Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters in Bad Liebenzell, Pforzheimer Straße

AUFTRAGGEBER: Rolf Hinderer GmbH & Co. KG, Nagold

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

Ludwigsburg , den 20.01.2022

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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 im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments 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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen 4
1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen 4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben 5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel 6
4. Vorhabenbeschreibung 8
II. Raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot 11
1. Makrostandort Bad Liebenzell 11
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben 15
3. Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel 15
3.1 Versorgungsstrukturen in Bad Liebenzell 15
3.2 Versorgungsstrukturen im Umland 18
4. Bewertung des Konzentrationsgebotes 20
III. Integrationsgebot 21
1. Mikrostandort „Pforzheimer Straße 52“ 21
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben 23
3. Bewertung des Integrationsgebotes 24
IV. Kongruenzgebot 26
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft 26
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet 29
3. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt 29
4. Rechtliche Vorgaben 31
5. Bewertung des Kongruenzgebotes 31
V. Beeinträchtigungsverbot 32
1. Methodik der Umsatzumverteilungsberechnung 32
2. Umsatzumverteilungen 32
3. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung 34
VI. Zusammenfassung 37

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Rahmenbedingungen

Im Dezember 2021 erteilte die Rolf Hinderer GmbH & Co. KG aus Nagold der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur gutachterlichen Bewertung der geplanten Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters in Bad Liebenzell.

Die Planungen sehen vor, den bestehenden Netto-Markt an der Pforzheimer Straße 52 mit aktuell ca. 757 m² Verkaufsfläche auf ca. 965 m² Verkaufsfläche (jeweils inkl. Backshop) zu erweitern.

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

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

- Darstellung des Rechtsrahmens
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Bad Liebenzell sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes an der Pforzheimer Straße 52
- Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Lebensmitteldiscounter und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Lebensmittelbereich in der Stadt Bad Liebenzell und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Nordschwarzwald 2015
  - Konzentrationsgebot
  - Integrationsgebot
  - Kongruenzgebot
  - Beeinträchtigungsverbot.

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

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung[1] aus:

> *„1. Einkaufszentren,*
>
> *2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
>
> *3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
>
> *sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutz-gesetzes 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 965 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 965 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 965 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

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

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

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

---

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

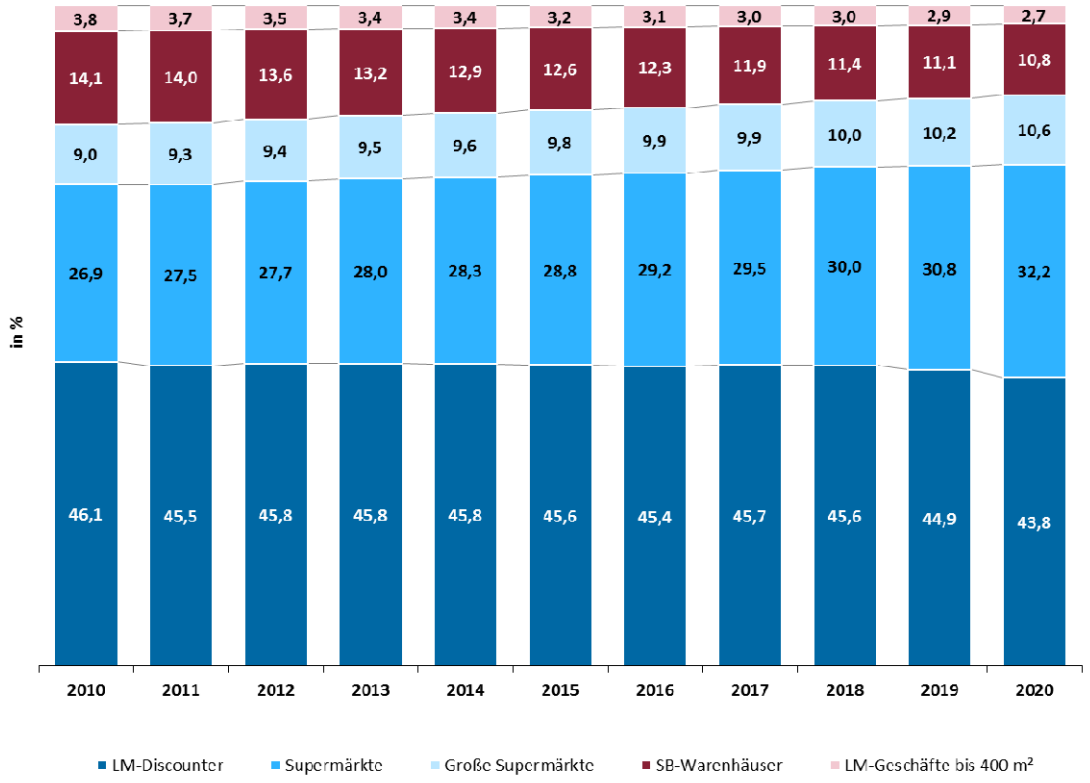
2 Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 1.000 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 1.000 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

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

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2021, GMA-Darstellung 2022

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

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

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment[4] anbietet.

LEH-Fachgeschäft

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

Convenience Store

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

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.100 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II[5] führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

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

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

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

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 793 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	**2.295**	**100**	**11.830**	**100**	**25.005**	**100**

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: Handelsdaten aktuell 2021

4. Vorhabenbeschreibung

Bei dem Planobjekt in der Stadt Bad Liebenzell handelt es sich um eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Netto. Der bestehende Markt am Standort „Pforzheimer Straße 52“ mit rd. 757 m² VK soll auf künftig ca. 965 m² VK (jeweils inkl. Bäckerei) erweitert werden. Die Vergrößerung der Verkaufsfläche soll im westlichen und z. T. im nördlichen Bereich des Marktes erfolgen. Dabei ist die Überbauung von mehreren Kundenstellplätzen vorgesehen (vgl. Karte 1).

Insgesamt soll die Erweiterung der Verkaufsfläche v. a. der Schaffung großzügigerer Verkehrs- und Gangflächen dienen. Damit wird die Kundenfreundlichkeit des Marktes erhöht, sodass ein an die demografische Entwicklung angepasstes, alten- und behindertengerechtes Verkaufsgebäude entsteht. So wächst beispielsweise die durchschnittliche Gangbreite innerhalb des Marktes deutlich an; auch die Regalierungshöhe wird verringert und kundenfreundlich gestaltet.

Hinzu kommt der Wunsch nach einer optimierten Warenpräsentation und -logistik um die Lieferintervalle zu reduzieren und die Arbeitsabläufe für das Personal erheblich zu reduzieren (durch Verringerung von Einräumvorgängen in die Regale). Letztlich bedeutet die Vergrößerung des Verkaufsraums auch eine Umwandlung von Lagerflächen in Verkaufsflächen.

Netto-Märkte sind Filialbetriebe; die Gründe für ihren wirtschaftlichen Erfolg und ihre hohe Kundenakzeptanz liegen in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. So ist mit der Verkaufsflächenerweiterung auch keine Sortimentsveränderung oder Ausweitung verbunden. Insofern handelt es sich auch bei dem zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Markt in Bad Liebenzell um eine für den Anbieter typische Filiale.

Der Anbieter Netto offeriert eine für Lebensmitteldiscounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, teilweise Fleischtheke, Frischeabteilung) und einen hohen Anteil an Handelsmarken (ca. 60 %). Ergänzt wird das Angebot zumeist durch eine Bäckereifiliale. Mit diesem Konzept profiliert sich Netto v. a. im ländlichen Raum. Als sog. Softdiscounter führt Netto rd. 5.000 Standardartikel (davon über 2.100 Markenprodukte) und liegt damit an der Spitze der Discounter.[6]

[6] Quelle: https://www.netto-online.de; abgerufen am 11.01.2022.

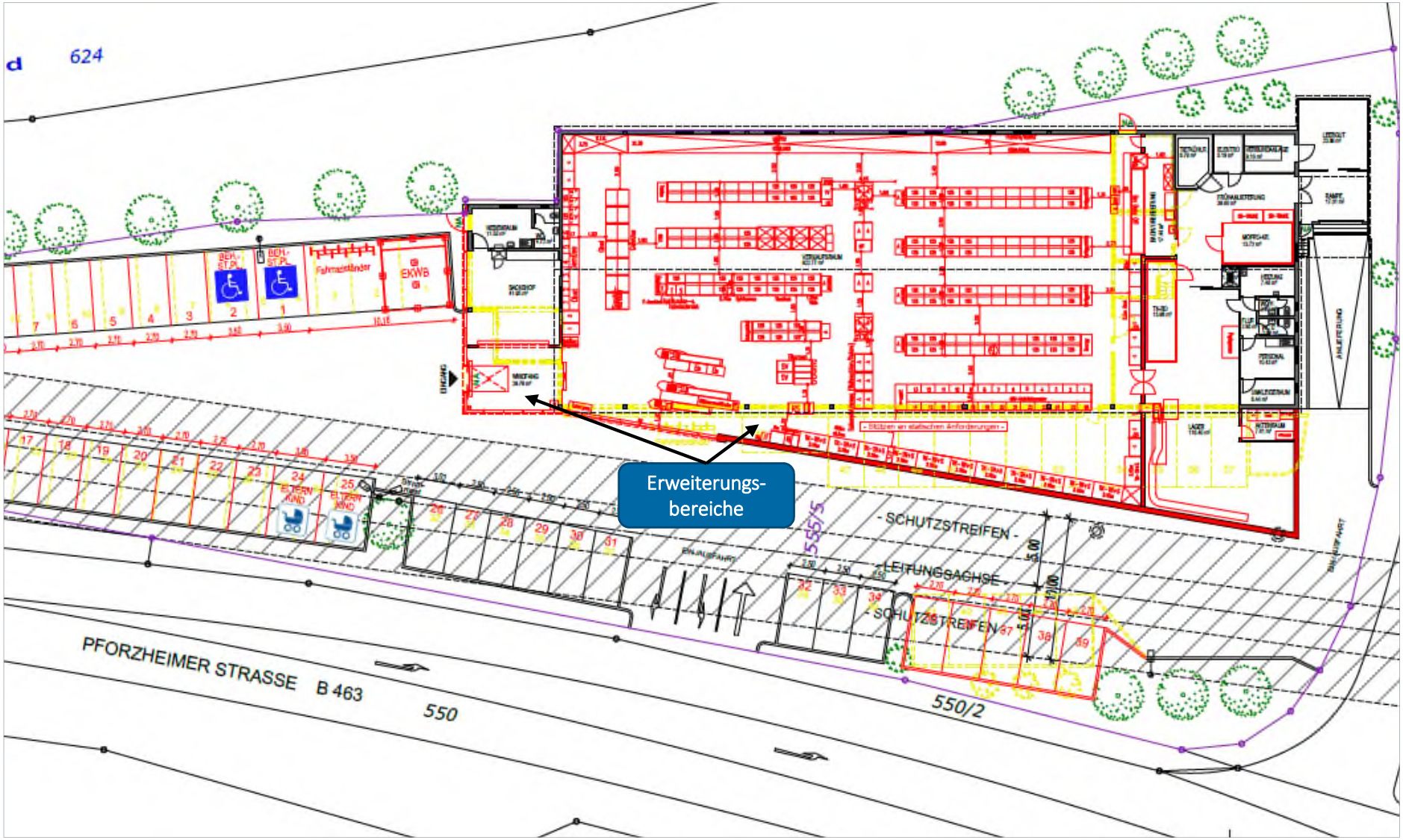
Damit weist Netto bereits Merkmale eines Supermarktes auf. Die Koppelung mit einer Bäckereifiliale trägt ebenfalls zur für einen Lebensmitteldiscounter überdurchschnittlich hohen Nahversorgungsfunktion bei. Die durchschnittliche Größe einer Netto-Filiale beträgt rd. 802 m² Verkaufsfläche.[7] Der Durchschnittsumsatz liegt bei ca. 3,7 Mio. €.[8] Der Umsatzschwerpunkt liegt mit ca. 87 % eindeutig im Nahrungs- und Genussmittelsegment.[9]

7 Neue Netto-Märkte werden jedoch generell oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (ca. 800 m² VK) projektiert, sofern der Backshop mitgerechnet wird.

8 Hahn Retail Real Estate Report 2020 / 2021, Angaben für 2021.

9 Nach Recherchen der BBE Handelsberatung entfällt beim Anbieter Netto ein Umsatzanteil von ca. 13 % auf Nonfood I- und -II-Artikel. Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Einordnung von Netto in die Betriebstypensystematik des Einzelhandels, S. 13/14., München, 2013.

Karte 1: Planskizze (Ausschnitt) des zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Marktes in Bad Liebenzell



Quelle: Architekt Friedrich Großmann, Egenhausen; GMA-Bearbeitung 2022

II. Raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Bad Liebenzell

Die Bade- und Kurstadt Bad Liebenzell (LK Calw) zählt rd. 9.670 Einwohner[10] und ist gemäß Regionalplanung dem Mittelbereich Calw zugeordnet.[11] Bad Liebenzell selbst ist die Funktion eines Kleinzentrums zugewiesen (vgl. Karte 2). Damit kommt der Kommune vorrangig die Versorgungsfunktion im Bereich der wohnortnahen Grundversorgung (= Nahversorgung) ihres Verflechtungsbereiches zu[12]. Die Stadt liegt auf der überregional bedeutsamen Entwicklungsachse Pforzheim – Bad Liebenzell – Calw – Bad Teinach-Zavelstein/Neubulach – Wildberg – Nagold – Horb.

Die **Siedlungsstruktur** von Bad Liebenzell wird geprägt durch die im Tal der Nagold gelegene Kernstadt sowie die sechs Höhenstadtteile Beinberg, Maisenbach-Zainen, Monakam, Möttlingen, Unterhaugstett und Unterlengenhardt, die auf den Hochflächen östlich und westlich des Nagoldtales gelegen sind (vgl. Karte 3). In der Kernstadt beeinflussen die topografischen Verhältnisse des Nagoldtales mit seinen Steilhängen maßgeblich die Siedlungsstruktur. Der Siedlungskörper der Kernstadt wird durch die Nagold sowie die der Nagold folgende Bahnlinie Pforzheim – Horb a. N. gegliedert.

In den vergangenen Jahren konnte Bad Liebenzell eine sehr positive Einwohnerentwicklung verzeichnen. Seit 2011 ist die Einwohnerzahl um 981 Personen bzw. 11,3 % gestiegen. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung deutlich über dem Durchschnitt des Landkreises Calw des Umlandes (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in der Region

Daten	Einwohner		Entwicklung 2011 - 2021	
	2011	2021	abs.	in %
Bad Liebenzell	**8.686**	**9.667**	**981**	**11,3**
Unterreichenbach	2.256	2.439	183	8,1
Schömberg	7.897	8.081	184	2,3
Neuhausen (Enzkreis)	5.212	5.220	8	0,2
Althengstett	7.772	7.886	114	1,5
Weil der Stadt (Landkreis Böblingen)	18.303	19.100	797	4,4
Calw	22.057	23.746	1.689	7,7
LK Calw	**151.131**	**160.471**	**9.340**	**6,2**
Baden-Württemberg	**10.493.076**	**11.110.295**	**617.219**	**5,9**

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.06.

10 Quelle Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2021.

11 Quelle: Regionalplan 2015 Nordschwarzwald.

12 Gemäß Regionalplan 2015 Nordschwarzwald ist die Gemeinde Unterreichenbach dem Nahbereich des Kleinzentrums Bad Liebenzell zugeordnet.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Bad Liebenzell für den motorisierten Individualverkehr ist als gut einzustufen. Über die Bundesstraße B 463 (Pforzheim – Horb a. N.), welche die Kernstadt entlang der Nagold durchquert, ist eine schnelle Anbindung an das regionale Verkehrsnetz sichergestellt. Weitere Landes- und Kreisstraßen binden die Höhenstadtteile an die Kernstadt an. Ein Anschluss an den **öffentlichen Nahverkehr** erfolgt über die Nagoldtalbahn, welche im Nordschwarzwald zwischen Pforzheim und Hochdorf (bei Horb a. N.) verkehrt. Darüber hinaus besteht Anschluss an einige lokale und regionale Busverbindungen der Verkehrsgesellschaft Bäderkreis Calw (VGC).

Im Jahr 2020 waren in Bad Liebenzell **ca. 2.234 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort[13] registriert, davon ca. 17 % im produzierenden Gewerbe, 33 % in Handel, Verkehr und Gastgewerbe sowie 50 % im Bereich der sonstigen Dienstleistungen. Im Vergleich zum Landkreis Calw ist der Bereich der sonstigen Dienstleistungen überdurchschnittlich ausgeprägt (LK Calw: ca. 35 % im produzierenden Gewerbe, ca. 25 % in Handel, Verkehr und Gastgewerbe, ca. 40 % bei sonstigen Dienstleistungen). Für Bad Liebenzell ist ein negativer Pendlersaldo von -1.645 Personen festzuhalten. Den rd. 1.404 Einpendlern standen rd. 3.049 Auspendler gegenüber. Bad Liebenzell zeichnet sich allerdings durch seine naturräumliche Lage im Nordschwarzwald als Tourismusziel sowie als Kur- und Badestadt aus (rd. 169.600 Übernachtungen im Jahr 2019[14]).

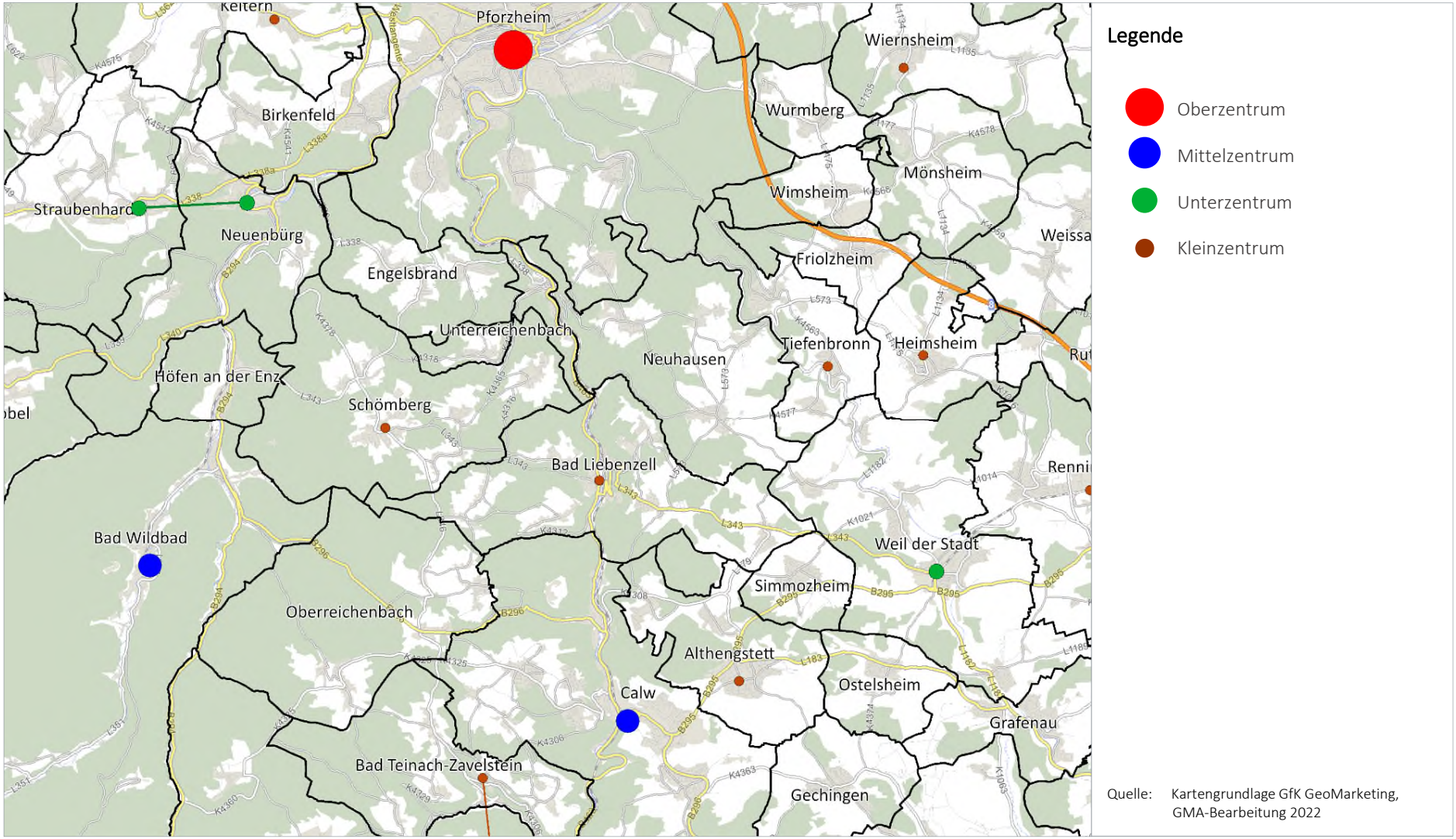
Die **Einzelhandelsstruktur** in Bad Liebenzell ist wie folgt zu charakterisieren:

- Die **innerörtliche Haupteinkaufslage** von Bad Liebenzell konzentriert sich entlang der Wilhelmstraße / Hugo-Mäulen-Straße / Kurhausdamm sowie der Bahnhofstraße. Hier ist die höchste Einzelhandelskonzentration, bestehend aus einem Mix aus kleinteiligem Einzelhandel des kurz- und mittelfristigen, sowie ausschnittsweise aus dem langfristigen Bedarfsbereich, festzuhalten. Die Dr.-Mertz-Promenade wurde als Fußgängerzone ausgewiesen. Das Einzelhandelsangebot wird ergänzt durch öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Kurhaus), Gastronomiebetriebe und Dienstleistungseinrichtungen (v. a. Ärzte), die auf die örtlichen Kurgäste ausgerichtet sind.
- Als wesentliche **Träger der Nahversorgung** sind die Lebensmitteldiscounter Netto und Lidl zu nennen. In den Höhenstadtteilen tragen z. T. Betriebe des Lebensmittelhandwerks bzw. Hofläden / Dorfläden zur Grundversorgung der Bevölkerung bei (u. a. Dorfladen Rathfelder in Unterlengenhardt).

13 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stichtag: 30.06.2020.

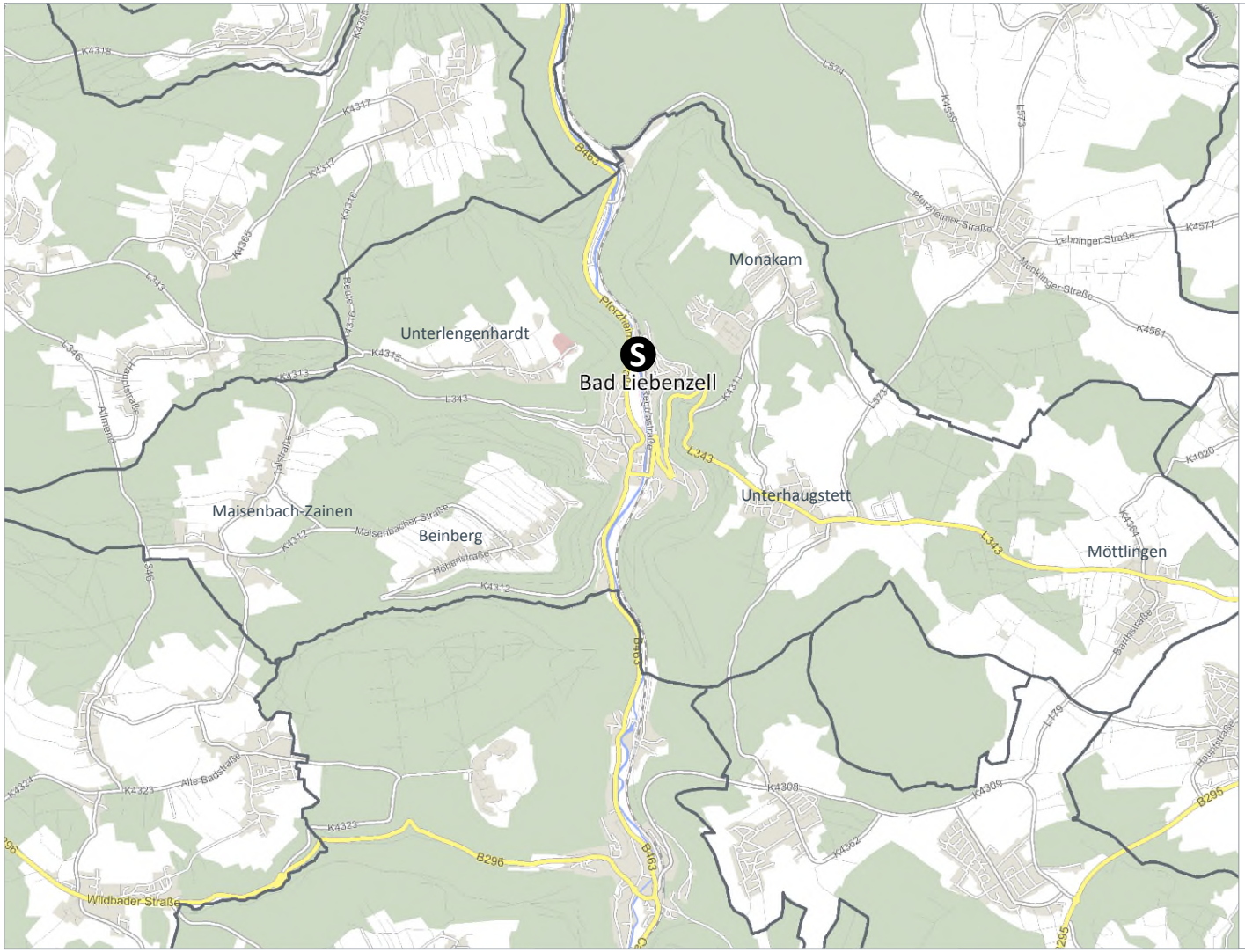
14 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Beherbergung im Reiseverkehr, Stand: Juli 2019.

Karte 2: Lage der Stadt Bad Liebenzell und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

Karte 3: Siedlungsstruktur der Stadt Bad Liebenzell



Legende

S Projektstandort

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

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

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des LEP 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 2015 Nordschwarzwald[15] und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg[16] wird die o. g. Regelung aufgegriffen.

Da der Stadt Bad Liebenzell die zentralörtliche Funktion eines Kleinzentrums zukommt, ist großflächiger Einzelhandel hier zunächst nicht vorgesehen, es sei denn, eines der beiden oben abweichenden Kriterien wird erfüllt. Die Stadt Bad Liebenzell liegt weder im Verdichtungsraum noch ist sie mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren siedlungsräumlich zusammengewachsen, sodass nur die Sicherung der Grundversorgung unter den speziellen raumstrukturellen Gegebenheiten zur Begründung herangezogen werden kann. Daher sind zunächst die bestehenden Versorgungsstrukturen in der Stadt Bad Liebenzell zu analysieren.

3. Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Bewertung der Versorgungsstrukturen in Bad Liebenzell und im Umland wurde von der GMA eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

3.1 Versorgungsstrukturen in Bad Liebenzell

In Bad Liebenzell wird die Versorgungsfunktion im Lebensmittelbereich insbesondere durch die bestehenden Märkte Lidl und Netto sichergestellt. Ein Angebot im Vollsortimentsbereich ist aktuell nicht vorhanden. Die beiden Anbieter lassen sich wie folgt charakterisieren:

15 Quelle: Regionalplan 2015 Nordschwarzwald, Kapitel 2.9 Einzelhandelsgroßprojekte.

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

- **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, Pforzheimer Straße, ca. 1.200 m ² VK, der Markt wurde vor kurzem erweitert, im Standortverbund mit Bäckerei Pfrommer bzw. Metzgerei Holzinger, zentrale Lage in der Kernstadt Bad Liebenzell, gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Pforzheimer Straße / B 463, ausreichendes Stellplatzangebot, ÖPNV-Anschluss im direkten Umfeld.

- **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Pforzheimer Straße, ca. 757 m² VK[17], Bäckerei Sehne im Vorkassenbereich, Standort am nördlichen Stadtausgang, gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Pforzheimer Straße / B 463, ausreichende Stellplatzkapazität, fußläufig erschließbares Einzugsgebiet v. a. für Teilbereiche östlich der Nagold.

Darüber hinaus sind im Kernstadtgebiet noch weitere Anbieter aus dem Lebensmittelbereich ansässig. Das Lebensmittelhandwerk ist durch insgesamt vier Bäckereien (inkl. Vorkassenbereich von Lidl und Netto) und zwei Metzgereien (Holzinger) vertreten. Darüber hinaus sind weitere Spezialanbieter (u. a. Obst- / Gemüsehandel, Fischspezialitäten, Confiserie, Tankstellenshops) ansässig.

In den **umliegenden Höhenstadtteilen** ist nur ausschnittsweise eine Grundversorgung vorhanden. Vereinzelt finden sich hier Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Nagel's Backstube in Unterhaugstett) bzw. Bio- / Hofläden, die den Grundbedarf an Lebensmitteln decken. In Unterlengenhardt ist mit dem Dorfladen Rathfelder ein kleiner Nahversorgungsbetrieb ansässig, der auch ein großes Biosortiment führt. In Möttlingen wurde der Dorfladen Vetter bereits vor einigen Jahren geschlossen. Ende 2021 wurde auch der Bioladen aufgegeben. Lediglich eine kleine Bäckerei (Annas Backlädle) sowie der Hofladen des Hofgutes Georgenau bieten noch in begrenztem Umfang Lebensmittel an.

Insgesamt summiert sich die Angebotsfläche bei Nahrungs- und Genussmittelanbietern in Bad Liebenzell aktuell auf rd. 2.600 m² VK[18]. Der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln liegt in einer Größenordnung von ca. 13 – 14 Mio. €.[19]

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl errechnet sich aus dem derzeitigen Besatz im Nahrungs- und Genussmittelhandel eine **Verkaufsflächenausstattung** von rd. 200 m² je 1.000 Einwohner. Die Ausstattungskennziffer liegt damit deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts (= 435 m² je 1.000 EW[20]). Durch die Erweiterung des Lidl-Marktes ist die Verkaufsflächenausstattung seit 2017 trotz der starken Einwohnerzuwächse leicht gestiegen. Damals wurde ein Wert von 180 m² VK / 1.000 EW erreicht. [21]

17 Inkl. Bäckerei.

18 Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. einschließlich Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten (inkl. bestehendem Netto-Markt).

19 Unter Bereinigung der Lebensmittelmärkte um ihre Nonfood-Umsätze (Umsatz inkl. des bestehenden Netto-Marktes).

20 Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar gemacht und können so mit den Durchschnittswerten benachbarter Kommunen bzw. dem bundesweiten Durchschnittswert in Relation gesetzt werden. Für den Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden dabei die Verkaufsflächenerhebungen des EuropäischenHandelsInstitutes (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 wird inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

21 Vgl GMA (2017): Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Bad Liebenzell, Pforzheimer Straße.

Auch im regionalen Vergleich zeigt sich, dass Bad Liebenzell eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung aufweist (vgl. Tabelle 3). Lediglich in der deutlich kleineren Gemeinde Neuhausen wird noch ein niedrigerer Wert erreicht.

Tabelle 3: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum

	Verkaufsfläche in m² (nur Hauptanbieter)	Einwohner (06.2021)	Verkaufsfläche m² VK / 1.000 EW	Einordnung im Vergleich zum Durchschnittswert
Bad Liebenzell	1.930[1]	9.667	200	↓↓↓
Schömberg	2.330	8.081	288	↓↓
Althengstett	2.100	7.886	2665	↓↓
Neuhausen (Enzkreis)	930	5.220	178	↓↓↓
Engelsbrand (Enzkreis)	980 (2.280)[2]	4.516	217 (505)	↓↓ (↑↑)
BRD	**36.200.000**	**83.155.031**	**435**	∅

[1]Verkaufsfläche Netto ohne Bäckerei

[2]Ansiedlung eines Supermarktes mit 1.300 m² VK geplant.

Quelle: GMA-Erhebungen 2021; EHI EuropäischesHandelsInstitut Köln (2021): Handelsdaten aktuell S. 78; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Nimmt man modellhaft den bundesdeutschen Durchschnittswert als Referenzwert für die Stadt Bad Liebenzell an, lässt sich rechnerisches **Verkaufsflächenpotenzial** von rd. 2.300 m² im Lebensmittelbereich bestimmen. Für die Modernisierung des bestehenden Netto-Marktes ist damit ein ausreichender Entwicklungsspielraum vorhanden.

Die stark unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Bad Liebenzell ist seit langem bekannt. Bereits im Einzelhandelskonzept des Regionalverbandes aus dem Jahr 2015 wurde Bad Liebenzell ein „großes Ansiedlungspotenzial" attestiert.[22] Dies konnte aufgrund fehlender Flächenverfügbarkeiten in der Tallage der Nagold jedoch nicht realisiert werden.

Als weitere Orientierung für das Entwicklungspotenzial in Bad Liebenzell kann die **Zentralitätskennziffer** herangezogen werden. Die Berechnung der Zentralität erfolgt über eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 13,5 Mio. €	:	ca. 23,9 Mio. €[23]	= ca. 56 %
(Umsatz in Bad Liebenzell)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Bad Liebenzell)	(Zentralität)

In Bad Liebenzell ist derzeit eine **Zentralität** von ca. 56 % festzuhalten. Rd. 44 % der Kaufkraft bzw. 10,4 Mio. € fließen im Lebensmittelbereich an umliegende Standorte (v. a. in Richtung Calw) ab. Ein Vergleich mit der im Jahr 2017 ermittelten Zentralität von 58 % zeigt, dass trotz der Erweiterung des Lidl-Marktes ein leichter Rückgang zu verzeichnen ist.[24] Mit der Modernisierung des Netto-Marktes könnte die Versorgungssituation in Bad Liebenzell verbessert und der Kaufkraftabfluss verringert werden.

22 Vgl. Regionalverband Nordschwarzwald: Praxisorientiertes Einzelhandelskonzept, S. 123.

23 Berechnung der Kaufkraft von Bad Liebenzell folgt in Kapitel III. 3.

24 Vgl GMA (2017): Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Bad Liebenzell, Pforzheimer Straße.

In **Unterreichenbach** (Nahbereich des Kleinzentrums Bad Liebenzell) wird das Angebot im Lebensmittelsegment fast ausschließlich durch einen Betrieb des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei Pfrommer) geprägt. Darüber hinaus existiert im Ortsteil Kapfenhardt ein Hofladen, der jedoch nur am Wochenende geöffnet ist. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der gut ausgebauten B 463 werden größere Einkäufe bereits heute im angrenzenden Bad Liebenzell getätigt.

3.2 Versorgungsstrukturen im Umland

Im Umland ist insbesondere auf die breite Angebotspalette im **Mittelzentrum Calw** hinzuweisen. Hier spielen v. a. Großflächenanbieter wie Kaufland oder das E-Center sowie die Lebensmittelanbieter im südlich an Bad Liebenzell angrenzenden Stadtteil Calw-Hirsau eine wichtige Rolle für die Bad Liebenzeller Bevölkerung. Darüber hinaus besteht in Weil der Stadt mit einem E-Center sowie mehreren Lebensmitteldiscountern (u. a. Aldi, Lidl) ebenfalls ein umfangreiches Angebot im Lebensmittelbereich (vgl. Karte 4 und Tabelle 4).

Die Nachbarkommunen **Schömberg, Engelsbrand, Neuhausen bzw. Althengstett** verfügen ebenfalls über eigene und weitgehende moderne Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich. In der Gemeinde **Engelsbrand** ist zudem die Ansiedlung eines Supermarktes geplant.[25]

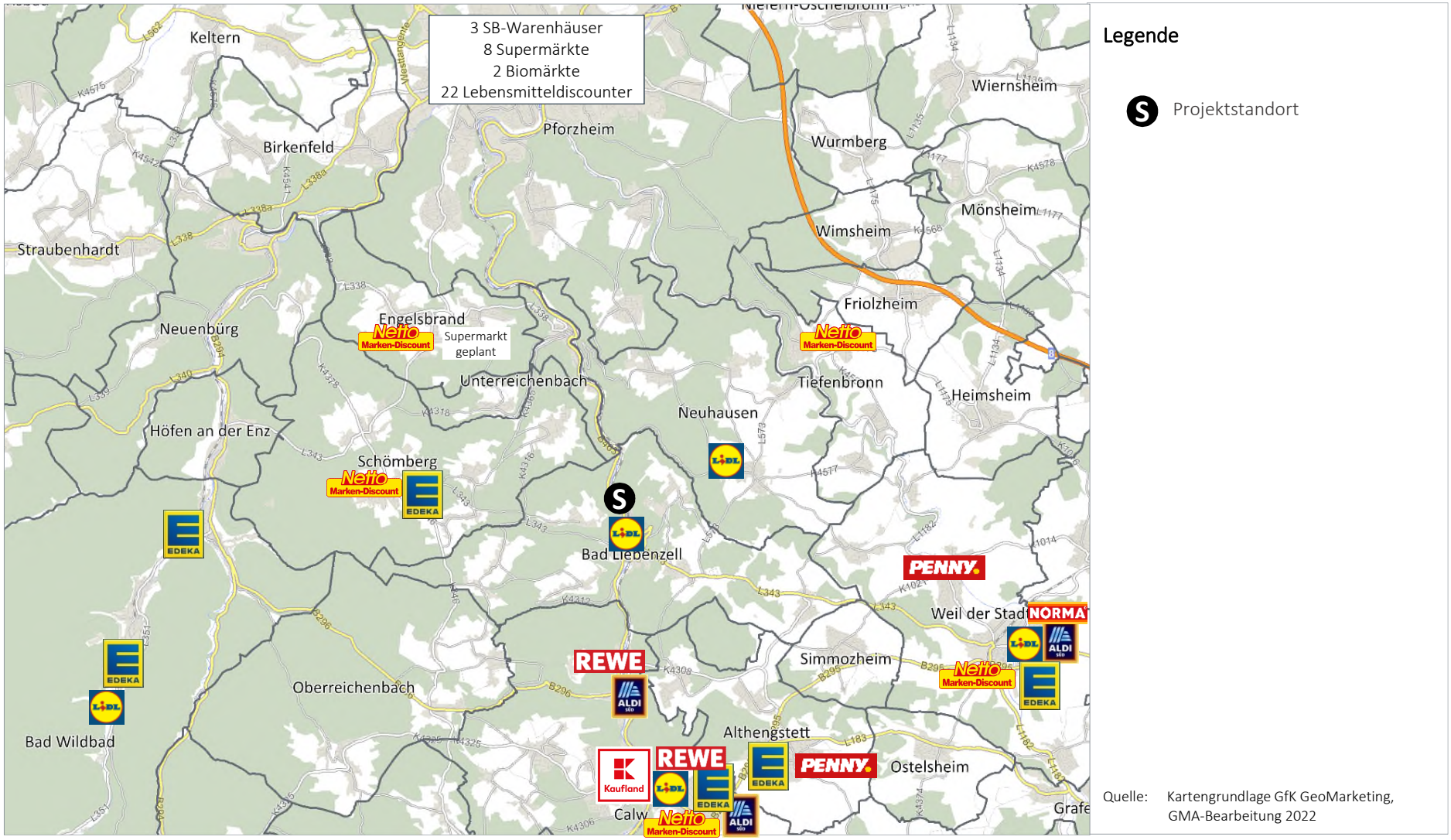
Tabelle 4: Wesentliche strukturprägende Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes (> 500 m² VK)

Wettbewerber	Betriebstyp	Adresse	Verkaufsfläche in m²
Schömberg			
Edeka Eitel	Supermarkt	Hugo-Römpler-Straße	1.500
Netto	Discounter	Poststraße	800
Engelsbrand			
Netto	Discounter	Industrieweg	1.000
Planung	Supermarkt	Hauptstraße	1.300
Neuhausen			
Netto	Discounter	Am Sägewerk	1.000
Edeka (geplant)	Supermarkt	Hauptstraße	1.300
Calw (Auswahl)			
REWE	Supermarkt	Liebenzeller Straße (CW-Hirsau)	1.100
Aldi	Discounter	Liebenzeller Straße (CW-Hirsau)	950
Kaufland	Supermarkt	In der Insel	3.600
E-Center	Supermarkt	Gottlob-Bauknecht-Straße	2.000
Rewe	Supermarkt	Stuttgarter Straße	1.500
Lidl	Discounter	Stuttgarter Straße	1.000
Aldi	Discounter	Schützenstraße	900
Althengstett			
Edeka Mägerle	Supermarkt	Gottlieb-Braun-Straße	1.400
Penny	Discounter	Himbergweg	700

GMA-Zusammenstellung 2022, ca.-Werte, gerundet

[25] In Engelsbrand ist die Ansiedlung eines Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² geplant.

Karte 4: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (Hauptwettbewerber)



4. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Nach den oben dargestellten Aspekten dient die geplante Modernisierung und Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters an der Pforzheimer Straße 52 der langfristigen Sicherung einer angemessenen Nahversorgung in Bad Liebenzell. Ziel der geplanten Modernisierung von Netto ist es, den Lebensmitteldiscounter zukunftsfähig aufzustellen, um auch in den kommenden Jahren einen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung in Bad Liebenzell leisten zu können. Aufgrund des Fehlens eines leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenters übernimmt der Netto-Markt eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bewohner der Stadt Bad Liebenzell bzw. den zugeordneten Verflechtungsbereich. Als sog. „Softdiscounter“ verfügt der Betrieb im Vergleich zu dem ebenfalls in Bad Liebenzell ansässigen Lidl-Markt über eine größere Artikelzahl, einen höheren Anteil an Markenprodukten sowie Mehrweggetränke. Er stellt dadurch eine Mischform zwischen Discounter und Supermarkt dar.

Die Modernisierung bei gleichzeitiger marktgerechter Erweiterung des Netto-Marktes dient der Bestandsicherung des Marktes bei gleichzeitiger Anpassung an veränderte Kundenansprüche. Mit dem Vorhaben kann die bislang unterdurchschnittliche Versorgungssituation (Stichworte: unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung und Zentralität im Lebensmittelbereich) der Bevölkerung in Bad Liebenzell verbessert werden. **Insofern greift im vorliegenden Fall die Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes, wonach das Vorhaben zur langfristigen Sicherung der Grundversorgung geboten ist.**

III. Integrationsgebot

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

1. Mikrostandort „Pforzheimer Straße 52“

Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Marktes befindet sich im nördlichen Bereich der Kernstadt von Bad Liebenzell an der Pforzheimer Straße 52 (vgl. Karte 5). Das Areal wird im Osten von der Nagold, im Norden und Westen von der Pforzheimer Straße (B 463) sowie im Süden von der Regulastraße begrenzt. Vom Hauptgeschäftsbereich (Kreuzungsbereich Karlstraße / Hugo-Mäulen-Straße) ist der Standort ca. 780 m entfernt.

Das **Standortumfeld** wird durch einen Nutzungsmix geprägt (vgl. Karte 6). Östlich des Marktes und jenseits der Nagold befindet sich ein Wohngebiet. Nordöstlich des Standortes sind auch einzelne gewerbliche Nutzungen (Autowerkstatt, Bauflaschnerei) etabliert. Südlich der Regulastraße schließt sich das Freibad Bad Liebenzell an. Im weiteren Verlauf in Richtung Süden befinden sich ein Campingplatz, die Klinik Schlossberg sowie weitere Wohnnutzungen. Westlich des Netto-Marktes grenzt die Pforzheimer Straße (B 463) an. Nach Westen hin steigt die Topografie stark an. Hier befindet sich ein bewaldeter Hang.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Projektstandortes für den **Individualverkehr** ist aufgrund der Lage an der wichtigen Verkehrsachse B 463 (Pforzheim – Horb a. N.) als sehr gut einzustufen. Für **Fußgänger** aus dem östlich gelegenen Wohngebiet ist der Standort über den Ulmenweg sowie die Nagoldbrücke an der Regulastraße unproblematisch zu erreichen. Aus dem Zentrum Bad Liebenzell besteht über den Fußweg entlang der Nagold eine attraktive Fußwegeverbindung. Mit dem **Fahrrad** kann der Markt über den Radweg an der Regulastraße angefahren werden. Eine Anbindung an das Netz des **ÖPNV** besteht derzeit nicht. Die nächstgelegene Bushaltestelle „Brühl“ befindet sich in einer Entfernung von ca. 550 m im Umfeld des Lidl-Marktes.

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

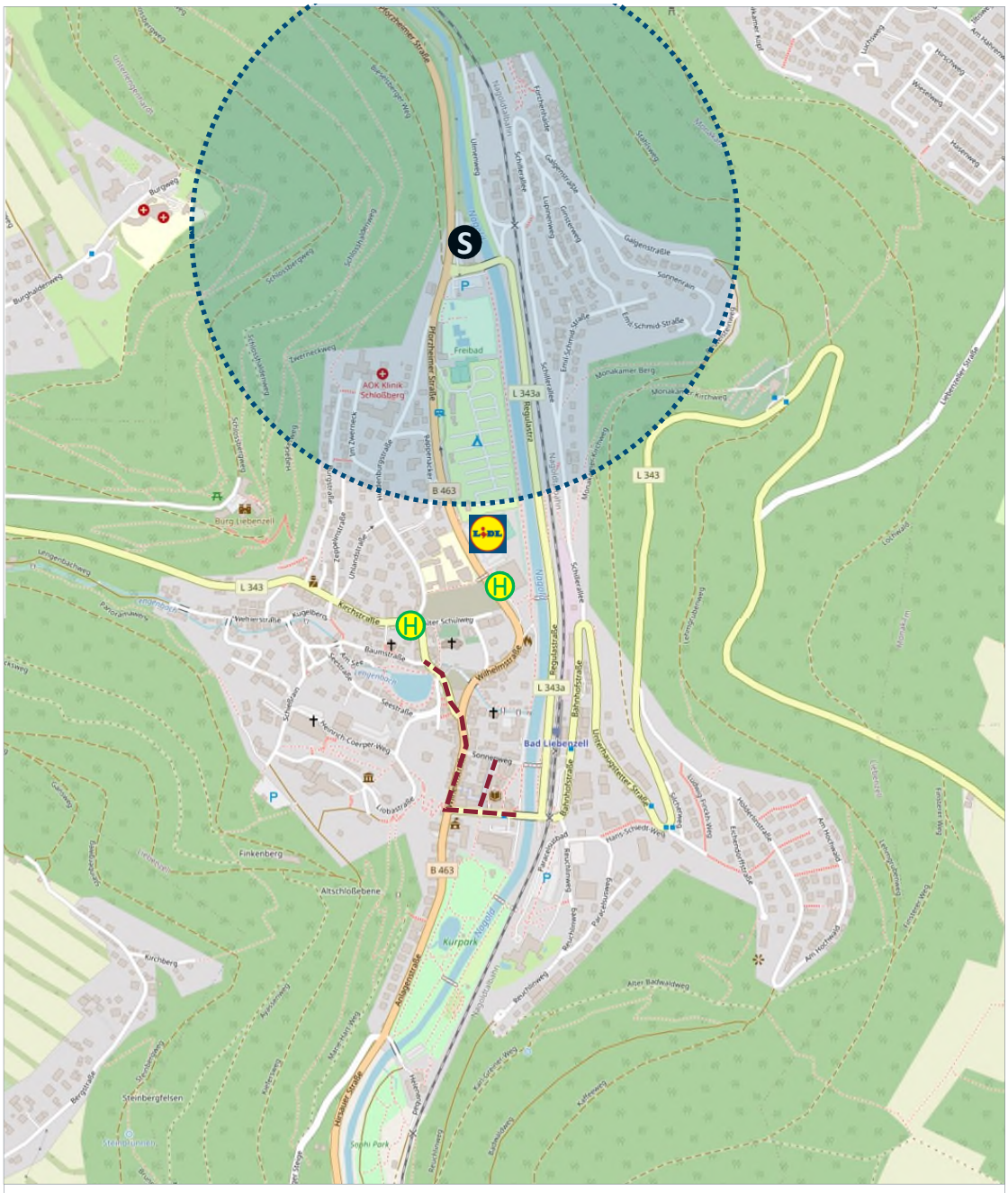
Positive Standortfaktoren:

+ fußläufige Versorgungsfunktion für das östlich gelegene Wohngebiet
+ Grundversorgungsfunktion für die Stadt Bad Liebenzell
+ langjährig etablierter Versorgungsstandort
+ gute Erreichbarkeit aus dem Stadtzentrum für Fußgänger und Radfahrer
+ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit für den Individualverkehr aus dem gesamten Stadtgebiet durch die Lage an der B 463
+ sehr gute Sichtbarkeit und Einsehbarkeit des Standortes

Negative Standortfaktoren:

- bisher kein ÖPNV-Anschluss in fußläufiger Distanz vorhanden
- Lage am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt.

Karte 5: Lage des Projektstandortes im Kernstadtgebiet von Bad Liebenzell



Legende

- S — Projektstandort
- Hauptgeschäftsbereich
- 500 m-Radius
- H — Bushaltestelle

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2022

Karte 6: Direktes Standortumfeld des Netto-Marktes

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Microsoft Word 2019, GMA-Bearbeitung 2022

Aus **städtebaulicher und nahversorgungsrelevanter Sicht** ist festzustellen, dass sich der Projektstandort am nördlichen Siedlungsrand der Bad Liebenzeller Kernstadt befindet. Die Distanz zum Hauptgeschäftsbereich beträgt ca. 780 m. Allerdings schließt sich östlich der Nagold ein Wohngebiet an, für das der Markt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernimmt. Auch aus dem Stadtzentrum kann der Markt über einen attraktiven Fußweg entlang der Nagold bzw. den Radweg an der Regulastraße ohne Probleme erreicht werden. Somit ist die Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus dem Kernstadtgebiet sichergestellt.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass die geplante Modernisierung und Erweiterung des bereits bestehenden Netto-Marktes im Hinblick auf eine Minimierung der Flächenversiegelung und einen schonenden Umgang mit Ressourcen einem Neubau eindeutig vorzuziehen ist.

2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

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

> *„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.“*

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, sodass 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 2015 Nordschwarzwald**[26] Rechnung getragen. So wurden folgende wesentliche Anforderungen an Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte formuliert:

> *2.9.1(G) „Um eine verbrauchernahe Versorgung zu gewährleisten, sollen integrierte und wohngebietsnahe Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben gefördert werden. Die Einzelhandelsstandorte sollen gut für den Fußgänger- und Fahrradverkehr erschlossen sein und mit dem ÖPNV erreichbar sein. Die Anforderungen von Familien und Kindern, Behinderten und Senioren sollen bei der Standortwahl berücksichtigt werden.“*

> *2.9.2 N (4) „Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“*

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Zur Bewertung des Integrationsgebotes sind folgende Aspekte hervorzuheben:

Gemäß Regionalplan Nordschwarzwald werden für Ober-, Mittel- und Unterzentren sog. Versorgungskerne in der Raumnutzungskarte gebietsscharf abgegrenzt, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten konzentriert und angesiedelt werden sollen. Außerhalb der Versorgungskerne sind regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen[27]. Die abweichende Regelung, wonach diese jedoch auch in Kleinzentren bzw. Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig sind, wurde bereits im Rahmen der Bewertung der raumordnerischen Kernregelung ausgeführt. In diesem Zusammenhang ist anzuführen, dass in den Kleinzentren bzw. Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion keine Versorgungskerne ausgewiesen sind. Dementsprechend ist der Grundsatz 2.9.1 zur verbrauchernahen Versorgung heranzuziehen, wonach **integrierte und wohngebietsnahe Standorte zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben** gefördert werden sollen.

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

- Der Standort des zur Modernisierung und Erweiterung vorgesehenen Netto-Lebensmitteldiscounters befindet sich am nördlichen Siedlungsrand der Bad Liebenzeller Kernstadt. Im Umfeld des Marktes liegt jedoch ein Wohngebiet, für das der Markt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernimmt.

[26] Quelle: Regionalplan Nordschwarzwald. 1. Änderung des Regionalplans 2015 Kapitel 2.9 – Einzelhandelsgroßprojekte.

[27] Vgl. hierzu Regionalplan 2015 Nordschwarzwald, 1. Änderung des Regionalplans 2015 Kapitel 2.9 – Einzelhandelsgroßprojekte. Plansatz 2.9.2 Z (6).

- Der Standort ist aktuell nicht direkt an das Netz des ÖPNV angebunden. Allerdings kann der Netto-Markt über einen Fußweg entlang der Nagold sowie einen Radweg aus dem Stadtzentrum ohne Probleme erreicht werden.
- Der Netto-Lebensmitteldiscounter erfüllt eine wichtige Funktion im Hinblick auf die Sicherstellung der Grundversorgung in der Stadt Bad Liebenzell. Durch die geplante Modernisierung und Erweiterung des Marktes von derzeit ca. 757 m² auf ca. 965 m² VK (jeweils inkl. Bäckerei) wird der Betrieb zukunftsfähig aufgestellt und die Grundversorgung der Bevölkerung in Bad Liebenzell in der mittel- und langfristigen Perspektive gesichert.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der modernisierte Netto-Lebensmitteldiscounter einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung der Bad Liebenzeller Bevölkerung leisten kann. Aufgrund der nicht veränderbaren Siedlungsstruktur in der Innenstadt sowie der Einschränkungen durch die Lage im Nagoldtal ist auf lange Sicht in der Kernstadt kein besser integrierter Standort möglich. Die Modernisierung des bestehenden Marktes leistet einen wesentlichen Beitrag zu einer Minimierung der Flächenversiegelung und einem verantwortungsvollen Umgang vorhandener Ressourcen.

IV. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter in Bad Liebenzell 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 Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Bad Liebenzell und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Bad Liebenzell und der Region (u. a. Calw, Althengstett, Schömberg, Engelsbrand).

Demnach kann unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren im vorliegenden Fall nachfolgendes Einzugsgebiet für den erweiterten Netto-Markt an der Pforzheimer Straße 52 in Bad Liebenzell abgegrenzt werden (vgl. Karte 7):

Tabelle 5: Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Netto Lebensmitteldiscounters

Zone	Stadt / Gemeinde	Einwohner
I	Bad Liebenzell	9.667
II	Unterreichenbach	2.439
Einzugsgebiet insgesamt		**12.106**[28]

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte gerundet)

Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes erstreckt sich auf das gesamte Stadtgebiet von Bad Liebenzell. Aufgrund der Lage in der Kernstadt sowie der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes, ist hier eine starke Kundeneinkaufsbeziehung an den Standort festzuhalten. Darüber hinaus ist mit Einkaufsbeziehungen aus der nördlich angrenzenden Gemeinde Unterreichenbach[29] an den Standort zu rechnen. In der rd. 2.440 Einwohner zählenden Kommune ist derzeit kein vergleichbares Angebot vorhanden, größere Versorgungseinkäufe werden daher bereits heute im südlich angrenzenden Bad Liebenzell getätigt.

Eine darüber hinausgehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes ist hingegen nicht zu erwarten. So begrenzen u. a. die umfassenden Angebotsstrukturen im Mittelzentrum Calw das Einzugsgebiet und auch die weiteren Kommunen im Umland (u. a. Schömberg, Althengstett, Neuhausen) verfügen über eigene Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich. Die topografischen Gegebenheiten östlich und westlich des Nagoldtales begrenzen zusätzlich das Einzugsgebiet.

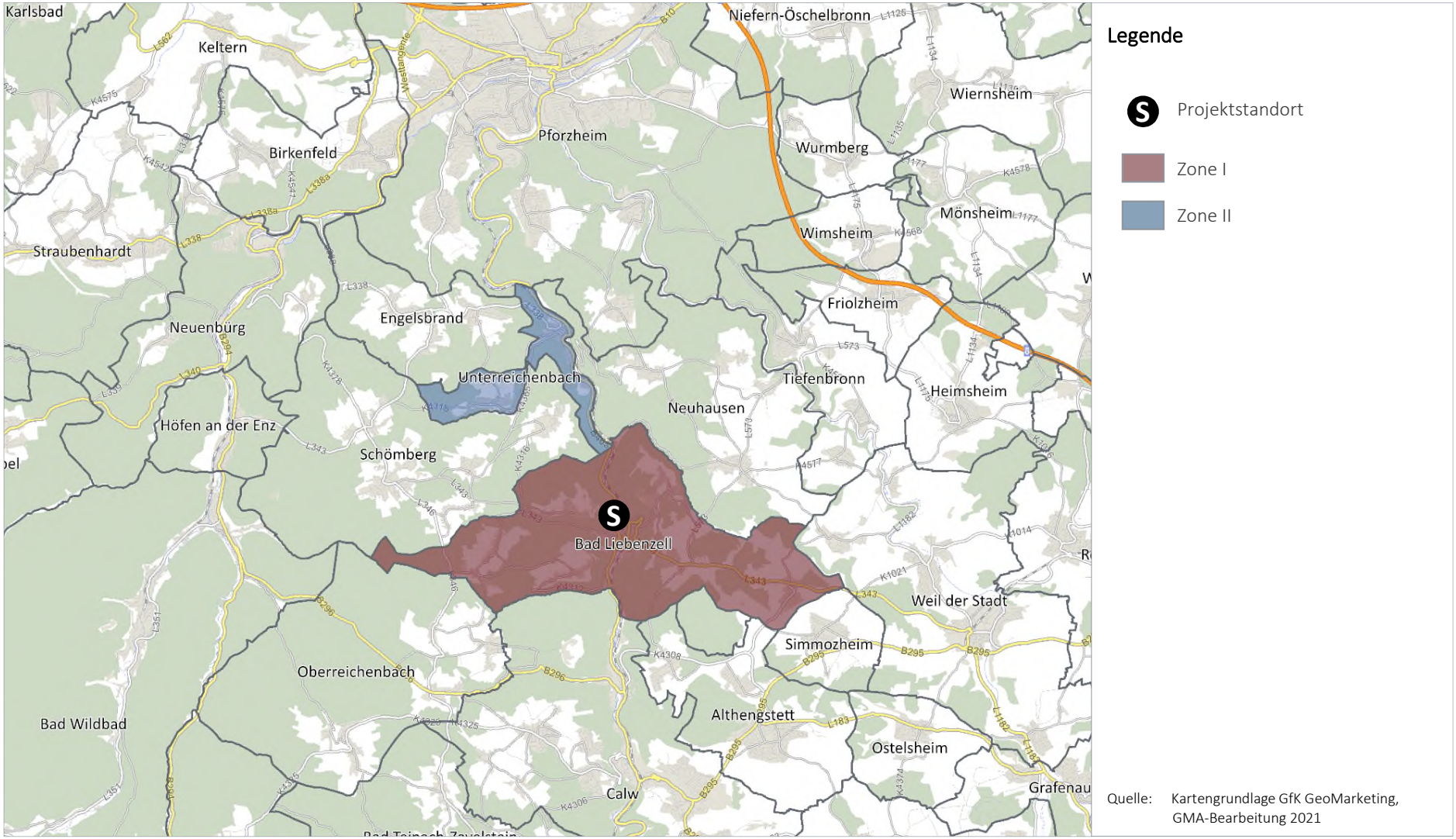
An der Kundenherkunft und dem durch den Markt erschließbaren Einzugsgebiet werden sich durch die Verkaufsflächenerweiterung keine wesentlichen Änderungen ergeben. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der Pforzheimer Straße ist jedoch mit einem gewissen Kundenanteil von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen. Da es sich bei diesen Kunden um Zufallskunden ohne regelmäßige Einkaufsbeziehungen an den Standort handelt, werden diese Kundenzuflüsse im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „Streuumsätze“ angemessen berücksichtigt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Einzugsgebiet stark durch die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum beeinflusst wird. Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes geht nicht über den regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich (= Nahbereich) von Bad Liebenzell hinaus, was die Nahversorgungsbedeutung des Standortes unterstreicht.

28 Quelle: Statistisches Landesamtes Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2021.

29 Gemäß Regionalplan Nordschwarzwald 2015 ist die Gemeinde Unterreichenbach dem Nahbereich des Kleinzentrums Bad Liebenzell zugeordnet.

Karte 7: Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes in Bad Liebenzell



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.370.[30]

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Bad Liebenzell betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. € 2.445.[31]

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Gemäß aktueller Kennziffer der MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bad Liebenzell bei 101,0 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).[32] In der nördlich gelegenen Gemeinde Unterreichenbach wird ein Kaufkraftniveau von 100,3 erreicht. Unter Berücksichtigung der örtlichen Kaufkraftkoeffizienten steht für das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounters ein Kaufkraftpotenzial von ca. 29,9 Mio. € im Einzugsgebiet zur Verfügung.

Tabelle 6: Projektrelevantes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Stadt / Gemeinde	Kaufkraft NuG* in Mio. €
I	Bad Liebenzell	23,9
II	Unterreichenbach	6,0
Einzugsgebiet insgesamt		**29,9**

* NuG = Nahrungs- und Genussmittel

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte gerundet)

Zusätzlich wird bei Lebensmitteldiscountern ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 13 %.

3. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet.[33] Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

30 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

31 Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung. Auch die weiteren am Standort vorhandenen Anbieter sind diesem Standortbereich zuzuordnen.

32 Quelle: MB Research 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

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

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 Erweiterung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich demnach für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter am Standort Pforzheimer Straße 52 mit 967 m² VK (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:[34]

Tabelle 7: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit 965 m² VK)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Zone I	23,9	12	2,9	0,4	3,3	81
Zone II	6,0	5	0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	9
Einzugsgebiet	**29,9**	**20**	**3,2**	**0,4 – 0,5**	**3,6 – 3,7**	**90**
Streuumsätze			0,3 – 0,4	< 0,1	0,4	10
Insgesamt			**3,5 – 3,6**	**0,5**	**4,0 – 4,1**	**100**

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Netto ca. 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Netto-Markt mit ca. 967 m² VK (inkl. Bäckerei) eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 4,0 – 4,1 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,5 – 3,6 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Mit der geplanten Modernisierung und Erweiterung des Backshops sind keine nennenswerten Umsatzzuwächse verbunden. Die Erweiterungsfläche dient im Wesentlichen dem Ausbau des Gastronomiebereiches.

Unter Zugrundelegung der Verkaufsfläche des erweiterten Netto-Marktes von ca. 967 m² (inkl. Bäckerei) lässt sich eine **Flächenleistung von rd. 4.200 € / m² VK** ermitteln. Dieser Wert ist als durchschnittlich einzustufen.[35]

Hinsichtlich der **Umsatzherkunft** stammen rund 81 % aus Bad Liebenzell selbst. Weitere 9 % fließen aus der Gemeinde Unterreichenbach (Zone II) zu, welche zum regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich der Stadt gehört. Etwa 10 % der Umsätze wird mit Streukunden (Zufallskunden, Durchgangsverkehr) erwirtschaftet.

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

35 Gemäß Hahn Retail Estate Report 2019 / 2020 liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität eines Netto-Lebensmitteldiscounters bei ca. 4.250 € / m² VK.

4. Rechtliche Vorgaben

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist die raumordnerische Kernregelung (vgl. Kapitel II.) 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."*

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

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

- Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes am Standort Pforzheimer Straße 52 umfasst in der Zone I die Stadt Bad Liebenzell. Das überörtliche Einzugsgebiet erstreckt sich auf die nördlich gelegene Gemeinde Unterreichenbach (Zone II). Somit begrenzt sich das Einzugsgebiet auf den regionalplanerisch definierten Nahbereich des Kleinzentrums Bad Liebenzell. Eine darüber hinaus gehende Ausdehnung des Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten.
- Im Hinblick auf den erweiterten Netto-Markt ist – basierend auf der Umsatzprognose bzw. der Umsatzherkunft – festzustellen, dass ca. 81 % des erzielten Umsatzes aus Bad Liebenzell selbst stammt. Ca. 9 % fließt aus der Zone II (Unterreichenbach) an den Standort zu. Weitere 10 % des Umsatzes werden mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generiert, wobei es sich dabei vor allem um Pendler und Zufallskunden handelt. Der im Einzelhandelserlass genannte Schwellenwert von ca. 30 % wird damit nicht erreicht.

Somit ist festzuhalten, dass das Kongruenzgebot eingehalten wird.

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes sind die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln. Die Wettbewerbssituation wurde bereits in Kapitel II umfassend dargestellt.

1. Methodik der Umsatzumverteilungsberechnung

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells[36] basiert.

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

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

2. Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Netto-Marktes in Bad Liebenzell werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- Der Netto-Markt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt 967 m² (inkl. Bäckerei) eine Umsatzleistung von ca. 4,0 – 4,1 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 3,5 – 3,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Infolge der zurzeit unterdurchschnittlichen Angebotssituation in Bad Liebenzell selbst und aufgrund des Fehlens eines Lebensmittelvollsortimenters ist von einer Veränderung der Kundenströme und einem Rückholen bisher abfließender Kaufkraft auszugehen. Davon betroffen sein werden insbesondere die Hauptwettbewerber im südlich angrenzenden Mittelzentrum Calw. An diese Standorte bestehen traditionell starke Kaufkraftabflüsse, die sich mit der Modernisierung des Lebensmittelangebotes in Bad Liebenzell reduzieren werden.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Netto bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von aktuell ca. 757 m² (inkl. Bäckerei) ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 3,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,9 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und rd. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen

[36] Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Unter Berücksichtigung der Umsätze des bestehenden Netto-Marktes bleibt ein relevanter Umsatzanteil von ca. 0,7 – 0,8 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden wird. Davon entfallen rd. 0,6 – 0,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch den **erweiterten Netto-Markt** zu erwarten:

Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilung durch das Vorhaben mit 967 m² VK (inkl. Bäckerei)

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	2,9
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Bad Liebenzell	0,2
	▪ Umsatzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Calw, Schömberg, Engelsbrand, Neuhausen, Althengstett)	0,4 – 0,5
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Nahrungs- und Genussmittelbereich**	**3,5 – 3,6**
Nonfood-bereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nonfoodbereich	0,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich**	**0,5**
▪ **Umsatz insgesamt**		**4,0 – 4,1**

GMA-Berechnungen 2022

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

- In **Bad Liebenzell** werden nur geringe Umsatzumlenkungen zu erwarten sein. Diese betreffen vorwiegend den Anbieter Lidl als systemgleichen Wettbewerber sowie in untergeordneter Form den Facheinzelhandel im sonstigen Stadtgebiet von Bad Liebenzell. Insgesamt belaufen sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen gegenüber den Betrieben in Bad Liebenzell auf ca. 2 %. Damit bewegen sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf einem sehr niedrigen Niveau und werden zu keiner Schädigung des zentralen Versorgungsbereiches oder der Nahversorgungsstrukturen führen. Vielmehr ist von einer Verbesserung der Nahversorgung in Bad Liebenzell auszugehen, sodass bisher abfließende Kaufkraftabflüsse in Teilen wieder zurückgeholt werden können.
- In **Unterreichenbach** findet sich kein direkter Wettbewerber zum Netto-Lebensmitteldiscounter. Das Angebot beschränkt sich auf eine Bäckerei und einen Hofladen. Aufgrund ihres spezialisierten Angebotes sind diese Anbieter nur in sehr ungeordneter Form von Umverteilungseffekten betroffen. Faktisch werden sich die Wirkungen auf

einzelbetrieblicher Ebene nicht bemerkbar machen. Eine Schädigung der Nahversorgung ist auszuschließen.

- Außerhalb des Einzugsgebietes gehen die Umsatzumverteilungseffekte im Wesentlichen zu Lasten der größeren Wettbewerber im **Mittelzentrum Calw** (u. a. Kaufland, E-Center). Traditionell bestehen in Richtung Calw starke Einkaufsbeziehungen. Im südlich an Bad Liebenzell angrenzenden Stadtteil **Calw-Hirsau** ist an der Liebenzeller Straße ein Aldi-Lebensmitteldiscounter vorhanden. Darüber hinaus wird in untergeordneter Form der ebenfalls in der Liebenzeller Straße ansässige Rewe-Markt von Umverteilungen betroffen sein. Die gegenüber den Lebensmittelmärkten in Calw-Hirsau ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte belaufen sich auf max. 1 – 2 %. Insgesamt sind hier somit nur sehr geringe wettbewerbliche Effekte zu erwarten. Betriebsschließungen oder eine Gefährdung der Nahversorgung können damit ausgeschlossen werden.
- An den sonstigen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. übriges Stadtgebiet Calw, Schömberg, Neuhausen, Weil der Stadt) werden sehr geringe Rückwirkungen ausgelöst, die bei max. 1 % liegen werden. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungseffekte ist in den umliegenden Kommunen keinesfalls mit Marktaustritten einzelner Anbieter zu rechnen.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 Mio. € ausgelöst. Diese Umsätze werden dabei vor allem gegenüber anderen Lebensmitteldiscountern in der Region aber auch gegenüber den sonstigen Anbietern in Bad Liebenzell wirksam werden. Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Sortimente ist in einer Einzelfallbetrachtung jedoch allenfalls mit geringen Rückwirkungen zu rechnen, die sich auf eine Vielzahl von Betrieben verteilen werden. Nennenswerte Umsatzverluste bestehender Anbieter sind daher nicht zu erwarten.

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

3. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung

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 Beeinträchtigungsverbotes ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden sind insbesondere Auswirkungen auf das Stadtzentrum oder die Nebenzentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde. Solche Auswirkungen können sich beispielsweise ergeben, wenn durch Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb dieser Zentren eine in der Innenstadt oder im Ortskern eingeleitete, mit öffentlichen Mitteln geförderte städtebauliche Sanierungsmaßnahme nicht planmäßig fortgeführt werden kann oder wenn durch starke Kaufkraftbindung außerhalb der Zentren das Niveau und die Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt oder im Ortskern abzusinken drohen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in anderen Gemeinden können sich ergeben, wenn der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojekts den zentralörtlichen Versorgungsbereich der 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 wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Netto hinsichtlich des **Beeinträchtigungsverbotes** wie folgt bewerten:

- Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Versorgungslagen im Untersuchungsraum sind infolge der Umsetzung des Vorhabens nicht zu erwarten. Die stärksten Auswirkungen sind in der Stadt Bad Liebenzell selbst zu erwarten. Diese werden sich auf ca. 2 % belaufen. Mit einem Marktaustritt einzelner Anbieter, v. a. dem Hauptwettberber Lidl, ist nicht zu rechnen. Die sonstigen Anbieter in Bad Liebenzell, darunter die kleineren Fachanbieter in der Innenstadt, werden nur nachrangig von dem Vorhaben tangiert. In diesem Zusammenhang wird es zu keinen negativen Auswirkungen auf den Bestand kommen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes oder eine Schwächung der Nahversorgung können ausgeschlossen werden.
- Bezüglich der Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet bleibt festzuhalten, dass diese durch das Vorhaben verbessert wird. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich besteht derzeit in Bad Liebenzell eine deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung, aus der Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb Bad Liebenzells resultieren. Durch das Vorhaben kann ein Teil der abfließenden Kaufkraft wieder zurück

nach Bad Liebenzell geholt werden. Die hieraus folgenden Umsatzumverteilungseffekte werden sich daher v. a. gegenüber den Lebensmittelmärkten im Umland bemerkbar machen. Von den Umsatzumlenkungen werden v. a. die Anbieter in Calw-Hirsau (Aldi, Rewe) sowie in den sonstigen bedeutenden Einzelhandelslagen im benachbarten Mittelzentrum Calw betroffen sein. Darüber hinaus werden in untergeordneter Form auch andere Wettbewerbsstandorte im Umland von dem Vorhaben tangiert. In einer Gesamtbetrachtung ist jedoch aufgrund der geringen Wettbewerbswirkungen nicht mit städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. Betriebsschließungen und damit einer Schwächung der Nahversorgungsstrukturen zu rechnen.

- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung oder einer Schädigung der Nahversorgung führen, da diese sich auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen und in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden. Auch hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot eingehalten wird. So bewegen sich die ausgelösten Umsatzumlenkungen mit max. 2 % in Bad Liebenzell bzw. max. 1 – 2 % außerhalb des Einzugsgebietes auf einem sehr niedrigen Niveau. Vor dem Hintergrund der geringen Umsatzumlenkungen ist nicht mit einem Marktaustritt oder einer Schädigung der Nahversorgung in Bad Liebenzell oder im Umland zu rechnen. Der im Einzelhandelserlass genannte kritische Schwellenwert von 10 %-Umsatzumverteilung wird an keinem der Standorte erreicht. Das Beeinträchtigungsverbot wird somit eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	▰ Modernisierung und Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters zur langfristigen Sicherung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Marktes ▰ Erweiterung des bestehenden Netto-Marktes in Bad Liebenzell von aktuell ca. 757 m² auf ca. 965 m² VK (jeweils inkl. Bäckerei). ▰ Standort an der Pforzheimer Straße 52 am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt Bad Liebenzell. ▰ Etablierter Nahversorgungsstandort mit wichtiger Versorgungsfunktion für die Bewohner der Stadt Bad Liebenzell sowie das östlich gelegene Wohngebiet.
Rechtsrahmen und Untersuchung	▰ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Bad Liebenzell	▰ Makrostandort: Bad Liebenzell, rd. 9.670 Einwohner ▰ Kleinzentrum gemäß Regionalplan 2015 Nordschwarzwald, damit kommt der Stadt Bad Liebenzell vorrangig eine Versorgungsfunktion im Bereich der wohnortnahen Grundversorgung (=Nahversorgung) zu. ▰ Nahbereich: Unterreichenbach ▰ Einzelhandelsstrukturen: Schwerpunkt in der Kernstadt Bad Liebenzell v. a. im Bereich Wilhelmstraße / Kurhausdamm / Hugo-Mäulen-Straße mit kleinteiligem Einzelhandelsangebot. Nahversorgungsstandorte an der Pforzheimer Straße (Netto, Netto).Weiterhin tragen in den Stadtteilen z. T. Betriebe des Lebensmittelhandwerks bzw. Dorf-/Hofläden zur Versorgung der Bevölkerung bei (u. a. Dorfladen Rathfelder in Unterlengenhardt).
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▰ Das Einzugsgebiet erstreckt sich auf die Stadt Bad Liebenzell sowie der Gemeinde Unterreichenbach (=Nahbereich). ▰ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 12.110 Personen ▰ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 29,9 Mio. €
Umsatzerwartung	▰ Gesamtumsatzleistung bei 965 m² VK: ca. 4,0 – 4,1 Mio. €, davon ca. 3,5 – 3,6 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich
Umsatzumverteilungseffekte in %	▰ Bad Liebenzell: 2 % ▰ Unterreichenbach < 1 % ▰ Calw max. 1 – 2 % ▰ sonstige Standorte außerhalb des Einzugsgebietes max. 1 %

Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrationsgebot	**Bad Liebenzell erfüllt als Kleinzentrum (vgl. Regionalplan Nordschwarzwald) zunächst nicht die Voraussetzung zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe**. Mit Blick auf die derzeit deutlich unterdurchschnittliche Versorgungssituation (Stichworte: Verkaufsflächenausstattung und Zentralität im Lebensmittelbereich) stellt die Modernisierung bei gleichzeitig marktgerechter Erweiterung des Netto-Marktes eine wichtige Maßnahme zur Schaffung zeitgemäßer Versorgungsstrukturen in der Stadt Bad Liebenzell dar. Aufgrund des Fehlens eines leistungsfähigen Vollsortimenters übernimmt der Netto-Markt als sog. „Soft-Discounter" bereits heute eine wesentliche Versorgungsfunktion für die ortsansässige Bevölkerung. Insofern kann im vorliegenden Fall der Tatbestand der „raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung" Anwendung finden. **Die raumordnerische Kernregelung wird erfüllt.**
Integrationsgebot	Der Projektstandort befindet sich am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt Bad Liebenzell. Östlich des Marktes ist ein Wohngebiet situiert, für das der Lebensmitteldiscounter eine Nahversorgungsfunktion erfüllt. Aber auch aus dem Zentrum ist der Netto-Markt über einen Fußweg entlang der Nagold sowie einen Radweg ohne Probleme zu erreichen. Insgesamt kann der Betrieb einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung der Bad Liebenzeller Bevölkerung leisten. Aufgrund der nicht veränderbaren Siedlungsstruktur in der Innenstadt sowie der Einschränkungen durch die Lage im Nagoldtal ist auf lange Sicht in der Kernstadt kein besser integrierter Standort möglich. Die Modernisierung und Erweiterung des bestehenden Marktes leistet einen wesentlichen Beitrag zu einer Minimierung der Flächenversiegelung und einem verantwortungsvollen Umgang vorhandener Ressourcen.
Kongruenzgebot	**Das Kongruenzgebot wird eingehalten.** Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes erstreckt sich in der Zone I auf die Stadt Bad Liebenzell. Zone II umfasst die nördlich angrenzende Gemeinde Unterreichenbach, welche den regionalplanerisch festgelegten Nahbereich von Bad Liebenzell bildet. Ca. 81 % des erzielten Umsatzes des erweiterten Netto-Marktes stammt aus Bad Liebenzell selbst. Ca. 9 % fließen aus der Zone II (= Unterreichenbach) an den Standort zu. Lediglich ein kleiner Teil des Umsatzes von ca. 10 % wird mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generiert, wobei es sich dabei v. a. um Pendler und Zufallskunden handelt. **Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht überschritten**.
Beeinträchtigungsverbot	**Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.** So bewegen sich die ausgelösten Umsatzumlenkungen mit ca. 2 % in Bad Liebenzell max. 1 – 2 % in Calw bzw. noch geringeren Werten im weiteren Umland auf einem sehr geringen Niveau. An keinem der untersuchten Standorte ist infolge der Erweiterung des Netto-Marktes mit einem Marktaustritt oder einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen zu rechnen. Der im Einzelhandelserlass genannte kritische Schwellenwert von 10 %-Umsatzumverteilung wird nicht erreicht. Auch im Nichtlebensmittelbereich sind allenfalls geringe Umsatzumlenkungen zu erwarten, sodass in einer Zusammenschau keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen sowohl in Bad Liebenzell als auch im weiteren Umland zu erwarten sind.

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Planskizze (Ausschnitt) des zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Marktes in Bad Liebenzell	10
Karte 2:	Lage von Bad Liebenzell und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	13
Karte 3:	Siedlungsstruktur der Stadt Bad Liebenzell	14
Karte 4:	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (Hauptwettbewerber)	19
Karte 5:	Lage des Projektstandortes im Kernstadtgebiet von Bad Liebenzell	22
Karte 6:	Direktes Standortumfeld des Netto-Marktes	23
Karte 7:	Einzugsgebiet des erweiterten Netto Marktes in Bad Liebenzell	28

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung in der Region	11
Tabelle 3:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum	17
Tabelle 4:	Wesentliche strukturprägende Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes (> 500 m² VK)	18
Tabelle 5:	Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Netto Lebensmitteldiscounters	27
Tabelle 6:	Projektrelevantes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	29
Tabelle 7:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit 965 m² VK)	30
Tabelle 8:	Prognose der Umsatzumverteilung durch das Vorhaben mit 967 m² VK (inkl. Bäckerei)	33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020	6