



Nahversorgungskonzept für die Stadt Bönningheim

Auftraggeber: Stadt Bönningheim

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

Ludwigsburg, am 14.01.2020

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	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Was ist Nahversorgung?	5
2.1 Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.2 Marktentwicklungen im Drogeriebereich	9
II. Standortrahmenbedingungen für Bönningheim	12
III. Aktuelle Versorgungssituation in Bönningheim	16
1. Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in der Stadt Bönningheim	16
2. Angebotsstrukturen im Umland	20
IV. Entwicklungspotenziale im Lebensmittelbereich	24
1. Quantitative Bewertung	24
2. Qualitative Bewertung	26
3. Zusammenfassende Bewertung der Angebots- und Nahversorgungssituation und Empfehlungen	28
V. Auswirkungsanalyse	29
1. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	30
2. Mikrostandort	31
2.1 Planstandort „Erligheimer Straße“	31
3. Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial	34
3.1 Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes	34
3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet	37
4. Darstellung wettbewerblicher, städtebaulicher, versorgungsstruktureller und raumordnerischer Auswirkungen	38
4.1 Umsatzprognose und Marktchancen	38
4.1.1 Lebensmitteldiscounter	38
4.1.2 Drogeriemarkt	39
4.2 Kumulierte Betrachtung des Gesamtvorhabens	40
4.3 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	40
4.4 Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung	44
4.4.1 Raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot	44
4.4.2 Kongruenzgebot	46
4.4.3 Integrationsgebot	47
4.4.4 Beeinträchtigungsverbot	48
VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes	51
VII. Zusammenfassung	53

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Im November 2019 erteilte die Stadt Bönningheim der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Nahversorgungskonzeptes. Im Rahmen der Analyse sollen die Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim untersucht und bewertet werden. Ziel ist es, die Möglichkeiten einer zukunftsfähigen Nahversorgung in der Stadt Bönningheim aufzuzeigen und Empfehlungen zur Umsetzung zu geben.

Die Ausgangslage kann dabei wie folgt zusammengefasst werden:

- Im Jahr 2012 hat die GMA vor dem Hintergrund der geplanten Sanierungsmaßnahmen eine Analyse für die Stadt Bönningheim vorgelegt. Inzwischen sind die Sanierungsmaßnahmen in der Innenstadt abgeschlossen. Bereits im Jahr 2012 zeigte sich jedoch, dass aufgrund der kleinstrukturierten Innenstadtlagen keine Flächen für größere Neuansiedlungen in der Innenstadt vorhanden sind. Auch der ehemalige Lebensmittelmarkt am Burgplatz eignet sich nicht mehr für eine Einzelhandelsnutzung.
- Im Hinblick auf die Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim haben sich seit 2012 keine größeren Veränderungen ergeben. Mit Edeka, Rewe und Lidl bestehen weiterhin drei Standortlagen, durch die große Teile der Bönningheimer Bevölkerung wohngebietsnah versorgt werden können. Allerdings konnten diese Standorte in den letzten Jahren nicht weiterentwickelt oder modernisiert werden.
- Im Drogeriewarenssektor ist seit der Insolvenz der Firma Schlecker in Bönningheim kein Anbieter mehr vorhanden. Die bestehende Versorgungslücke konnte bis heute nicht geschlossen werden.
- Aktuell liegen konkrete Anfragen für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes (Rossmann) und die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters auf ca. 1.500 m² vor. Als Standort für die perspektivische Ansiedlung eines Drogeriemarktes wird ein Grundstück diskutiert, das sich nördlich an den bestehenden Lidl-Markt anschließt.

Vor diesem Hintergrund ist zu untersuchen, welche Perspektiven für eine langfristige Sicherung der Nahversorgung in Bönningheim gegeben sind. Im Rahmen der Analyse sollen folgende Fragestellungen geklärt werden:

- Wie stellt sich die Nahversorgungssituation in Bönningheim aktuell dar?
- Welche realistischen Perspektiven bestehen, um die Nahversorgung langfristig zu sichern?
- Bestehen konkrete Möglichkeiten zur Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters und zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Bönningheim?

- /// Welche Dimensionierung müsste der Drogeriemarkt ggf. haben, um langfristig überlebensfähig zu sein?
- /// Welche Auswirkungen haben die Erweiterung des Lebensmittelmarktes oder die Ansiedlung eines Drogeriemarktes auf die vorhandenen Strukturen in Bönningheim sowie in den umliegenden Kommunen?

Bezogen auf die Weiterentwicklungsmöglichkeiten ist im Anschluss zu prüfen, welche Auswirkungen (i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO) durch einen weiteren Lebensmittelmarkt und / oder einen Drogeriemarkt in Bönningheim und den benachbarten Kommunen zu erwarten sind und ob ein solches Vorhaben den Zielen der Raumordnung und Landesplanung entspricht.

Zur Erarbeitung des Nahversorgungskonzeptes wurde im November 2019 eine intensive Besichtigung der Versorgungsstrukturen in der Stadt und in den Umlandkommunen vorgenommen. Darüber hinaus wurde auf Informationen von MB Research sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten der amtlichen Statistik sowie EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Was ist Nahversorgung?

Der Begriff „**Nahversorgung**“ ist nicht feststehend definiert. Zumeist wird darunter eine Mischung aus Einzelhandelsbetrieben des täglichen Bedarfs, personennahen Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben sowie Einrichtungen zur sozialen und gesundheitlichen Grundversorgung verstanden, die in fußläufiger Nähe zum Wohnstandort existieren (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Facetten der Nahversorgung



Quelle: Das 1 x 1 der Nahversorgung; GMA Ludwigsburg 2012, GMA-Bearbeitung 2020

Zu den nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsgütern gehören üblicherweise

- /// Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Tabak, Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)
- /// Drogeriewaren, Kosmetik, Wasch- und Putzmittel
- /// Apothekerwaren
- /// Schnittblumen
- /// Zeitungen und Zeitschriften, Toto / Lotto
- /// Papier- und Schreibwaren (inkl. Bastelbedarf).

Ergänzt werden die o. g. Einzelhandelsangebote durch Dienstleistungen und andere Komplementäreinrichtungen (z. B. Bankfiliale, Postagentur, Ärzte, Reinigungsannahme, Bücherei, Geldautomat, Briefkasten, Bistro, Kindergarten, Grundschule). Wesentlich für eine funktionierende Nahversorgung ist aber die Existenz eines hinreichend leistungsfähigen (d. h. heutzutage großflächigen) **Lebensmittelmarktes**. Dieser bietet zusätzlich zu einem breiten und tiefen Lebensmittelangebot auch weitere nahversorgungsrelevante Warengruppen.

2.1 Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Was früher der Tante-Emma-Laden war, wird heute von unterschiedlichen Anbietern und Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels abgedeckt.

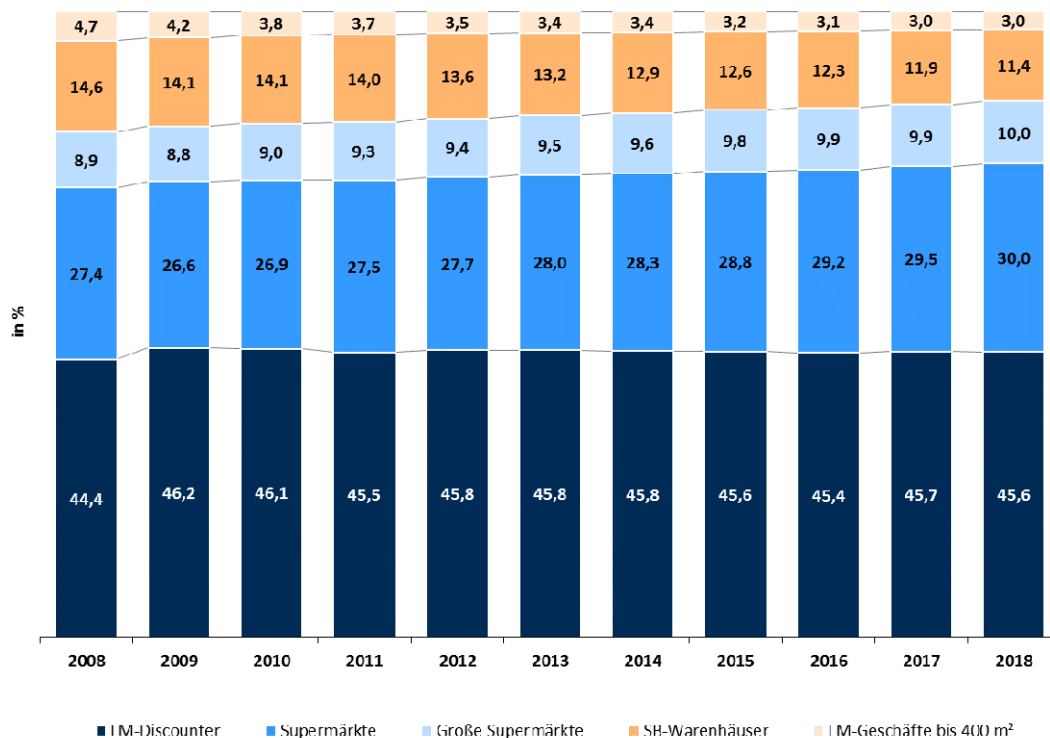
Wesentliche Unterschiede zwischen den Betriebstypen zeigen sich in Sortiment, Betriebsgröße, Bedienprinzip, Preisgestaltung, Kundenkreis und Standortverhalten. Nicht alle Angebotsformen kommen für jeden Standort gleichermaßen in Frage.

Anbieter und Kommunen müssen sich mit den Rahmenbedingungen und Zielvorstellungen für den jeweiligen Standort auseinandersetzen. Während der **Supermarkt** mit seinem Vollsortiment und einer Vielzahl an Produkten eine zentrale Rolle in der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Drogerie- / Haushaltswaren einnimmt, belegt z. B. der **Lebensmitteldiscounter**, mit einer im Vergleich zum Supermarkt geringeren Artikelanzahl, eine andere Rolle in der Nahversorgung. Das **Lebensmittelhandwerk** (Bäckerei, Metzgerei) wiederum stellt vielerorts eine Ergänzung zu den Lebensmittelmärkten dar und kann darüber hinaus v. a. in einwohnerschwachen Räumen mit ergänzenden Warenangeboten (Kaffee, Frühstücksortiment, eingeschränktes Lebensmittelsortiment etc.) zumindest die rudimentäre Grundversorgung sicherstellen. **Kleinflächenkonzepte** und **Dorfläden** konzentrieren auf einer kleinen Verkaufsfläche ein Angebot ausgewählter Lebensmittelsortimente. Sie haben sich in den vergangenen Jahren v. a. in ländlichen

Räumen entwickelt, um das Defizit an Nahversorgung auszugleichen.¹ Im Einzelfall existieren auch Konzepte wie „mobile Läden“, die eine Grundversorgung mit Lebensmitteln auch in abgelegenen Siedlungsgebieten bewerkstelligen.

Auch die **Verschiebung der Marktanteile und die unterschiedliche Entwicklung** der einzelnen Betriebstypen ist ein prägendes Element im Lebensmittelhandel. Nach einer längeren Konsolidierungsphase der Supermärkte zugunsten der Lebensmitteldiscounter scheint sich der Supermarkt als Vollsortimenter aktuell wieder stärker am Markt zu behaupten. Dennoch hat sich auch der Discounter mit einem Marktanteil von ca. 46 % neben dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Nahversorgung etabliert (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: 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.

¹ In der Praxis haben sich unterschiedliche Betreibermodelle (v. a. Genossenschaft, Verein etc.) und Angebotsschwerpunkte (Frischeprodukte wie Obst, Gemüse, Wurst / Fleisch, Käse, Backwaren; regionale Produkte etc.) bewährt.

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:²

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment³ anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁴ 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.

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 anbietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Ethnischer Lebensmittelmarkt

Als ethnische Lebensmittelmärkte werden Lebensmittelmärkte bezeichnet, die i. d. R. nicht von Deutschen, sondern von Migranten / Ausländern geführt werden und überwiegend ausländische Lebensmittelspezialangebote führen. Als Beispiel kann ein Asiamarkt angeführt werden.

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.

² Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2016, S. 332.

³ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁴ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Wesentliches Unterscheidungskriterium der einzelnen Betriebstypen ist die **Sortimentsstruktur**. Während ein **Supermarkt** im Schnitt ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten **Lebensmitteldiscountmärkte** dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel. Bei beiden Betriebstypen liegt der Schwerpunkt bei Waren des kurzfristigen Bedarfsbereichs (vgl. Tabelle 1).

Die **Verkausflächengröße** ist ein weiteres wichtiges Abgrenzungsmerkmal der Betriebstypen und liegt bei Discountern durchschnittlich bei ca. 790 m² VK pro Betrieb und bei Supermärkten bei durchschnittlich rd. 1.030 m² VK pro Betrieb. Im Vergleich zu Lebensmitteldiscountern benötigen Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Große Supermärkte, SB-Warenhäuser) für ihr umfangreicheres Sortiment erheblich größere Flächen. Vollsortimenter profilieren sich dabei insbesondere durch ihre Vielfalt an Frischeprodukten, wie etwa Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie die Sortimente für Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel, Wein, Spirituosen) und Tiefkühlkost sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl			
	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76
Nonfood I ⁵	265	12	2.030	17
Nonfood II ⁶	275	12	805	7
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24
Insgesamt	2.295	100	11.830	100

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

2.2 Marktentwicklungen im Drogeriebereich

Die **Drogeriebranche** erlebte nach der Insolvenz der Schlecker-Gruppe (Schlecker, Ihr Platz) einen fundamentalen Umbruch. Der Branche gingen durch die Schließung der über 8.000 Schlecker- und Ihr Platz-Filialen rd. zwei Drittel der Drogeriemärkte verloren. So ist im Drogeriebereich heute ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, welches dazu führt, dass teilweise auch in größeren Kommunen aktuell kein qualifiziertes und umfassendes Angebot im Drogeriewarenbereich mehr vorhanden ist.

Insgesamt wird der Drogeriehandel in Deutschland immer stärker von filialisierten Fachmarktbetrieben, d. h. einem Oligopol der dominierenden Anbieter dm, Rossmann und Müller geprägt.⁷ Dennoch unterliegt der Drogeriewarenmarkt in Deutschland einem intensiven Wettbewerb, und

⁵ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

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

⁷ In Norddeutschland agieren außerdem Budnikowsky und Cloppenburg.

zwar nicht nur durch konkurrierende Drogeriefachanbieter, sondern auch durch Lebensmittelmärkte, auf die aktuell rund ein Drittel der Umsätze mit Drogeriewaren i. e. S. entfällt.

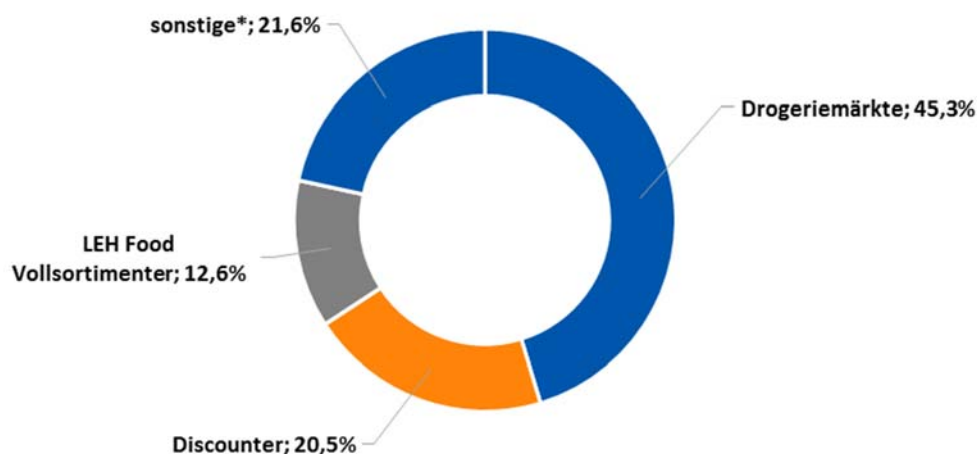
Zur Einordnung des Betriebstyps **Drogeriefachmarkt** und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsraum vertretenen Betriebstypen wird im Nachfolgenden die Definition kurz vorgestellt:

„Drogeriemarkt:

Ein Drogeriemarkt ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.“⁸

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt, ca. 33,1 % auf den Lebensmitteleinzelhandel bzw. ca. 21,6 % auf sonstige Vertriebslinien (vgl. Abbildung 3). Die Drogeriemärkte konnten ihren Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren weiter ausbauen. Während dm, ROSSMANN und Müller weiter kräftig expandieren und so im Wettbewerb stärker werden, verlieren die Lebensmittelvollsortimenter Marktanteile. Deutlich besser haben sich die Lebensmitteldiscounter am Markt positioniert, die zuletzt ihre Marktanteile wieder leicht ausbauen konnten.

Abbildung 3: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017



*sonstige Vertriebslinien u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser.

Quelle: Statista 2018; GMA-Darstellung 2020

⁸ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2019, S. 398.

Zum **Kernsortiment** eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen darüber hinaus Lebensmittel (insbesondere Süßwaren und Babykost), Tiernahrung, Gesundheitssortiment und Fotowaren in unterschiedlichem Umfang. In Abhängigkeit vom konkreten Betreiber wird das Kernsortiment weiter durch darüber hinausgehende Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw.

Bei Drogeriemärkten treten in Deutschland zwei Typen auf. Zum einen gibt es Drogeriemärkte bis ca. 800 m² VK (Betreiber dm, ROSSMANN, BUDNIKOWSKY), die etwa 80 % ihres Gesamtumsatzes mit dem Drogeriewaren-Kernsortiment und ca. 20 % mit Randsortimenten erzielen. Als Filialisten bieten die Anbieter standardisierte Sortimente an, deren Artikel in allen Filialen des Vertriebsgebiets erhältlich sind. Der Betreiber Müller dagegen profiliert sich durch seine i. d. R. großflächigen Drogeriemärkte mit mehreren Sortimentsschwerpunkten, welche nach Art eines Kleinkaufhaus zusätzlich zum Drogeriewaren-Kernsortiment noch umfangreiche Fachsortimente von Multimedia, Schreib- und Spielwaren sowie Haushaltswaren / Geschenkartikeln führen.

Der Betreiber dm ist weiterhin Marktführer unter den deutschen Drogeriemärkten (vgl. Tabelle 2). Der Wettbewerbsdruck unter den verbliebenen Drogeriemarktfilialisten hält weiter an und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat das Drogeriegeschäft als Wachstumsfeld auserkoren. Die Handelsgruppen EDEKA und BUDNIKOWSKY wollen künftig gemeinsam agieren und in neue Absatzgebiete expandieren.⁹

Tabelle 2: Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland

Daten	dm	ROSSMANN	Müller
Filialen	1.977	2.150	553
Ø Verkaufsfläche in m ²	500 – 800	500 – 800	800 – 4.500
Artikelzahl	12.500	17.000	25.000
Sortiment	Drogeriewaren, Baby-nahrung, Biolebensmittel, Getränke, Naturkosmetik, frei verkäufliche Arzneimittel, Babybekleidung	Drogeriewaren, Babynahrung, Lebensmittelmart, Tiernahrung, Geschenkartikel, frei verkäufliche Arzneimittel, Haushaltswaren, Spielwaren	Drogeriewaren, Baby-nahrung, Lebensmittelmart, Schreib- / Spielwaren, Haushaltswaren, Tonträger, Kurzwaren

GMA-Zusammenstellung 2020 auf Grundlage unterschiedlicher Quellen

⁹ Lebensmittelzeitung (LZ) Ausgabe 3 vom 18. Januar 2019, S. 4.

II. Standortrahmenbedingungen für 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 qualitätsvollen 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. 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 Verkehrsverbunde (HNF, RBS, VVS) sichergestellt. An den Schienenverkehr ist die Stadt Bönningheim nicht angebunden. Die Stadt Bönningheim zählt aktuell ca. **8.015 Einwohner**.¹⁰ Seit 2011 ist in Bönningheim ein starkes Bevölkerungswachstum festzustellen. So ist die Einwohnerzahl zwischen 2011 und 2018 um rd. 880 Personen bzw. ca. 12,3 % 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 3). 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 auf (2025: 8.124 Einwohner bzw. 2030: 8.188 Einwohner in der Hauptvariante).¹¹

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 je 1.000 Einwohner vor (vgl. Landkreis Ludwigsburg: ca. 373). In Bönningheim stehen 1.837 Berufs-

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 31.12.2018. Die Mehrheit der Einwohner (ca. 83 %) lebt dabei in Bönningheim.

¹¹ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung mit Wanderungen.

einpendlern 2.848 Berufsauspendler gegenüber, sodass sich eine Kommune dieser Größenordnung und Lage ein typischer negativer Pendlersaldo von - 1.011 ergibt.¹² 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.

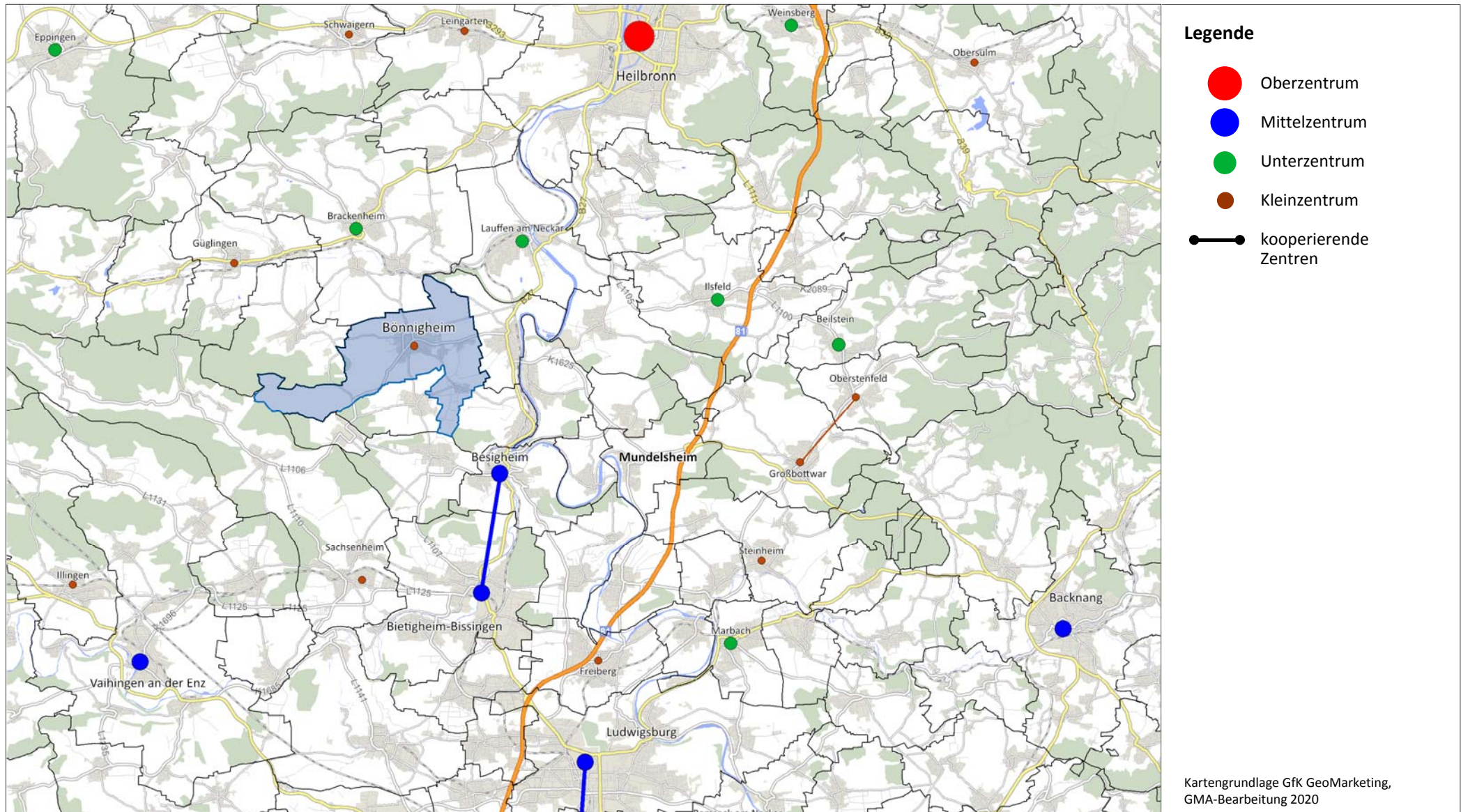
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung 2011 – 2018 im regionalen Vergleich

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
Gemmrigheim	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

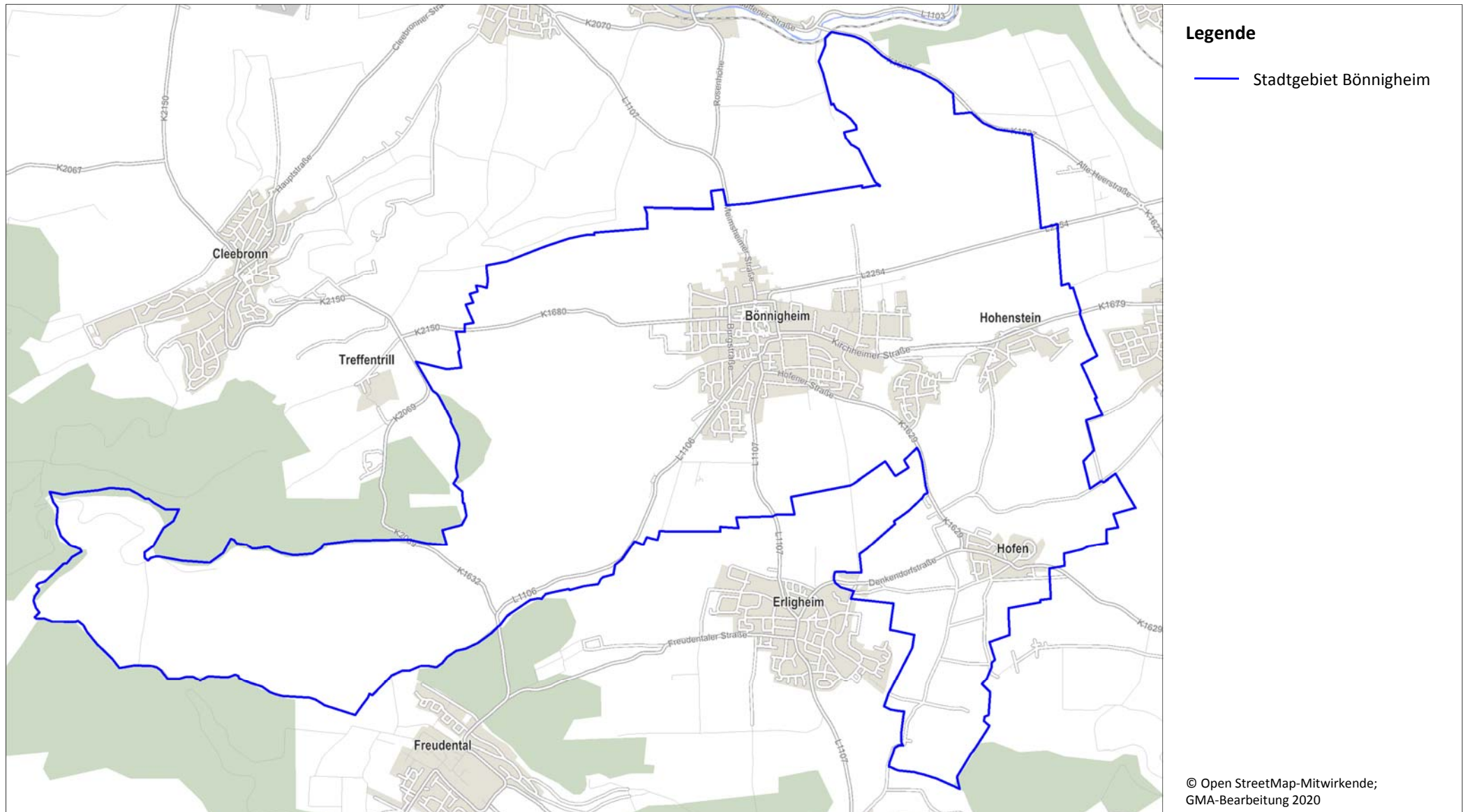
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsfortschreibung, Basis Zensus 2011.
Stand: 31.12.2011 bzw. 31.12.2018

¹² 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



III. Aktuelle Versorgungssituation in Bönningheim

Zur Bewertung der Angebotssituation in Bönningheim wurde von der GMA im November 2019 eine Erhebung der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Hierbei wurden sämtliche Lebensmittelanbieter, darunter auch Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und Spezialbetriebe (z. B. Hofläden, Weinverkauf) sowie Anbieter von Drogeriewaren erfasst.

1. Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in der Stadt Bönningheim

In der Stadt Bönningheim können insgesamt **22 Betriebe** aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich identifiziert werden. Auf einer **Verkaufsfläche von insgesamt ca. 4.015 m²** wird von diesen Anbietern ein **Umsatzvolumen im Nahrungs- und Genussmittelbereich von ca. 16,4 Mio. €** generiert. Die Analyse der Angebotssituation hat gezeigt, dass sich die Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln ausschließlich auf den Hauptort Bönningheim konzentrieren.

Im **Drogeriewarenssegment** ist nach der Schließung des Schlecker-Marktes im Jahr 2012 kein Anbieter mehr vorhanden. Drogeriewaren sind lediglich in den drei ansässigen Lebensmittelmärkten (Edeka, Rewe, Lidl) erhältlich. Insgesamt beläuft sich das Umsatzvolumen im Drogeriewarenbereich auf ca. 1,1 Mio. €.

Nachfolgende Tabelle 4 sowie die Karte 3 zeigen überblicksartig die vorhandenen Versorgungsstrukturen im nahversorgungsrelevanten Bereich in der Stadt Bönningheim:

Tabelle 4: Versorgungsstrukturen in der Stadt Bönningheim differenziert nach Lagen (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)

Lage	Anbieter	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Angaben)
Bönningheim Innenstadt	L'arancio italienische Lebensmittel und Feinkost	Fachgeschäft	50
	TeeZeit	Fachgeschäft	30
	Gärtnerei Strauss Obst und Gemüse	Fachgeschäft	90
	Bäckerei Tabler	Fachgeschäft	20
	Bäckerei Stolzenberger	Fachgeschäft	25
	Metzgerei Stollsteimer	Fachgeschäft	30
Bönningheim sonstige Lagen	Rewe	Supermarkt	1.100
	Edeka	Supermarkt	1.000
	Lidl	Lebensmitteldiscounter	1.100
	Apfelland Sartorius	Sonstiges (Hofladen)	20
	Hofladen Hofgut Bellevue	Sonstiges (Hofladen)	10
	Bürgermühle Reinhold Haug	Sonstiges (Mühlenladen)	30
	Shell-Tankstelle	Sonstiges (Tankstelle)	50
	bilgro Getränkemarkt Schnell	Fachmarkt	250
	Weinverkauf Kellerei Kölle	Sonstiges (Weingut)	90
	Schnapsbrennerei Prochnau	Sonstiges (Schnapsbrennerei)	10
	Weingut Dautel	Sonstiges (Weingut)	40
	WG Stromberg-Zabergäu	Sonstiges (Weingärtner-genossenschaft)	25
	Bäckerei Tabler (im Rewe)	Fachgeschäft	20
	K&U Bäckerei (im Edeka)	Fachgeschäft	25

Quelle: GMA-Erhebung 2019

Gegliedert nach Standortlagen sind im Einzelnen zu nennen:

Innenstadt Bönningheim (vgl. Karte 3 und Fotos 1 – 5): Die Bönningheimer Innenstadt erstreckt sich auf den Bereich, welcher im Norden von der Karlstraße, im Westen von der Burgstraße, im Süden von der Bleichwiese sowie im Osten von der Poststraße bzw. der Bismarckstraße begrenzt wird. Charakteristisch für diesen Bereich ist eine dichte und kleinteilige Bebauung.

Aus dem **kurzfristigen Bedarfsbereich** sind in der Innenstadt insgesamt ein kleines italienisches Lebensmittelgeschäft, zwei Bäckereien¹³, eine Metzgerei, eine Gärtnerei mit Obst- und Gemüseverkauf, ein Teegeschäft sowie zwei Apotheken und ein Sanitäts-haus etabliert. Ergänzt wird dieses nahversorgungsrelevante Angebot durch weitere

¹³ Die Bäckerei Spiegel in der Hauptstraße ist nur noch Sonntag Vormittag geöffnet.

Betriebe, die dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen sind. Hierzu gehören ein Schreibwarenladen¹⁴, zwei Elektrogeschäfte, zwei Schuhgeschäfte, drei Modeboutiquen, ein Näh- und Stoffladen, ein Optiker sowie ein Geschäft für E-Zigaretten. Somit ist festzustellen, dass sich die überwiegende Mehrzahl der Bönningheimer Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt befindet.

Komplettiert wird das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt durch zahlreiche Dienstleistungsnutzungen (u. a. Banken, Versicherungsmakler, Post, Ärzte, Frisöre, Reinigung, Fahrschule), eine Vielzahl von Gastronomiebetrieben (vgl. Foto 4) sowie das Schloss Bönningheim (vgl. Foto 5).

■ **Sonstige Lagen:** Ca. 300 m nördlich des Stadtzentrums befindet sich in zweiter Reihe an der Meimsheimer Straße ein großflächiger Edeka-Supermarkt in dessen Vorkassenzone eine Bäckerei integriert ist (vgl. Foto 6). Der Markt befindet sich am Ortsrand von Bönningheim. Im östlichen Stadtgebiet ist an der Kirchheimer Straße ein Rewe-Supermarkt ansässig, der auch über eine im Gebäude integrierte Bäckerei verfügt (vgl. Foto 7). Insbesondere für das südöstlich der Innenstadt gelegene Wohngebiet kann der Markt eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen. Bei dem Markt handelt es sich ebenfalls um einen großflächigen Betrieb. Am südlichen Stadtrand von Bönningheim liegt an der Erligheimer Straße ein Lidl-Lebensmitteldiscounter (vgl. Foto 8). Mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² ist auch dieser Markt als großflächig einzustufen.

Des Weiteren sind nördlich bzw. nordwestlich des Stadtzentrums eine Weinkellerei mit Getränkeverkauf sowie ein Getränkefachmarkt ansässig. Zwischen dem Stadtzentrum und dem Lidl-Markt befindet sich eine Shell-Tankstelle. Außerhalb des Kernstadtgebiets Bönningheim ist noch auf 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 nahversorgungsrelevanten Bereich ansässig.

¹⁴ Zum Erhebungszeitpunkt war der Betrieb noch geöffnet. Allerdings steht die Schließung des Betriebes bevor.

Karte 3: Nahversorgungsrelevante Strukturen in der Stadt Bönningheim



Foto 1: Nördlicher Abschnitt der Hauptstraße (Blick Richtung Süden)



Foto 2: Kreuzungsbereich Hauptstraße / Michaelsberger Straße / Kirchstraße



Foto 3: Südlicher Abschnitt der Hauptstraße (Blick Richtung Norden)



Foto 4: Gastronomiebetrieb im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Schloßstraße



Foto 5: Schloss Bönningheim



Foto 6: Edeka-Markt an der Meimsheimer Straße



Foto 7: Rewe-Markt an der Kirchheimer Straße



Foto 8: Lidl-Markt an der Erligheimer Straße



GMA-Aufnahmen 2019

2. Angebotsstrukturen im Umland

Die Möglichkeit zur Erschließung eines über die Stadt Bönningheim hinausgehenden Einzugsgebietes wird neben der räumlichen Lage und Topografie maßgeblich durch die Wettbewerbsstrukturen im Umland beeinflusst. Als nächstgelegene Handelsstandorte, zu denen engere Einkaufsverflechtungen (v. a. zu Großflächenstandorten) bestehen, sind in östlicher und südöstlicher Richtung die Gemeinden Kirchheim a. N. und Gemmrigheim zu nennen. Ca. 7 km nordwestlich liegt

die Stadt Brackenheim, die ebenfalls über eine sehr gute Versorgungslage verfügt. Nach Süden hin finden sich in Erligheim und Löchgau Angebote aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich, die überwiegend der Versorgung der lokalen Bevölkerung dienen. In der Gemeinde Freudental bestehen konkrete Planungen zur Ansiedlung eines Penny-Marktes. Nach Westen und Südwesten hin sind aufgrund der topografischen Situation und der geringen Siedlungsdichte keine relevanten Wettbewerbsstandorte vorhanden. Insgesamt ist somit im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie im Drogeriewarenbereich von einer durchschnittlichen Wettbewerbssituation auszugehen.

Die Angebotsstrukturen im Umland lassen sich die folgt charakterisieren (vgl. Karte 4 und Tabelle 5):

- Im Süden grenzt die Gemeinde **Erligheim** an die Stadt Bönningheim an. Hier ist am nördlichen Ortsausgang in Richtung Bönningheim ein Netto-Lebensmitteldiscounter etabliert. Im weiteren Verlauf in südlicher Richtung schließt sich die Gemeinde **Löchgau** an. Hier ist im Ortszentrum ein Norma-Lebensmitteldiscounter ansässig. Im südöstlichen Gemeindegebiet befindet sich darüber hinaus in einer Gewerbegebietslage ein Edeka-Supermarkt.
- Östlich von Bönningheim befindet sich in einer Entfernung von ca. 4 km die Gemeinde **Kirchheim a. N.** Am südlichen Ortseingang ist in einer Gewerbegebietslage ein real SB-Warenhaus situiert. Des Weiteren ist auf den an der Hauptdurchgangsstraße ansässigen Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie den im Ortszentrum gelegenen Kirchheimer Dorfladen hinzuweisen.
- Unweit der Gemeinde Kirchheim a. N. besteht in der Gemeinde **Gemmrighheim** ein weiteres Einzelhandelsangebot. Hier sind am Rand des Ortszentrums ein großflächiger Rewe-Supermarkt sowie ein dm-Drogeriefachmarkt angesiedelt. In Richtung Kirchheim a. N. befindet sich zudem in integrierter Lage ein Aldi-Lebensmitteldiscounter.
- Nördlich der Stadt Bönningheim ist auf die Angebotsstrukturen in der Stadt **Brackenheim** hinzuweisen. Hier sind am Rand des Stadtzentrums mehrere Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich (Lidl, denn's Biomarkt) sowie zwei Drogeriemärkte (Müller, dm) vorhanden. Am westlichen Stadtausgang sind ein Rewe-Markt und ein Aldi-Markt situiert. Zwischen Bönningheim und dem Stadtteil Dürrenzimmern befindet sich darüber hinaus ein großflächiger Edeka-Markt.
- In der nordöstlich gelegenen Stadt **Lauffen a. N.** sind mit Aldi, Lidl und Rewe sowie einem Biomarkt weitere Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich ansässig.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbsstrukturen außerhalb der Stadt Bönningheim die Möglichkeiten zur Erschließung eines überörtlichen Einzugsgebietes deutlich begrenzen. So sind im nördlich, östlichen und südlichen Umland nahezu flächendeckend überwiegend zeitgemäße Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Lediglich im

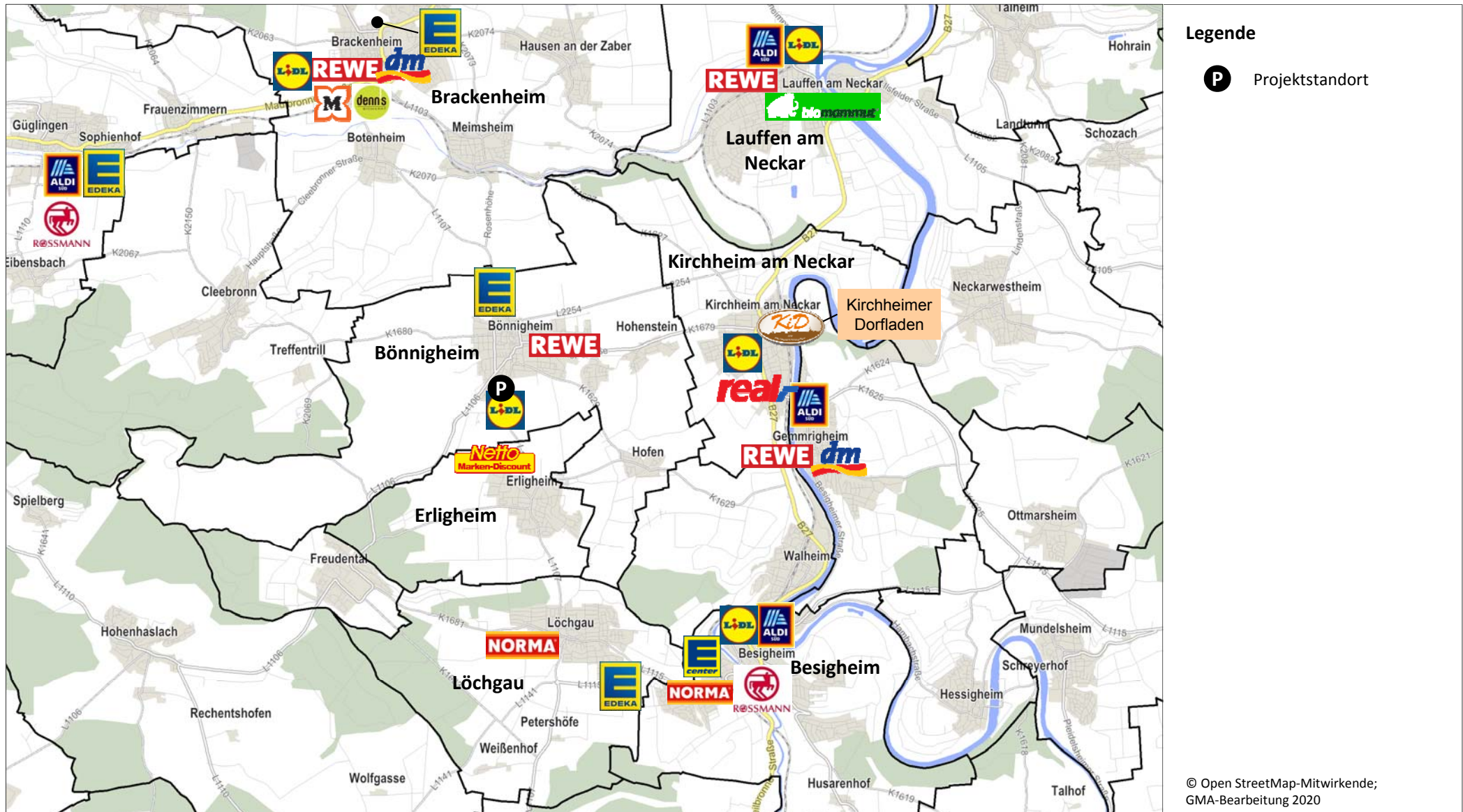
Drogeriewarensegment ist eine Ausdehnung des Einzugsgebietes in südliche Richtung (Erligheim) vorstellbar, da hier kein Drogeriefachmarkt vorhanden ist und sich so die Fahrzeit zum nächstgelegenen Wettbewerber (bisher Besigheim) verkürzen würde. Die Gemeinde Freudental ist traditionell nach Bietigheim-Bissingen orientiert. In westlicher Richtung wird eine Ausdehnung des Einzugsgebietes durch die landschaftsstrukturellen und topografische Rahmenbedingungen begrenzt.

Tabelle 5: Hauptwettbewerber im Umland (Auswahl)

Ort	Anbieter	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Angaben)	Lagezusammenhang
Lebensmittel				
Erligheim	Netto	Lebensmitteldiscounter	790	Ortsrand
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
Gemmrig- heim	Rewe	Supermarkt	1.350	integrierter Standort am Rand des Ortszentrums
	Aldi	Lebensmitteldiscounter	960	integrierter Standort
Bracken- heim	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 Biomarkt	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
Drogeriewaren				
Gemmrig- heim	dm Drogerie- markt	Drogeriefachmarkt	700	integrierter Standort am Rand des Ortszentrums
Bracken- heim	Drogeriemarkt Müller	Drogeriefachmarkt	1.100	Innenstadtrand
	dm	Drogeriefachmarkt	600	Innenstadtrand
Güglingen	Rossmann Dro- geriemarkt	Drogeriefachmarkt	700	Gewerbegebiet

Quelle: GMA-Erhebung 2019

Karte 4: Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsstrukturen im Umland



IV. Entwicklungspotenziale im Lebensmittelbereich

Zur Bewertung der Angebotssituation in Bönningheim ist zum einen eine **quantitative Bewertung** vorhandener Angebotsstrukturen durchzuführen. Hierfür wird in einem ersten Schritt die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner als Vergleichswert für eine Bewertung herangezogen und die Daten der Stadt Bönningheim und der Nachbarkommunen mit dem bundesdeutschen Durchschnittswert verglichen.

Anschließend ist durch eine **qualitative Bewertung** zu prüfen, inwiefern die vor Ort vorhandenen Angebotsstrukturen für eine zukunftsfähige Sicherung der Nahversorgung ausreichen und ob hier ggf. Defizite bestehen. Hierfür wird auf die Detailanalyse der Versorgungsstrukturen im vorangegangenen Kapitel zurückgegriffen, um Rückschlüsse auf deren Zukunftsfähigkeit zu ziehen. Dabei ist insbesondere zu prüfen, inwiefern Entwicklungspotenziale für die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters und für die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes in Bönningheim vorhanden sind.

Aus dieser quantitativen und qualitativen Betrachtungsebene sind in einem dritten Schritt **Empfehlungen** zur Weiterentwicklung oder auch Sicherung der Strukturen abzuleiten.

1. Quantitative Bewertung

Zur Bewertung der Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar gemacht und können auch mit Durchschnittswerten aus anderen Regionen in Relation gesetzt.

Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des Europäischen Handelsinstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Hofläden) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 436 m² VK / 1.000 EW festhalten.

Überträgt man die vom EHI angewandte Methodik auf die Situation in Bönningheim und in den Nachbarkommunen, zeigt sich folgendes Bild:

Tabelle 6: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum

	Verkaufsfläche in m ² (nur Haupt- anbieter)	Einwohner	Verkaufsfläche in m ² / 1.000 EW	Einordnung im Vergleich zum Durchschnittswert
Bönningheim	3.200	8.015	399	↓
Erligheim	790	2.913	271	↓↓
Kirchheim a. N.	7.450	5.904	1.261	↑↑↑↑↑
Löchgau	2.250	5.608	401	↓
Brackenheim	5.850	16.106	363	↓
Lauffen a. N.	3.950	11.640	339	↓↓
BRD	36.200.000	83.019.200	436	Ø

Quelle: GMA-Erhebungen 2019; EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2018): Handelsdaten aktuell S. 82; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Bei einer Bewertung der Angebotssituation lässt sich festhalten, dass in Bönningheim mit 399 m² VK / 1.000 EW eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden ist. Im regionalen Vergleich liegt die Stadt Bönningheim damit im Mittelfeld. Die Gemeinde Löchgau und die Stadt Brackenheim weisen ähnliche Werte auf. In Erligheim und Lauffen a. N. liegen deutlich niedrigere Werte vor. Die Gemeinde Kirchheim a. N. weist hingegen eine stark überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf. Der hohe Wert resultiert aus dem großen real SB-Warenhaus, welches eine überörtliche Bedeutung entfaltet. Vor dem Hintergrund der leicht unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung zeigt sich, dass rechnerisch ein kleines Entwicklungspotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Bönningheim vorhanden ist. Insofern liegen grundsätzlich Entwicklungsspielräume vor, die zur Modernisierung der bestehenden Angebotsstrukturen genutzt werden sollten.

Insbesondere ist jedoch im Drogeriewarenbereich vor dem Hintergrund des Fehlens eines Drogeriemarktes ein Entwicklungspotenzial gegeben, so dass die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Stadt Bönningheim grundsätzlich denkbar wäre.

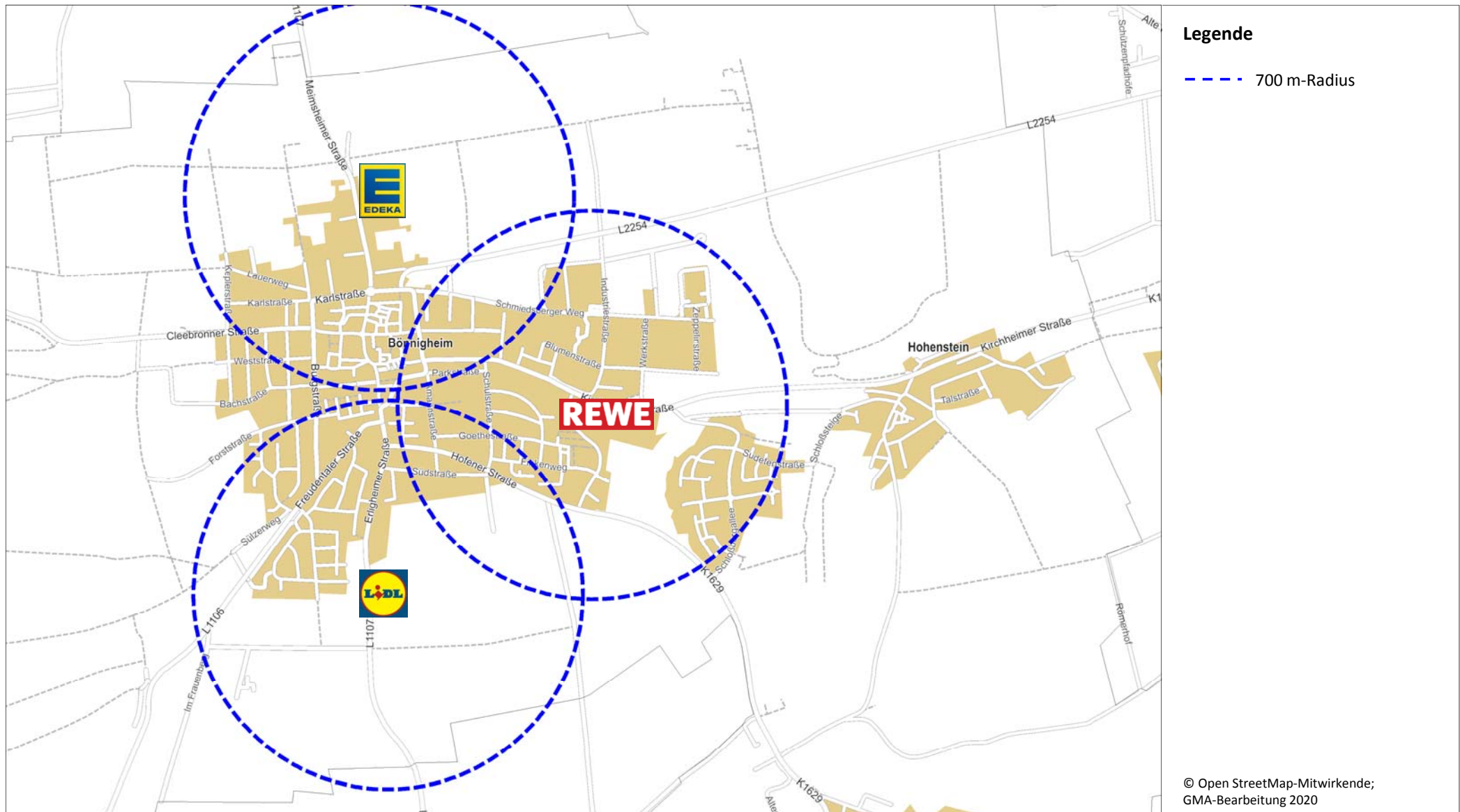
Die Analyse der quantitativen Ausstattung in der Stadt Bönningheim im Lebensmittelbereich und im Drogeriewarenbereich zeigt, dass rechnerisch ein Entwicklungspotenzial vorhanden ist. Insofern liegen Entwicklungsspielräume vor, die eine Weiterentwicklung der bestehenden Angebotsstrukturen im Lebensmittelbereich durch eine moderate Verkaufsflächenerweiterung sowie die Ansiedlung eines Drogeriemarktes grundsätzlich ermöglichen.

2. Qualitative Bewertung

Neben einer quantitativen Bewertung anhand von Kenndaten ist im Rahmen einer qualitativen Bewertung zu prüfen, inwieweit die in der Stadt Bönningheim vorhandenen Nutzungsstrukturen zukunftsfähig aufgestellt sind und welche Möglichkeiten für Angebotsergänzungen unter Berücksichtigung der vor Ort verfügbaren Potenziale denkbar sind. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen unter qualitativen Gesichtspunkten wie folgt zu bewerten:

- In der **Stadt Bönningheim** konzentrieren sich die bestehenden Nahversorgungsangebote auf den Hauptort Bönningheim. Während in der Innenstadt aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstruktur ausschließlich kleinteilige Lebensmittelanbieter und Lebensmittelhandwerker ansässig sind, liegen die drei Lebensmittelmärkte am nördlichen, östlichen und südlichen Stadtausgang von Bönningheim. Dadurch können weite Teile der Bönningheimer Kernstadt wohngebietsnah versorgt werden (vgl. Karte 5). Allerdings konnten diese Standorte in den letzten Jahren nicht weiterentwickelt oder modernisiert werden. So weisen beide Supermärkte (Edeka, Rewe) mit 1.000 m² bzw. 1.100 m² Verkaufsfläche eine für diesen Betriebstyp leicht unterdurchschnittliche Dimensionierung auf. Während sich der Edeka-Supermarkt und der Lidl-Lebensmitteldiscounter als moderne Märkte präsentieren, fällt der Rewe-Markt durch ein etwas in die Jahre gekommenes und modernisierungsbedürftiges Erscheinungsbild auf.
- Im **Stadtzentrum** von Bönningheim befinden sich weitere kleinteilige Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich. Insgesamt sind hier zwei Bäckereien, eine Metzgerei, eine Gärtnerei mit Obst- und Gemüseverkauf, ein Teeladen sowie ein italienischer Feinkostladen vorhanden. Die überwiegende Zahl der genannten Betriebe präsentiert sich in einem modernen und leistungsfähigen Zustand. In der Zusammenschau ist die Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in qualitativer Hinsicht im Kernort Bönningheim als gut einzustufen.
- In den Stadtteilen stellt sich die Versorgungssituation hingegen weniger gut dar. In Hohenstein und Hofen ist derzeit kein Lebensmittelanbieter vorhanden. Für den regelmäßigen Versorgungseinkauf müssen die Einwohner der beiden Stadtteile nach Bönningheim bzw. in die umliegenden Städte und Gemeinden fahren. Allerdings stellt sich vor dem Hintergrund der geringen Einwohnerzahl der beiden Stadtteile die Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters als schwierig dar.
- Im **Drogeriewarenbereich** ist seit der Schließung des Schlecker-Marktes im Stadtzentrum kein Anbieter mehr vorhanden. Drogeriewaren werden in den drei großen Lebensmittelmärkten (Edeka, Rewe, Lidl) angeboten. In der Gesamtbetrachtung ist damit festzustellen, dass das vorhandene Angebot für eine Kommune in dieser Größenordnung als zu gering einzustufen ist.

Karte 5: Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte in Bönningheim (700 m-Radius)



3. Zusammenfassende Bewertung der Angebots- und Nahversorgungssituation und Empfehlungen

Die Grundversorgung im **Lebensmittelbereich** wird in der Stadt Bönningheim durch die drei Lebensmittelmärkte (Edeka, Rewe, Lidl) sowie einige kleinteilige Angebote sichergestellt. Im Hinblick auf die Qualität der Versorgung ist festzuhalten, dass im Stadtgebiet sowohl das Lebensmittelvollsortiment (Edeka, Rewe) als auch das Discountsegment (Lidl) durch die vorhandenen Anbieter abgedeckt wird.

Mit Blick auf die Verkaufsflächendimensionierung fällt auf, dass die beiden Lebensmittelvollsortimenter (Edeka, Rewe) mit 1.000 m² bzw. 1.100 m² Verkaufsfläche eine für diesen Betriebstyp leicht unterdurchschnittliche Größe aufweisen. Dies kommt auch bei der Berechnung der Verkaufsflächenausstattung zum Ausdruck. Der Wert der Stadt Bönningheim liegt leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert. Vor diesem Hintergrund sowie unter Berücksichtigung der in den vergangenen Jahren deutlich gestiegenen Einwohnerzahl wird offensichtlich, dass in Bönningheim grundsätzlich noch Entwicklungsspielräume zur maßvollen Modernisierung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen bestehen. Konkret wird eine Erweiterung der bestehenden Märkte empfohlen. Potenzial für die Neuansiedlung eines vierten Lebensmittelmarktes besteht jedoch nicht.

Hervorzuheben ist die Standortstruktur der drei Lebensmittelmärkte, welche am nördlichen, östlichen und südlichen Ortsausgang des Kernortes Bönningheim situiert sind. Dadurch können weite Teile des Kernstadtgebietes wohngebietsnah versorgt werden. Der Sicherung dieser wohngebietsnahen Versorgungsstruktur kommt somit ein zentraler Stellenwert zu. An zweiter Stelle steht die Modernisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte (u. a. maßvolle Verkaufsflächen-erweiterungen, Optimierung des Marktauftrittes, Erhöhung der Kundenfreundlichkeit).

Im **Drogeriewarenbereich** ist seit dem Wegfall des Schlecker-Marktes in der Innenstadt eine Versorgungslücke vorhanden. Drogeriewaren werden ausschließlich in den drei Lebensmittelmärkten verkauft. Vor diesem Hintergrund ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes zu empfehlen (Maximalgröße 800 m² Verkaufsfläche). Bisher fließt ein beträchtlicher Anteil der Kaufkraft im Drogeriewarenbereich nach Gemmrigheim (dm), Kirchheim a. N. (Drogeriewarenabteilung des real SB-Warenhauses) und Brackenheim (dm, Müller) sowie an die Lebensmittelanbieter im Umland ab. Mit der Etablierung eines Drogeriefachmarktes könnte die bisher abfließende Kaufkraft wieder an den Standort Bönningheim gebunden werden und die Versorgungssituation der örtlichen Bevölkerung durch die kurzen Wege deutlich verbessert werden. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Bönningheim Einkaufsfahrten in die umliegenden Kommunen reduziert und somit das Verkehrsaufkommen im Umland verringert werden könnte. Im Hinblick auf eine Bündelung der Einkaufsfahrten wäre die Ansiedlung eines Drogeriemarktes im direkten Umfeld eines bestehenden Lebensmittelmarktes ideal.

V. Auswirkungsanalyse

Die Analyse der Nahversorgungssituation in der Stadt Bönningheim hat gezeigt, dass im Nahrungs- und Genussmittelbereich ein moderates Entwicklungspotenzial für die Modernisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte besteht. Derzeit existiert jedoch nur von der Fa. Lidl ein konkreter Modernisierungswunsch. Die Planungen der Fa. Lidl sehen vor, den an der Erligheimer Straße ansässigen Markt von derzeit ca. 1.100 m² auf ca. 1.500 m² Verkaufsfläche zu erweitern. Vor diesem Hintergrund wird in der nachfolgenden Auswirkungsanalyse die Erweiterung des Lidl-Marktes geprüft.

Zudem hat die Untersuchung deutlich gemacht, dass bisher ein Großteil der Kaufkraft im Drogeriewarenbereich an umliegenden Kommunen abfließt und deswegen die Ansiedlung eines **Drogeriefachmarktes** in Bönningheim sinnvoll wäre. Nachfolgend wird daher ein Drogeriemarkt (Rossmann) mit einer Verkaufsfläche von max. 800 m² geprüft. Als möglicher Standort für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes kommt eine Fläche in Frage, welche direkt nördlich an den bestehenden Lidl-Markt anschließt. Es handelt sich dabei um eine Teilfläche des Ziegelwerkes Schmid GmbH & Co.

Gemäß der zuvor dargestellten Situation in Bönningheim sollen im Rahmen der Analyse folgende Untersuchungsbausteine bearbeitet werden:

- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes sowie Ermittlung der vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Nahrungs- und Genussmittelbereich und im Drogeriewarenbereich
- /// Prognose des Umsatzes der beiden Vorhaben
- /// Bedeutung der Vorhaben für die Nahversorgung in Bönningheim
- /// Bewertung wettbewerblicher, städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen
- /// Bewertung der Prüfkriterien des Regionalplans (bzw. des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg)
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot
 - Agglomerationsgebot.

1. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für Einzelhandelsprojekte ist als geltende Rechtsgrundlage § 11 Abs. 3 BauNVO in seiner aktuellen Fassung heranzuziehen¹⁵:

- „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.“

So sind im Rahmen der vorliegenden Untersuchung die möglichen wirtschaftlichen, versorgungsstrukturellen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der beiden Vorhaben auf die Gemeinde Bönningheim sowie die Umlandkommunen zu analysieren.

Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie den Festsetzungen der Landes- und Regionalplanung durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien zu bearbeiten, d. h. raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot und Agglomerationsgebot.

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (2002), heranzuziehen.

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg genannt:¹⁶

¹⁵ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.11.2017.
¹⁶ Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg.

„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. Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Plansätze 3.3.7, 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des LEP).

2. Mikrostandort

2.1 Planstandort „Erligheimer Straße“

Das Planareal, welches für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Frage kommt, liegt im Süden der Kernstadt Bönningheim in unmittelbarer Nachbarschaft zum Lidl-Markt. Bei dem Grundstück handelt es sich um eine Teilfläche des Ziegelwerkes Schmid (vgl. Karte 6 und Foto 9).

Das **Standortumfeld** wird durch eine Mischnutzung geprägt. Nördlich schließen sich Lagerflächen sowie Gebäude des Ziegelwerkes Schmid (vgl. Foto 10) 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. Im Süden schließen sich der Lidl-Lebensmittelmarkt (vgl. Foto 11) sowie 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 sowie der Planstandort unproblematisch zu erreichen sind. Die Erreichbarkeit für **Fußgänger** und **Radfahrer** ist ebenfalls sichergestellt. Entlang der Ostseite der Erligheimer Straße ist ein gemeinsamer Fuß- und Radweg eingerichtet (vgl. Foto 12). Auf Höhe der Lidl-Zufahrt besteht ein Überweg mit Fußgängerinsel (vgl. Foto 13). Um die Erreichbarkeit des Lidl-Marktes bzw. des Projektstandortes 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 9: Planstandort auf dem Gelände der Ziegelei Schmid



Foto 10: Ziegelwerk Schmid



Foto 11: Zur Erweiterung vorgesehener Lidl-Markt an der Erligheimer Straße



Foto 12: Fuß- und Radweg entlang der Erligheimer Straße



Foto 13: Überweg im Kreuzungsbereich Erligheimer Straße / Zufahrt Lidl



GMA-Aufnahmen 2019

Die positiven und negativen Standortfaktoren können wie folgt zusammengefasst werden:

Positive Standortfaktoren:

- + Nahversorgungsfunktion für das südliche Kernstadtgebiet Bönningheim sowie Grundversorgungsfunktion für die Gesamtstadt
- + Entwicklung einer gemeinsamen Einzelhandelslage mit einer Bündelung des Einkaufsverkehrs
- + 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.

Karte 6: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen



Negative Standortfaktoren:

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

Aus **städtebaulicher und nahversorgungsrelevanter** Sicht ist festzustellen, dass sich der Projektstandort am Stadtrand von Bönningheim befindet. 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 es sich bei dem Plangrundstück für den projektierten Drogeriemarkt um eine bereits heute gewerblich genutzte Fläche des Ziegelwerks Schmid handelt. Vor diesem Hintergrund müsste bei einer Errichtung eines Drogeriemarktes keine landwirtschaftliche Fläche versiegelt werden.

In der **Gesamtbetrachtung** kann festgestellt werden, dass sich der Standort in einer Randlage befindet. Allerdings besteht derzeit in besser integrierter Lage auch auf lange Sicht keine andere ausreichend große und verfügbare Potenzialfläche zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes. Bereits das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 hat gezeigt, dass im Bereich der Innenstadt keine entsprechenden Entwicklungspotenziale vorhanden sind. Die Errichtung eines Drogeriemarktes in unmittelbarer Nachbarschaft zum bestehenden Lidl-Markt könnte jedoch dazu beitragen, Einkaufsverkehre zu bündeln und damit den Ausstoß klimaschädlicher Gase zu reduzieren.

3. Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial

3.1 Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den erweiterten Lidl-Lebensmittel-discounter und einen potenziellen Drogeriemarkt in Bönningheim 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 Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstand-

ort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kunden an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

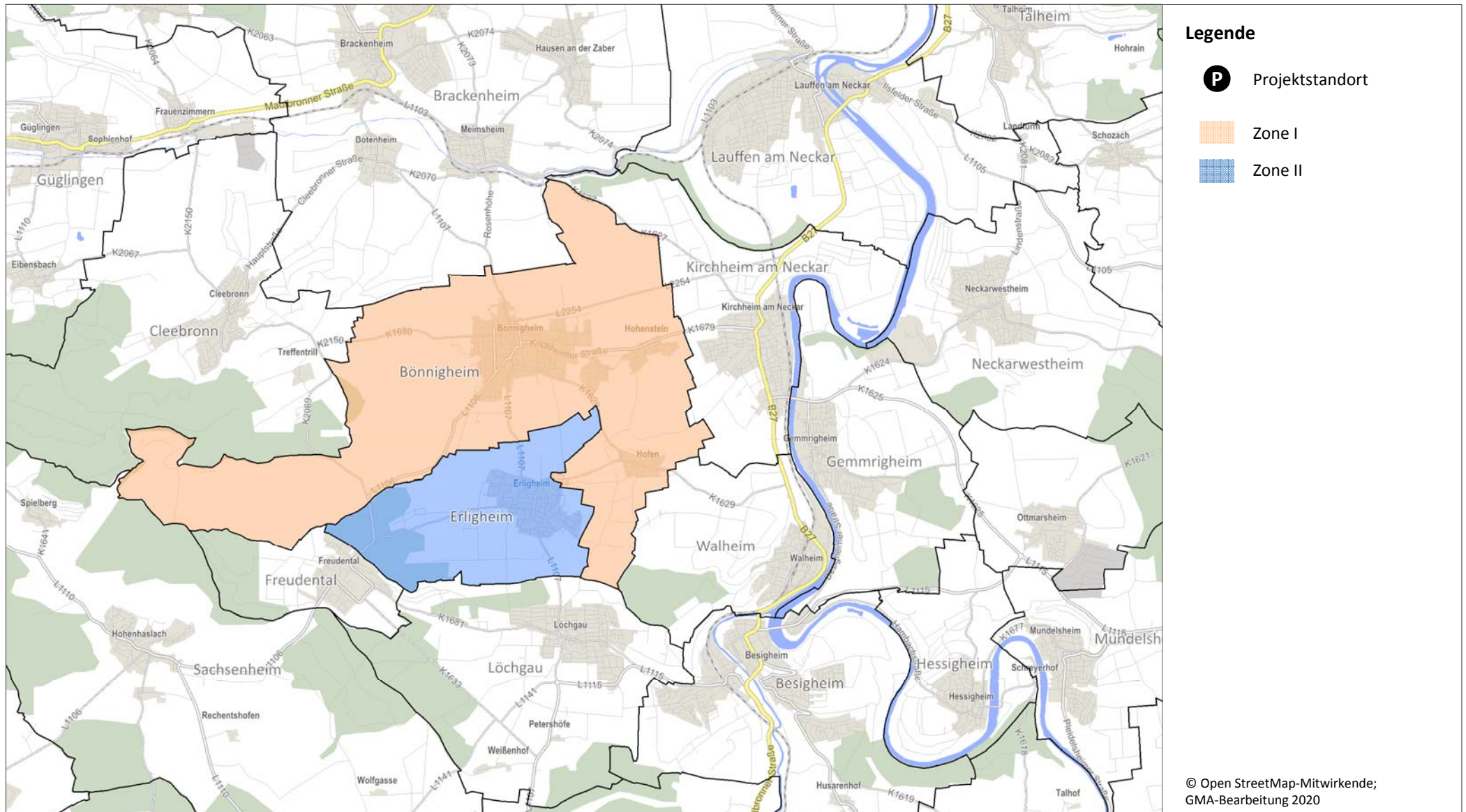
Zur **Abgrenzung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// 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
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (z. B. Brackenheim, Kirchheim a. N., Löchgau, Lauffen a. N.).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten **Lidl-Lebensmitteldiscounter** sowie den geplanten **Rossmann-Drogeriefachmarkt** 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 7). Im Lebensmittelbereich ist eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes 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. Im Drogeriewarenssegment findet sich ein entsprechendes Angebot in Brackenheim (Müller, dm), in Kirchheim a. N. (Drogerieabteilung im real SB-Warenhaus) sowie in Gemmrigheim (dm). Ein Rossmann-Drogeriefachmarkt ist zudem in Besigheim ansässig. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes in nördlicher, östlicher und südlicher Richtung ist vor dem Hintergrund der dort vorhandenen Wettbewerbsbetriebe nicht realistisch.¹⁷ Auch in westlicher Richtung ist eine Ausdehnung des Einzugsgebietes vor dem Hintergrund der landschaftsstrukturellen Rahmenbedingungen nicht zu erwarten. Die Gemeinde Cleeborn 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.

¹⁷ Die Gemeinde Freudental ist traditionell nach Bietigheim-Bissingen orientiert.

Karte 7: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl Lebensmitteldiscounters und des geplanten Drogeriemarktes in Bönningheim



Da sich beide Märkte in unmittelbarer Nähe zueinander befinden werden, würde es sich bei der Realisierung des Drogeriemarktes um eine **Agglomeration** handeln. Insbesondere für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter ist in diesem Zusammenhang mit Kundenzuführeffekten zu rechnen, die sich aus Einkaufskopplungen mit dem geplanten Drogeriefachmarkt ergeben werden. Diese Agglomerationseffekte werden in Kapitel V., 4.1 im Rahmen der Umsatzberechnung entsprechend 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.

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. 6.035 €.¹⁸

Bezogen auf den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter in Bönningheim, dessen Sortimentschwerpunkt im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.210 €.¹⁹

Für den geplanten Drogeriefachmarkt ergeben sich jährlich Pro-Kopf-Ausgaben für **Drogeriewaren** i. H. von

ca. 441 € p. a.

Bei der Kaufkraftberechnung ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Gemäß aktueller Kennziffer der MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bönningheim bei 101,1 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).²⁰ In der benachbarten Gemeinde Erligheim wird ein deutlich überdurchschnittlicher Wert von 106,8 erreicht.

Demnach stehen im Einzugsgebiet folgende Kaufkraftpotenziale für die vorgesehenen Nutzungen zur Verfügung:

¹⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁹ Ohne Randsortimente, wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

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

Tabelle 7: Projektrelevante Kaufkraftpotenziale

Einzugsgebiet	Kaufkraft in Mio. €	
	Lebensmittel	Drogeriewaren
Zone I (Bönningheim)	17,9	3,6
Zone II (Erligheim)	6,9	1,4
Einzugsgebiet insgesamt	24,8	5,0

GMA-Berechnungen 2020

4. Darstellung wettbewerblicher, städtebaulicher, versorgungsstruktureller und raumordnerischer Auswirkungen

4.1 Umsatzprognose und Marktchancen

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung der beiden Vorhaben in Bönningheim 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 aus dem Einzugsgebiet. Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch 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 der Errichtung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in einem späteren Kapitel behandelt.

4.1.1 Lebensmitteldiscounter

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich demnach für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 8: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (für einen Lebensmittel-discounter mit rd. 1.500 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	30	5,4	1,3 – 1,4	6,7 – 6,8	82
Zone II	6,9	10	0,7	0,2	0,9	11
Einzugsgebiet	24,8	24 – 25	6,1	1,5 – 1,6	7,6 – 7,7	93
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	7
Insgesamt			6,6	1,6 – 1,7	8,2 – 8,3	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)

Somit lässt sich für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 8,2 – 8,3 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,6 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich, ca. 1,6 – 1,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood, v. a. Drogeriewaren usw.). Der Anteil an Drogeriewaren beträgt ca. 0,6 – 0,7 Mio. €.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit ca. 82 % der deutlich überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus Bönningheim generiert wird, was auch die Nahversorgungsfunktion des Marktes deutlich unterstreicht. Etwa 11 % des Umsatzes fließen aus der benachbarten Gemeinde Erligheim (Zone II) zu. Weitere 7 % werden von außerhalb des Einzugsgebietes als Streuumsätze (z. B. Pendler) erzielt bzw. resultieren aus Agglomerationseffekten mit einem möglichen Drogeriemarkt.

4.1.2 Drogeriemarkt

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für einen Rossmann-Drogeriemarkt mit einer Verkaufsfläche von max. 800 m² anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:

Tabelle 9: Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes für einen Rossmann-Drogeriemarkt (Rossmann) mit max. 800 m² VK

Zonen	Kaufkraft Drogerie- waren in Mio. €	Markt- anteil Drogerie- waren in %	Umsatz Drogerie- waren in Mio. €	Umsatz Randsorti- mente* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz- herkunft in %
Zone I	3,6	45	1,6	0,4	2,0	69
Zone II	1,4	35	0,5	0,1	0,6	21
Einzugsgebiet	5,0	42	2,1	0,5	2,6	90
Streuumsätze			0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	10
Insgesamt			2,3 – 2,4	0,5 – 0,6	2,9	100

* Der Umsatzanteil an Randsortimenten liegt bei dm und Rossmann bei ca. 20 %.

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen errechnet sich für den Drogeriemarkt insgesamt eine Umsatzerwartung von **ca. 2,9 Mio. €** (vgl. Tabelle 9). Hiervon entfallen ca. 2,3 – 2,4 Mio.- € auf das Drogeriewarenkernsortiment, ca. 0,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € auf übrige Randsortimente.

Die Betrachtung der Umsatzherkunft zeigt, dass mit 69 % mehr als zwei Drittel des Umsatzes mit Kunden aus Bönningheim generiert wird, wodurch auch in diesem Sortimentsbereich die Nahversorgungsfunktion unterstrichen wird. Dennoch fließen insgesamt ca. 31 % von außerhalb (v. a. Erligheim, Cleebronn, Freudental) an den Standort zu.

4.2 Kumulierte Betrachtung des Gesamtvorhabens

Da der erweiterte Lidl-Lebensmitteldiscounter und der geplante Drogeriefachmarkt beide sowohl Nahrungs- und Genussmittel als auch Drogeriewaren anbieten werden, können die Umsätze der beiden Einzelvorhaben kumuliert werden. **Insgesamt** werden der Lebensmitteldiscounter und der Drogeriemarkt **ca. 11,1 – 11,2 Mio. €** auf sich vereinen.

Hiervon entfallen

- auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente ca. 9,9 Mio. €
 - davon auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 6,9 Mio. €
 - davon auf Drogeriewaren ca. 3,0 Mio. €.
- auf übrige Randsortimente ca. 1,2 – 1,3 Mio. € (u. a. Tiernahrung, Schreib- und Spielwaren, Textilien, Elektrowaren, Fotobedarf, Haushaltswaren, Bau- und Gartenbedarf).

Hieraus wird ersichtlich, dass von den umverteilungsrelevanten Umsätzen des Gesamtvorhabens fast 90 % auf nahversorgungsrelevante Sortimente entfallen werden.

4.3 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Bei einer Ansiedlung von neuen Einzelhandelsmärkten oder einer wesentlichen Erweiterung von bestehenden Betrieben werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse gegenüber anderen Einzelhandelsanbietern ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt die methodische Grundlage zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Auswirkungen eines solchen Vorhabens dar.

Als wichtigste Einflussfaktoren auf die Höhe der Umsatzumverteilungen sind zu nennen:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten (Angebotsorte von Lebensmittelmärkten und Wohnorten der Verbraucher) und der Erreichbarkeit der Angebotsorte ergibt.

Für die Bewertung des Gesamtvorhabens werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Lidl-Markt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt 1.500 m² eine Umsatzleistung von ca. 8,2 – 8,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 6,6 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 1,6 – 1,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

- Zu berücksichtigen ist, dass der Lidl-Lebensmitteldiscounter bereits seit Jahren am Standort eine Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² betreibt. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von ca. 7,2 Mio. €. Davon entfallen ca. 5,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort gebunden und sind demzufolge umsatzumverteilungsneutral. Daher wird bei der nachfolgenden Betrachtung nur der zu erwartende Zusatzumsatz des Lidl-Marktes berücksichtigt, d. h. dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lidl-Marktes wird der Bestandsumsatz abgezogen.²¹
- Für die Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen ist anzunehmen, dass solche Standorte, welche die größte Nähe und die größten Konzeptüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Umgekehrt werden solche Standorte, wo nur wenige direkte Wettbewerber vorhanden sind, kaum bis gar nicht von dem Vorhaben tangiert. Vor diesem Hintergrund werden andere Lebensmitteldiscounter und Drogeriemärkte besonders stark betroffen sein.

Derzeit gibt es in Bönningheim im Nahrungs- und Genussmittelbereich keinen betriebstypengleichen Wettbewerber (= Lebensmitteldiscounter). Stattdessen sind im Stadtgebiet zwei Lebensmittelvollsortimenter (Edeka, Rewe) angesiedelt. Im Drogeriewarenbereich ist aktuell kein Wettbewerber im Stadtgebiet vorhanden. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungseffekte die beiden Lebensmittelmärkte in Bönningheim nur partiell betreffen werden. Von den Umsatzumverteilungseffekten sind in erster Linie die in den umliegenden Städten und Gemeinden ansässigen Wettbewerber, v. a. in Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim und Lauffen a. N., betroffen. Aufgrund der unterschiedlichen Angebotskonzepte werden kleinere Spezialanbieter (Lebensmittelhandwerker, kleinere Lebensmittelgeschäfte, Hofläden etc.) eher nachrangig von den geplanten Vorhaben tangiert.

Die aus dem Vorhaben resultierenden Umsatzumverteilungen bei den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden in der Tabelle 10 zusammengefasst.

²¹ Diese Vorgehensweise ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu in seinem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12.02.2009 RN 6). Bei dem Rossmann-Drogeriefachmarkt, der am Projektstandort neu angesiedelt werden soll, gehen hingegen die gesamten prognostizierten Umsätze in die Umsatzumverteilung.

Tabelle 10: Umsatzumverteilungen durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters und die Ansiedlung des Rossmann-Drogeriemarktes in Bönningheim (Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)

Standorte	Umsatzumverteilung zu Lasten anderer Anbieter in Mio. €	Bestandsumsatz anderer Anbieter in Mio. €*	Ø Umverteilungsquote in %
Bönningheim	0,7	11,5	6
... davon Innenstadt	<< 0,1	1,6	1
Erligheim	0,1 – 0,2	3,6	4
Kirchheim a. N.	1,0	27,6	3 – 4
Gemmrigheim	0,5	16,4	3
Brackenheim	0,8	38,4	2
Lauffen a. N.	0,1	21,2	< 1
Sonstige Standorte (u. a. Güglingen, Besigheim)	0,2 – 0,3	--	n. n.

* Umsätze im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie im Drogeriewarenbereich
 GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich.

Bei den **Randsortimenten** verteilen sich die Auswirkungen (insgesamt ca. 0,4 - 0,5 Mio. € als umverteilungsrelevante Umsatzanteile) auf eine Vielzahl von Standorten und Anbieter (auch Internet-Anbieter), sodass sich hier keine genaue Zurechnung mehr darstellen lässt. Es ist aber davon auszugehen, dass auch hier überwiegend Betriebe mit ähnlichen Angebotskonzepten d. h. großflächige Lebensmittel- und Drogeriemärkte im Untersuchungsraum betroffen sein werden.

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

- Gegenüber Wettbewerbern in der **Stadt Bönningheim** werden Umsatzzumlenkungen i. H. von ca. 0,7 Mio. € zu erwarten sein. Dies entspricht einer moderaten Umverteilungsquote von ca. 6 %. Von den Umsatzumverteilungseffekten werden in erster Linie der Edeka-Supermarkt an der Meimsheimer Straße sowie der Rewe-Supermarkt an der Kirchheimer Straße betroffen sein. Zusammen mit dem zur Erweiterung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounter übernehmen sie eine wichtige Versorgungsfunktion in der Gesamtstadt. Gegenüber Anbietern in der Bönningheimer Innenstadt wird nur ein sehr geringer Umsatzanteil von < 0,1 Mio. € umverteilt. Hieraus resultiert eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 1 %. Bei den dort vertretenen Anbietern handelt es sich überwiegend Lebensmittelhandwerker sowie spezialisierte Fachgeschäfte, deren Sortimente sich mit dem erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter bzw. dem Drogeriefachmarkt nur in sehr geringem Umfang überschneiden.

Einkäufe der Bönningheimer Bevölkerung im Drogeriewarenbereich werden heute überwiegend in den umliegenden Kommunen (Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim)

getätigt, wo entsprechende Angebote vorhanden sind.²² Durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Bönningheim kann die bisher an diese Standorte abfließende Kaufkraft wieder zurückgeholt werden. In der Gesamtbetrachtung sind in Bönningheim damit nur begrenzte wettbewerbliche Wirkungen durch die beiden Vorhaben 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 Wettbewerbers ist in der direkten Folge des Vorhabens in Bönningheim daher nicht zu erwarten. Die ausgelösten Effekte sind damit als rein wettbewerbliche Effekte zu klassifizieren.
- Gegenüber dem Einzelhandelsstandort **Kirchheim a. N.**, welcher aufgrund des dort vorhandenen real SB-Warenhauses für die Bönningheimer Kunden einen wichtigen Einkaufsstandort darstellt, werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von ca. 3 – 4 % erwartet. Sie werden fast ausschließlich zu Lasten der Fa. real gehen. Damit sind auch in Kirchheim a. N. nur vergleichsweise niedrige wettbewerbliche Effekte durch das Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben zu erwarten, die nicht zu Betriebsaufgaben führen werden.
- Die südöstlich von Kirchheim a. N. gelegene Gemeinde **Gemmrigheim** ist aufgrund ihres Einzelhandelsangebotes (v. a. dm-Drogeriemarkt) ebenfalls partiell von Umsatzumverteilungseffekten durch die beiden Vorhaben am Standort Erligheimer Straße in Bönningheim betroffen. Gegenüber den dort vorhandenen Wettbewerbern errechnet sich eine Umverteilungsquote von ca. 3 %. Dabei werden in erster Linie die am Standort „Papierfabrik“ ansässigen Wettbewerber dm und Rewe von den Rückwirkungen tangiert. In geringerem Umfang wird der ebenfalls an der Hauptdurchgangsstraße gelegene Aldi-Markt von den Umverteilungseffekten betroffen sein. Insgesamt sind die Wirkungen auch hier als rein wettbewerbliche Effekte zu bewerten.
- Neben den Wettbewerbern in den genannten Gemeinden werden auch die Betriebe in der nördlich gelegenen Stadt **Brackenheim** von den Umsatzumverteilungswirkungen tangiert. Hier ist mit zwei Drogeriemärkten, zwei Lebensmitteldiscountern, einem Biomarkt sowie zwei Supermärkten ein breit gefächertes Angebot in den relevanten Sortimentsbereichen vorhanden. Gegenüber den dort vorhandenen Wettbewerbern errechnet sich eine Umverteilungsquote von ca. 2 %. Hierbei sind in erster Linie die in

²² In der Gemeinde Kirchheim a. N. ist kein Drogeriemarkt vorhanden. Allerdings bietet das dort ansässige real SB-Warenhaus ein umfangreiches Sortiment im Drogeriewarenbereich an.

der Innenstadt ansässigen Drogeriemärkte der Firmen Müller und dm betroffen. Aufgrund der geringen Höhe sind auch hier die Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte zu klassifizieren.

- Gegenüber den Lebensmittelmärkten in der nordöstlich gelegenen Stadt **Lauffen a. N.** wird nur ein sehr geringer Umsatzanteil des Vorhabens umverteilt. Die Umsatzumverteilungseffekte sind so niedrig, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind.
- Gegenüber weiteren Wettbewerbsstandorten, wozu u. a. **Besigheim, Bietigheim-Bissingen und Güglingen** gehören, werden ca. 0,2 – 0,3 Mio. € umverteilt. Die Umsatzumverteilungswirkungen bewegen sich auch hier auf einzelbetrieblicher Ebene auf einem so niedrigen Niveau, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind. Vor diesem Hintergrund sind auch in anderen Kommunen keine Betriebsaufgaben durch das Vorhaben in Bönningheim zu erwarten.
- Die Umsatzanteile der weiteren Randsortimente (ohne Lebensmittel, ohne Drogeriewaren) werden zu großen Teilen gegenüber den Randsortimenten in anderen Lebensmittel- und Drogeriemärkten insbesondere in Bönningheim und den umliegenden Kommunen gehen. Es ist aber auch davon auszugehen, dass ein Teil davon ebenfalls gegenüber sonstigen Anbietern in Bönningheim und Umgebung wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall daher nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch die beiden Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als wettbewerbliche Effekte einzustufen sind.

4.4 Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Vorhabens ist auf die Regelungen des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg bzw. des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg zu verweisen. In Bezug auf das Planvorhaben sind hierzu folgende Aspekte festzuhalten:

4.4.1 Raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Bönningheim unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hier 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 Stuttgart²³ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg²⁴ 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 bzw. 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 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 Verkaufsflächenausstattung liegt in der Kommune mit 399 m² VK / 1.000 EW leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 436 m² VK / 1.000 EW. Im Drogeriewarenbereich ist seit der Schließung der Schlecker-Filiale in der Innenstadt vor mehreren Jahren kein Anbieter mehr vorhanden. Drogeriewaren werden nur in den Lebensmittelmärkten verkauft. Da die beiden Vollsortimenter Edeka und Rewe mit 1.000 bzw. 1.100 m² Gesamtverkaufsfläche relativ klein sind, ist es nicht möglich, dort größere Drogerieabteilungen zu realisieren. Ein Drogeriemarkt mit einem vollumfänglichen Drogeriewarensortiment ist dagegen nicht vorhanden. Insbesondere im Drogeriewarenbereich fließt daher ein beträchtlicher Anteil der vorhandenen Kaufkraft an die Kommunen im Umland ab. Seit dem Jahr 2011 konnte die Stadt Bönningheim zudem einen Einwohnerzuwachs von ca. 11 % verbuchen.

Die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters trägt dazu bei, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim zu sichern und zukunftsfähig aufzustellen. Im Zusammenspiel mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes entsteht an der Erligheimer Straße ein moderner Versorgungsstandort, der dazu beiträgt, bisher an andere Kommunen abfließende Kaufkraft wieder an den Standort Bönningheim zu binden. Die Grundversorgung in Bönningheim könnte daher sowohl

²³ Quelle: Regionalplan Stuttgart, Kapitel 2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe.

²⁴ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.

in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht verbessert und dem in den vergangenen Jahren deutlich gewachsenen Einwohnerpotenzial Rechnung getragen werden.

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

4.4.2 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** und des geplanten **Drogeriefachmarktes** 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. 82 % des erzielten Umsatzes aus Bönningheim stammt. Ca. 11 % 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.
- Für den geplanten Drogeriefachmarkt kann festgestellt werden, dass gemäß der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ca. 69 % des prognostizierten Umsatzes aus Bönningheim stammen werden. Ca 21 % des Umsatzes fließt aus der Zone II (Erligheim) an den Standort zu. Weitere 10 % des Umsatzes werden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generiert. Der im Einzelhandelserlass genannte Schwellenwert von ca. 30 % wird damit leicht überschritten.

Zusammenfassend ist damit festzuhalten, dass das Kongruenzgebot im Falle des Lidl-Lebensmitteldiscounters eingehalten wird.

Für den geplanten Drogeriemarkt wird das Kongruenzgebot bei 800 m² VK nicht eingehalten. Mit einer Verkleinerung der Verkaufsfläche auf max. 700 m² könnten die Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Stadt Bönningheim reduziert und der relative Umsatzanteil der Bönningheimer Bevölkerung erhöht werden.

4.4.3 Integrationsgebot

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 gebietsscharf die Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten 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 aus-

gewiesen 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 des Marktes von derzeit 1.100 m² auf ca. 1.500 m² VK wird der Markt zukunftsfähig aufgestellt und die Grundversorgung der Bevölkerung in Bönningheim in der mittel- und langfristigen Perspektive gesichert. Mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes könnte ein Nahversorgungsstandort für die Gesamtstadt geschaffen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Projektstandort aufgrund seiner Distanz zur Innenstadt bzw. zu den Wohngebieten nicht optimal integriert ist. Dennoch können der zur Erweiterung vorgesehene Lebensmitteldiscounter sowie der geplanten Drogeriemarkt 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. Darüber hinaus könnte mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Umfeld des Lidl-Marktes ein Nahversorgungsstandort geschaffen werden, der dazu beiträgt, Einkaufsverkehre zu bündeln und den Ausstoß klimaschädlicher Gase zu reduzieren.

4.4.4 Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot 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 Beeinträchtigungsverbot es ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

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

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

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

Basierend auf der derzeitigen Versorgungssituation in Bönningheim und den Angebotsstrukturen im Umland sowie den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des **Beeinträchtigungsverbot es** wie folgt bewerten:

- Für die Stadt **Bönningheim** ist die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters auf ca. 1.500 m² Verkaufsfläche und die Ansiedlung eines Drogeriemarktes positiv zu bewerten. Die beiden Vorhaben können dazu beitragen, die Versorgungssituation in der Stadt deutlich zu verbessern bzw. in der mittel- bis langfristigen Perspektive zukunftsfähig aufzustellen. Zwar gibt es mit den beiden Supermärkten (Edeka, Rewe) bereits etablierte und gut frequentierte Versorgungsstrukturen, diese sind jedoch weder discountorientiert noch bieten sie ein vollumfängliches Drogeriewarensortiment an. Sie

schaffen es nicht, das Kaufkraftpotenzial der Wohnbevölkerung in Bönningheim in ausreichendem Maß zu binden. V. a. im Drogeriewarenssegment fließt Kaufkraft bisher in großem Umfang an Standorte außerhalb der Stadt ab. Mit der Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes sowie der Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters würden sich diese Aspekte nachweislich verbessern.

- Gegenüber Wettbewerbern in Bönningheim errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von insgesamt max. 6 %. Gegenüber den in der Innenstadt ansässigen Wettbewerbsbetrieben liegt die Umsatzumverteilungsquote mit max. 1 % in einem sehr niedrigen Bereich. Somit resultieren aus dem Vorhaben lediglich wettbewerbliche Effekte. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches in Bönningheim sowie die verbrauchernahe Versorgung sind damit auszuschließen.
- In den Umlandkommunen bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte ebenfalls auf einem niedrigen Niveau und deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwertes, ab dem mit städtebaulichen Wirkungen zu rechnen ist. Der höchste Wert wird hierbei mit ca. 4 % im benachbarten **Erligheim** erreicht. In den anderen Kommunen (Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim, Lauffen a. N.) liegen die durch die beiden Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bei max. 3 – 4 %. Sie sind als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen, welche zu keinen städtebaulichen Rückwirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbot führen werden. Die verbrauchernahe Versorgung bzw. die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche werden durch die geplanten Vorhaben in Bönningheim und in den genannten Kommunen nicht gefährdet.
- Die durch die Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Bereich der **Randsortimente** werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen, da sich diese auf zahlreiche unterschiedliche Betriebe verteilen und in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden. Auch hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbot auszuschließen.

Städtebauliche Auswirkungen und eine damit verbundene Schwächung der Ortskerne in den Umlandkommunen werden durch die beiden Vorhaben nicht ausgelöst. Vielmehr wird die Nahversorgung in Bönningheim gestärkt und langfristig gesichert. Umsatzverluste bei Anbietern in den benachbarten Kommunen sind als reinwettbewerbliche Effekte zu klassifizieren und führen zu keinen städtebaulichen Rückwirkungen.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters und die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Bönningheim die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden. **Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.**

VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes

Der Regionalplan Stuttgart²⁵ legt in Bezug auf Agglomerationen von Einzelhandelbetrieben als wesentliche Kriterien fest:

2.4.3.2.8 (Z) Räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben (Agglomeration)

- (1) Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Ortskernen aller Gemeinden zulässig. Wird ein Bauleitplan aufgestellt oder geändert, dessen Geltungsbereich den Ortskern ganz oder teilweise erfasst, so darf die hiernach zulässige Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben keine schädlichen, überörtlichen Wirkungen entfalten, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne. Ansonsten gelten für Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben die Plansätze 2.4.3.2.2 (Z) bis 2.4.3.2.6 (Z) entsprechend.
- (2) Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entsteht, wenn räumlich nahe beieinander liegend mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden, zu einem bestehenden Einzelhandelsbetrieb ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden, so dass die Summe der Verkaufsflächen der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe größer als 800 m² ist. Räumlich nahe beieinander liegen Einzelhandelsbetriebe, wenn die Luftlinie zwischen den Gebäudezugängen nicht länger als 150 m ist.

Im Falle der zur Erweiterung bzw. Ansiedlung vorgesehenen Nahversorgungsmärkte (Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt) an der Erligheimer Straße in Bönningheim handelt es sich eindeutig um eine Einzelhandelsagglomeration i. S. des Plansatzes 2.4.3.2.8 des Regionalplans Verband Region Stuttgart. Zum aktuellen Zeitpunkt liegen noch keine Planskizzen vor, aus denen hervorgeht, wie der Drogeriemarkt angeordnet sein wird. Aufgrund der Nachbarschaft der beiden Betriebe ist jedoch mit Sicherheit davon auszugehen, dass die Distanz zwischen den beiden Eingangsbereichen weniger als 150 m beträgt.

Bei den zu untersuchenden Betrieben handelt es sich um Anbieter aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), so dass Kundenaustauschbeziehungen zwischen den drei Betrieben wahrscheinlich sind. Die beiden Märkte bilden damit einen räumlich-funktionalen Zusammenhang und sind aus diesem Grund als Agglomeration anzusehen. Daraufhin sind das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot für die Agglomeration insgesamt zu prüfen.

²⁵ Vgl. Regionalplan Stuttgart (2009), Kapitel 2.4.3.2.8 (Z).

Mit Bezug auf das **Kongruenzgebot** ist darauf hinzuweisen, dass ein möglicherweise erhöhter Anteil an Kundenzuführungseffekten bereits bei der Umsatzprognose berücksichtigt wurde. Insgesamt ist festzustellen, dass die beiden Märkte eine überwiegend lokale Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung in Bönningheim entfalten werden. Mit Bezug auf den Lebensmitteldiscounter liegen die Umsatzzuflüsse von außerhalb der Stadt Bönningheim bei ca. 17 %. Das Kongruenzgebot wird in diesem Fall eingehalten.

Im Hinblick auf den Drogeriefachmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² erreichen die Umsatzzuflüsse von außerhalb der Standortgemeinde einen Wert leicht über 30 %. Eine Verkleinerung der Verkaufsfläche auf max. 700 m² könnte jedoch den Umsatzzufluss von außerhalb reduzieren und den Umsatzanteil der Bönningheimer Kunden auf 70 % erhöhen, so dass das Kongruenzgebot dann eingehalten werden könnte.

Das **Beeinträchtungsverbot** wird durch die geplanten Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben nicht verletzt. Schädliche Auswirkungen i. S. von Betriebsschließungen, die aus der direkten Folge der beiden Vorhaben resultieren, sind nicht zu erwarten. Die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes sowie die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Bönningheim wird durch damit verbundene Kaufkraftrückholeffekte nicht zu schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die Nahversorgungsfunktion in Bönningheim sowie im Untersuchungsraum führen.

VII. Zusammenfassung

Bewertung der Nahversorgungssituation in Bönningheim	
Bestandsdaten	/// 22 Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten /// rd. 4.015 m² VK /// ca. 16,4 Mio. € Umsatzleistung im Nahrungs- und Genussmittelbereich /// 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, Getränkemärkte, Hofläden, Mühlenladen und Weingüter /// Im Drogeriewarenbereich ist seit der Insolvenz der Fa. Schlecker kein Anbieter mehr vorhanden
Quantitative Bewertung	/// leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich: rd. 399 m² VK / 1.000 EW
Qualitative Bewertung	/// Konzentration der bestehenden Nahversorgungsangebote auf den Hauptort Bönningheim /// Positionierung der drei Lebensmittelmärkte am nördlichen, östlichen und südlichen Stadtausgang ermöglicht eine wohngebietsnahe Versorgung der Bevölkerung in der Bönningheimer Kernstadt. /// ausgeglichene Betriebstypenstruktur vorhanden (zwei Lebensmittelvollsortimenter, ein Lebensmitteldiscounter) /// Edeka und Lidl verfügen über ein modernes Erscheinungsbild, Rewe weist einen deutlichen Modernisierungsbedarf auf /// beide Lebensmittelvollsortimenter (Edeka, Rewe) verfügen über eine für diesen Betriebstyp leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung /// kleinteilige Anbieter in der Innenstadt vorhanden /// insgesamt gute Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Bönningheim /// keine Nahversorgung in den Stadtteilen Hohenstein und Hofen vorhanden /// kein Anbieter im Drogeriewarenbereich vorhanden; Drogeriewaren werden ausschließlich in den drei Lebensmittelmärkten angeboten /// deutliche Kaufkraftabflüsse v. a. im Drogeriewarenbereich in die benachbarten Kommunen
Entwicklungspotenzial im Lebensmittel- und Drogeriewarensegment	/// Sicherung der wohngebietsnahen Versorgungsstruktur durch die drei Lebensmittelmärkte /// Modernisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte (maßvolle Verkaufsflächenerweiterung, Optimierung des Marktauftrittes, Erhöhung der Kundenfreundlichkeit) /// Etablierung eines Drogeriemarktes
Zwischenfazit	Die Entwicklungspotenziale in Bönningheim sollten dazu genutzt werden, die drei vorhandenen Standorte (Edeka, Rewe, Lidl) zu modernisieren und damit langfristig zu sichern. Auch der fehlende Drogeriemarkt sollte in Standortkombination zu einem der drei bestehenden Lebensmittelmärkte realisiert werden. Bedarf für einen vierten Nahversorgungsstandort besteht hingegen nicht.

Zusammenfassende Bewertung der potenziellen Erweiterung des Lidl-Marktes und Ansiedlung eines Drogeriemarktes

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	/// Erweiterung des bestehenden Lidl-Lebensmitteldiscounters von derzeit ca. 1.100 m² auf ca. 1.500 m² /// Planstandort für den Drogeriemarkt (Rossmann) im unmittelbaren Umfeld des Lidl-Marktes (Teil des Ziegelwerkes Schmid)
Rechtsrahmen und Untersuchung	/// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Bönningheim	/// Stadt Bönningheim /// ca. 8.015 Einwohner /// zentralörtliche Funktion eines Kleinzentrums. Hauptort Bönningheim und ländlich geprägte Stadtteile Hohenstein und Hofen
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	/// Das Einzugsgebiet beider Vorhaben erstreckt sich auf die Stadt Bönningheim (Zone I) sowie die südlich gelegene Gemeinde Erligheim (Zone II) /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ▪ Zone I: ca. 8.015 Personen ▪ Zone II: ca. 2.915 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor ▪ Zone I: ca. 17,9 Mio. € ▪ Zone II: ca. 6,9 Mio. € /// Kaufkraftpotenzial im Drogeriewarenbereich ▪ Zone I: ca. 3,6 Mio. € ▪ Zone II: ca. 1,4 Mio. €
Umsatzerwartung	/// Lidl-Lebensmitteldiscounter (erweitert): ▪ Gesamtumsatzleistung bei rd. 1.500 m² VK: ca. 8,4 – 8,5 Mio. €, davon ca. 6,6 Mio. € im Lebensmittelbereich, ca. 0,6 – 0,7 Mio. € im Drogeriewarenbereich und ca. 1,0 Mio. € im Bereich der sonstigen Randsortimente /// Drogeriefachmarkt: ▪ Gesamtumsatzleistung bei rd. 800 m² VK: ca. 2,9 Mio. €, davon ca. 2,3 – 2,4 Mio. € im Drogeriewarenbereich, ca. 0,3 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € im Bereich der sonstigen Randsortimente

Umsatzumverteilungseffekte

- /// **Bönningheim:** Gegenüber den projektrelevanten Wettbewerbern in Bönningheim errechnet sich eine durchschnittliche Umverteilungsquote von ca. 6 %. Die Umsatzumverteilungswirkungen betreffen in erster Linie die beiden anderen Lebensmittelmärkte (Edeka, Rewe)
- /// **Umland:** Die höchste Umsatzumverteilungsquote wird mit 4 % im benachbarten Erligheim erreicht. In den anderen Kommunen (Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim, Lauffen a. N.) bewegen sich die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bei max. 3 – 4 % und sind damit als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen.

Raumordnerische Bewertungskriterien

raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot	Die Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich zeigt, dass in Bönningheim ein leicht unterdurchschnittlicher Wert erreicht wird. Im Drogeriewarenbereich ist seit der Schließung der Schlecker-Filiale in der Innenstadt kein Anbieter mehr vorhanden. Ein beträchtlicher Anteil der vorhandenen Kaufkraft insbesondere im Drogeriewarenbereich fließt derzeit an umliegende Kommunen ab. Bei der Bewertung der Angebotssituation ist zudem zu berücksichtigen, dass Bönningheim in den vergangenen Jahren einen deutlichen Einwohnerzuwachs verbuchen konnte. Die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters trägt dazu bei, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in Bönningheim zu sichern und zukunftsfähig aufzustellen. Im Zusammenspiel mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes kann ein moderner Versorgungsstandort etabliert werden und bisher an andere Kommunen abfließende Kaufkraft wieder an den Standort Bönningheim zurückgeholt werden. Die Grundversorgung in Bönningheim könnte durch die beiden Vorhaben sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht verbessert und dem in den vergangenen Jahren deutlich gewachsenen Einwohnerpotenzial Rechnung getragen werden. Das Konzentrationsgebot wird damit erfüllt.
Integrationsgebot	Der Standort für den zur Erweiterung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounter und den zur Ansiedlung vorgesehenen Drogeriemarkt 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 gemeinsam Fuß- und Radweg ist der Standort in das örtliche Fuß- und Radwegenetz eingebunden. Eine Fußgängerinsel erleichtert die Überquerung der Erligheimer Straße. Derzeit ist der Standort nicht an das Netz des ÖPNV angebunden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Projektstandort aufgrund seiner Distanz zur Innenstadt bzw. zu den Wohngebieten nicht optimal integriert ist. Dennoch können der zur Erweiterung vorgesehene Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie der geplante Drogeriemarkt 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. Die Ansiedlung des Drogeriemarktes im Umfeld des Lebensmittelmarktes trägt dazu bei, Einkaufsverkehre zu bündeln und den Ausstoß klimaschädlicher Gase zu reduzieren.
Kongruenzgebot	Mit Bezug auf den erweiterten Lebensmitteldiscounter ist festzuhalten, dass ca. 82 % des generierten Umsatzes aus Bönningheim selbst stammen. Ca. 11 % des Umsatzes fließt aus der Zone II (Erligheim) an den Standort zu. Ein kleiner Teil von ca. 7 % des Umsatzes wird mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes generiert. Das Kongruenzgebot wird somit für den erweiterten Lebensmitteldiscounter erfüllt. Im Hinblick auf den Drogeriemarkt mit 800 m² VK ist festzustellen, dass ca. 69 % des perspektivischen Umsatzes aus der Stadt Bönningheim stammen. 31 % des Umsatzes fließen von außerhalb der Stadt an den Standort zu. Der im Einzelhandels-erlass genannte Schwellenwert von ca. 30 % wird damit überschritten. Das Kongruenzgebot wird für den Drogeriemarkt derzeit nicht eingehalten. Mit einer Verkleinerung der Verkaufsfläche auf 700 m² könnten die Kaufkraftzuflüsse von außerhalb Bönningheims reduziert und der Umsatzanteil der Bönningheimer Bevölkerung erhöht werden. Die Verkaufsfläche des Drogeriemarktes sollte daher 700 m² nicht überschreiten.

Raumordnerische Bewertungskriterien

Beeinträchtigungsverbot	Gegenüber Wettbewerbern in Bönningheim errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von max. 6 %. Gegenüber den in der Innenstadt ansässigen Anbietern liegt die Quote bei max. 1 % und damit in einem sehr 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 mit ca. 4 % im benachbarten Erlligheim erreicht. In den anderen Kommunen (Kirchheim a. N., Gemmrigheim, Brackenheim, Lauffen a. N.) liegen die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bei max. 3 – 4 %. Insgesamt sind die aus den beiden Vorhaben resultierenden Umsatzumverteilungseffekte als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen, welche zu keinen städtebaulichen Rückwirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes führen werden. Die verbrauchernahe Versorgung bzw. die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird durch die geplanten Vorhaben in Bönningheim und in den genannten Kommunen nicht gefährdet. Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.
Agglomerationsgebot	Der Standort stellt eine Einzelhandelsagglomeration nach Plansatz 2.4.3.2.8 des Regionalverbandes Stuttgart dar. Im Rahmen der Marktanteilsbetrachtung und den Berechnungen der Umsatzumverteilung wurden die aus dem Standortverbund resultierenden Kundenzuführungseffekte bereits berücksichtigt. Im Gesamtergebnis kann jedoch festgehalten werden, dass das Kongruenzgebot für den erweiterten Lebensmitteldiscounter eingehalten wird. Im Hinblick auf den Drogeriefachmarkt ist eine Begrenzung auf 700 m² VK erforderlich. Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die beiden geplanten Ansiedlungsvorhaben hingegen nicht verletzt.

GMA-Zusammenstellung 2020

Verzeichnis	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Stadt Bönningheim und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	14
Karte 2: Siedlungsstrukturelle Gliederung der Stadt Bönningheim	15
Karte 3: Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Bönningheim	19
Karte 4: Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsstrukturen im Umland	23
Karte 5: Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte in Bönningheim	27
Karte 6: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen	33
Karte 7: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters und des geplanten Drogeriemarktes in Bönningheim	36
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	9
Tabelle 2: Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland	11
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung 2011 – 2018 im regionalen Vergleich	13
Tabelle 4: Versorgungsstrukturen in der Stadt Bönningheim differenziert nach Lagen (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)	17
Tabelle 5: Hauptwettbewerber im Umland (Auswahl)	22
Tabelle 6: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum	25
Tabelle 7: Projektrelevante Kaufkraftpotenziale	38
Tabelle 8: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (für einen Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.500 m ² VK)	38
Tabelle 9: Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes für einen Rossmann-Drogeriemarkt (Rossmann) mit max. 800 m ² VK	39
Tabelle 10: Umsatzumverteilungen durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters und die Ansiedlung des Rossmann-Drogeriemarktes in Bönningheim (Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)	42

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Facetten der Nahversorgung	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018	7
Abbildung 3:	Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017	10

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Nördlicher Abschnitt der Hauptstraße (Blick Richtung Süden)	20
Foto 2:	Kreuzungsbereich Hauptstraße / Michaelsberger Straße / Kirchstraße	20
Foto 3:	Südlicher Abschnitt der Hauptstraße (Blick Richtung Norden)	20
Foto 4:	Gastronomiebetrieb im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Schlossstraße	20
Foto 5:	Schloss Bönningheim	20
Foto 6:	Edeka-Markt an der Meimsheimer Straße	20
Foto 7:	Rewe-Markt an der Kirchheimer Straße	20
Foto 8:	Lidl-Markt an der Erligheimer Straße	20
Foto 9:	Planstandort auf dem Gelände der Ziegelei Schmid	32
Foto 10:	Ziegelwerk Schmid	32
Foto 11:	Zur Erweiterung vorgesehener Lidl-Markt an der Erligheimer Straße	32
Foto 12:	Fuß- und Radweg entlang der Erligheimer Straße	32
Foto 13:	Überweg im Kreuzungsbereiche Erligheimer Straße / Zufahrt Lidl	32