegt in der Kommune mit 362 m² VK / 1.000 EW unter dem Bundesdurchschnitt von 436 m² VK / 1.000 EW. Seit dem Jahr 2011 konnte die Stadt Bönningheim zudem einen Einwohnerzuwachs von ca. 11 % verbuchen. Gleichzeitig hat sich die Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich kaum verändert. Auch die Größe der drei Lebensmittelmärkte ist konstant geblieben.

¹² Quelle: Regionalplan Stuttgart, Kapitel 2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe.

¹³ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.

Die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters trägt dazu bei, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim zu sichern und zukunftsfähig aufzustellen. Der Lidl-Markt stellt den einzigen Vertreter des Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ im Stadtgebiet dar. Durch die Erweiterung des Marktes könnte die Grundversorgung in Bönningheim daher sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht verbessert werden. Gleichzeitig könnte dem in den vergangenen Jahren deutlich gewachsenen Einwohnerpotenzial Rechnung getragen werden.

Vor diesem Hintergrund sind in Bönningheim besondere raumstrukturelle Gegebenheiten festzustellen, um von der Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Gebrauch zu machen. Das Konzentrationsgebot wird somit erfüllt.

III. Integrationsgebot

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

1. Mikrostandort „Erligheimer Straße“

Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounter befindet sich am südlichen Ortseingang von Bönningheim in direkter Nachbarschaft zum Ziegelwerk Schmid (vgl. Karte 3 und Foto 1). Das Grundstück liegt direkt an der Erligheimer Straße.

Das **Standortumfeld** wird durch eine Mischnutzung geprägt. Nördlich schließen sich Lagerflächen sowie Gebäude des Ziegelwerkes Schmid (vgl. Fotos 2 und 3) an. Im weiteren Verlauf in Richtung Norden finden sich Wohnhäuser sowie Gewächshäuser der Gärtnerei Strauss. Der Bereich westlich des Projektstandortes, zwischen der Erligheimer Straße und der Freudentaler Straße, wird durch Wohnhäuser sowie eine Streuobstwiese geprägt. Südlich des Lidl-Lebensmittelmarktes schließen sich landwirtschaftliche Flächen an. Östlich des Projektstandortes liegen Grünflächen, die zum Ziegelwerk Schmid gehören, sowie weitere landwirtschaftliche Flächen.

Die **Erreichbarkeit** des Projektstandortes für den **Individualverkehr** ist über die Erligheimer Straße gegeben. Aus nördlicher Richtung ist eine Linksabbiegespur eingerichtet, so dass der bestehende Lidl-Markt unproblematisch zu erreichen ist. Die Erreichbarkeit für **Fußgänger** und **Radfahrer** ist ebenfalls sichergestellt. Entlang der Ostseite der Erligheimer Straße ist ein gemeinsamer Fuß- und Radweg eingerichtet (vgl. Foto 4). Auf Höhe der Lidl-Zufahrt besteht ein Überweg mit Fußgängerinsel (vgl. Foto 5). Um die Erreichbarkeit des Lidl-Marktes vom westlich der Erligheimer Straße gelegenen Wohngebiet zu erhöhen, ist auf Höhe der Christophstraße eine Fußgängerinsel eingerichtet. Der Standort ist aktuell nicht an den **ÖPNV** angebunden. Die nächstgelegene Bushaltestelle befindet sich an der Hofener Straße. Vom Stadtzentrum aus kann das Areal ebenfalls problemlos fußläufig erreicht werden.

Foto 1: Zur Erweiterung vorgesehener Lidl-Markt an der Erligheimer Straße



Foto 2: Lagerplatz der Fa. Schmid (Ziegelei Schmid)



Foto 3: Ziegelwerk Schmid



Foto 4: Fuß- und Radweg entlang der Erligheimer Straße



Foto 5: Überweg im Kreuzungsbereich Erligheimer Straße / Zufahrt Lidl



GMA-Aufnahmen

Positive Standortfaktoren:

- + Nahversorgungsfunktion für das südliche Kernstadtgebiet Bönningheim sowie Grundversorgungsfunktion für die Gesamtstadt
- + Anbindung an das örtliche Fuß- und Radwegenetz / Anbindung an das überörtliche Radwegenetz (nach Erligheim)
- + gute Erreichbarkeit mit dem Pkw
- + gute Positionierung und Einsehbarkeit des Standortes
- + ausreichendes Flächenpotenzial
- + Nutzung einer bestehenden Gewerbefläche / keine Versiegelung landwirtschaftlicher Fläche.

Negative Standortfaktoren:

- bisher keine ÖPNV-Anbindung vorhanden
- Lage am Ortsrand.

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen



Aus **städtebaulicher und nahversorgungsrelevanter** Sicht ist festzustellen, dass sich der Projektstandort am Stadtrand von Bönningheim befindet.¹⁴ Die Distanz zur Innenstadt beträgt ca. 650 m. Westlich der Erligheimer Straße befindet sich ein Wohngebiet. Aufgrund seiner Einbindung in das örtliche Fuß- und Radwegenetz kann der Projektstandort von der Innenstadt und den umliegenden Wohngebieten fußläufig oder mit dem Fahrrad erreicht werden. Durch die Lage an der Erligheimer Straße sowie die vorhandene Abbiegespur kann das Grundstück auch mit dem Pkw gut angefahren werden. Derzeit ist der Standort noch nicht an das Netz des ÖPNV angebunden. Positiv hervorzuheben ist, dass für die Realisierung des Erweiterungsvorhabens keine weitere Flächenversiegelung notwendig ist. Die Vergrößerung der Verkaufsfläche kann durch die Entfernung bzw. Verschiebung der Wand zum Lagerraum erfolgen. Ein Anbau ist daher nicht erforderlich.

2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Diesen Vorgaben wird auch seitens des Regionalplanes Stuttgart (Plansatz 2.4.3.2.1) Rechnung getragen:

- (1) Die wohnungsnah Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.
- (2) Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Rechnung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personalverkehr erreichbar sein.

Im Rahmen der Zuordnung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten zu den Versorgungskernen wurden für Ober-, Mittel- und Unterzentren gebiets-scharf die Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimen-

¹⁴ Derzeit steht in besser integrierter Lage auf lange Sicht keine andere ausreichend große und verfügbare Potenzialfläche zur Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters zur Verfügung.

ten konzentriert und angesiedelt werden sollen, abgegrenzt. Außerhalb der Versorgungskerne sind regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen. Die abweichende Regelung, wonach diese jedoch auch in Kleinzentren zulässig sind, wurde bereits im Rahmen der Bewertung der raumordnerischen Kernregelung ausgeführt. In diesem Zusammenhang ist anzuführen, dass in den Kleinzentren keine Versorgungskerne ausgewiesen sind. Dementsprechend ist der Grundsatz 2.9.1 zur verbrauchernahen Versorgung, wonach **integrierte und wohngebietsnahe Standorte zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben** gefördert werden sollen, heranzuziehen.

Auf Basis der Bewertung des Mikrostandortes und den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kann das **Integrationsgebot** wie folgt bewertet werden:

- /// Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounters befindet sich am südlichen Ortsausgang von Bönningheim. Das Umfeld des Standortes wird durch den benachbarten Gewerbebetrieb, landwirtschaftliche Flächen sowie ein Wohngebiet westlich der Erligheimer Straße geprägt. Durch einen gemeinsamen Fuß- und Radweg ist der Standort in das örtliche Fuß- und Radwegenetz eingebunden. Eine Fußgängerinsel erleichtert zudem die Überquerung der Erligheimer Straße, so dass der Standort auch von dem westlich der Erligheimer Straße gelegenen Wohngebiet gut zu erreichen ist. Auch mit dem Pkw ist die Erreichbarkeit sichergestellt.
- /// Der Standort ist aktuell nicht direkt an das Netz des ÖPNV angebunden.
- /// Der Lidl-Lebensmitteldiscounter erfüllt eine wichtige Funktion im Hinblick auf die Sicherstellung der Grundversorgung in der Stadt Bönningheim, da er den einzigen Lebensmitteldiscounter im Stadtgebiet darstellt. Durch die Erweiterung wird der Markt zukunftsfähig aufgestellt und die Grundversorgung der Bevölkerung in Bönningheim in der mittel- und langfristigen Perspektive gesichert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Projektstandort aufgrund seiner Distanz zur Innenstadt bzw. zu den Wohngebieten nicht integriert ist. Dennoch kann der zur Erweiterung vorgesehene Lebensmitteldiscounter einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung der Bönningheimer Bevölkerung leisten, da aufgrund der nicht veränderbaren Siedlungsstruktur in der Innenstadt sowie in integrierten Lagen auf lange Sicht kein besserer Standort möglich ist. Dennoch liegt ein Verstoß gegen das Integrationsgebot vor.

IV. Kongruenzgebot

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

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale

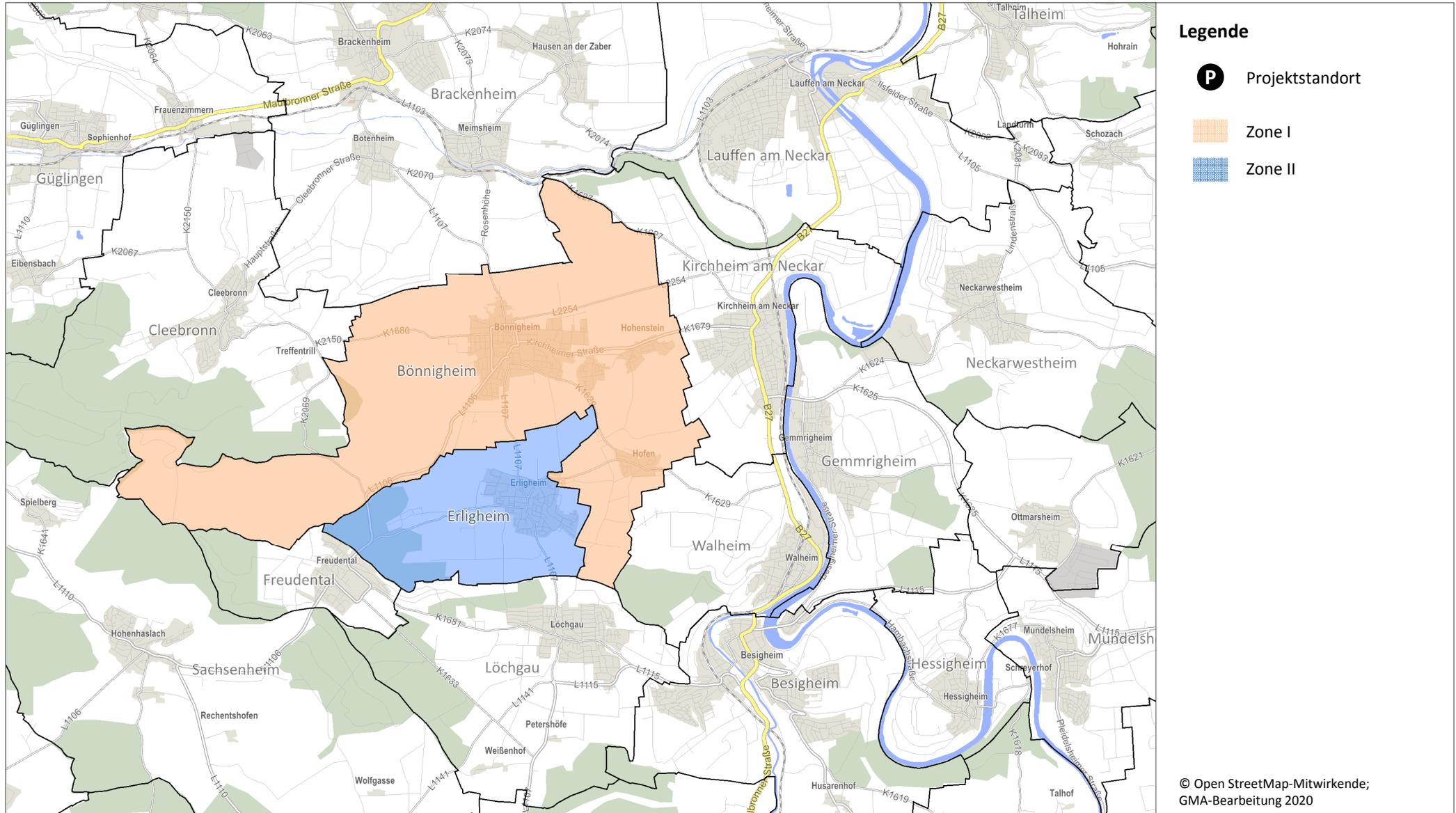
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den geplanten Lidl-Lebensmitteldiscounter kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials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

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Projektstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Projektstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes sowie der Wettbewerbskonstellation im Raum ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betriebstyp, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Bönningheim und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel V. 1.)
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (z. B. Brackenheim, Kirchheim a. N., Löchgau, Lauffen a. N.).

Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters in Bönningheim



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten **Lidl-Lebensmitteldiscounter** ein Einzugsgebiet abgrenzen, das sich in **Zone I** (Kerneinzugsgebiet) auf die Stadt Bönningheim erstreckt. **Zone II** (erweitertes Einzugsgebiet) umfasst die südlich angrenzende Gemeinde Erligheim (vgl. Karte 4). Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist vor dem Hintergrund der gegebenen Wettbewerbsdichte nicht zu erwarten. So sind in Brackenheim, Lauffen a. N. und Kirchheim a. N. jeweils Märkte der Fa. Lidl etabliert. In Brackenheim und Lauffen a. N. finden sich zudem Lebensmitteldiscounter der Fa. Aldi. In der Gemeinde Freudental ist darüber hinaus die Ansiedlung eines Penny-Lebensmitteldiscounters geplant. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes in nördlicher, östlicher und südlicher Richtung ist vor dem Hintergrund der dort vorhandenen Wettbewerbsbetriebe daher nicht realistisch.¹⁵ Auch in westlicher Richtung ist eine Ausdehnung des Einzugsgebietes aufgrund der landschaftsstrukturellen Rahmenbedingungen nicht zu erwarten. Die Gemeinde Clebronn ist für den umfänglichen Einkauf in Richtung Brackenheim orientiert. Kundenbeziehungen aus den Umlandgemeinden sowie Umsätze mit Zufallskunden bzw. Arbeitspendlern werden im Rahmen von Streuumsätzen angemessen berücksichtigt.

Insgesamt lässt sich für die beiden Einzelhandelsnutzungen folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

/// Zone I: Bönningheim	ca. 8.015 Einwohner
/// Zone II: Erligheim	ca. 2.915 Einwohner
/// Einzugsgebiet insgesamt:	ca. 10.930 Einwohner.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035¹⁶

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

ca. 2.210 €.¹⁷

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁸ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bönningheim bei 101,1 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). In der benachbarten Gemeinde Erligheim wird ein deutlich überdurchschnittlicher Wert von 106,8 erreicht.

¹⁵ Die Gemeinde Freudental ist traditionell nach Bietigheim-Bissingen orientiert.

¹⁶ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁷ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁸ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** insgesamt auf **ca. 24,6 Mio. €**. Davon entfallen ca. 17,9 Mio. € auf die Stadt Bönningheim (Zone I) und ca. 6,9 Mio. € auf die Gemeinde Erligheim (Zone II). Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Lidl bei ca. 20 %. Dabei handelt es sich ganz überwiegend um andere nahversorgungsrelevante Sortimente wie Drogeriewaren, Tiernahrung.

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.¹⁹ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

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

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Erligheimer Straße mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁰

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Lidl mit 1.200 m² VK)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	17,9	27 – 28	4,9	1,2	6,1	85
Zone II	6,9	7 – 8	0,5	0,1	0,6	8
Einzugsgebiet	24,8	22	5,4	1,3	6,7	93
Streuumsätze von außerhalb der Stadt Bönningheim (z. B. Pendler)			0,4	0,1	0,5	7
Insgesamt			5,8	1,4	7,2	100

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

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

¹⁹ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁰ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,2 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich, ca. 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood, v. a. Drogeriewaren usw.).

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit ca. 85 % der deutlich überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus Bönningheim generiert wird, was auch die Grundversorgungsfunktion des Marktes deutlich unterstreicht. Etwa 8 % des Umsatzes fließen aus der benachbarten Gemeinde Erligheim (Zone II) zu. Weitere 7 % werden von außerhalb des Einzugsgebietes als Streuumsätze (z. B. Pendler) erzielt.

4. Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist die raumordnerische Kernregelung zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

„Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des erweiterten **Lebensmitteldiscounters** erstreckt sich in der Zone I auf die Stadt Bönningheim. Die Zone II umfasst die südlich gelegene Gemeinde Erligheim.
- /// Im Hinblick auf den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter ist – basierend auf der Umsatzprognose bzw. der Umsatzherkunft – festzustellen, dass ca. 85 % des erzielten Umsatzes aus Bönningheim stammt. Ca. 8 % fließt aus der Zone II (Erligheim) an den Standort zu. Lediglich ein kleiner Teil von ca. 7 % des Umsatzes wird mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generiert, wobei es sich dabei v. a. um Pendler und Zufallskunden handelt. Der im Einzelhandelserlass genannte Schwellenwert von ca. 30 % wird damit nicht erreicht.

Somit ist festzuhalten, dass das Kongruenzgebot eingehalten wird.

V. Beeinträchtungsverbot

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

1. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet

Zur Ermittlung und Bewertung der Angebotssituation in Bönningheim und im Umland wurde von der GMA eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmitteldiscounter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps, gekoppelt mit dem spezifischen Einkaufsverhalten der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

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

- **Edeka** (Supermarkt), Meimsheimer Straße, ca. 1.000 m² VK: Lage am nördlichen Ortsrand, Standort in zweiter Reihe, moderner Markt mit Bäckerei in der Vorkassenzzone, großzügige Stellplatzkapazitäten, leistungsfähiger Wettbewerber.
- **Rewe** (Supermarkt), Kirchheimer Straße, ca. 1.100 m² VK: Lage am östlichen Rand der Kernstadt von Bönningheim, Nahversorger für das östlich der Innenstadt gelegene Wohngebiet, ausreichende Stellplatzkapazitäten, Bäckerei in der Vorkassenzzone, modernisierungsbedürftiges Erscheinungsbild, dennoch leistungsfähiger Wettbewerber.

In der Bönningheimer Innenstadt sind darüber hinaus weitere kleinteilige Geschäfte aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich ansässig. Hierzu zählen ein italienisches Lebensmittelgeschäft, zwei Bäckereien²¹, eine Metzgerei, eine Gärtnerei mit Obst- und Gemüseverkauf sowie ein Teegeschäft. Im weiteren Kernstadtgebiet sind zudem eine Weinkellerei mit angegliedertem Getränkeverkauf sowie ein Getränkefachmarkt ansässig. Darüber hinaus ist auf ein Tankstellenshop sowie zwei Hofläden, ein Mühlenladen, ein Weingut, die Weingärtnerei Stromberg-Zabergäu sowie eine Schnapsbrennerei hinzuweisen. In den beiden Stadtteilen Hofen und Hohenstein sind keine Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich ansässig.

²¹ Die Bäckerei Spiegel in der Hauptstraße ist nur noch Sonntag Vormittag geöffnet.

Karte 5: Nahversorgungsrelevante Strukturen in der Stadt Bönningheim



Inklusive des zur Erweiterung geplanten Lidl-Marktes beläuft sich die **Verkaufsfläche** im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Bönningheim auf **ca. 3.915 m²**, auf der ein Umsatzvolumen im Lebensmittelbereich von **ca. 15,8 Mio. €** generiert wird.²²

Die Betrachtung der **Verkausflächenausstattung** je 1.000 Einwohner im Nahrungs- und Genussmittelbereich (ohne Ladenhandwerk und Spezialanbieter) zeigt, dass in Bönningheim ein Wert von 362 m² VK / 1.000 Einwohner erreicht wird. Dieser Wert liegt unter dem Bundesdurchschnitt von 436 m² VK / 1.000 Einwohner.²³

In der **Zone II (Erligheim)** ist ein Lebensmittelmarkt vorhanden. Es handelt sich dabei um den nördlich am Ortsrand ansässigen Netto Lebensmitteldiscounter, welcher eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² aufweist. In der Vorkassenzone des Netto-Marktes ist eine Bäckerei ansässig. Der Markt verfügt über ein ausreichendes Stellplatzangebot sowie ein modernes Erscheinungsbild. Auch dieser Markt ist als leistungsfähiger Wettbewerber einzustufen. Darüber hinaus sind in Erligheim im Lebensmittelbereich nur noch eine Bäckerei sowie ein Mühlenladen ansässig.

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Im näheren Umland des Einzugsgebietes ist insbesondere auf das Angebot in der Gemeinde Kirchheim am Neckar hinzuweisen, wo in einer Gewerbegebietslage ein großes real SB-Warenhaus situiert ist. Als weiterer größerer Wettbewerbsstandort tritt die Stadt Brackenheim in Erscheinung, wo mehrere Lebensmitteldiscounter (Lidl, Aldi) sowie Supermärkte (Rewe, Edeka) und ein Biomarkt ansässig sind.

Insgesamt sind im näheren Umland folgende Wettbewerbsbetriebe vorhanden (vgl. Tabelle 4, Karte 6):

²² Um Nonfood-Anteile bereinigter Umsatz.

²³ Zur Bewertung der Angebotssituation im Lebensmittelbereich wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 EW herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen können die vorhandenen Angebotsstrukturen mit den bundesdeutschen Durchschnittswerten verglichen werden. Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenenerhebungen des EuroHandelsInstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsflächen erfasst. Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich von rd. 436 m² VK / 1.000 EW festhalten.

Tabelle 4: Hauptwettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes (Auswahl)

Ort	Anbieter	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Angaben)	Lagezusammenhang
Lebensmittel				
Freudental	Penny*	Lebensmitteldiscounter	800	Ortsrand, Wohngebietsbezug
Löchgau	Norma	Lebensmitteldiscounter	1.000	Ortszentrum
	Edeka	Supermarkt	1.250	Gewerbegebiet
Kirchheim am Neckar	real	SB-Warenhaus	6.000	Gewerbegebiet
	Lidl	Lebensmitteldiscounter	1.050	Gewerbegebietslage mit Wohngebietsbezug
	Kirchheimer Dorfladen	Supermarkt	400	Ortsmitte
Gemmrigheim	Rewe	Supermarkt	1.350	integrierter Standort am Rand des Ortszentrums
	Aldi	Lebensmitteldiscounter	960	integrierter Standort
Brackenheim	Edeka Auracher	Supermarkt	2.500	Scharnierlage zwischen Brackenheim und Dürren- zimmern, wohngebietsbe- zogener Standort
	Rewe	Supermarkt	1.500	Innenstadtrand
	Aldi	Lebensmitteldiscounter	900	Innenstadtrand
	Lidl	Lebensmitteldiscounter	950	Innenstadtrand
	denn's Bio- markt	Biomarkt	500	Innenstadtrand
Lauffen am Neckar	Rewe	Supermarkt	2.300	Ortsrandlage mit Wohnge- bietsbezug
	Aldi	Lebensmitteldiscounter	850	Gewerbegebiet
	Lidl	Lebensmitteldiscounter	800	Gewerbegebiet
	biomammut	Biomarkt	400	Stadtmitte
Güglingen	Edeka	Supermarkt	1.450	Gewerbegebiet
	Lidl	Lebensmitteldiscounter	1.000	Gewerbegebiet

* Bau geplant

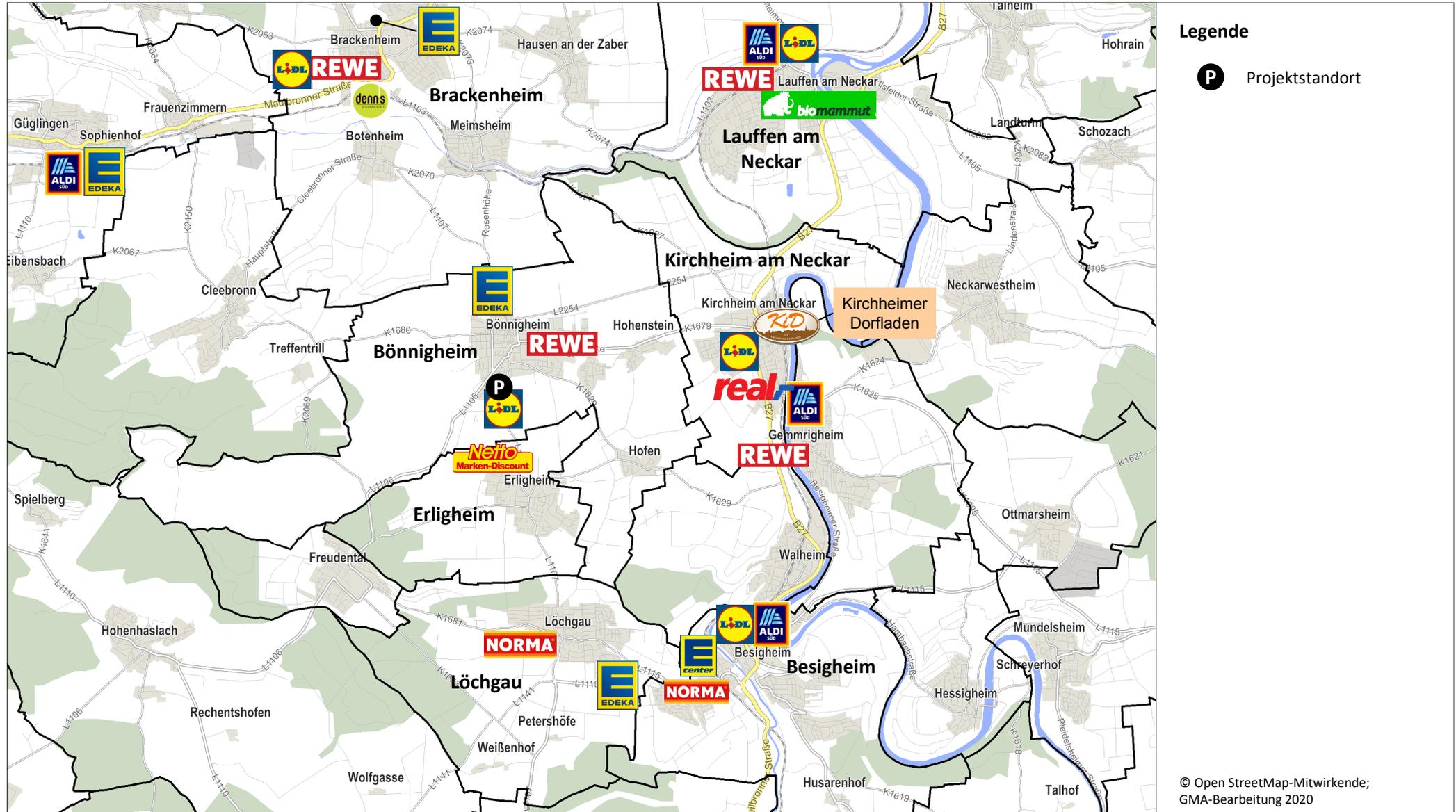
Quelle: GMA-Erhebung 2020

3. Umsatzzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Karte 6: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum



Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

3.2 Umsatzzumlenkungen Lidl

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters in Bönningheim erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse der erweiterte Lidl-Markt mit ca. 1.200 m² VK bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist wettbewerbsneutral. Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes in Bönningheim werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der Lidl-Markt wird auf seiner zukünftigen Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² eine Umsatzleistung von ca. 7,2 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 5,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass die Lidl-Filiale in Bönningheim bereits seit vielen Jahren am Projektstandort ansässig ist. Der Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von ca. 5,6 Mio. €. Davon entfallen ca. 4,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute von der Lidl-Filiale generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und an dem Kundeneinzugsgebiet grundsätzlich keine grundlegenden Veränderungen ergeben werden.
- /// Nach Abzug der Umsätze des bestehenden Lidl-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von ca. 1,6 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 1,3 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch den erweiterten **Lidl Lebensmitteldiscounter** zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		Umsatzumverteilungseffekte in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes im Lebensmittelbereich	4,5
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern in Zone I	0,6 – 0,7
	<i>davon gegenüber Wettbewerbern im zentralen Versorgungsbereich</i>	<<0,1
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern in Zone II	0,1
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern außerhalb des Einzugsgebiet (u. a. Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim)	0,5 – 0,6
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	5,8
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes im Nichtlebensmittelbereich	1,1
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,3
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,4
	▪ Umsatz insgesamt	7,2

GMA-Berechnungen 2020

3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

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

- / Von den Umsatzumverteilungseffekten durch die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes sind in erster Linie die in Bönningheim (Zone I) ansässigen Wettbewerbsbetriebe betroffen. Gegenüber ihnen wird ein Umsatzanteil von ca. 0,6 – 0,7 Mio. € umverteilt, was einer Umverteilungsquote von rd. 6 % entspricht. Von den Umsatzumverteilungseffekten sind überwiegend die beiden großen Lebensmittelmärkte Edeka und Rewe betroffen. Obwohl die beiden Betriebe als Lebensmittelvollsortimenter einem anderen Betriebstyp als das Vorhaben angehören, weisen sie dennoch innerhalb der Stadt Bönningheim die höchste Sortimentsüberschneidung mit dem Lidl-Markt auf.

Gegenüber Anbietern in der Bönningheimer Innenstadt wird nur ein sehr geringer Umsatzanteil von < 0,1 Mio. € umverteilt. Die daraus resultierende Umsatzumverteilungsquote liegt mit ca. 3 % in einem niedrigen Bereich. Bei den dort vertretenen Anbietern handelt es sich überwiegend um Lebensmittelhandwerker sowie spezialisierte Fachgeschäfte, deren Sortimente sich mit dem des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters nur in sehr geringem Umfang überschneiden. In der Gesamtbetrachtung sind in Bönningheim damit nur mäßige wettbewerbliche Wirkungen durch das Erwei-

terungsvorhaben zu erwarten, die zu keiner Schädigung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen führen werden.

- /// In der **Zone II** (Erligheim) errechnet sich gegenüber den dort ansässigen Wettbewerbern eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 4 %. Als Hauptwettbewerber fungiert hier der am nördlichen Ortsrand ansässige Netto Lebensmitteldiscounter. Dieser verfügt über einen modernen Marktauftritt und gute Standortrahmenbedingungen. Ein Marktaustritt dieses Betriebes ist in der direkten Folge des Vorhabens in Bönningheim daher nicht zu erwarten. Die ausgelösten Effekte sind damit als rein wettbewerbliche Effekte zu klassifizieren.
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden gegenüber Wettbewerbsstandorten insgesamt ca. 0,5 – 0,6 Mio. € umverteilt. Aufgrund der räumlichen Nähe sowie des vorhandenen Angebotes sind die größten Rückwirkungen damit in der benachbarten Gemeinde Kirchheim am Neckar zu erwarten, wo ein großes real SB-Warenhaus sowie ein Lidl Lebensmitteldiscounter ansässig sind. Mit max. 1 – 2 % sind hier nur äußerst geringe wettbewerbliche Effekte zu erwarten. Im weiteren Untersuchungsraum sind die Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben der Firma Lidl in Bönningheim jedoch so gering, dass auf einzelbetrieblicher Ebene keine Umsatzumverteilungseffekte mehr nachweisbar sind. Vor diesem Hintergrund sind auch außerhalb des Einzugsgebietes nur geringe wettbewerbliche Rückwirkungen durch das Vorhaben zu erwarten; städtebauliche Effekte (= Betriebsschließungen) sind auszuschließen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen i. H. v. max. 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern v. a. im Einzugsgebiet sowie im weiteren Untersuchungsraum wirksam werden. Die durch die Umsatzzuwächse im Nichtlebensmittelbereich auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen sind in der Einzelbetrachtung jedoch äußerst gering und mit den Methoden der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Betriebsschließungen in Bönningheim (Zone I) sowie in Erligheim (Zone II) und in den umliegenden Städten und Gemeinden in der direkten Folge des Vorhabens können damit ausgeschlossen werden.

4. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

- /// das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- /// die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtungsverbotese ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

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

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

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

4.1 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- /// Wie in Kapitel V. 3 gezeigt, gehen die Umsatzumverteilungswirkungen des Erweiterungsvorhabens der Fa. Lidl überwiegend zu Lasten der in Bönningheim ansässigen Wettbewerbsbetriebe. Die Umsatzumverteilungsquote liegt mit ca. 6 % deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, ab dem mit städtebaulichen Beeinträchtigungen (= Betriebsschließungen) zu rechnen ist.
- /// In der Zone II des Einzugsgebietes (= Erligheim) bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte mit ca. 4 % ebenfalls auf einem unkritischen Niveau. In den umliegenden Kommunen (v. a. Kirchheim am Neckar) sind nur sehr geringe Rückwirkungen durch das Vorhaben (max. 1 - 2 %) zu erwarten. Sie sind z. T. so niedrig, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind. Schädliche städtebauliche Auswirkungen durch das Vorhaben sind hier ebenfalls auszuschließen.
- /// Die durch das Vorhaben ausgelösten Umverteilungseffekte im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungswirkungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilt werden und somit in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden.

In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass sowohl in Bönningheim (= Zone I) als auch in Erligheim (= Zone II) sowie in den Nachbarkommunen die verbrauchernahe Versorgung aus gutachterlicher Sicht durch das Vorhaben der Fa. Lidl nicht gefährdet ist. Des Weiteren sind schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.

VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters von 800 m² VK auf 1.200 m² VK /// Standort am südlichen Ortseingang von Bönningheim an der Erligheimer Straße
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Stadt Bönningheim mit ca. 8.015 Einwohnern /// Zentralörtliche Funktion eines Kleinzentrums. Hauptort Bönningheim und ländlich geprägte Stadtteile Hohenstein und Hofen /// Einzelhandelsstrukturen: Edeka Supermarkt an der Meimsheimer Straße, Rewe Supermarkt an der Kirchheimer Straße und Lidl Lebensmitteldiscounter an der Erligheimer Straße als strukturprägende Lebensmittelanbieter in Bönningheim, ergänzt durch kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemarkte, Hofläden, Mühlenladen und Weingüter; ausschließlich kleinteilige Anbieter in der Bönningheimer Innenstadt.
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich auf die Stadt Bönningheim (Zone I) sowie die südlich gelegene Gemeinde Erligheim (Zone II). /// Einwohner im Einzugsgebiet: 10.930 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 24,8 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters bei ca. 1.200 m² VK: ca. 7,2 Mio. €, davon ca. 5,8 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,4 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> /// Bönningheim 6 % /// Erligheim 4 % /// Kirchheim a. N. 1 – 2 % /// sonstige Orte n. n.

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	<p>Die Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich zeigt, dass in Bönningheim ein leicht unterdurchschnittlicher Wert erreicht wird. Bei der Bewertung der Angebotssituation ist zu berücksichtigen, dass Bönningheim in den vergangenen Jahren einen deutlichen Einwohnerzuwachs verbuchen konnte.</p> <p>Die Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters trägt dazu bei, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim zu sichern und zukunftsfähig aufzustellen. Die Grundversorgung in Bönningheim könnte durch das Vorhaben in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht verbessert und dem in den vergangenen Jahren deutlich gewachsenen Einwohnerpotenzial Rechnung getragen werden.</p> <p>Das Konzentrationsgebot wird damit erfüllt.</p>
Integrationsgebot	<p>Der Projektstandort befindet sich am südlichen Ortsausgang von Bönningheim. Das Standortumfeld wird durch einen Gewerbebetrieb, landwirtschaftliche Flächen sowie ein Wohngebiet westlich der Erligheimer Straße geprägt. Durch einen gemeinsamen Fuß- und Radweg ist der Standort in das örtliche Fuß- und Radwegenetz angebunden. Eine Fußgängerinsel erleichtert die Überquerung der Erligheimer Straße. Derzeit ist der Standort nicht an das Netz des ÖPNV angebunden.</p> <p>Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Projektstandort aufgrund seiner Distanz zur Innenstadt bzw. zu den Wohngebieten nicht integriert ist. Dennoch kann der erweiterte Lidl Lebensmitteldiscounter einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung der Bönningheimer Bevölkerung leisten, da aufgrund der nicht veränderbaren Siedlungsstruktur in der Innenstadt auf lange Sicht kein besserer Standort möglich ist.</p> <p>Das Integrationsgebot wird nicht erfüllt. Dennoch sprechen gewichtige Gründe für die Verkaufsflächenerweiterung. Insofern ist ggf. ein Zielabweichungsverfahren erforderlich.</p>
Kongruenzgebot	<p>Das Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters erstreckt sich in der Zone I auf die Stadt Bönningheim. Die Zone II umfasst die südlich gelegene Gemeinde Erligheim. Mit Bezug auf den erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounter ist festzustellen, dass ca. 85 % des erzielten Umsatzes aus Bönningheim stammt. Ca. 8 % fließt aus der Zone II (= Erligheim) an den Standort. Lediglich ein kleiner Teil von ca. 7 % des Umsatzes wird mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generiert, wobei es sich v. a. um Pendler und Zufallskunden handelt. Der Im Einzelhandelserlass genannte Schwellenwert von ca. 30 % wird damit nicht erreicht.</p> <p>Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Gegenüber Wettbewerbern in Bönningheim errechnet sich insgesamt eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 6 %. Gegenüber den in der Innenstadt ansässigen Anbietern liegt die Quote mit ca. 3 % in einem niedrigen Bereich. In den Umlandkommunen bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte ebenfalls auf einem niedrigen Niveau und deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwertes, ab dem mit städtebaulichen Wirkungen (= Leerstandsbildung) zu rechnen ist. Der höchste Wert wird mit ca. 4 % im benachbarten Erligheim (Zone II) erreicht. Außerhalb des Einzugsgebietes liegt die Umsatzumverteilungsquote mit max. 1 – 2 % gegenüber Wettbewerbern in Kirchheim ebenfalls auf einem sehr niedrigen Niveau. Insgesamt sind die aus dem Vorhaben resultierenden Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen, welche zu keinen städtebaulichen Rückwirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes führen werden. Die verbrauchernahe Versorgung bzw. die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird durch die Erweiterung des Lidl-Marktes in Bönningheim nicht gefährdet.</p> <p>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</p>

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Stadt Bönningheim und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2: Siedlungsstrukturelle Gliederung der Stadt Bönningheim	13
Karte 3: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen	18
Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters in Bönningheim	22
Karte 5: Nahversorgungsrelevante Strukturen in der Stadt Bönningheim	27
Karte 6: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum	30
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2: Einwohnerentwicklung 2011 – 2018 im regionalen Vergleich	11
Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Lidl mit 1.200 m ² VK)	24
Tabelle 4: Hauptwettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes (Auswahl)	29
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	32
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018	6
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Zur Erweiterung vorgesehener Lidl-Markt an der Erligheimer Straße	16
Foto 2: Lagerplatz der Fa. Schmid (Ziegelei Schmid)	16
Foto 3: Ziegelwerk Schmid	17
Foto 4: Fuß- und Radweg entlang der Erligheimer Straße	17
Foto 5: Überweg im Kreuzungsbereiche Erligheimer Straße / Zufahrt Lidl	17