



01. Oktober 2021

Auswirkungsanalyse
unter besonderer Berücksichtigung städtebaulicher und raumordnerischer
Belange zur möglichen Realisierung eines EDEKA-Supermarktes
in der Gemeinde

Mötzingen (LK Böblingen)

Areal „Nagolder Straße 26“

ecostra-Untersuchung im Auftrag der
EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungsanalysen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

- Flächen- und Nutzungskonzepte für Einzelhandelsgroßprojekte
- Vermietungsanalysen (Branchen- & Betriebstypenmix, Magnetbetriebe, Mietansätze etc.)
- Tenant Demand Reports
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Analysen zur Optimierung des Standortnetzes

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

- Einzelhandels- und Märktekonzepte
- die fachgutachterliche Begleitung von Stadtentwicklungs- und Stadtumbaumaßnahmen
- Maßnahmen- und Handlungskataloge zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsstraßen
- Vergnügungstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umweganalysen von Kongressen und Messen)

ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden
Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax. +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom.com
info@ecostracom.com



Vorbemerkung

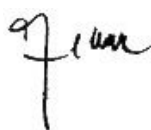
Die Gemeinde Mötzingen (ca. 3.700 Einwohner) befindet sich naturräumlich im Korngäu bzw. Oberen Gäu, im äußersten Südwesten des Landkreises Böblingen in Baden-Württemberg. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Herrenberg (LK Böblingen) in ca. 12 km nordöstlicher Richtung und Nagold (LK Calw), welches ca. 8 km westlich liegt. Der Gemeinde Mötzingen ist landes- und regionalplanerisch keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die Gemeinde ist dem Mittelbereich von Herrenberg sowie dem Verflechtungsbereich des Klein zentrums Gäufelden zugeordnet.

Die EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH betreibt in der Gemeinde Mötzingen derzeit einen Netto LM-Discount-Markt. Zur Vervollständigung und Abrundung des örtlichen Angebotes war geplant, am nördlichen Rand des Siedlungsbereiches und in unmittelbarer östlicher Nachbarschaft zum bestehenden Netto einen Edeka-Supermarkt mit ca. 1.500 m² VK anzusiedeln. Für dieses Vorhaben hat die Edeka Handelsgesellschaft Südwest ecostra im Juni 2018 mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse beauftragt, welche detailliert die mit dem Projekt verbundenen Wirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung (hier insbesondere auch die Nahversorgung) analysiert. Diese Auswirkungsanalyse wurde am 05.09.2018 vorgelegt. Zwischenzeitlich haben sich die Planungen dahingehend konkretisiert, dass der Edeka-Supermarkt nun mit einer auf ca. 1.300 m² VK reduzierten Verkaufsfläche realisiert werden soll. Zudem haben sich zwischenzeitlich verschiedene Änderungen in der Wettbewerbssituation ergeben. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, die Auswirkungsanalyse von 2018 zu aktualisieren. Die entsprechende Beauftragung erfolgte am 11.08.2021. In Zusammenhang mit der Aktualisierung und Neubewertung der Situation wurde – aufbauend auf den bestehenden Daten – der relevante Wettbewerb in der 33. KW 2021 durch ecostra-Mitarbeiter erneut vor Ort erfasst und bewertet. Außerdem standen ecostra für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung u.a. Daten und Informationen des Auftraggebers und Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie ecostra-interne Analysen und Datenbestände zur Verfügung.

Alle für diese Untersuchung verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Wissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. Sämtliche verwendete Fotos und Abbildungen stammen – soweit nicht anders gekennzeichnet – von ecostra. Die vorliegende Untersuchung dient als Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage im Rahmen des weiteren Planungsverfahrens.

Wiesbaden, 01. Oktober 2021

ecostra GmbH



Dr. Joachim Will



Hans Weprich

Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1.	AUFGABENSTELLUNG UND RECHTSRAHMEN DER STANDORTENTWICKLUNG	1
1.1	Aufgabenstellung	1
1.2	Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel	2
1.2.1	Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)	2
1.2.2	Gesetzliche Rahmenbedingungen in Baden-Württemberg (Landesentwicklungsplan 2002, Regionalplan Stuttgart 2009, Einzelhandelserlass)	3
1.2.3	Neue Erkenntnisse der europäischen Rechtsprechung (EuGH-Urteil zu Visser / Appingedam) mit Relevanz für Auswirkungsanalysen im Einzelhandel	8
2.	STANDORTBESCHREIBUNG UND -BEWERTUNG	10
2.1	Der Makrostandort Nagold – Herrenberg – Horb am Neckar	10
2.1.1	Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten	10
2.1.2	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	11
2.1.3	Verkehrsinfrastruktur	12
2.1.4	Wirtschaft und Arbeitsmarkt	12
2.2	Der Einzelhandelsstandort Mötzingen	12
2.2.1	Versorgungslagen des Einzelhandels im Umland der Gemeinde Mötzingen	13
2.3	Der Mikrostandort des Vorhabens in Mötzingen	14
2.3.1	Standortbeschreibung	14
2.3.2	Städtebauliche Bewertung des Planstandortes	17
2.3.3	Projektdaten des Planobjektes	19
2.3.4	Standort- und Projektbewertung	19
3.	DIE ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSSITUATION	22
3.1	Die projektrelevante Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel	22
3.2	Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel	30
3.3	Fazit aus der Wettbewerbsanalyse	33
4.	EINZUGSGEBIET, BEVÖLKERUNG UND KAUFKRAFT	34
4.1	Methodische Grundlagen	34
4.2	Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes	34
4.3	Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung	37
4.4	Die einzelhandels- und die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	37
4.4.1	Methodische Grundlagen	37
4.5	Aktuelles Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	39

5.	UMSATZERWARTUNG, KAUFKRAFTSTRÖME UND MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES PLANOBJEKTES	41
5.1	Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen	41
5.2	Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des Untersuchungsprojekts	42
5.3	Die Kaufkraftbewegungen	45
5.4	Mögliche Auswirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung	46
5.5	Verkehrliche Auswirkungen durch das Planvorhaben	53
6.	FAZIT	54

Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen der Standortentwicklung

1.1 Aufgabenstellung

Die Edeka Handelsgesellschaft Südwest plant, in der Gemeinde Mötzingen (LK Böblingen) mit ca. 3.700 Einwohnern einen Edeka-Supermarkt mit ca. 1.300 m² VK zu realisieren. Der Standort befindet sich am nördlichen Siedlungsrand an der Nagolder Straße in direkter Nachbarschaft zu einem bestehenden Netto LM-Discounter. Zunächst war vorgesehen, einen Supermarkt mit 1.500 m² anzusiedeln. Für dieses Vorhaben wurde ecostra im Jahr 2018 mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse beauftragt, welche im September 2018 vorgelegt wurde. Vor dem Hintergrund der nun konkretisierten Projektplanung mit einer reduzierten Verkaufsfläche sowie verschiedenen Veränderungen der Wettbewerbssituation, ist eine Aktualisierung und Neubewertung der Auswirkungsanalyse von 2018 erforderlich. Dafür wurde – aufbauend auf den vorliegenden Daten – die Wettbewerbssituation durch ecostra-Mitarbeiter erneut erfasst und bewertet sowie u.a. eine Aktualisierung sämtlicher Nachfragedaten (u.a. Einwohnerzahlen, Kaufkraft) durchgeführt. Ebenso wurden die Veränderungen der Kaufkraftströme neu bewertet.

Grundlage dieser Untersuchung bilden zunächst die Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie der relevanten landes- und regionalplanerischen Vorschriften (hier u.a. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Regionalplan Stuttgart 2009), wobei v.a. die möglichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen im Einzelhandel zu untersuchen sind. Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Darstellung des projektrelevanten Rechtsrahmens
- Standortbeschreibung und -bewertung
- Definition und spezielle Daten des Planobjekts
- Abgrenzung des Einzugsgebietes des Planobjektes, Ermittlung des aktuellen Bevölkerungspotenzials und der planobjektbezogenen Kaufkraftvolumina sowie Prognose der Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2030
- Erfassung, Darstellung und Bewertung des relevanten Wettbewerbs (hier v.a. im Lebensmittelbereich).
- Analyse der Umsatzerwartung, der durch das Vorhaben ausgelösten Kaufkraftströme sowie der möglichen Auswirkungen auf Städtebau und Raumordnung sowie auf die Nahversorgung
- Abschließende Bewertung und Empfehlungen zur möglichen Realisierung des Planobjektes

Die vorliegende Untersuchung dient als Informations- und Bewertungsgrundlage für das Genehmigungsverfahren zur möglichen Realisierung des geplanten Edeka-Supermarktes an der Nagolder Straße in Mötzingen.



1.2 Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel

1.2.1 Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)

Wesentliche Rechtsgrundlage für die Standortentwicklung im Einzelhandel stellen die Regelungen des Baugesetzbuches (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Im BauGB werden förmliche Verfahren zur Aufstellung verschiedener Pläne geregelt. Die BauNVO bestimmt Art und Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche. Die zentrale Norm des § 11 Abs. 3 BauNVO führt hierzu aus:

- „(3) 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 Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Entsprechend der BauNVO greift die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 Satz 3, wonach Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Ergänzend hat das Bundesverwaltungsgericht geurteilt, dass Einzelhandelsbetriebe großflächig sind, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.¹ In diesem Fall wird von den Genehmigungs- und Planungsbehörden zunächst vermutet, dass der Betrieb nicht unwesentliche Auswirkungen auf die

¹ In seinem Urteil vom 24. November 2005 führt das Bundesverwaltungsgericht aus, dass Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Damit wurde die Schwelle zur Großflächigkeit etwas angehoben (vorher 700 m² VK). Als Verkaufsfläche gilt der gesamte Teil der Geschäftsfläche, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und der dem Kunden zugänglich ist (einschließlich Kassenzonen, Standflächen für Warenträger, Gänge, Stellflächen für Einrichtungsgegenstände, Treppen innerhalb der Verkaufsräume). Zu der Verkaufsfläche zählen auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden sowie Lagerräume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen. Nicht zur Verkaufsfläche gehören Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung der Waren dienen, die verkauft werden (z.B. Fleisch- oder Käseportionierung, Backstube); ebenfalls nicht zur Verkaufsfläche zählen auch die Kundensozialräume (WC, Wickelraum, Kinderspielecke); vgl. hierzu BIRK, H.-J.: Der Einzelhandel im Bebauungsplanrecht – zugleich: Besprechung der Urteile des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005. In VERWALTUNGSBLÄTTER FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG, 01.08.2006, S. 289ff

städtebauliche Entwicklung und Ordnung und auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung hat, so dass der Betrieb nur in bestimmten Gebieten zulässig ist (Kerngebiete, bestimmte Sondergebiete).¹

Neben den bundesrechtlichen Gesetzen und Verordnungen sind weiterhin die Raumordnungsgesetze, Landesentwicklungspläne sowie ggf. ergänzende Verordnungen der jeweiligen Bundesländer von Bedeutung. Die Zuweisung der allgemeinen Raumordnungsangelegenheiten in die Gesetzgebungskompetenz der Länder hat zur Folge, dass je nach Bundesland z.T. unterschiedliche gesetzliche Regelungen zu beachten sind.

1.2.2 Gesetzliche Rahmenbedingungen in Baden-Württemberg (Landesentwicklungsplan 2002, Regionalplan Stuttgart 2009, Einzelhandelserlass)

Der aktuell gültige Landesentwicklungsplan für Baden-Württemberg² vom September 2002 (LEP 2002) sowie der Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg vom Februar 2001³ beinhalten u.a. Grundsätze und Ziele, die für die Standortentwicklung im Einzelhandel von Bedeutung sind. So wird im Kapitel 3 „Siedlungsentwicklung und Flächenversorgung“ des LEP 2002 unter Punkt 3.3 „Wirtschaftsentwicklung, Standortbedingungen“ u.a. ausgeführt:

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

Z *Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.*

3.3.7.1 Z *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.*

¹ Diese Vermutung kann beispielsweise durch ein Gutachten widerlegt werden (widerlegbare Regelvermutung).

² vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): Landesentwicklungsprogramm 2002 (LEP 2002), Stuttgart 2002

³ vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001, Stuttgart 2001. Hinweis: Dieser Einzelhandelserlass ist am 20.02.2008 außer Kraft getreten und in Ergänzung sonstiger Vorschriften nur noch als Auslegungshilfe zu verwenden.

- 3.3.7.2 Z *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. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.*
- 3.3.7.3 G *Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.*
- 3.3.7.4 G *Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden."*

Die zentralörtliche Hierarchie mit ihren abgestuften Versorgungsfunktionen ist für Baden-Württemberg ebenfalls im LEP 2002 festgehalten.¹ Danach halten Ober- und Mittelzentren höherwertige Güter und Dienstleistungen für den spezialisierten, mittel- und langfristigen Bedarf vor. Unterzentren dienen der Deckung des qualifizierten und häufig wiederkehrenden Bedarfs der Grundversorgung. Jeder Zentrale Ort übernimmt innerhalb der hierarchischen Struktur und der flächendeckenden Funktionsteilung im Raum für einen entsprechenden Verflechtungsbereich auch Funktionen der niedrigeren Zentralitätsstufe(n). Diese Vorgaben der Landesplanung werden auf der regionalen Ebene weiter konkretisiert. Maßgeblich ist im vorliegenden Fall der Regionalplan der Region Stuttgart.² Zentrale Orte mit entsprechender Versorgungsfunktion werden im Landesentwicklungsprogramm des Wirtschaftsministeriums des Landes Baden Württemberg (LEP 2002)³ wie folgt definiert:

- **Oberzentren:** „sollen als Standorte großstädtischer Prägung die Versorgung eines Verflechtungsbereiches von mehreren hunderttausend Einwohnern (in der der Regel die Region) mit hoch qualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten.“ Nächstgelegene Oberzentren für die Standortkommune Mötzingen sind das Doppelzentrum Reutlingen/Tübingen im Osten sowie die Landeshauptstadt Stuttgart im Nordosten.
- **Mittelzentren** „sollen als Standorte eines vielfältigen Angebotes an höherwertigen Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie den gehobenen, spezialisierten Bedarf decken können. Mittelbereiche sollen im Ländlichen Raum mindestens 35.000 Einwohner umfassen.“ Mittelzentren der Region Stuttgart sind u.a. Böblingen und das benachbarte Sindelfingen als Doppelzentrum sowie u.a. Herrenberg, Leonberg, Esslingen am Neckar oder Nürtingen. Die westlich

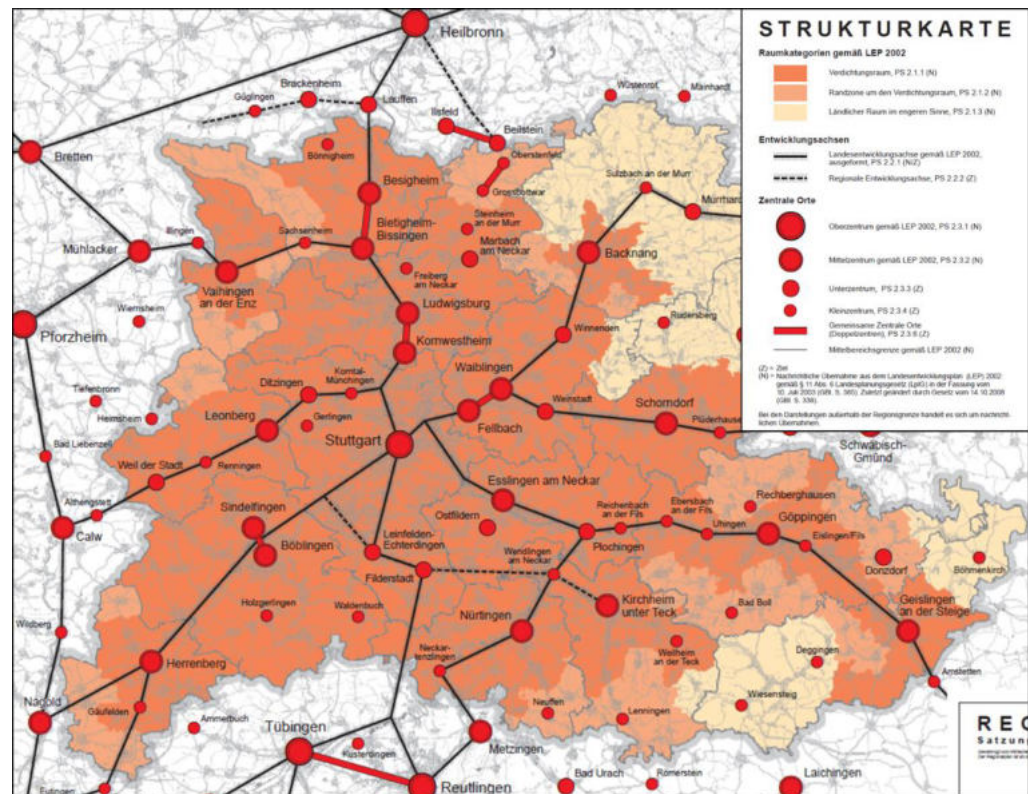
¹ vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): Landesentwicklungsplan 2002 (LEP 2002), Stuttgart 2002, S.20ff

² vgl. Verband Region Stuttgart (Hrsg.): Region Stuttgart. Regionalplan 2009, Stuttgart 2009, S. 39 ff.

³ vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (HRSG.): Landesentwicklungsplan 2002 (LEP 2002), Stuttgart 2002, S. 25 – 29.

gelegene Stadt Nagold ist ebenfalls als Mittelzentrum ausgewiesen, gehört aber bereits zur Region Nordschwarzwald.

Abb. 1: Ausschnitt aus der Strukturkarte des Regionalplans Stuttgart



- **Unterzentren** „sollen als Standorte von Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie auch den qualifizierten, häufig wiederkehrenden Bedarf eines Verflechtungsbereichs der Grundversorgung decken können. Die Verflechtungsbereiche sollen im Ländlichen Raum mindestens 10.000 Einwohner umfassen.“ Unterzentren in der Planungsregion Stuttgart sind u.a. sind die Städte Leinfelden-Echterdingen, Weil der Stadt oder Filderstadt.
- **Kleinzentren** „sollen als Standorte von zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung so entwickelt werden, dass sie den häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf ihres Verflechtungsbereichs decken können. Die Verflechtungsbereiche sollen in der Regel mindestens 8.000 Einwohner umfassen.“ Kleinzentren in der Region Stuttgart sind u.a. die Gemeinden Gäufelden, Holzgerlingen, Gerlingen und Waldenbuch.

Der Standortgemeinde Mötzingen ist landes- bzw. regionalplanerisch keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die Gemeinde ist stattdessen dem Mittelbereich von Herrenberg sowie dem Nahbereich des Kleinzentrums Gäufelden zugeordnet.

Zudem sind die Festlegungen des Kapitels 2.4. *Siedlungsentwicklung* des Regionalplans Stuttgart vom 22.07.2009 zu beachten. Dabei werden die Vorgaben des LEP 2002¹ aufgegriffen und z.T. konkretisiert. Für das Planvorhaben in Böblingen sind insbesondere folgende Ziele und des Kapitels 2.4.3.2. „Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe (Einzelhandelsgroßprojekte)“ von Bedeutung:²

- 2.4.3.2.2. Z (1) *Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² (Einzelhandelsgroßprojekte), sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel – und Unterzentren zulässig.*
- Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren*
- (2) *Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. Hersteller-Direktverkaufszentren / Fabrikverkaufszentren sind als Einkaufszentren zu behandeln und nur im Oberzentrum vorzusehen. Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über den Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.*
- (3) *Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen dabei nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*
- (4) *Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Für die vorgenannten Einzelhandelsgroßprojekte gelten die Plansätze 2.4.3.2.3. bis 2.4.3.2.5. nicht. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst; sonstige Waren dürfen nur als Nebensortiment auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden.*
- 2.4.3.2.3 (Z) (1) *Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den zentralörtlichen Versorgungskernen und nur in der Raum-*
- vante*

¹ vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (HRSG.): Landesentwicklungsplan 2002 (LEP 2002), Stuttgart 2002, S. 27.

² vgl. Verband Region Stuttgart (Hrsg.): Region Stuttgart. Regionalplan 2009. Stuttgart 2009, S. 103 und 104.

Einzelhandelsgroßprojekte (VRG)

nutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebiets-scharf festgelegten Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.

(2) *Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).*

2.4.3.2.4. Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte

(Z) (1) *Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS.2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.*

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ist am 20.02.2008 außer Kraft getreten und in Ergänzung sonstiger Vorschriften nur noch als Auslegungshilfe zu verwenden.

Die bundes- und landesrechtlichen Regelungen zur Steuerung der Standortentwicklung im großflächigen Einzelhandel beinhalten somit eine Reihe von Vorgaben, welche bei einer Prüfung und Bewertung eines Projektes zu beachten sind. Zusammengefasst sind hier v.a. folgende Punkte von Bedeutung:

- **Konzentrationsgebot.** Dieses beinhaltet die Zuordnung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Orten einer bestimmten Zentralitätsstufe (z.B. Unter-, Mittel- oder Oberzentren), während eine entsprechende Ansiedlung z.B. in Gemeinden ohne jede landesplanerisch festgelegte Zentralität nicht vorgesehen ist.
- **Kongruenzgebot.** Demnach sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe nach Umfang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen. Sie sollen so bemessen sein, dass der Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet bzw. sich in diesen einfügt. Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll.
- **Beeinträchtungsverbot.** Ein großflächiges Einzelhandelsprojekt darf weder die Versorgungsfunktion städtebaulich integrierter Bereiche der Standortgemeinde noch die Versorgungsbereiche benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigen.¹ Auch sog. Nahversorgungsbereiche – d.h. Standorte mit einem im Wesentlichen fußläufigen Einzugsgebiet, die der Nahversorgung dienen – können zentrale

¹ Eine wesentliche Beeinträchtigung wird dann vermutet, wenn durch das geplante großflächige Einzelhandelsprojekt bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten Umsatzrückgänge von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten Umsatzverluste von ca. 20 % zu erwarten sind, wobei diese Schwelle der Umsatzumverteilung nicht statisch zu bewerten ist. So wäre z.B.

Versorgungsbereiche sein, deren Funktionsfähigkeit nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

- **Integrationsgebot.** Großflächige Einzelhandelsprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten – d.h. in engem räumlichem und funktionalem Zusammenhang mit den zentralen Einkaufsbereichen – realisiert werden. Bei großflächigen Einzelhandelsprojekten mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten können auch sonstige Standortlagen in Betracht kommen.

Im Rahmen der nachfolgenden Auswirkungsanalyse sind für das Vorhaben in Mötzingen die o.g. Punkte entsprechend zu untersuchen und zu bewerten.

1.2.3 Neue Erkenntnisse der europäischen Rechtsprechung (EuGH-Urteil zu Visser / Appingedam) mit Relevanz für Auswirkungsanalysen im Einzelhandel

Mit dem Urteil der Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom 30.01.2018 in Sachen „Visser / Appingedam“ haben sich eine Reihe von Konsequenzen ergeben, welche v.a. auch für die planerische Steuerung konkreter Handelsentwicklungen von Bedeutung sind (EuGH, Urte. v. 30.01.2018 – C-31/16 – DVBl 2019, 233). Ausgehend von der Feststellung des Gerichts, dass Einzelhandel eine Dienstleistung ist und somit die Europäische Dienstleistungsrichtlinie auf Bebauungspläne anzuwenden ist, welche die Ansiedlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen steuern, wurden die Möglichkeiten zur planerischen Beschränkung von Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen merklich eingeschränkt bzw. deren Begründungsaufwand deutlich erhöht. Bislang liegen noch keine Urteile von deutschen Bundes- oder Oberverwaltungsgerichten vor, welche diese Vorgabe des EuGH aufgreifen. Die aktuelle Diskussion der Fachjuristen und -gutachter geht jedoch davon aus, dass mit diesem EuGH-Urteil bei der bauplanerischen Steuerung des Einzelhandels zukünftig u.a. folgende Aspekte zu beachten sein werden:¹

- Sortimentsbeschränkungen in der Form von Festlegungen für einzelne Warenbereiche mit hohem Detaillierungsgrad oder Verkaufsflächenobergrenzen für einzelne Sortimente in einer Größenordnung von nur wenigen 100 m² (oder sogar darunter) werden nur noch dann Bestand haben können, wenn nachvollziehbar begründet werden kann, dass diese Vorgaben mit einem hohen Maß an Wahrscheinlichkeit geeignet sind, städtebauliche Zielsetzungen zu erreichen. Ein solcher Nachweis dürfte

zwischen einem Umsatzrückgang von ca. 9,9 % und 10,1 % kein nennenswerter qualitativer Unterschied in den tatsächlichen Auswirkungen feststellbar. Nach der aktuellen Rechtsprechung besteht die Möglichkeit von negativen Auswirkungen auf die geschützte Planungshoheit der Nachbargemeinde und damit eine Abwägungspflicht dann, wenn eine Umsatzverteilung zu Lasten der Nachbarkommunen durch das angegriffene Vorhaben von etwa 10 % zu erwarten ist, weil die damit verbundenen primärwirtschaftlichen Folgen, insbesondere Betriebsschließungen, zu einer Veränderung der städtebaulichen Gestaltung führen und damit die Nachbargemeinde zu einer Änderung ihrer bisherigen Planung zwingen kann (vgl. OVG Rheinland-Pfalz, Urte. v. 25.04.2001, OVG Rheinland-Pfalz, Beschluss v. 08.01.1999, OVG Münster, Urte. v. 06.06.2005, 10 D 148/04).

¹ Vgl. hierzu ULRICH BATTIS & JAN HENNIG: Unionsrechtliche Anforderungen an die Steuerung des Einzelhandels. In Deutsches Verwaltungsblatt (DVBl), 02 / 2019, Heft 4, S. 197ff; vgl. DR. LADEMANN & PARTNER: Neue Chancen für die Weiterentwicklung und Vitalisierung von Fachmarktzentren. Konsequenzen des „Visser/Appingedam-Urteils“ des Europäischen Gerichtshofs. In MEC METRO-ECE CENTERMANAGEMENT: Fachmarktzentren in Deutschland. Werte sichern. Werte steigern. Düsseldorf 2019, S. 62ff

in Zeiten von anhaltend starken Marktanteilsgewinnen des Online-Handels gerade auch bei den zentrenrelevanten Sortimenten nicht immer leicht zu führen sein.¹

- Schwellenwerte zur Bestimmung der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes (z.B. 800 m² VK), welche bei Überschreiten die Vermutungsregel des § 11.3 BauNVO auslösen ebenso wie relative oder absolute Schwellen (z.B. maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente an Standorten außerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns) werden kritisch auf ihre Verhältnismäßigkeit zu überprüfen sein und bedürfen ebenfalls einer besonderen fachlichen Begründung. Darüber hinaus wird es notwendig sein, dass diese – meist auf oberen Planungsebenen festgelegten – Schwellenwerte durch eine planende Gemeinde im Einzelfall dann überwunden werden können, wenn städtebauliche oder raumordnerische Ziele durch das Vorhaben nicht gefährdet sind.
- Wirtschaftliche Bedarfsprüfungen sind nach der EU-Dienstleistungsrichtlinie grundsätzlich verboten. Dies bedeutet, dass die Genehmigungsfähigkeit eines Einzelhandelsprojektes nicht mehr an sog. Entwicklungskorridoren eines zukünftigen branchenbezogenen Verkaufsflächenbedarfs gemessen werden darf, so wie dieser in vielen Einzelhandelskonzepten von den Gutachtern auf Grundlage meist der Bevölkerungs- und Kaufkraftprognosen berechnet wurde.
- Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche muss dahingehend überprüft werden, ob dort entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten zur Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben vorhanden sind bzw. geschaffen werden können. Dies kann ggf. auch dahingehend gelöst werden, indem mit einem zentralen Versorgungsbereich räumlich-funktional verknüpfte Teilräume als Entwicklungsbereiche bestimmt werden.
- Die Sortimentslisten mit ihrer Aufgliederung nach nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten und deren damit verbundene planerische Zuweisung in bestimmte Standortlagen einer Gemeinde werden nur noch dann einer gerichtlichen Überprüfung standhalten, wenn diese einerseits nicht sehr ausdifferenziert sind und andererseits auf einer nachvollziehbaren städtebaulichen Begründung fußen.

Jedenfalls gewinnt vor diesem Hintergrund bei einer Nicht-Genehmigung für ein Einzelhandelsvorhaben eine plausible und nachvollziehbare Begründung an Bedeutung, welche jeweils auf den Einzelfall bezogene gewichtige städtebauliche und raumordnerische Aspekte beinhaltet.

¹ Manche Fachgutachter gehen hier davon aus, dass zukünftig sogar ein periodisches Controlling und Monitoring von Bebauungsplänen notwendig sein wird, welches prüft, ob die Festsetzungen älterer Bebauungspläne immer noch erforderlich sind oder ob die Marktentwicklung sich auf die Existenz eines vor Jahren geprüften Einzelhandelsobjekts eingestellt hat und entsprechende Vorgaben somit zwischenzeitlich obsolet geworden sind.

2. Standortbeschreibung und -bewertung

2.1 Der Makrostandort Nagold – Herrenberg – Horb am Neckar

2.1.1 Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten

Die Gemeinde Mötzingen (ca. 3.700 Einwohner) befindet sich naturräumlich im Korngäu bzw. Oberen Gäu im äußersten Südwesten des Landkreises Böblingen in Baden-Württemberg. Administrativ gehört die Gemeinde zum Regierungsbezirk Stuttgart. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind in ca. 12 km nordöstlicher Richtung Herrenberg (LK Böblingen) sowie Nagold (LK Calw), welches ca. 8 km westlich entfernt ist. Mötzingen selbst ist keine zentralörtliche Funktion zugewiesen.

Abb. 2: Die Lage der Gemeinde Mötzingen im Landkreis Böblingen

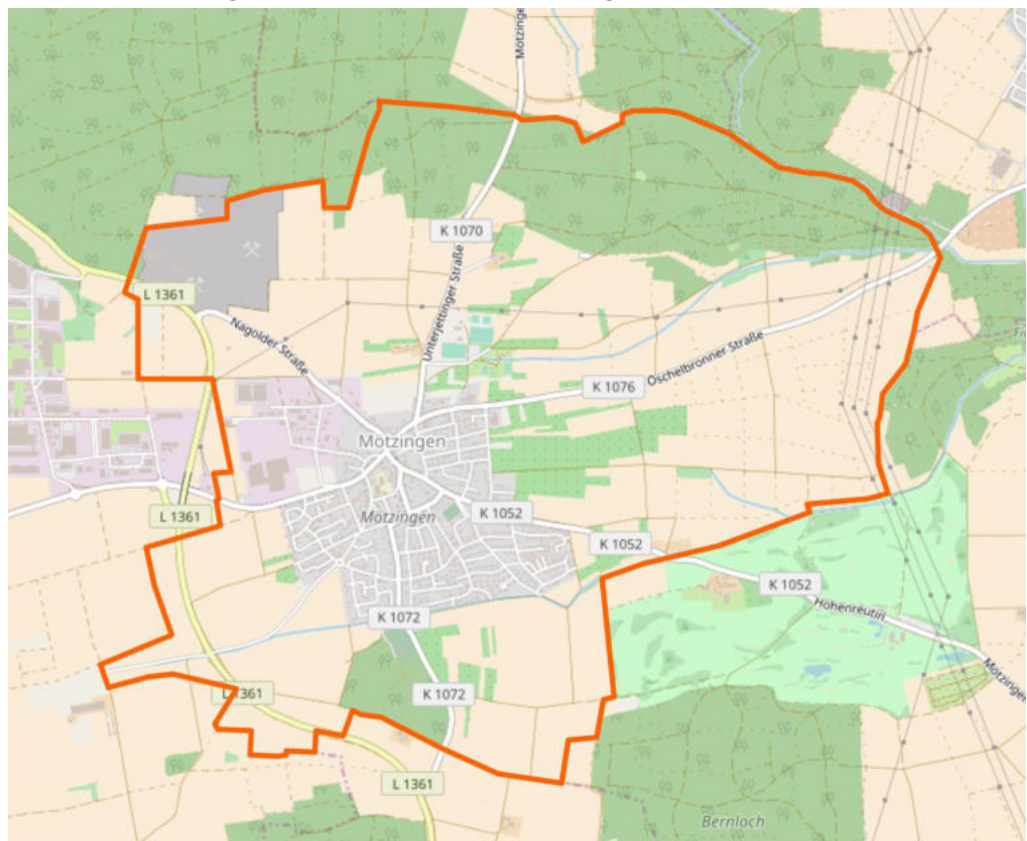


Quelle: wikipedia.de

2.1.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Das Gemeindegebiet von Mötzingen besteht lediglich aus einem Ortsteil, dessen Siedlungsbereich rund ein Drittel der gesamten Gemeindefläche einnimmt. Der Siedlungsschwerpunkt befindet sich größtenteils südlich der Kreisstraße Iselshauer Straße (K1026) / Öschelbronner Straße (K1076) mit aufgelockerter Ein- und Mehrfamilienhausbebauung, während der nördliche Teil überwiegend durch Gewerbenutzungen geprägt ist.

Abb. 3: Siedlungsstruktur der Gemeinde Mötzingen



Quelle: openstreetmap.org

Mötzingen umfasst derzeit eine Einwohnerschaft von ca. 3.700 Personen. Die Bevölkerungsentwicklung zeigt mit einem Wachstum von ca. +2,7 % (bzw. ca. 100 Personen) zwischen 2011 und 2020 einen positiven Trend.¹ Laut Bevölkerungsvorausrechnung des statistischen Landesamtes Baden-Württemberg wird sich dieses Wachstum in der Zukunft nicht fortsetzen. So ist, ausgehend vom Basisjahr 2017, bis zum Jahr 2035 eine Bevölkerungsabnahme um ca. -1,6 % auf etwa 3.640 Einwohner zu erwarten.²

¹ vgl. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

² STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG: Regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung Basis 2017; Hauptvariante. Internet: <https://www.statistik-bw.de/BevoelkGebiet/Vorausrechnung / 98015021.tab?R=GS115034>.

2.1.3 Verkehrsinfrastruktur

Die Verkehrsbeziehungen von Mötzingen werden hauptsächlich durch die von Nord nach Süd verlaufende Landesstraße L1361 bestimmt, die entlang der westlichen Gemeindegrenze verläuft. Im Norden – bei Nagold – kreuzt die Landesstraße die Bundesstraße B463 und im Süden die Bundesstraße 28, sodass die Gemeinde an das überregionale Straßennetz gut angebunden ist. Die B28 dient zudem als Zubringer zum Autobahnkreuz Rottenburg und gewährleistet eine schnelle Anbindung an die Bundesautobahn 81 (Stuttgart – Singen). In Mötzingen verkehren regelmäßig Buslinien in Richtung Herrenberg, Nagold sowie Bondorf. Über einen eigenen Bahnhof verfügt die Gemeinde nicht, es besteht aber über die jeweils ca. 5 km entfernten Bahnhöfe in Nagold (im Westen) sowie in Bondorf (im Osten) eine Anbindung an den Regionalverkehr in Richtung Pforzheim und Tübingen bzw. in Richtung Stuttgart und Freudenstadt.

2.1.4 Wirtschaft und Arbeitsmarkt

In wirtschaftlicher Hinsicht wird Mötzingen v.a. durch eine mittelständische Unternehmensstruktur geprägt. Einer der größten Arbeitgeber vor Ort ist der Möbelhersteller Rolf Benz, welcher im westlichen Gemeindegebiet eine Produktionsstätte betreibt. In einem nördlich daran anschließenden kleinen Gewerbegebiet haben darüber hinaus verschiedene weitere überwiegend kleine und mittlere Handwerks- und Gewerbebetriebe ihren Standort. Insgesamt kommt Mötzingen aber nur eine geringe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort zu. Vielmehr nimmt die Gemeinde v.a. eine Wohnfunktion für die Beschäftigten der zahlreichen Industrie- oder Dienstleistungsunternehmen in der Region Stuttgart ein, was sich auch an einem seit Jahren negativen Pendlersaldo (zuletzt ca. -960 Personen) deutlich macht. Dies ist handelsbezogen insofern von Bedeutung, dass Lebensmitteleinkäufe häufig – ein entsprechendes Angebot vorausgesetzt – am Arbeitsort getätigt werden und die entsprechende Kaufkraft bei den dortigen Anbietern als Umsatz wirksam wird.

Die Arbeitslosenquote für den Landkreis Böblingen liegt bei ca. 3,6 % (August 2021) und damit geringfügig unterhalb des Wertes für Baden-Württemberg (3,9 %) aber deutlich unter dem Vergleichswert von Deutschland insgesamt (ca. 5,6 %). Mit einem Kaufkraftkoeffizienten von ca. 101,5 liegt das Kaufkraftniveau der Bevölkerung der Gemeinde Mötzingen in etwa auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts von 100, aber deutlich unter dem Durchschnittswert für den Landkreis Böblingen (ca. 118,3).

Der Gemeinde Mötzingen ist im LEP 2002 bzw. im Regionalplan Stuttgart keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die Gemeinde ist dem Verflechtungsbereich des Mittelbereichs Herrenberg zugeordnet. Zusammen mit seinen Nachbargemeinden Bondorf, Gäufelden sowie Jettingen ist Mötzingen dem Verflechtungsbereich des gemeinsamen Kleinentrums Gäufelden zugeordnet.

2.2 Der Einzelhandelsstandort Mötzingen

Nach vorliegenden Informationen verfügt die Gemeinde Mötzingen über kein eigenes Einzelhandelskonzept, sodass keine entsprechenden Marktdaten des Einzelhandels auf

kommunaler Ebene vorliegen ebenso wie auch keine Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen getroffen wurde.

Der Ortskern von Mötzingen erstreckt sich entlang der Kirchstraße / Bondorfer Straße sowie der von der Kirchstraße südlich abzweigenden Schlossgartenstraße. Hier sind einige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe, hauptsächlich des Lebensmittelhandwerks wie Metzger Wörner und Bäcker Seeger angesiedelt. Das Angebot ist auf die Nahversorgung der Bevölkerung ausgerichtet. Neben dem Lebensmittelhandwerk wird das Angebot um einige wenige Betriebe mit Non-Food-Sortimenten, wie Apotheke und Geschenkartikel-laden ergänzt. Hinzu kommen einzelne Dienstleister wie Banken oder Friseure, die ebenfalls im Ort ansässig sind. Weiterhin befinden sich öffentliche Einrichtungen wie die Gemeindeverwaltung, die Stadtbibliothek, das Gemeindehaus sowie eine Kirche im Ortskern.

Abgesehen von dem genannten Angebot des Lebensmittelhandwerks im Ortskern, stellt der Netto LM-Discounter damit die einzige innerörtliche Grundversorgungsmöglichkeit dar. Aufgrund dieses rudimentären Angebots ist daher von sehr hohen Kaufkraftabflüssen im kurzfristigen Bedarfsbereich an Standorte im Umland auszugehen.



Blick auf die Gemeindeverwaltung in Mötzingen.



Nur wenige Einzelhandelsbetriebe sind im Ortskern von Mötzingen ansässig, u.a. Metzgerei Wörner, Bäckerei Seeger und eine Apotheke.

2.2.1 Versorgungslagen des Einzelhandels im Umland der Gemeinde Mötzingen

Die wesentlichen Versorgungslagen des Lebensmitteleinzelhandels im regionalen Umfeld von Mötzingen befinden sich im unmittelbar westlich gelegenen Nagold sowie im nordöstlich gelegenen Herrenberg. Aufgrund eines gut ausgebauten Einzelhandelsangebotes auch in den sonstigen Bedarfsbereichen überlagern diese übergeordneten Einzelhandelsstandorte die Gemeinde Mötzingen ebenso wie die entsprechenden anderen Umlandgemeinden. Dies gilt vorwiegend für den kurzfristigen Bedarfsbereich, da sich in diesen Städten u.a. auch großdimensionierte Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (z.B. Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) befinden, welche u.a. auch für die Wohnbevölkerung von Mötzingen bzw. der angrenzenden Gemeinden Ziel der umsatzstarken Wochen- oder Monateinkäufe sind. Weitere Einkaufsverflechtungen bestehen mit dem umfangreichen und markenorientierten Einzelhandelsangebot des Oberzentrums Tübingen / Reutlingen, wobei hier allerdings der Einkauf von Gütern des kurzfristigen Bedarfs kaum mehr eine Rolle spielt.

Die wesentlichen übergeordneten Einkaufsstandorte Nagold und Herrenberg werden nachfolgend kurz beschrieben.

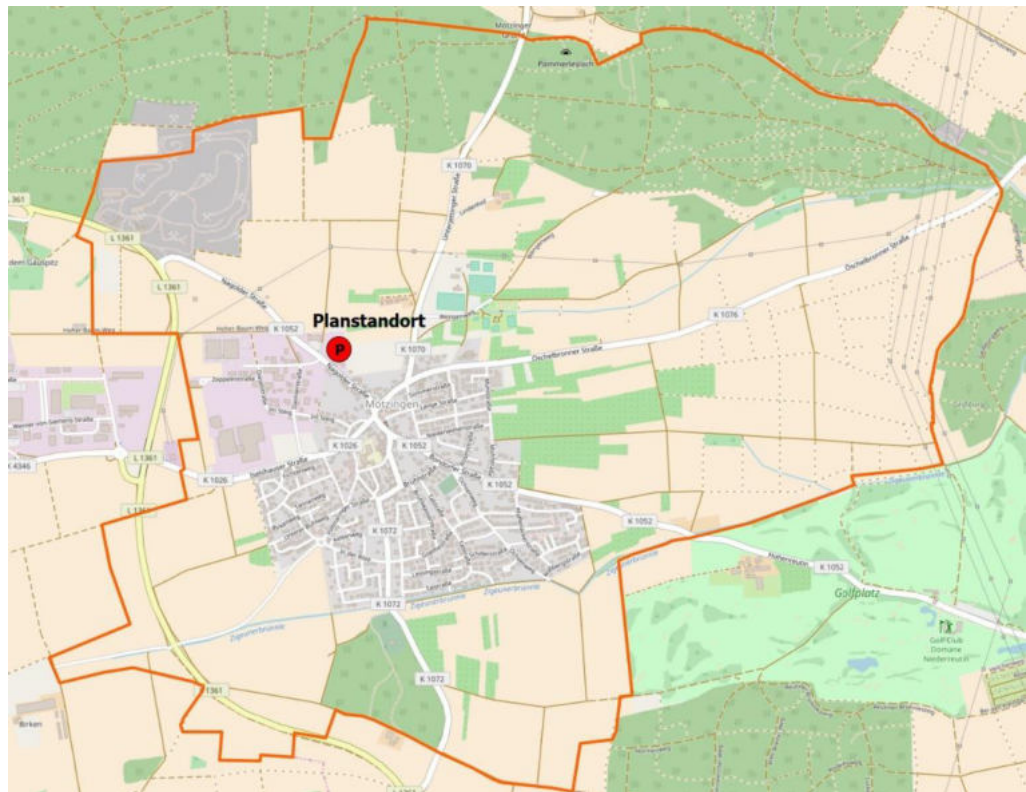
- Die westlich von Mötzingen gelegene, ca. 5 km entfernte, Stadt **Nagold** umfasst derzeit eine Bevölkerung von ca. 22.670 Einwohnern. Landes- und regionalplanerisch ist die Stadt als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Haupteinkaufslage erstreckt sich entlang der Marktstraße / Turmstraße / Freudenstädter Straße im Stadtzentrum. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich und ist durch meist kleinflächige Ladengeschäfte geprägt. Weitere relevante Einzelhandelsstandorte befinden sich entlang der Grafenwiesenstraße (u.a. EDEKA, Denn's Biosupermarkt) und in der autokundenorientierten Standortagglomeration im südlichen Stadtgebiet an der Haiterbacher Straße (u.a. Aldi, Kaufland, dm).
- Im Nordosten von Mötzingen, ca. 12 km entfernt, befindet sich die Stadt **Herrenberg** mit ca. 31.820 Einwohnern. Herrenberg ist landes- und regionalplanerisch der Status eines Mittelzentrums zugewiesen. Die Einzelhandelsstruktur Herrenbergs ist durch eine starke Stellung seiner Innenstadt, auch in der Lebensmittelversorgung, geprägt. Hier ist auch die überwiegende Mehrzahl der z.T. großflächigen Betriebe ansässig. Eine wichtige Nahversorgungsfunktion geht von einem am Innenstadtrand befindlichen großflächigen EDEKA-Center aus, das zusammen mit anderen Anbietern (Deichmann, Takko,) in einen mehrgeschossigen Gebäudekomplex integriert ist. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite ist in jüngerer Zeit das sog. Seeländer eröffnet worden. Es handelt sich dabei um ein gemischt genutztes Objekt, welches in einer Ladenzeile im Erdgeschoss über verschiedene Handlungsnutzungen verfügt (u.a. Lidl, Rossmann, Denn's, Deichmann). Die Obergeschosse werden v.a. gewerblich genutzt. Außerhalb der Innenstadt ist im Schießtälle ein großflächiges Kaufland-SB-Warenhaus lokalisiert.

2.3 Der Mikrostandort des Vorhabens in Mötzingen

2.3.1 Standortbeschreibung

Der Planstandort für den in der Gemeinde Mötzingen geplanten EDEKA-Supermarkt liegt am nördlichen Rand des Siedlungsbereichs, an der Ausfallstraße „Nagolder Straße“ (K1052) im Kreuzungsbereich zur Siemensstraße. Bei dem Planareal handelt es sich um ein in etwa trapezförmiges Grundstück, auf dem sich derzeit eine langgezogene Halle mit Garagen sowie eine überdachte hallenartige Konstruktion befinden. Das Plangrundstück weist neben Betonflächen auch mit Gras und Büschen bewachsene Flächen auf, über die diverse Baumaterialien verteilt sind. Das Gelände, welches vollständig durch einen Maschendrahtzaun umgeben ist, liegt topographisch unterhalb des Straßenniveaus und fällt nach Norden hin einige Meter ab.

Abb. 4: Räumliche Einordnung des Planareals innerhalb der Gemeinde Mötzingen



Quelle: openstreetmap.org; ecostra-Bearbeitung

Die Nutzungsstruktur im Umfeld des Planstandortes lässt sich derzeit wie folgt beschreiben: Unmittelbar westlich des Planstandortes, aber durch eine Straße getrennt, befindet sich der Netto LM-Discounter mit ca. 660 m² VK. Im Süden verläuft die Nagolder Straße als Grenze. Dahinter schließt sich ebenfalls eine lockere Wohnbebauung an, die durch Grünflächen aufgelockert wird. Südwestlich beginnt das Gewerbegebiet „Nagolder Steig“ u.a. mit einer Garten-Baumschule. Nördlich des Planareals befinden sich weitläufige Acker- und Grünflächen. Im Osten grenzt das Plangrundstück zunächst auch an Grünflächen an, vereinzelt ist aber auch schon lockere Wohnbebauung (Einfamilienhäuser) vorzufinden.



Das Planareal liegt unterhalb des Straßenniveaus. Das Gelände ist mit mehreren Hallen bebaut und dient auch als Standort für Baumaschinen und -materialien.



Blick nach Norden. Im Bildhintergrund ist der bestehende Netto LM-Discounter zu erkennen, der durch eine Straße vom Planareal getrennt wird. Das weitere Umfeld ist v.a. durch Grünfläche geprägt.

Abb. 5: Der Mikrostandort des Planvorhabens und sein näheres Umfeld



Quelle: GoogleEarth; ecostra-Bearbeitung



Die Nagolder Straße steigt nach Norden – Richtung Ortsausgang – topographisch an. Die Einsehbarkeit auf das Planreal ist trotz der Niveauunterschiede gut. Für Fußgänger besteht in Form einer Verkehrsinsel eine Quermöglichkeit über die Nagolder Straße.

Die verkehrliche Erschließung des geplanten EDEKA-Supermarktes erfolgt für den PKW-Verkehr über die Ortsdurchfahrt Nagolder Straße, die in nördlicher Richtung in die Landstraße L1361 in Richtung Nagold übergeht und nach Süden in den Ortskern führt. Topographisch fällt die Straße nach Süden hin stark ab. Die Nagolder Straße ist in beide Fahrtrichtungen einspurig ausgebaut und auf Höhe des Planareals als Tempo 50-Zone ausgewiesen. Die ca. 110 Kundenparkplätze die südlich des geplanten Supermarkt-Gebäudes ebenerdig vorgesehen sind, können direkt über die Nagolder Straße angefahren werden. Die Anlieferung des Marktes soll ebenfalls über diese Hauptverkehrsachse erfolgen.

Für die Anwohner aus dem südlich und östlich angrenzenden Wohngebiet ist das Planareal über einen Gehweg entlang der Nagolder Straße erreichbar. Dieser verläuft von Süden kommend zunächst nur auf der linken Straßenseite, ehe dieser kurz vor dem Kreuzungsbereich Nagolder Straße / Siemensstraße auf der rechten Seite weiter führt. Die Querung der Hauptstraße erfolgt über eine kleine Verkehrsinsel, jedoch ohne eine

sichere Querungshilfe (z.B. Zebrastreifen oder Ampelschaltung). Die ÖPNV-Anbindung des Planstandortes ist über die Bushaltestelle „Mötzingen – Nagolder Steig“ gewährleistet, die sich unmittelbar vor dem Planstandort befindet. Die Haltestelle wird stündlich von der Buslinie 777 angefahren.

Durch seine Standortlage direkt an der Durchfahrtsstraße verfügt der Planstandort über eine sehr gute Einsehbarkeit, die in beide Richtungen weder durch Vegetation noch durch andere Sichthindernisse beeinträchtigt wird.



Blick entlang der Nagolder Straße in südliche Richtung zum Ortskern. Unmittelbar vor dem Planareal befindet sich die Bushaltestelle.



Blick entlang der Nagolder Straße in nördliche Richtung zum Ortsausgang. Im rechten Bildrand ist die überdachte Halle des Plangrundstücks zu erkennen. Weiter nördlich der Netto LM-Discounter.



Zur Querung der Hauptstraße dient eine kleine Verkehrsinsel.



Blick vom Kreuzungsbereich Nagolder Straße / Siemensstraße auf das Planareal (rechts) und den Netto LM-Discounter (links).

Fotos: ecostra

Insgesamt handelt es sich bei dem Planstandort um einen verkehrlich sehr gut erschlossenen Standort mit hohem Aufmerksamkeitswert unmittelbar an der Ortsdurchfahrt am nördlichen Gemeinderand von Mötzingen. Der EDEKA-Supermarkt grenzt an ein Wohnumfeld an, wird aber insgesamt nicht nur die Wohnbevölkerung des fußläufigen Umfelds ansprechen, sondern – aufgrund der Erreichbarkeitsfaktoren, der geplanten Flächengröße und der Funktion als Vollsortimenter – auch PKW-Kunden aus den sonstigen Wohnbereichen von Mötzingen sowie den unmittelbar angrenzenden Gemeinden.

2.3.2 Städtebauliche Bewertung des Planstandortes

In der Fachliteratur gibt es verschiedene Darstellungen, was unter einem „integrierten Standort“ zu verstehen ist. Diese Definitionen unterscheiden sich aber meist nur in Nuancen, haben aber gleichwohl immer wieder zu Abgrenzungsproblemen geführt, welche Standorte noch als „integriert“ und welche als „nicht integriert“ zu bewerten sind. Die

bislang wohl fundierteste und eindeutigste Definition wurde von der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif) erarbeitet und lautet wie folgt:

„Bei einer (städtebaulich) integrierten Lage handelt es sich um einen Standort, welcher sich innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs befindet oder unmittelbar an diesen angrenzt. Die Lage ist darüber hinaus in der Regel gekennzeichnet durch wesentliche Wohnanteile sowie einen bereits vorhandenen mehr oder weniger stark ausgeprägten Besatz – bzw. eine solche Nutzungsmischung – mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen. Ebenso kennzeichnend ist eine von den Wohnbereichen – zumindest bei Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs – fußläufige Erreichbarkeit sowie meist auch eine Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr.“¹

Damit sind auch Randlagen als städtebaulich integriert zu bewerten, sofern diese unmittelbar an die bestehende Wohnbebauung sowie einen bereits bestehenden Geschäftsbesatz angrenzen und u.a. eine Fußläufigkeit gegeben ist.

Der Standort des geplanten EDEKA-Supermarktes befindet sich am nördlichen Siedlungsrand der Gemeinde und schließt südlich und östlich unmittelbar an Wohnbebauung an. Landwirtschaftlich genutzte Flächen grenzen im Norden und Westen an das Areal. Sowohl die fußläufige Erreichbarkeit für das umliegende Wohngebiet wie auch die Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr ist für den Standort gegeben. Der Netto LM-Discounter grenzt unmittelbar westlich an das Plangrundstück. Letztlich erfüllt das Planareal die Anforderungen der o.a. Definition eines städtebaulich integrierten Standortes und ist aus fachgutachterlicher Sicht entsprechend als (noch) städtebaulich integriert zu klassifizieren.

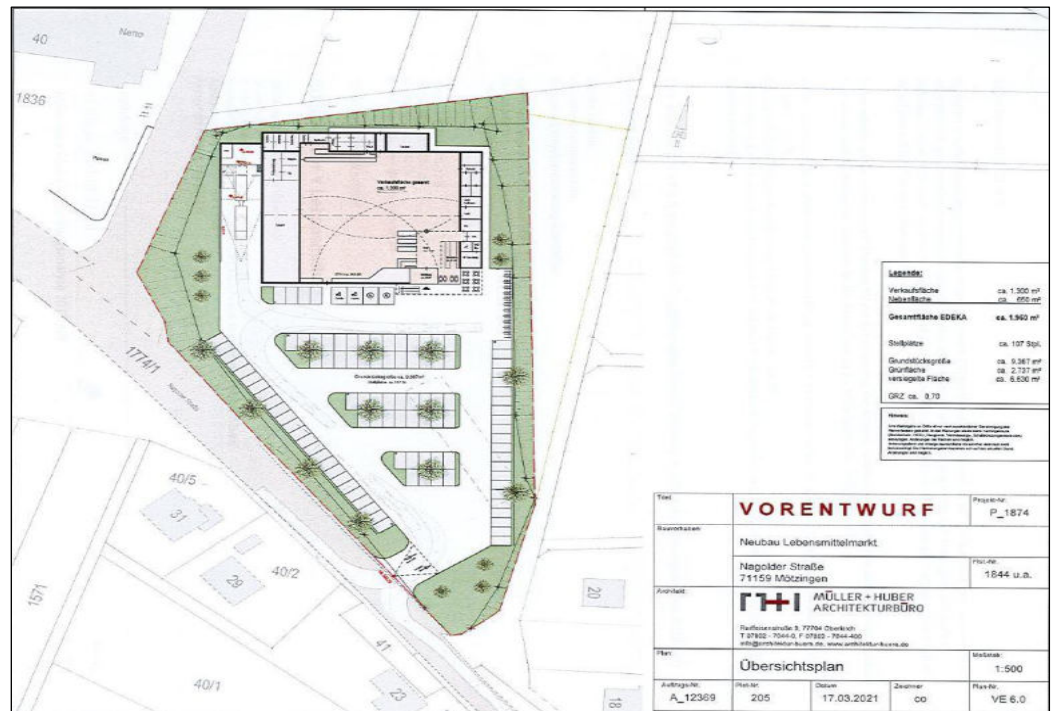
Nach vorliegenden Informationen verfügt die Gemeinde Mötzingen über kein Einzelhandelskonzept, in dem ein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt wurde.

¹ vgl. GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Februar 2014, S. 197

2.3.3 Projektdaten des Planobjektes

Am Planstandort „Nagolder Straße 26“ in Mötzingen ist die Realisierung eines EDEKA-Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.300 m² vorgesehen. Dem Planvorhaben sind ca. 107 ebenerdig vorgelagerte PKW-Stellplätze zugeordnet. Die Anlieferung des Supermarktes ist an der Westseite des Supermarktes geplant.

Abb. 6: Projektskizze des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen



Quelle: Müller + Huber Architekturbüro 2021; ecostra-Bearbeitung

2.3.4 Standort- und Projektbewertung

Die spezifischen Eigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten eines Einzelhandelsstandortes können durch eine Analyse der Stärken („Strengths“), Schwächen („Weaknesses“), Chancen („Opportunities“) und Gefahren („Threats“) – d.h. durch eine sog. SWOT-Analyse – transparent gemacht werden. Diese Merkmale üben einen entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung und damit die Umsatzerwartung und Marktpositionierung eines Einzelhandelsobjektes aus. Nachfolgend werden im Speziellen auch die für einen Supermarkt relevanten Standortfaktoren berücksichtigt.

Aus **betrieblicher Sicht** ist zunächst festzustellen, dass es sich beim Untersuchungsareal um einen Standort in verkehrsgünstiger Lage, an einer Hauptverkehrsachse mit sehr guter Einsehbarkeit handelt. Im näheren Umfeld des Planstandortes herrscht nur eine relativ geringe Wettbewerbsdichte vor. In der Gemeinde Mötzingen selbst ist unmittelbar westlich des Planareals ein Netto LM-Discounter lokalisiert, dessen Angebot sich hinsichtlich Breite und Tiefe deutlich vom geplanten Vollsortimenter unterscheidet. Darüber hinaus sind erfahrungsgemäß durch die Standortkombination von Vollsortimenter und LM-Discounter neben Wettbewerbswirkungen auch Synergieeffekte durch



Kopplungskäufe sowie eine verbesserte Marktpositionierung des Standortes zu erwarten. Aufgrund des starken Angebotsbesatzes im Lebensmitteleinzelhandel in den Umlandgemeinden und Nachbarstädten insgesamt ist das Einzugsgebiet räumlich allerdings stark begrenzt, was sich in einem entsprechenden Einwohnerpotenzial bemerkbar macht. Der Standortbereich ist durch den Netto LM-Discounter als Einzelhandelslage etabliert („gelernter Standort“) und erfüllt bereits heute eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung.

Tab. 1: SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen

Stärken („Strengths“)	Schwächen („Weaknesses“)
<ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute PKW-Erreichbarkeit durch Lage an der Hauptortsdurchfahrt (K1052). 	<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt bereits intensive Wettbewerbssituation im LEH durch z.T. großdimensionierte Wettbewerber in den Umlandkommunen.
<ul style="list-style-type: none"> • Gute Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse aus beiden Fahrtrichtungen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Planvorhaben ist nur in der Lage, ein räumlich begrenztes Einzugsgebiet auszubilden; im Wesentlichen auf die Gemeinde Mötzingen beschränkt.
<ul style="list-style-type: none"> • Fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vergleichsweise geringes Einwohnerpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet.
<ul style="list-style-type: none"> • Standortbereich ist an das überörtliche ÖPNV-Netz angebunden. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Grundstücksverfügbarkeit für einen Supermarkt in marktüblicher Größe mit entsprechenden Parkierungsangeboten gegeben. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Geringe Wettbewerbsintensität in Mötzingen selbst, da bislang kein LM-Vollsortimenter vorhanden ist. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Der Standortbereich ist in Mötzingen bereits als Einzelhandelsstandort, insbesondere als (Nah)Versorgungsstandort für Lebensmittel etabliert und bekannt (sog. „gelernter Standort“). 	
<ul style="list-style-type: none"> • Städtebaulich (noch)integrierte Standortlage. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Kundenaustauschbeziehungen mit dem benachbarten Netto LM-Discounter. 	
Chancen („Opportunities“)	Gefahren („Threats“)
<ul style="list-style-type: none"> • Ein Supermarkt in der geplanten Größe lässt in Mötzingen selbst sehr hohe Marktanteile erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Laut amtlicher Bevölkerungsprognose rückläufige Einwohnerentwicklung für das Naheinzugsgebiet.
<ul style="list-style-type: none"> • Qualitative Ergänzung und Abrundung des bisher allein durch einen LM-Discounter bereitgestellten Nahversorgungsangebotes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Der in einer fortgeschrittenen Bauphase befindliche Nachversorgungsstandort „Bettäcker“ in Nebringen wird, nach Fertigstellung, die Wettbewerbssituation intensivieren.
<ul style="list-style-type: none"> • Verminderung des Kaufkraftabflusses aus Mötzingen. 	

Quelle: ecostra

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich beim Planareal um einen städtebaulich (noch) integrierten Standort. Der Planstandort schließt unmittelbar an Wohnbebauung an und ist über einen Gehweg aus den südlich und östlich angrenzenden Wohnbereichen fußläufig gut erreichbar. Außerdem ist der Standort an das ÖPNV-Netz angebunden. Der Standortbereich ist durch den westlich angrenzenden Netto LM-Discounter bereits seit mehreren Jahren als Nahversorgungsstandort etabliert und erfährt durch das Planobjekt eine Angebotsergänzung. Das Vorhaben lässt eine deutliche qualitative Verbesserung der Nahversorgung der Gemeinde Mötzingen erwarten.



Aus **raumordnerischer Sicht** ist festzustellen, dass die vorgesehene Realisierung des EDEKA-Supermarktes zunächst nicht im Einklang mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben steht. Laut dem Regionalplan ist Mötzingen keine zentralörtliche Funktion zugeordnet und somit ist hier großflächiger Einzelhandel eigentlich nicht vorgesehen. Dennoch ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes – auch im Bereich der Großflächigkeit – entsprechend der Ziele des Regionalplans Stuttgart in einem Ort ohne zentralörtliche Funktion zulässig, wenn der Markt ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dient und keine schädlichen Wirkungen auf zentralörtliche Siedlungs- und Versorgungskerne anderer Gemeinden oder deren Ortskerne zu erwarten sind. Das Kongruenzgebot wird zusammen mit dem Beeinträchtigungsverbot im weiteren Verlauf der Untersuchung nochmals detailliert analysiert.

3. Die Angebots- und Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Angebots- und Wettbewerbssituation wurden in der 30. KW 2018 von ecostra-Mitarbeitern die in Zusammenhang mit dem Planobjekt relevanten Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in Mötzingen sowie der Nachbargemeinde Gäufelden, Jettingen, Bondorf und den Städten Herrenberg, Nagold und Rottenburg am Neckar erstmals erfasst und anhand ausgewählter Kriterien bewertet. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde in der 33. KW 2021 eine vollständige Aktualisierung der Wettbewerbssituation durchgeführt und – wo notwendig - Ergänzungen oder Anpassungen vorgenommen. Da erfahrungsgemäß im Einzelhandel die intensivsten Wettbewerbsverflechtungen innerhalb eines bestimmten Raumes zwischen identischen Betriebstypen (und hier v.a. identischer Betreiber in vergleichbarer Standortlage) bestehen und dann – abgestuft – mit ähnlichen Betriebstypen mit demselben Warenangebot, wurden v.a. andere Supermärkte, Discounter und Verbrauchermärkte im Raum erhoben und bewertet.¹

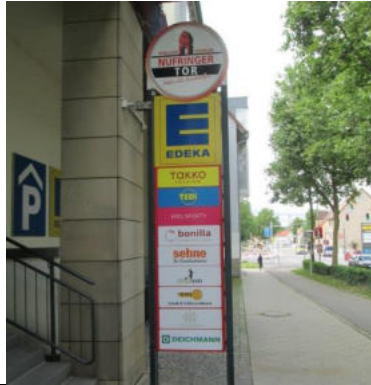
3.1 Die projektrelevante Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelnen ist auf folgende Wettbewerbsstandorte innerhalb des Untersuchungsraumes hinzuweisen (Nummerierung siehe Karte):

(1) Mötzingen	Netto	Nagolder Straße 40
	<p>Soft- / Markendiscouter, ca. 680 m² VK, 3 Kassen, ca. 50 PKW-Stellplätze, Bäckerei in VKB. Schlichte Außenfassade sowie ein zeitgemäßes Ladenlayout mit discount-typischer Warenpräsentation. Verkehrsgünstiger Solitärstandort am nördlichen Ortsrand an der Ausfallstraße K1052 in Richtung Nagold. Direkte nördliche Nachbarschaft zum Planstandort. Der in (noch) integrierter Standortlage befindliche Discounter ist von der Ortsdurchfahrtstraße sehr gut einsehbar und zeigt eine gute Standortqualität. Zufriedenstellende Kundenfrequenz. Das Umfeld ist geprägt durch landwirtschaftliche Nutzfläche, Gewerbebetriebe (Nagolder Steig) und lockere Wohnbebauung. Sein Versorgungsbereich umfasst die gesamte Gemeinde Mötzingen.</p>	

¹ In der Einteilung der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels orientiert sich ecostra an der entsprechenden Definition und Gliederung der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. Vgl. GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. 02/2014, S. 71f

(2) Jettingen	Aldi	Gutmeisterweg 2
	<p>Hard-Discounter, ca. 920 m² VK, 4 Kassen, ca. 130 PKW-Stellplätze. Modernes Ladenlayout mit ansprechender Warenpräsentation und verschiedenen Modernisierungsmerkmalen (z.B. neue Warenträger, Schilder zu den jeweiligen Warengruppen im Markt). Gewerbegebietslage am äußersten Ortsrand im südlichen Ortsteil Unterjettingen. Der autokundenorientierte Standort ist von der Hauptzufahrtsstraße K1025 sehr gut einsehbar. Zum Erhebungszeitpunkt war die Straße Richtung Nagold gesperrt, sodass derzeit die Erreichbarkeit eingeschränkt ist. Aufgrund der guten Standortqualität und einem leistungsfähigem Marktauftritt ist die Kundenfrequenz zufriedenstellend. Im Standortumfeld befinden sich ein Kik, Gewerbenutzungen sowie Grünflächen. Die Versorgungsfunktion reicht über die Gemeinde Jettingen hinaus und umfasst auch Nachbargemeinden.</p>	
(3) Jettingen	real	Heilbergstraße 3
	<p>SB-Warenhaus, ca. 5.050 m² VK, 10 Kassen, über 300 PKW-Stellplätze. Kleindimensionierte Shops in VKZ u.a. Ernsting's family, Vodafone-Shop, Metzger, Bäckerei, Friseur. Architektonisch schlichte Außenfassade, aber übersichtliche Warenpräsentation (breiter Gang, niedrige Regale). Bedientheke für Fleisch, Wurst und Käse. Hoher Anteil an NF2-Artikeln. Verkehrsgünstige Lage direkt an der L1362 in einem Gewerbegebiet im äußersten Westen des Gemeindegebietes. Im Umfeld weitere Handels- (u.a. Rossmann, Deichmann, Möbel Ass, Fressnapf) und Gewerbebetriebe ansässig. Aufgrund der Standortlage gut einsehbarer Markt. Mit seiner Verkaufsflächendimensionierung übernimmt der Markt eine überörtliche Versorgungsfunktion auch für die Umlandgemeinden ein. Nach der Zerschlagung von real ist derzeit noch unsicher ob und in welcher Form dieser Standort weitergeführt wird.</p>	
(4) Herrenberg	Kaufland	Schießtäle 2
	<p>Verbrauchermarkt, ca. 3.500 m² VK, 12 Kassen, über 200 PKW-Parkplätze auf 2 Parkebenen verteilt. Kleindimensionierte Shops in VKZ u.a. Bäckerei, Metzger, Döner-Imbiss. Bereits in die Jahre gekommener Markt mit funktionalem Ladenlayout und hohen Warenträgern mit verbesserungsfähiger Warenpräsentation. Die Verkaufsfläche erstreckt sich über 2 Verkaufsebenen, die über ein Rollband miteinander erschlossen werden. Vor allem das UG (u.a. NF1, Getränke) macht einen sehr unaufgeräumten, in die Jahre gekommenen Eindruck. Bedientheke für Fleisch, Wurst und Käse. Streulage im Kreuzungsbereich B296 / L1362, jedoch nur eingeschränkte Einsehbarkeit von Hauptverkehrsachse aus. Noch gute Kundenfrequenz. Aufgrund seiner Verkaufsflächendimensionierung und Standortlage dient der Verbrauchermarkt nicht nur der Versorgung des westlichen Stadtgebietes, sondern auch der Umlandgemeinden.</p>	

(5) Herrenberg**E-Center****Seestraße 38**

Verbrauchermarkt, ca. 3.870 m² VK, 6 Kassen, ca. 200 PKW-Stellplätze im angegliederten Parkhaus. Das E-Center ist Teil des Einkaufszentrums Nufringer Tor, dass am nördlichen Ende des ZVB Innenstadt gelegen ist. Der Eingang liegt im 1. OG des Gebäudes mit Bäckerei und Feinkostladen im VKB, über ein Rollband ist die Verkaufsebene im EG zu erreichen. Im Markt ist ein Depot-Shop integriert. Äußerlich ist die Handelsimmobilie eher unauffällig und schlicht gehalten. Breite Kundenverkehrswege, niedrige Regale sowie eine angenehme Beleuchtung erzeugen eine gute Atmosphäre im Laden mit entsprechend einladender Warenpräsentation. Schwache Kundenfrequenz. Neben dem Verbrauchermarkt sind im EKZ u.a. Deichmann, Takko, Mrs. Sporty, Tedi, sowie Textilreinigung untergebracht. Das EKZ liegt zwischen der Fußgängerzone im Osten und der wichtigen Verkehrsachse B10 im Westen. Weitere Handelsbetriebe, Gastronomie und Wohnnutzung sind im Umfeld vorzufinden. Insgesamt gute Standortlage und Einsehbarkeit bei sehr leistungsfähigem Marktauftritt. Die Versorgungsfunktion ist als überörtlich anzusehen.


(6) Gäufelden**Edeka****Raiffeisenstraße 20**

Supermarkt, ca. 840 m² VK, 4 Kassen, ca. 70 PKW-Parkplätze, K&U-Bäckerei in VKZ. Etwas in die Jahre gekommener Markt mit beengter Wegeführung und hohen Warenträgern, dennoch übersichtliche Warenpräsentation. Bedientheke für Fleisch, Wurst und Käse. Gewerbegebietslage im Ortsteil Nebringen an der Hauptverkehrsachse K1031 mit sehr guter Einsehbarkeit. Schwache Kundenfrequenz. Im Umfeld befinden sich die Freiwillige Feuerwehr, ein Tanzstudio und weitere Gewerbebetriebe. Seine räumliche Ausstrahlung beschränkt sich auf das Gemeindegebiet.

(7) Gäufelden**Lidl****Mötzingen Straße 27**

Soft- / Markendiscounter, ca. 950 m² VK, 4 Kassen, ca. 110 PKW-Stellplätze. Modernisierter und in jüngerer Zeit vergrößerter LM-Discounter. Gegenüber dem Parkplatz ist die Bäckerei Sehne mit Außengastronomie lokalisiert. Solitärstandort am südlichen Ortsausgang in Öschelbronn in Richtung Mötzingen. Die Einsehbarkeit ist aufgrund exponierter Lage an der Hauptverkehrsachse K1076 gut. Trotz guter Standortqualität nur mäßige Kundenfrequenz. Umfeld durch Wohnbebauung und Grünflächen geprägt. Seine Versorgungsfunktion ist auf das Gemeindegebiet ausgerichtet.

(8) Bondorf	Edeka	Boschstraße 16
	<p>Supermarkt, ca. 1.230 m² VK, 5 Kassen, ca. 80 PKW-Stellplätze, Bäckerei in VKB. Gängiges Ladenlayout mit übersichtlicher Warenpräsentation. Umfangreiches und leistungsfähiges Frische-Angebot mit Bedientheken für Fleisch (u.a. „dry aged beef“), Wurst, Fisch und Käse. Standortlage im Gewerbegebiet Zehntscheuer im östlichen Gemeindegebiet. Insgesamt leistungsfähiger und gut einsehbarer Supermarkt mit guter bis befriedigender Kundenfrequenz. Im Standortumfeld befinden sich Handelsbetriebe (u.a. Hagebaumarkt, Getränkeland), Gewerbe- und Wohnnutzungen. Sein Versorgungsbereich umfasst neben der Gemeinde Bondorf auch angrenzende Nachbargemeinden.</p>	

(9) Bondorf	Penny	Bahnhofstraße 13
	<p>Soft- / Markendiscouter, ca. 680 m² VK, 3 Kassen, ca. 70 PKW-Stellplätze, Sehne-Bäckerei in VKB. Modernisierter Discouter, der aber bereits etwas verbraucht aussieht (z.B. abgenutzt Böden). Aufgrund der Lage zwischen der Bahnlinie und der Straße hat der Markt einen langgezogenen, aber schmalen Schnitt. Integrierte Streulage im Ortskern in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof. Einsehbarkeit von Osten kommend etwas suboptimal aber insgesamt gute Standortqualität. Das Umfeld von Wohnbebauung, kath. Gemeindehaus, Seniorenzentrum sowie Handels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt. Aufgrund der eher geringen Verkaufsflächendimensionierung ist die räumliche Ausstrahlung gering, der Markt übernimmt jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung.</p>	

(10) Rottenburg (Ergenzingen)	Aldi	Mercedesstraße 36
	<p>Hard-Discouter, ca. 860 m² VK, 3 Kassen, ca. 120 PKW-Stellplätze. Der Markt ist modernisiert worden und zeigt entsprechende neuere Ladenbauelemente (u.a. Warenträger in Holzoptik, O&G sowie Frischfleisch am Eingang platziert, neue Fassade). Stark autokundenorientierte Gewerbegebietslage im äußersten Norden im Stadtteil Ergenzingen. Das Umfeld ist von Gewerbenutzungen und landwirtschaftlicher Nutzfläche geprägt. Schwache Kundenfrequenz trotz sehr guter Einsehbarkeit und guter Leistungsfähigkeit. Aufgrund seiner Standortlage besitzt der Markt eine Versorgungsfunktion für die nordwestlichen Stadtteile von Rottenburg a.N. sowie für umliegende Ortschaften der Nachbarkommunen.</p>	

(11) Rottenburg (Ergenzingen)**Lidl****Mercedesstraße 1**

Soft- / Markendiscouter, ca. 920 m² VK, 5 Kassen, ca. 100 PKW-Stellplätze. Standort in einer FMA u.a. mit Rossmann, Kik, Bäckerei und Metzger im Gewerbegebiet im Stadtteil Ergenzingen. Aufgrund der exponierten Standortlage an der Verkehrsachse K6939 sehr gut einsehbar. Discount-typisches Ladenlayout mit verschiedenen Modernisierungsmerkmalen wie z.B. neuen Kühltheken oder Kaffee-SB-Automat. Insgesamt gute Leistungsfähigkeit und Kundenfrequenz. Im weiteren Umfeld befinden sich Handelsnutzungen (u.a. Getränkemarkt), Gewerbe und die Freiwillige Feuerwehr Ergenzingen. Die Versorgungsfunktion ist weitgehend auf die umliegenden Gemeinden und nordwestlichen Stadtteile von Rottenburg a.N. beschränkt.

(12) Rottenburg (Ergenzingen)**Netto****Auberlinstraße 20**

Soft- / Markendiscouter, ca. 660 m² VK, 3 Kassen, ca. 65 PKW-Parkplätze. Sehne-Bäckerei in VKZ. Kleindimensionierter Discouter an der Ausfallstraße L356 in Richtung B28. Mäßig attraktives Ladenlayout und etwas unaufgeräumte Warenpräsentation. Solitärstandort umgeben von Wohnbebauung. Gute Standortlage an Hauptverkehrsachse mit guter Einsehbarkeit, aber nur mäßiger Kundenzuspruch. Der Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das direkte Wohnumfeld.

(13) Nagold**Netto****Am Hopfengarten 1**

Soft- / Markendiscouter, ca. 700 m² VK, 3 Kassen, ca. 60 PKW-Stellplätze, Bäckerei in VKZ. Ansprechende Außenarchitektur sowie Ladenlayout mit geordneter und übersichtlicher Warenpräsentation. Solitärstandort im südlichsten Stadtteil Hochdorf im Kreuzungsbereich B463 / L356. Lockere Wohnbebauung sowie landwirtschaftliche Nutzfläche prägen das Umfeld. Trotz sehr guter Standortlage und Einsehbarkeit nur schwache Kundenfrequenz. Die räumliche Ausstrahlung des Discounters ist auf den Stadtteil Hochdorf begrenzt.

(14) Nagold**Aldi****Haiterbacher Straße 70**

Soft- / Markendiscouter, ca. 1.050 m² VK, 3 Kassen, ca. 95 PKW-Stellplätze. Modernisierter Ladenbau (O&G sowie Frischfleisch am Eingang). Standortagglomeration u.a. mit Kaufland (vgl. Wettbewerber Nr. 15), dm-Drogeriemarkt, Bauhaus und Media Markt. Die gesamte Agglomeration liegt verkehrsgünstig an der B463, jedoch befindet sich der Discouter in zweiter Reihe und ist nicht direkt von der Hauptstraße einsehbar. Gute bis befriedigende Kundenfrequenz. Aufgrund der Handels- und Autokundenorientierung besitzt die Standortlage insgesamt eine überörtliche Ausstrahlung.

(15) Nagold**Kaufland****Haiterbacher Straße 82-86**

Verbrauchermarkt, ca. 3.370 m² VK, 8 Kassen, mehrere 100 PKW-Stellplätze ebenerdig und auf Parkdeck. Im VKB Deichmann, kik, Restaurant, Bäcker und Toto Lotto-Shop ansässig. Architektonisch eher funktionales Design mit ansprechendem Ladenlayout und attraktiver und marktgerechter Warenpräsentation (z.B. niedrige Regale). Gute O&G-Abteilung sowie hoher Anteil an NF2-Ware. Gewerbegebietslage am südlichen Stadtrand in einer Agglomeration u.a. mit Aldi (vgl. Wettbewerber Nr. 14), dm-Drogeriemarkt, Bauhaus und Media Markt. Verkehrsgünstige und autokundenorientierte Standortlage unmittelbar an der B463 in Richtung Stadtzentrum mit sehr guter Einsehbarkeit und Standortqualität. Insgesamt sehr gute Leistungsfähigkeit des Marktes mit entsprechend guter Kundenfrequenz. Aufgrund der Handels- und Autokundenorientierung besitzt die Standortlage insgesamt eine überörtliche Ausstrahlung.

(16) Nagold**Denn's Biomarkt****Schillerstraße 13**

Biosupermarkt, ca. 500 m² VK, 2 Kassen, ca. 70 PKW-Stellplätze (kostenpflichtig). Der Markt befindet sich im EG eines Geschäftshauses (sog. Benz Carree) mit sehr attraktiver Außenarchitektur und gutem Ladenlayout sowie zeitgemäßer Warenpräsentation. Bedientheke für Käse und Backwaren. Exponierte Standortlage am Kreisverkehr B463 / L361 mit sehr guter Einsehbarkeit und hoher Standortqualität an einer der Hauptverkehrsachsen. Im direkten Umfeld befinden sich weitere Handelsnutzungen (z.B. großdimensionierte Bäckerei mit Außengastronomie, Radzentrum Nagold, Adico Küchenwelt), Dienstleistungs- und Wohnnutzungen. Schwache Kundenfrequenz im Markt, welcher als spezialisierter Anbieter eine Versorgungsfunktion für die gesamte Stadt ausübt.

(17) Nagold**Edeka****Freudenstädter Straße 25**

Supermarkt, ca. 2.300 m² VK, 7 Kassen, ca. 355 PKW-Stellplätze im angegliederten Parkhaus. Der Markt ist Teil der Waldach-Passage, die sich im Stadtzentrum von Nagold befindet. Im VKB sind eine Bäckerei, Apotheke, ein O2-Shop sowie Ernsting's family ansässig. Bedientheke für Fleisch, Fisch, Wurst und Käse im Markt. Gute LED-Ausleuchtung, Unverpackt-Abteilung vorhanden. Insgesamt wirkt der Markt sehr aufgeräumt und übersichtlich mit breiten Kundenverkehrswegen und niedrigen Regalen. Verkehrsgünstige Lage am Ende der Innenstadt am Kreisverkehr L361 mit sehr guter Einsehbarkeit. Entsprechend der guten Standortqualität auch zufriedenstellender Kundenzuspruch. Standortumfeld geprägt von Handels- und Dienstleistungsbetrieben sowie Wohnbebauung. Mit seiner hohen Leistungsfähigkeit reicht sein Versorgungsbereich über das gesamte Stadtgebiet.

(18) Nagold	Lidl Altensteiger Straße 33
	<p>Soft- / Markendiscouter, ca. 710 m² VK, 3 Kassen, ca. 90 PKW-Stellplätze. Bereits in die Jahre gekommener Markt mit Lidl-typischen Ladenlayout und Warenpräsentation. Solitärstandort am westlichen Stadtrand an der Hauptverkehrsachse L362. Das Umfeld ist im Norden durch Gewerbe, im Osten durch den Stadtpark sowie im Süden und Westen von Wohnbebauung geprägt. Insgesamt gute Standortqualität und Einsehbarkeit bei leistungsfähigem Marktauftritt. Gute bis befriedigende Kundenfrequenz. Seine Versorgungsfunktion reicht über das westliche Stadtgebiet.</p>
(19) Nagold	Mix Markt Leonhardstraße 21
	<p>Supermarkt, ca. 400 m² VK, 2 Kassen, ca. 60 PKW-Stellplätze (kostenpflichtig). Auf russische Lebensmittel spezialisierter Anbieter im EG eines Ärztehauses. Schlichtes und funktionales Ladenlayout mit einfacher Warenpräsentation. Bedientheken für Fleisch und Fisch vorhanden. Versteckte Standortlage in einer Sackgasse im Stadtzentrum und schlechter Einsehbarkeit. Im Umfeld befinden sich ein Sportzentrum, ambulantes OP-Zentrum, eine Tanzschule sowie diverse Dienstleister und Wohnnutzungen. Nur schwache Kundenfrequenz im Markt, dessen Ausstrahlung aufgrund seines spezialisierten Angebotes über das Stadtgebiet herausgeht.</p>
(20) Nagold	Lidl Calwer Straße 42
	<p>Soft- / Markendiscouter, ca. 740 m² VK, 4 Kassen, ca. 95 PKW-Stellplätze. Lidl-typische Architektur und Warenpräsentation mit gutem Kundenzuspruch. Streulage an Hauptverkehrsachse B463 und sehr guter Einsehbarkeit. Aufgrund einer Baustelle in der Calwer Straße ist die Erreichbarkeit aus den südlichen Stadtbereichen derzeit stark eingeschränkt. Überwiegend lockere Wohnbebauung im Umfeld sowie eine Tankstelle. Die Versorgungsfunktion ist auf die Kernstadt sowie das nördliche Stadtgebiet ausgerichtet.</p>
(21) Nagold	Aldi Calwer Straße 75
	<p>Hard-Discouter, ca. 800 m² VK, 3 Kassen, ca. 125 PKW-Stellplätze zusammen mit DIGEL Fabrikverkauf. Modernisierter Markt mit ansprechender Warenpräsentation (u.a. neue Warenträger, breite Gänge, großer Backshop an der Stirnseite, O&G sowie Frischfleisch am Eingang platziert). Der Markt liegt verkehrsgünstig an der B463 in einer Agglomeration mit DIGEL Fabrikverkauf. Das Standortumfeld ist geprägt durch Wohnbebauung, einem Sportplatz sowie Grünflächen. Aufgrund der guten Standortlage ist der Markt gut einsehbar, zeigt aber nur eine schwache Kundenfrequenz. Insgesamt leistungsfähiger Markt, dessen Versorgungsbereich sich auf den Stadtkern und das nördliche Stadtgebiet beschränkt.</p>

(22) Herrenberg	Lidl	Seeländerplatz 1
	<p>Soft- / Markendiscouter mit ca. 1.300 m² VK, 5 Kassen und ca. 195 PKW-Stellplätzen in einem Parkhaus. Lage in einer Fachmarktzeile im EG des 2020 eröffneten Mixed-Use-Objektes Seeländer im Westen der Innenstadt. Weitere Nutzungen sind u.a. Dennis (s. Nr. 23), Rossmann, Deichmann und Madison (DOB). Lidl Markt der neuesten Filialgeneration mit ansprechendem Ladenlayout und Warenpräsentation. Breite Gänge, großzügiger Backshop, gute O&G-Abteilung und ansprechende Ausleuchtung. Schließfächer im Eingangsbereich vorhanden. Insgesamt leistungsfähiger und attraktiver LM-Discouter mit einer Versorgungsfunktion für den Kernstadtbereich von Herrenberg.</p>	
(23) Herrenberg	Denn´s Biomarkt	Seeländerplatz 1
	<p>Bio-Supermarkt mit ca. 630 m² VK und 2 Kassen. Lage im EG des 2020 eröffnete Seeländer u.a. mit Lidl (Nr. 22), Rossmann oder Deichmann. Bedientheken für Backwaren und Käse. Betreiber typisch ausschließlich spezialisiertes Bio-Sortiment, hier aber ein breites Angebot. Vergleichsweise kleine O&G-Abteilung. Das Seeländer-Areal verfügt über eine attraktive Gestaltung und hat eine gute Aufenthaltsqualität. Einsehbarkeit und Erreichbarkeit sind als gut zu bewerten. Trotz dieser positiven Standortrahmenbedingungen zeigt der Dennis nur eine schwache Kundenfrequenz. Die Versorgungsfunktion umfasst aufgrund des spezialisierten Angebots den gesamten Stadtbereich von Herrenberg.</p>	
(24) Herrenberg	Aldi	Kalkofenstraße 50
	<p>Hard-Discouter mit ca. 1.200 m² VK, 90 Parkplätzen und 5 Kassen. Lage in einem Gewerbegebiet im Kernstadtbereich von Herrenberg. Nachbarschaft zu Kaufland (Nr. 4). Von der Hauptverkehrsachse abgesetzter Standort. Nicht unkomplizierte Erreichbarkeit über eine Rampe, da der Markt unterhalb des Straßenniveaus liegt. Der Aldi wurde modernisiert und verfügt über ein übersichtliches Ladenlayout und eine ansprechende Warenpräsentation. Die Kundenfrequenz ist aber nur mäßig. Der Markt nimmt eine Versorgungsfunktion v.a. für den Westen von Herrenberg ein.</p>	

Neben den zuvor ausführlich vorgestellten Wettbewerbern ist in der Umgebung des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen auf weitere Lebensmittelmärkte und -fachgeschäfte zu verweisen, welche aufgrund ihrer bereits größeren räumlichen Entfernung zum Planvorhaben von deutlich nachrangiger Wettbewerbsbedeutung für das Planvorhaben in Mötzingen sind. Zu nennen sind dabei z.B.

- Marktkauf SB-Warenhaus, Hahnerstraße 1, Horb am Neckar
- Kaufland, Bahnhofplatz 15; Horb am Neckar
- Kaufland, Tübinger Straße 2, Rottenburg am Neckar
- Netto, Lise-Meitner-Straße 1, Herrenberg
- Netto, Römerweg 57, Herrenberg

Nachfolgend werden die wichtigsten, zuvor beschriebenen Wettbewerbsstandorte mit ihren Eckdaten sowie einer Einschätzung der Wettbewerbsverflechtung der entsprechenden Standorte mit dem Planvorhaben tabellarisch aufgeführt.

3.2 Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Untersuchungsraum ist bezogen auf den Lebensmitteleinzelhandel derzeit auf folgende Wettbewerbsplanungen hinzuweisen:

- **Nahversorgungsstandort „Bettäcker“ in Gäufelden.** Im Ortsteil Nebringen in Gäufelden befindet sich ein Nahversorgungsstandort in einer fortgeschrittenen Bauphase. Neben Einzelhandel des täglichen Bedarfs – die Ansiedlung eines EDEKA-Lebensmittelvollsortimenters (ca. 1.500 m² VK) sowie eines Drogeriemarktes (ca. 600 m² VK) – soll das Areal „Bettäcker“ auch als Wohnstandort entwickelt werden. Nach vorliegenden Informationen soll der bestehende Edeka-Supermarkt aus der Raiffeisenstraße seinen Standort auf das Bettäcker-Areal verlagern und so auch seine Verkaufsfläche erweitern.



Am südöstlichen Siedlungsrand des Gäufelder Stadtteils Nebringen ist die Realisierung eines Nahversorgungsstandortes vorgesehen. Hier entsteht ein Edeka-Supermarkt mit ca. 1.500 m² VK sowie ein Drogeriemarkt mit ca. 600 m² VK. Die Bauarbeiten sind bereits weit fortgeschritten.

Weitere relevante Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel sind aktuell nicht bekannt.

Tab. 2: Darstellung und Bewertung wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum

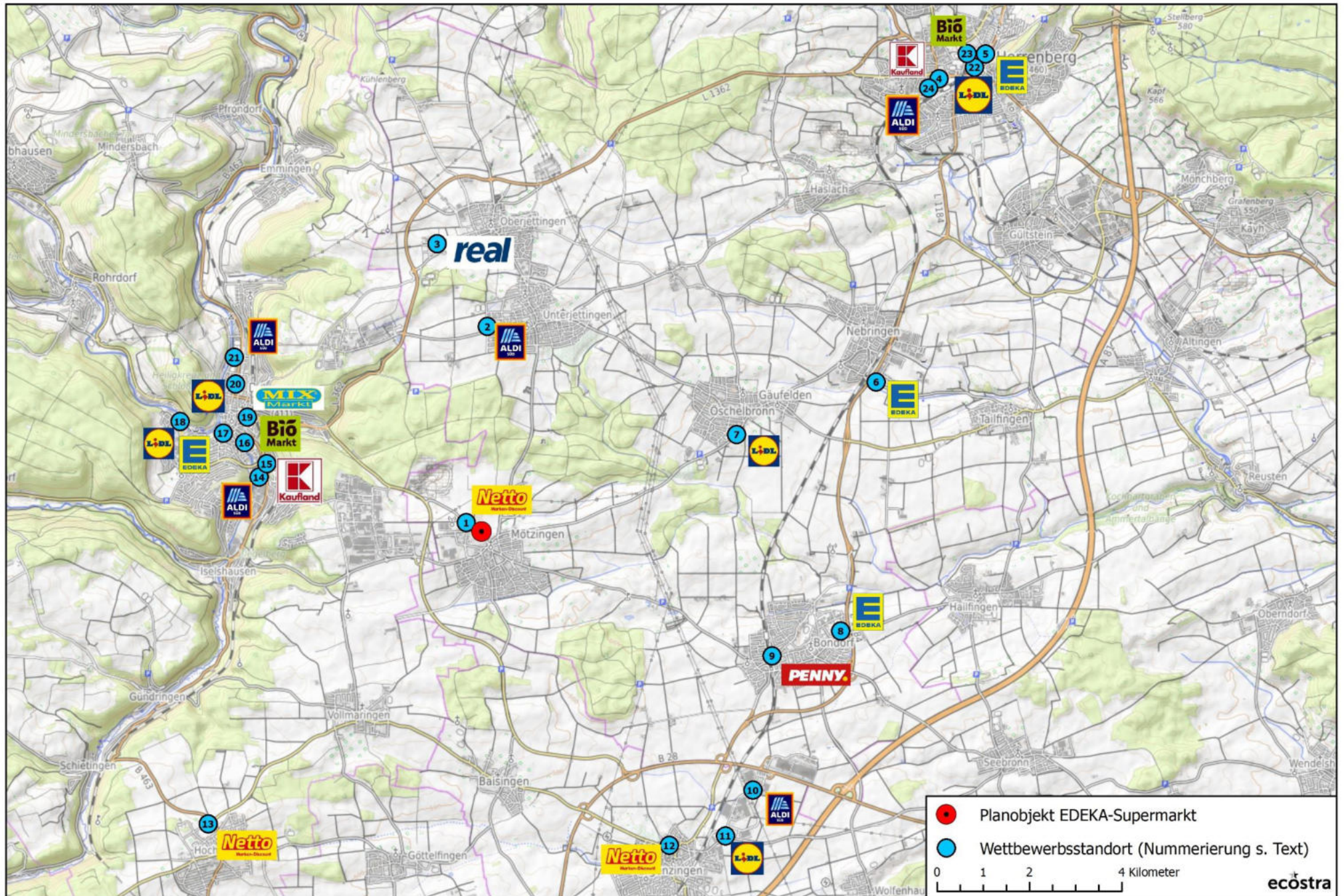
Nr. in Karte	Ort / Ortsteil	Straße	Wettbewerber	VK in m ²	Betriebstyp	Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt*	Standortlage**
1	Mötzingen	Nagolder Straße 40	Netto	680	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆ (◆)	D
2	Jettingen	Gutmeisterweg 2	Aldi	920	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆ ◆	D
3	Jettingen	Heilbergstraße 3	real,-	5.050	SB-Warenhaus	◆ ◆ ◆ ◆ (◆)	E
4	Herrenberg	Schießtäle 2	Kaufland	3.500	Verbrauchermarkt	◆	E
5	Herrenberg	Seestraße 38	E-Center	3.870	Verbrauchermarkt	◆	A
6	Gäufelden	Raiffeisenstraße 20	Edeka	840	Supermarkt	◆ ◆ ◆ ◆	E
7	Gäufelden	Mötzinger Straße 27	Lidl	770	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆ ◆	D
8	Bondorf	Boschstraße 16	Edeka	1.230	Supermarkt	◆ ◆ ◆ ◆	E
9	Bondorf	Bahnhofstraße 13	Penny	680	Soft- / Markendiscouter	◆ (◆)	D
10	Rottenburg (Ergenzingen)	Mercedesstraße 36	Aldi	860	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆	E
11	Rottenburg (Ergenzingen)	Mercedesstraße 1	Lidl	920	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆	E
12	Rottenburg (Ergenzingen)	Auberlinstraße 20	Netto	660	Soft- / Markendiscouter	◆	D
13	Nagold	Am Hopfengarten 1	Netto	700	Soft- / Markendiscouter	◆	E
14	Nagold	Haiterbacher Straße 70	Aldi	1.050	Soft- / Markendiscouter	◆ ◆ ◆ (◆)	E
15	Nagold	Haiterbacher Straße 82-86	Kaufland	3.370	Verbrauchermarkt	◆ ◆ ◆ ◆ (◆)	E
16	Nagold	Schillerstraße 13	Denn's Biomarkt	500	Biosupermarkt	◆ ◆	D
17	Nagold	Freudenstädter Straße 25	Edeka	2.300	Supermarkt	◆ ◆ ◆ ◆ (◆)	A
18	Nagold	Altensteiger Straße 33	Lidl	710	Soft- / Markendiscouter	◆	E
19	Nagold	Leonhardstraße 21	Mix Markt	400	Supermarkt	◆	B
20	Nagold	Calwer Straße 42	Lidl	740	Soft- / Markendiscouter	◆ (◆)	D
21	Nagold	Calwer Straße 75	Aldi	800	Soft- / Markendiscouter	◆ (◆)	D
22	Herrenberg	Seeländerplatz 1	Lidl	1.300	Soft- / Markendiscouter	◆	D
23	Herrenberg	Seeländerplatz 1	Denn's Biomarkt	630	Biosupermarkt	◆	D
24	Herrenberg	Kalkofenstraße 50	Aldi	1.200	Soft- / Markendiscouter	◆	E

*= Einschätzung der Bedeutung des Wettbewerbs bezogen auf das Planvorhaben in Mötzingen, wobei ◆ = keine Wettbewerbsverflechtung und ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ = sehr hohe Wettbewerbsverflechtung darstellt

** = Bezeichnung der Standortlagen:
 (A) Innenstadt-Haupteinkaufslage
 (B) Innenstadt-Nebeneinkaufslage
 (C) Sonstige zentrale Versorgungsbereiche (z.B. Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren)
 (D) restl. Kernstadt / Streulagen
 (E) Gewerbegebiet / dezentrale Lage

Quelle: ecostra-Standortforschung, Stand: September 2021

Die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum für das Planvorhaben in der Gemeinde Mötzingen



3.3 Fazit aus der Wettbewerbsanalyse

Wie die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation gezeigt hat, bestehen nach der geplanten Realisierung eines EDEKA-Supermarktes die intensivsten Wettbewerbsverflechtungen v.a. mit Standorten des gleichen Betriebstyps bzw. sogar des identischen Betreibers. Die EDEKA-Supermärkte in Gäufelden, Bondorf und Nagold stellen – neben den großdimensionierten Verbrauchermärkten bzw. dem real SB-Warenhaus – die einzigen Vollsortimenter im gesamten Untersuchungsraum dar. Aufgrund des fehlenden adäquaten Angebots im örtlichen Lebensmitteleinzelhandel sind in Mötzingen derzeit erhebliche Kaufkraftabflüsse gegeben. So stellt der vorhandene Netto LM-Discounter in Mötzingen aktuell zwar eine Grundversorgung sicher, ist aber als Wettbewerber aus Sicht des Planobjektes aufgrund der deutlich geringen Breite und Tiefe des Angebotes bereits von nachrangiger Relevanz als Wettbewerbsstandort. Dennoch wird der Discounter einem gewissen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sein, da der geplante Vollversorger eine weitaus bessere (Nah)Versorgungskompetenz zeigt und gerade hier auch eine Umorientierung von Kaufkraftströmen auf das Planobjekt zu erwarten ist.

In Anbetracht der Flächendimensionierung, der Breite und Tiefe des Sortiments sowie der starken Autokundenorientierung und damit räumlichen Ausstrahlung bestehen darüber hinaus noch gewisse Wettbewerbsverflechtungen mit dem Verbrauchermarkt Kaufland in Nagold und dem real,-SB-Warenhaus in Jettingen. Diese sind häufig das Ziel der umsatzstärkeren Wochen- bzw. Monatseinkäufe, gerade auch der Wohnbevölkerung von Mötzingen

Demgegenüber dürften die Verflechtungen mit den übrigen Wettbewerbsstandorten im Untersuchungsraum bereits deutlich nachrangig sein, da diese aufgrund ihrer Standortlage, der räumlichen Entfernung, ihren gestalterisch und konzeptionell nicht mehr unbedingt zeitgemäßen Marktauftritten sowie einer anderen Angebotsstruktur und damit z.T. verbundenen spezifischen Zielgruppenausrichtung einen anderen Kundenkreis ansprechen. Viele dieser Anbieter besitzen lediglich eine auf das jeweilige Wohnumfeld bezogene Versorgungsfunktion.

Bezogen auf den in Bau befindlichen Nahversorgungsstandort „Bettäcker“ in Gäufelden, besitzt dieser Wettbewerbsstandort eine nicht unerhebliche wettbewerbliche Relevanz für das Planvorhaben. Durch die Kombination aus Vollsortimenter und Drogeriemarkt entsteht derzeit am westlichen Ortsrand von Nebringen eine attraktive Einzelhandelslage, was dazu führt, dass die mögliche Marktdurchdringung des Planstandortes im Ortsteil Öschelbronn von Gäufelden merklich zurückgeht. Öschelbronn wurde in der ecostra-Auswirkungsanalyse von 2018 noch der Zone II zugeordnet und muss hinsichtlich der möglichen Anbindungsintensität nun neu bewertet werden.

4. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

4.1 Methodische Grundlagen

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes für den in Mötzingen geplanten EDEKA-Supermarkt mit ca. 1.300 m² VK haben insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die zu erwartende Attraktivität und Anziehungskraft des Untersuchungsobjektes in der geplanten Größe (Branche, Konzeption, Standorteigenschaften etc.) unter besonderer Berücksichtigung der Standortnachbarschaft zu einem Netto LM-Discount
- die verkehrlichen, topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung innerhalb des Untersuchungsraumes
- die relevante Wettbewerbssituation in Mötzingen sowie in den Städten und Gemeinden im näheren Umland. Hier musste aufgrund des nun im Bau befindlichen Edeka-Supermarktes in Gäufelden-Nebringen gegenüber der ecostra- Auswirkungsanalyse von 2018 eine Neubewertung der Einzugsgebietsabgrenzung vorgenommen werden.

Nachfolgend wird das Einzugsgebiet näher beschrieben und die relevanten Marktdaten werden aufgearbeitet.

4.2 Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes

Aufgrund der verkehrlichen Gegebenheiten in Mötzingen und dem bereits vorhandenen leistungsstarken Standorten von Lebensmittelanbietern vor allem östlich und westlich des Planstandortes zeigt das abgegrenzte Einzugsgebiet an verschiedenen Stellen starke räumliche Stauchungen, d.h. die räumliche Ausstrahlung und mögliche Marktdurchdringung außerhalb von Mötzingen selbst ist auf nur wenige Teilräume begrenzt. Das Einzugsgebiet wurde in 3 Zonen einer abgestuften Kundenanbindungsintensität gegliedert (vgl. auch Karte 2).

- Das **Naheinzugsgebiet (Zone I)** des geplanten EDEKA-Supermarktes umfasst die gesamte Gemeinde Mötzingen. Hier ist für das Planobjekt aufgrund der räumlichen Nähe und eines nicht vorhandenen relevanten Wettbewerbs eine sehr hohe Marktdurchdringung zu erwarten.
- Das **mittlere Einzugsgebiet (Zone II)** erstreckt sich im Süden bzw. Südwesten bis in den Stadtteil Vollmaringen (Stadt Nagold) sowie bis in den nördlichsten Stadtteil von Rottenburg am Neckar nach Baisingen. Diese Orts- und Stadtteile



benachbarter Gemeinden verfügen über kein eigenes adäquates Lebensmittelangebot und können den Planstandort in Mötzingen verkehrlich vergleichsweise gut erreichen. Im Westen und Osten bildet das Einzugsgebiet des Planstandortes kein Ferneinzugsgebiet aus, da hier die Wettbewerbseinflüsse von Nagold bzw. Bondorf und Rottenburg wirksam werden.

- Das **Ferneinzugsgebiet (Zone III)** erstreckt sich nordöstlich bis in die Gemeinde Gäufelden und umfasst hier den Ortsteil Öschelbronn. Aufgrund der Errichtung des Nahversorgungstandortes „Bettäcker“ im Ortsteil Nebringen in Gäufelden mit der Verlagerung und der Verkaufsflächenerweiterung auf ca. 1.500 m² des bestehenden Edekas in Nebringen und der Ansiedlung eines Drogeriemarktes (ca. 600 m² VK), werden hier die Einzugsgebiete beider Edeka Märkte sich überschneiden. Daher ist im Ferneinzugsgebiet nur eine geringe Marktdurchdringung zu erwarten.

Die Gliederung des Einzugsgebietes sowie die entsprechenden Einwohnerdaten sind in der nachfolgenden Tabelle darstellt. Im vorliegenden Fall standen die Einwohnerzahlen auf Ebene der Ortsteile zur Verfügung, sodass eine Verteilung nicht anhand der Siedlungsstrukturen eingeschätzt werden musste.

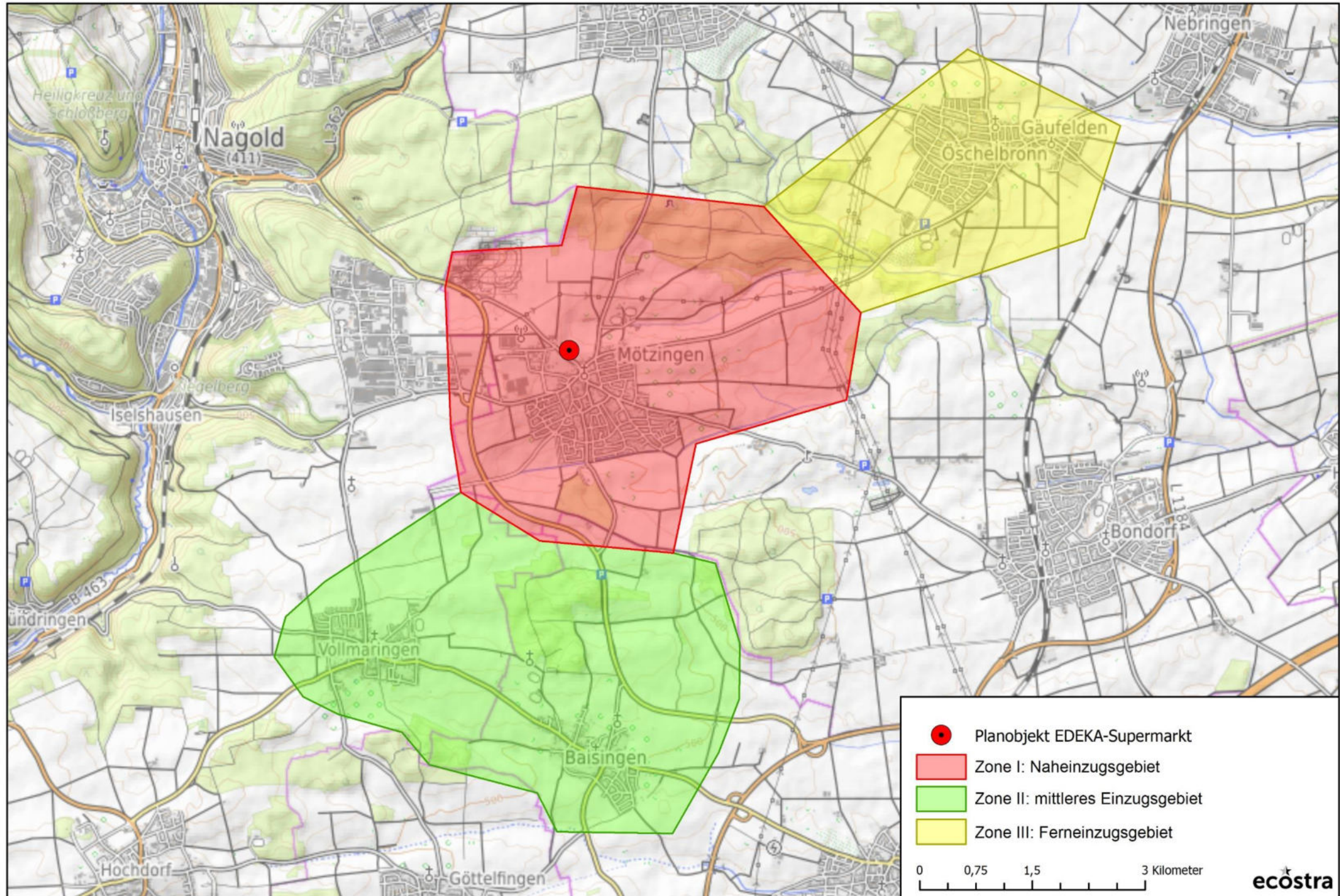
Tab. 3: Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen

Gemeinden	
• Mötzingen	
als Zone I (Naheinzugsgebiet)	ca. 3.700 Einwohner
Ortsteile der Stadt Rottenburg am Neckar	
• Baisingen	
Ortsteile der Stadt Nagold	
• Vollmaringen	
als Zone II (mittlere Einzugsgebiet)	ca. 3.050 Einwohner
Zone I - II (Einzugsgebiet insgesamt)	ca. 6.750 Einwohner
Ortsteile der Gemeinde Gäufelden	
• Öschelbronn	
als Zone III (Ferneinzugsgebiet)	ca. 3.825 Einwohner
Zone I - III (Einzugsgebiet insgesamt)	ca. 10.575 Einwohner

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Stand: 29.09.2021; Stadt Nagold (30.06.2021), Herrenberg (31.12.2020), Gemeinde Gäufelden; ecostra-Zusammenstellung



Das abgegrenzte Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes in der Gemeinde Mötzingen



4.3 Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung

Das so abgegrenzte Einzugsgebiet (Zone I – III) des Planstandorts weist derzeit eine Zahl von insgesamt

ca. 10.575 Einwohnern

auf. Hiervon entfallen

- ca. 3.700 Einwohner = ca. 35,0 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 3.050 Einwohner = ca. 28,8 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 3.825 Einwohner = ca. 36,2 % Auf die Zone III (Fernezeugsgebiet)

Auf Grundlage der amtlichen Prognosen des statistischen Landesamt Baden-Württemberg zur künftigen Einwohnerentwicklung ist davon auszugehen, dass die Bevölkerungszahl innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bis zum Jahr 2035 auf insgesamt

ca. 11.110 Einwohner (= ca. +5,0 %)

ansteigen wird, wobei insbesondere aufgrund des sehr kleinräumigen Raumbezuges gewisse Toleranzen zu berücksichtigen sind.¹ Denn während für die Gemeinde Mötzingen einen Bevölkerungsrückgang von ca. -1,6 % prognostiziert wird, ist für die anderen Städte und Gemeinden im Einzugsgebiet ein z.T. starker Bevölkerungszuwachs (bis zu +7,7 %) zu erwarten.

4.4 Die einzelhandels- und die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4.1 Methodische Grundlagen

Die Basis für die Berechnung der Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen ist das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten. Hierbei handelt es sich um die Summe aller Erwerbs- und Vermögenseinkommen, die Inländern letztlich zugeflossen sind. Bei dem Privaten Verbrauch handelt es sich um jenen Teil des verfügbaren Einkommens, der nicht gespart wird. Dieser berechnet sich wie folgt:

- Bruttoeinkommen aus unselbständiger Tätigkeit
- + Bruttoeinkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen
- + Einkommen aus Einkommensübertragungen (Renten, Kindergeld etc.) und Vermietungen
- = **Bruttoeinkommen der Haushalte**
- Einkommens- und Vermögenssteuern
- Pflichtbeiträge zur Sozialversicherung
- = **Nettoeinkommen der Haushalte**
- + sonstige Einnahmen
- = **Ausgabefähiges Einkommen**
- Übrige Ausgaben (KFZ-Steuern, freiwillige Beiträge zur gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung etc.)
- Ersparnis
- = **Ausgaben für den Privaten Verbrauch (Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen)**

¹ Die Bevölkerungsprognose basiert auf Angaben der amtlichen Statistik des Landesamtes Baden-Württemberg für die Gemeinden Mötzingen und Gäufelden sowie die Städte Nagold und Herrenberg. Bevölkerungsprognosen auf Ebene der einzelnen Ortsteile waren nicht verfügbar.



Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für Einzelhandelswaren (ohne Kraftfahrzeuge, Mineralölerzeugnisse und der konsumnahen Dienste, aber inklusive der Ausgaben für freiverkäufliche Apothekerwaren und der Umsätze des Lebensmittelhandwerks) werden jährlich von ecostra im Rahmen der Grundlagenforschung in einer Tiefe von 40 strukturierten Warengruppen für diverse europäische Länder berechnet.¹ Die aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben (Datenbasis 2019) für Deutschland betragen für

• Nahrungs- und Genussmittel	:	2.458,-- € p.c.
• Non-Food-Waren	:	4.148,-- € p.c.
• Einzelhandelswaren insgesamt	:	6.606,-- € p.c.

Bei der Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials ist weiterhin die spezifische Sortimentsstruktur eines Supermarktes in der jeweils geplanten Größenordnung zu berücksichtigen. Da der geplante Lebensmittelmarkt über das entsprechende Kernsortimente hinaus verschiedene Sortimente (vielfach nur Teilsortimente) führen wird, sind auch diese (Teil-)Sortimente bei den weiteren Analyseschritten als Teil der sog. „projektrelevante Kaufkraft“ zu berücksichtigen.²

Die Pro-Kopf-Ausgabewerte der Wohnbevölkerung in der Differenzierung der projektrelevanten Hauptsortimentsbereiche beträgt für

• Nahrungs- und Genussmittel	:	2.458,-- € p.c.
• Drogeriewaren / Non-Food I	:	350,-- € p.c.
• Non-Food II	:	426,-- € p.c.

Bei der Berechnung der Kaufkraftvolumina in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes wurde die entsprechende Kaufkraftkennziffer der jeweiligen Gemeinde oder Stadt herangezogen.³ Diese Kaufkraftkennziffer gibt das jeweilige Kaufkraftniveau pro Einwohner im Vergleich zum nationalen Durchschnitt (= 100) an. Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes liegt der Kaufkraftkoeffizient in Mötzingen bei einem Wert von ca. 101,5

¹ Bei der Ermittlung der Verbrauchsausgaben werden u.a. die privaten Konsumausgaben aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und die Verbrauchsstichproben der einzelnen Länder berücksichtigt, wobei ggf. gewisse Anpassungen (z.B. Einnahmen aus sog. „Graumarktaktivitäten“) vorgenommen werden müssen. Enthalten sind dabei der über den Einzelhandel erfolgende Umsatz sowie Ausgaben über sonstige Vertriebskanäle (z.B. Direktvertrieb) oder Produktion für den Eigenbedarf. Die einzelnen Warenbereiche werden dabei in einem Ordnungssystem gegliedert, wobei die Warengruppe (z.B. Braune Ware) in Hauptwarengruppen (z.B. Elektroartikel) zusammengefasst werden, welche dann wiederum in die Fristigkeit des Bedarfs (z.B. überwiegend langfristiger Bedarf) und in Food- und Non-Food-Waren aggregiert werden.

² Nach den in vergleichbaren Objekten geführten Sortimenten sind voraussichtlich folgende Warengruppen im Angebot des Supermarktes vertreten:

- 1. Nahrungs- und Genussmittel**
- 2. Non-Food I / Drogeriewaren, d.h.**
 - Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Parfümerieartikel
- 3. Non-Food II (vielfach nur Teilsortimente oder zeitlich begrenzt), d.h.**
 - Tiernahrung
 - Haushaltswaren, Klein elektrogeräte, Kleingeräte
 - Textilien, Kleintextilien
 - Bücher, Papier- & Schreibwaren, Geschenkartikel
 - Sonstiges, wie z.B. Blumen / Pflanzen, Saisonartikel, Aktionsware

³ ecostra verwendet hierbei die aktuellen Kaufkraftkennziffern des Instituts MB-Research, Nürnberg



und damit geringfügig oberhalb des Bundesdurchschnitts, in Gäufelden bei ca. 107,3 in Nagold bei ca. 109,5 und in Rottenburg a.N. bei ca. 101,6.

Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient insbesondere bei „Luxusgütern“ zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Waren des täglichen Bedarfs (Grundbedürfnisse) jedoch weniger stark ins Gewicht fällt. Dieser Tatsache wurde durch eine entsprechende Gewichtung des Kaufkraftkoeffizienten, bezogen auf Lebensmittel- und Non-Food-Waren, Rechnung getragen (sog. „Engel’sches Gesetz“).

4.5 Aktuelles Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Unter Ansatz der aktuellen Einwohnerzahl im abgegrenzten Einzugsgebiet, des ortsspezifischen Kaufkraftkoeffizienten sowie der einzelhandels- und projektrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, errechnen sich die nachfolgend ausgewiesenen Kaufkraftvolumina (vgl. Tab. 4).

Das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet des in Mötzingen geplanten Supermarktes beläuft sich derzeit auf

ca. 68,7 Mio. €.

Hiervon entfallen

- ca. 23,6 Mio. € bzw. ca. 34,3 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 20,0 Mio. € bzw. ca. 29,1 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 25,2 Mio. € bzw. ca. 36,6 % auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet)

Für das Einzugsgebiet können nachfolgend dargestellte einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben (Durchschnittswerte) errechnet werden:

- ca. 2.374,-- € p.c. für Nahrungs- und Genussmittel
- ca. 6.498,-- € p.c. für Einzelhandel insgesamt

Damit liegen die Pro-Kopf-Kaufkraftwerte im Einzugsgebiet des Planvorhabens in Mötzingen leicht unter dem Durchschnitt für ganz Deutschland von ca. 6.606,-- € p.c. für Einzelhandelswaren insgesamt bzw. ca. 2.458,-- € p.c. für Nahrungs- und Genussmittel.



Tab. 4: Die einzelhandels- und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2021

Einzugsgebietszonen	Zone I (Naheinzugsgebiet)	Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	Zone I-II (Kerneinzugsgebiet)	Zone III (Ferneinzugsgebiet)	Zone I-III (Einzugsgebiet gesamt)
Warengruppen	Angaben in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	8,7	7,3	16,0	9,2	25,1
Gesundheit, Körperpflege	2,4	2,0	4,4	2,6	6,9
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	0,4	0,4	0,8	0,5	1,2
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	0,6	0,5	1,2	0,7	1,8
Kurzfristiger Bedarf	12,1	10,2	22,3	12,8	35,1
PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren	0,8	0,7	1,5	0,9	2,4
Bekleidung, Schuhe, Sport	3,3	2,8	6,1	3,6	9,7
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	0,6	0,5	1,1	0,7	1,8
Mittelfristiger Bedarf	4,7	4,0	8,8	5,1	13,9
Elektrowaren	2,5	2,1	4,7	2,7	7,4
Einrichtung, Möbel	1,8	1,6	3,4	2,0	5,4
Sonstiger Einzelhandel	2,4	2,0	4,4	2,6	7,0
Langfristiger Bedarf	6,7	5,7	12,5	7,2	19,7
Einzelhandelswaren insgesamt	23,6	20,0	43,5	25,2	68,7
Nahrungs- und Genussmittel	8,7	7,3	16,0	9,2	25,1
Nonfood 1*	1,1	0,9	2,0	1,2	3,2
Nonfood 2**	1,6	1,4	3,0	1,7	4,8
Projektrelevante Warengruppen insgesamt	11,4	9,6	21,0	12,1	33,1

* = Drogeriewaren
 ** = Sonstige integrierte Nonfood-Waren (Blumen / Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitungen / Zeitschriften, Papier- / Büro- / Schreibwaren, GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel, Elektrokleingeräte, Sonstiges)
 Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Auf die für den geplanten EDEKA-Supermarkt projektrelevanten Warengruppen entfallen insgesamt

ca. 33,1 Mio. €.

an Kaufkraft bzw. 48,2 % der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet. Hiervon entfallen wiederum

- ca. 25,1 Mio. € bzw. ca. 75,8 % auf Nahrungs- und Genussmittel
- ca. 3,2 Mio. € bzw. ca. 9,7 % auf Drogeriewaren (sog. Non-Food 1)
- ca. 4,8 Mio. € bzw. ca. 14,5 % auf sonstige integrierte Non-Food-Waren (sog. Non-Food 2)

Aufgrund des für das Einzugsgebiet insgesamt prognostizierten Bevölkerungsanstiegs bis 2035 ist tendenziell von leichten Zuwächsen des Kaufkraftpotenzials im entsprechenden Zeitraum auszugehen.



5. Umsatzerwartung, Kaufkraftströme und mögliche Auswirkungen des Planobjektes

5.1 Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen

In der Analyse der potenziellen Auswirkungen des Planobjektes werden als Grundlage die Ergebnisse der Erhebungen und Einschätzungen u.a. zur Standortstruktur und Leistungsfähigkeit des Einzelhandels im Untersuchungsraum herangezogen. Die aufgrund der Standortqualitäten, der Flächendimensionierung, der Sortimentskonzeption etc. erzielbare Marktdurchdringung des Planvorhabens findet durch eine abgestufte Kaufkraftabschöpfung aus den einzelnen abgegrenzten Zonen des Einzugsgebietes Berücksichtigung.

In der Analyse finden hierzu u.a. zwei methodische Ansätze Verwendung:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens aus dem Einzugsgebiet dar.
- Mit einem zweiten Ansatz, der **Kaufkraftbewegungsanalyse**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote ermittelt.

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung der Umsatzerwartung des Planobjektes mit den errechneten Kaufkraftvolumina für das nach Zonen abgegrenzte Einzugsgebiet aus. Die Kaufkraftbewegungsanalyse berücksichtigt darüber hinaus Veränderungen durch das Planobjekt auf bestehende Kaufkraftströme (Kaufkraftbindung, Kaufkraftzuflüsse etc.) im Untersuchungsraum und lässt Rückschlüsse auf mögliche Umsatzverluste bestehender Anbieter zu. Das Marktanteilkonzept ebenso wie die Analyse der Kaufkraftbewegungen sind seit Jahrzehnten fester Bestandteil der Absatzplanung des Einzelhandels und ermöglichen eine sachgerechte und objektive Beurteilung von Umsatzerwartungen und räumlicher Umsatzherkunft. Aus den Ergebnissen der Kaufkraftbewegungsanalyse können sich sowohl städtebauliche und / oder raumordnerische Auswirkungen ableiten.

Zur Analyse der möglichen Auswirkungen des Planobjektes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum werden somit folgende Analyseschritte durchgeführt:

- Anhand des Marktanteilkonzepts wird die Umsatzerwartung des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen ermittelt.
- Auf Grundlage der Marktdaten (u.a. Kaufkraft, erhobene Bestandsdaten des Einzelhandels, Wettbewerbssituation) wird der relevante derzeitige Einzelhandelsumsatz in den zu untersuchenden Einkaufslagen oder anderen für das Vorhaben relevanten Wettbewerbsstandorten eingeschätzt.



- In einem zweiten Schritt wird für jede einzelne zu untersuchende Einkaufslage etc. unter Berücksichtigung der jeweiligen spezifischen Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt (u.a. bedingt durch die räumliche Nähe oder Ferne, Angebotsstrukturen, vergleichbare oder weniger vergleichbare Betriebstypen) der durch dieses Planobjekt ausgelöste Umsatzabzug analysiert.

D.h. durch eine Gegenüberstellung der Kaufkraftströme zu unterschiedlichen Zeitpunkten (z.B. vor und nach dem fiktiven Markteintritt des neuen Einzelhandelsprojektes) lassen sich im Rahmen einer plausiblen Modellrechnung die für die raumordnerische Projektbewertung relevanten perspektivischen Veränderungen in den Kaufkraftströmen darstellen und bewerten. Die möglichen Auswirkungen lassen sich hierbei anhand des Umsatzabzuges (oder -umverteilung) gegenüber dem Bestand bewerten; bei dieser Umsatzumverteilung handelt es sich um jenen Teil des Umsatzes des Planobjektes, der dem bereits vorhandenen relevanten Einzelhandel in der jeweiligen Einkaufslage künftig entzogen wird. Durch Gegenüberstellung des jeweiligen Wertes der Umsatzumverteilung mit dem jeweiligen derzeitigen relevanten örtlichen Umsatz errechnet sich die Umsatzumverteilungsquote.

5.2 Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des Untersuchungsprojekts

Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation) sowie der sortimentspezifischen Flächendimensionierung des Planobjektes ist nach Berechnungen von ecostra davon auszugehen, dass der in Mötzingen geplante Supermarkt einen Einzelhandelsumsatz in Höhe von insgesamt

ca. 4,8 Mio. €

erwirtschaftet, was bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² VK einer Flächenproduktivität von ca. 3.700 € / m² VK entspricht. Bei dieser Umsatzerwartung handelt es sich vor dem Hintergrund des räumlich stark begrenzten Einzugsgebietes und weiterhin zu erwartenden Wettbewerbseinflüssen leistungsstarker Konkurrenzstandorte um einen oberen Wertansatz.

Die Kaufkraftabschöpfungsquote erreicht dabei in der Zone I (Naheinzugsgebiet) mit ca. 31 % des projektrelevanten Kaufkraftvolumens und mit ca. 33 % im Segment Nahrungs- und Genussmittel außerordentlich hohe Werte, die aufgrund des fehlenden Wettbewerbs in der Zone I jedoch realistisch sind; hier wird das Planobjekt für die Wohnbevölkerung den bedeutendsten Versorgungsstandort für Nahrungs- und Genussmittel darstellen. Im mittleren Einzugsbereich (Zone II) sind die Kaufkraftabschöpfungsquoten mit ca. 9 – 10 % insgesamt und ca. 10 % bei Nahrungs- und Genussmitteln u.a. aufgrund des steigenden Einflusses von Wettbewerbsstandorten bereits deutlich geringer.) Aufgrund der zunehmenden Entfernung und Wettbewerbsverflechtungen nimmt die Anbindungsintensität in Zone III (Ferneinzugsgebiet) demgegenüber deutlich ab. Die



Kaufkraftabschöpfungsquote beträgt hier insgesamt und auch für Nahrungs- und Genussmitteln ca. 1 – 2 %.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben einen Teil seines Umsatzes auch mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes generieren wird (sog. „Streuumsätze“). Dabei wird der geplante Supermarkt nach ecostra-Berechnungen ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 4 % des Gesamtumsatzes mit solchen Streukunden erwirtschaften.

Diese Umsatzerwartung des EDEKA-Supermarktes mit ca. 1.300 m² VK setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	:	ca. 3,5 Mio. €	bzw. ca. 73 %
• Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	:	ca. 0,9 Mio. €	bzw. ca. 19 %
• Zonen I-II (Kerneinzugsgebiet)	:	ca. 4,4 Mio. €	bzw. ca. 92 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	:	ca. 0,2 Mio. €	bzw. ca. 4 %
• Zonen I-III (Einzugsgebiet gesamt)	:	ca. 4,6 Mio. €	bzw. ca. 96 %
• Streuumsätze	:	ca. 0,2 Mio. €	bzw. ca. 4 %
• Umsatz insgesamt	:	ca. 4,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Aufgegliedert nach den für einen Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² relevanten Sortimentsbereichen – Nahrungs- und Genussmittel sowie Non-Food 1 (Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik) und Non-Food II (sonstige integrierte Non-Food inkl. Aktionswaren) – können die nachfolgenden Umsatzanteile ermittelt werden:

• Nahrungs- & Genussmittel	ca. 3,9 Mio. €	bzw. ca. 82 % des Umsatzes
• Non-Food 1	ca. 0,5 Mio. €	bzw. ca. 10 % des Umsatzes
• Non-Food II	ca. 0,4 Mio. €	bzw. ca. 8 % des Umsatzes
• Umsatz insgesamt	ca. 4,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Einen Überblick über die Kaufkraftabschöpfung bzw. Umsatzerwartung des Planobjektes in der räumlichen Differenzierung nach Kundengruppen gibt die nachstehende Tabelle 5.



Tab. 5: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung am Standort des geplanten EDEKA-Supermarktes in der Gemeinde Mötzingen

	Nahrungs- & Genussmittel			Non-Food 1 (NF 1)			Non-Food 2 (NF 2)			Insgesamt		
	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Po- tenzial in Mio. €	KK-Ab- schöp- fung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	8,7	33	2,9	1,1	32	0,4	1,6	17 - 18	0,3	11,4	31	3,5
Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	7,3	10	0,7	0,9	10	0,1	1,4	5	0,1	9,6	9 – 10	0,9
Zonen I – II (Kerneinzugsgebiet)	16,0	23	3,6	2,0	22	0,4	3,0	12	0,4	21,0	21	4,4
Zone III (Ferneinzugsgebiet)	9,2	1 - 2	0,2	1,2	1 - 2	<0,1	1,7	1	<0,1	12,1	1 - 2	0,2
Zone I – III (gesamtes Einzugsgebiet)	25,2	15	3,8	3,2	14 - 15	0,5	4,7	8	0,4	33,1	14	4,6
Streuumsätze			0,2			<0,1			<0,1			0,2
Umsatzerwartung insgesamt			3,9			0,5			0,4			4,8

KK = Kaufkraft

Quelle: ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

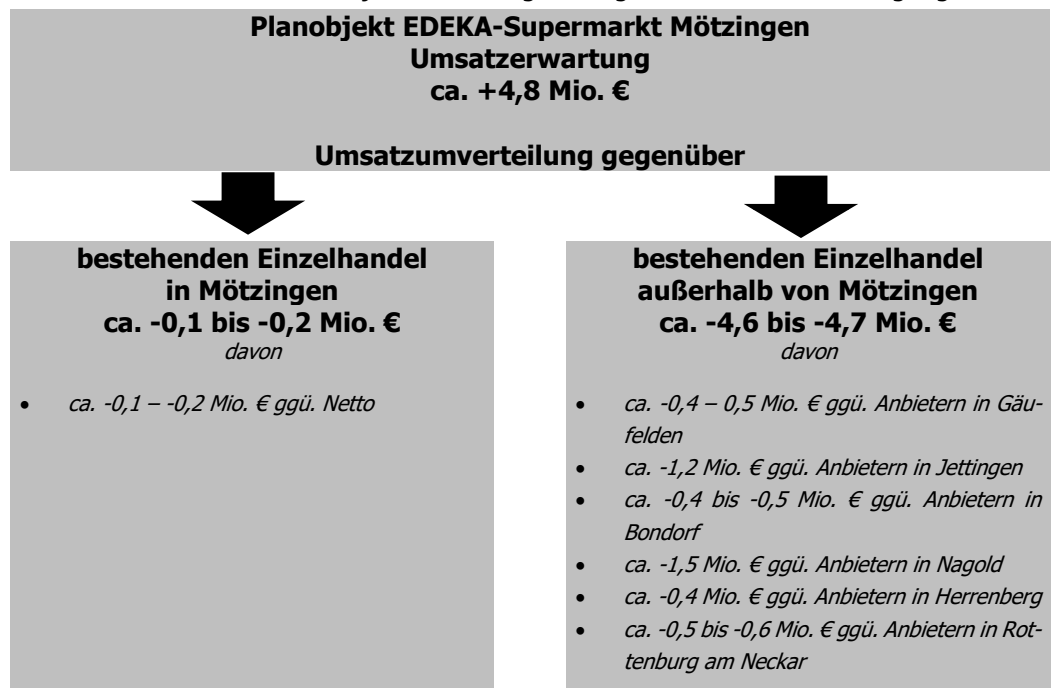


5.3 Die Kaufkraftbewegungen

Vor dem Hintergrund der ermittelten Umsatzleistung sowie der räumlichen Umsatzherkunft sind die durch das Planobjekt ausgelösten Kaufkraftbewegungen zu analysieren. Die Realisierung des Vorhabens wird dazu führen, dass bestehende Kaufkraftströme beeinflusst und in der Folge Umsätze von anderen Standorten zum Planobjekt verlagert werden. Die nachfolgende Tab. 6 zeigt die durch das Planobjekt insgesamt ausgelösten Kaufkraftbewegungen gegenüber dem bestehenden relevanten Einzelhandel in Mötzingen sowie in den Umlandkommunen.

In Anbetracht der im gegenständlichen Untersuchungsfall vergleichsweise geringen absoluten Werte der Umsatzausweitung durch die geplante Standortverlagerung und Verkaufsflächenerweiterung sind entsprechende Rundungsdifferenzen bei der Zuordnung der Umsätze auf die einzelnen Zonen des Einzugsgebietes bzw. bei der Darstellung der Kaufkraftströme und Umsatzumverteilungen zu berücksichtigen. Teilweise bewegen sich diese auch in einzelnen Sortimentsbereichen bzw. Einzugsgebietszonen unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

Tab. 6: Die durch das Planobjekt in Mötzingen ausgelösten Kaufkraftbewegungen



Quelle: ecostra-Berechnungen; ca.-Werte; ggf. Rundungsdifferenzen

Wie die Analyse der Kaufkraftbewegungen zeigt, ist davon auszugehen, dass von der gesamten Umsatzerwartung des geplanten EDEKA-Supermarktes in Höhe von insgesamt ca. 4,8 Mio. € insgesamt ca. 0,4 Mio. € (= ca. 8 % des Gesamtumsatzes) gegenüber bestehenden Anbietern innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes umverteilt werden. Entsprechend werden etwa 4,4 Mio. € bzw. ca. 92 % des Umsatzes des Planvorhabens gegenüber Anbietern in den umliegenden Städten und Gemeinden außerhalb des Einzugsgebietes als Umsatzabzug wirksam. Außerhalb des Einzugsgebietes entfallen die höchsten Umsatzabzüge v.a. auf die großdimensionierten Super- und Verbrau-

chermärkte in Jettingen und Nagold. Die sehr hohen Umsatzabzüge gegenüber Anbietern außerhalb von Mötzingen deuten darauf hin, dass derzeit viel Kaufkraft aus Mötzingen in die Umlandkommunen abfließt.

5.4 Mögliche Auswirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung

Nachfolgend werden die aus den absatzwirtschaftlichen Wirkungen resultierenden Auswirkungen des geplanten EDEKA-Supermarktes auf die Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung im Untersuchungsraum analysiert und bewertet. Hierbei wird eine Differenzierung in verschiedene Standortlagen vorgenommen.

Gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum können folgende durch die Realisierung des Planobjektes ausgelösten Wirkungen festgestellt werden:

- In der **Gemeinde Mötzingen** beläuft sich die Umsatzumverteilung gegenüber dem dortigen relevanten Einzelhandel auf eine Größenordnung von insgesamt ca. 0,1 - 0,2 Mio. €, was einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt ca. 3,6 % gegenüber dem bestehenden Einzelhandel entspricht. Der dem Planobjekt gegenüberliegende Netto LM-Discounter wird vorwiegend vom Kaufkraftabzug betroffen sein (Kaufkraftabzug ca. 0,1 – 0,2 Mio. €, Umsatzumverteilungsquote ca. 5,7 %). Dies ist zum einen der Lage in direkter Nachbarschaft zum geplanten EDEKA-Supermarkt und zum anderen der Tatsache geschuldet, dass es ansonsten kein vergleichbares Angebot im Lebensmitteleinzelhandel in Mötzingen vorhanden ist; hier finden sich sonst nur noch einzelne Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Zwar wird der Netto LM-Discounter von einem spürbaren Umsatzrückgang betroffen sein, jedoch ist eine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit dieses Betriebes auszuschließen. Negative Auswirkungen auf die örtliche Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel kann aus fachgutachterlicher Sicht für Mötzingen somit auf jeden Fall ausgeschlossen werden. Im Gegenteil: Durch die Ansiedlung des geplanten EDEKA-Supermarktes verbessert sich das bisher eher schwach ausgebildete nahversorgungsrelevante Angebot deutlich, sodass hier in nicht geringen Maße auch eine Rückholung bisher abfließender Kaufkraft zu erwarten ist.
- Gegenüber dem in der **Gemeinde Gäufelden** lokalisierten Einzelhandel wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 0,4 – 0,5 Mio. € bewirken; die entsprechende Umsatzumverteilungsquote beläuft sich auf ca. 3,1 %. Der höchste absolute Umsatzrückgang wird gegenüber dem Lidl-Discounter wirksam mit ca. 0,2 – 0,3 Mio. €. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,9 % und bewegt sich noch im Rahmen üblicher konjunktureller Schwankungen. Mit ca. - 0,2 Mio. € verliert der EDEKA-Supermarkt an das Planobjekt bereits weniger Umsatz als der Lidl, jedoch entspricht dies einer höheren Umsatzumverteilungsquote von ca. 5,3 %. In Anbetracht der Größe des absoluten Umsatzabzugs führt dies allerdings keinesfalls zu einer Beeinträchtigung der Wettbewerbsfähigkeit. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem EDEKA-Supermarkt um eine nicht-integrierte Lage in einem Gewerbegebiet handelt, die – anders als zentrale Versorgungsbereiche – nicht dem Schutz des Bau- und Raumordnungsrechts unterliegt. Entsprechend ist der Umsatzabzug für beide Lebensmittelmärkte in Gäufelden als übliche Wettbewerbswirkung in einer marktwirtschaftlichen Ordnung

zu sehen. Jedoch ist zu beachten, dass mit der Eröffnung des Nahversorgungsstandortes „Bettäcker“ in Gäufelden mit dem verlagerten EDEKA Supermarkt mit einer vergrößerten Verkaufsfläche sowie einem Drogeriemarkt eine veränderte Einkaufsorientierung der Gäufelder Wohnbevölkerung ergibt.

- Für die relevanten Einzelhandelsbetriebe in der **Gemeinde Jettingen** zeigt sich insgesamt ein Umsatzabzug von ca. 1,2 Mio. € bzw. einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,0 % gegenüber dem dort relevanten Bestand. Einzelbetrieblich ist hiervon insbesondere das real,-SB-Warenhaus mit einem Umsatzrückgang von ca. 0,7 – 0,8 Mio. € betroffen, was jedoch einer relativ geringen Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,9 % entspricht. Eine Gefährdung der ökonomischen Tragfähigkeit ist aus fachgutachterlicher Sicht damit auszuschließen.¹ Weitere Umsatzrückgänge in Höhe von ca. 0,3 Mio. € sind für den Aldi-Discounter zu erwarten, sodass sich die Umsatzumverteilungsquote auf ca. 3,7 % beläuft. Somit unterliegt der Anbieter durchaus spürbaren Wettbewerbswirkungen, die sich jedoch noch in einer Größenordnung von üblichen konjunkturellen Schwankungen bewegen. Eine Gefährdung der Versorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung ist auch hier nicht zu erwarten.
- In der **Nachbargemeinde Bondorf** bewegt sich der absolute Umsatzrückgang gegenüber dem relevanten Einzelhandel in der Höhe von ca. 0,4 – 0,5 Mio. € bzw. einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 4,3 %. Ein wesentlicher Teil dieses Umsatzrückgangs wird beim Standort des identischen Betreibers EDEKA wirksam, in einer Größenordnung von insgesamt ca. 0,3 Mio. €. Die daraus resultierende Umsatzumverteilungsquote von ca. 5,2 % stellt zwar einen spürbaren Umsatzabzug dar, aufgrund der Leistungsfähigkeit des Marktes ist eine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit aus fachgutachterlicher Sicht ausgeschlossen. Ebenfalls zu beachten ist die Tatsache, dass aufgrund des fehlenden Angebots an leistungsstarken Vollsortimentern im Einzugsgebiet des Planvorhabens, ein nicht unerheblicher Anteil der Kaufkraft derzeit an diesen Standort abfließt. Ein nicht unbedeutender Anteil des gesamten Umsatzabzuges des Planobjektes in Mötzingen gegenüber dem EDEKA-Supermarkt in Bondorf stellt somit eine Rückholung derzeit abfließender Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet dar, v.a. aus Mötzingen selbst.
- Die in absoluten Werten höchsten Umsatzumverteilungen werden gegenüber den Wettbewerbsstandorten in der **Stadt Nagold** wirksam. Ursächlich hierfür ist, dass ein Großteil der projektrelevanten Kaufkraftanteile der Wohnbevölkerung von Mötzingen derzeit bei Betrieben in der Stadt Nagold gebunden sind und im Falle einer Projektrealisierung nach Mötzingen zurückfließen bzw. dort verbleiben. Die absoluten Umsatzrückgänge für den betroffenen Einzelhandel in Nagold belaufen sich auf insgesamt ca. 1,5 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote ca. 1,7 %). Aufgrund des sehr umfangreichen und diversifizierten Angebotes an Lebensmittelmärkten in Nagold werden sich die Umsatzumverteilungen auf viele Einzelhandelslagen und -betriebe verteilen. Die stärksten Wettbewerbswirkungen werden dabei auf die

¹ Gleichwohl ist die Zukunft des real-Standortes derzeit noch offen. Nach vorliegenden Informationen hat bislang weder Edeka/Marktkauf, noch Rewe oder Kaufland die Bereitschaft erklärt, diesen Markt zu übernehmen.

großdimensionierten Super- und Verbrauchermärkte mit einem dem Planvorhaben gleichen oder ähnlichen Betriebskonzept entfallen.

Einzelbetrieblich wird u.a. insbesondere der **Verbrauchermarkt Kaufland**, mit einem Umsatzrückgang von ca. 0,5 Mio. € bzw. einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,8 % betroffen sein. Der Kaufland ist allerdings in einer nicht integrierten Lage Bestandteil einer Standortagglomeration mit weiteren Handelsbetrieben (u.a. Aldi, dm-Drogeriemarkt, Bauhaus) und unterliegt somit keinem besonderen Schutz durch das Bau- oder Raumordnungsrecht. Außerdem ist nicht zu erwarten, dass der leistungsfähige Verbrauchermarkt oder die Agglomerationslage insgesamt durch die erwarteten Umsatzumverteilungen nachhaltig geschädigt werden. Der **EDEKA-Supermarkt** wird durch die Lage am Rande der Innenstadt ebenfalls einen spürbaren Umsatzrückgang von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € erfahren, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 3,6 % entspricht. Der neuwertige und großdimensionierte Supermarkt macht jedoch einen sehr leistungsfähigen Eindruck, so dass eine nachhaltige Schwächung der ökonomischen Tragfähigkeit im Falle der Umsetzung des Planvorhabens ausgeschlossen werden kann. Städtebaulich negative Auswirkungen sind aus gutachterlicher Sicht auszuschließen. Beide Lebensmittelmärkte werden derzeit v.a. im Rahmen der umsatzstarken Wocheneinkäufe angefahren.

Für den Lebensmitteleinzelhandel im übrigen Stadtgebiet sind die Auswirkungen durch das Planvorhaben kaum spürbar. Die entsprechenden Umsatzumverteilungsquoten liegen bei fast allen Anbietern unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze. Insgesamt sind bezogen auf den relevanten Einzelhandel in der Stadt Nagold somit keine negativen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen feststellbar. Die durch das Planvorhaben verursachten Umsatzumverteilungen teilen sich auf viele verschiedene Wettbewerbsstandorte innerhalb des Stadtgebietes auf. Die am stärksten betroffenen Wettbewerber sind aufgrund ihrer hohen Leistungsfähigkeit in ihrer ökonomischen Tragfähigkeit dabei nicht gefährdet.

- Gegenüber dem Einzelhandel in der **Stadt Herrenberg** wird das Planvorhaben einen Umsatzrückgang von insgesamt ca. 0,4 Mio. € hervorrufen, was einer Umsatzumverteilungsquote in Höhe von ca. 0,6 % entspricht. Davon sind die beiden Verbrauchermärkte Kaufland und E-Center jeweils mit einem absoluten Umsatzrückgang von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € betroffen, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 0,9 % entspricht. Eine Gefährdung der Versorgungsfunktion sowie negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in Herrenberg sind somit aus gutachterlicher Sicht auszuschließen. Für die LM-Discounter Aldi und Lidl sowie dem Biomarkt Denn í s sind die Umsatzumverteilungen jeweils noch geringer und liegen häufig sowohl insgesamt als auch in der Differenzierung nach den projektrelevanten Sortimentsbereichen unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.
- Gegenüber dem Einzelhandel in der **Stadt Rottenburg am Neckar** bewegen sich die Umsatzumverteilungsquoten in einer Größenordnung, bei der relevante städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können. In der Einzelbetrachtung bewegt sich die Umsatzumverteilungsquote für den Aldi LM-Discounter bei ca. 2,5 % und für den Lidl LM-Discounter bei ca. 3,2 %, was im Rahmen der üblichen

konjunkturellen Schwankungen liegt. Für den Netto LM-Discounter liegt der Umsatzabzug unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze. Eine Gefährdung der Versorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung ist nicht zu erwarten.

Bei einem Großteil der Wettbewerbsstandorte, bei denen spürbare Umsatzabzüge durch das Planobjekt in Mötzingen nachweisbar sind, handelt es sich um dezentrale, städtebaulich nicht integrierte Standorte. Bei sämtlichen betroffenen Standorten in zentralen Versorgungsbereichen, Innenstädten oder sonstigen integrierten Standortlagen (u.a. EDEKA-Supermarkt in Nagold oder E-Center in Herrenberg) bewegen sich die Umsatzumverteilungsquoten hingegen in einer Größenordnung bei der eine Gefährdung der ökonomischen Tragfähigkeit und damit auch negative städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

Insgesamt ist festzustellen, dass durch die geplante Ansiedlung eines EDEKA-Supermarktes in der Gemeinde Mötzingen meist nur geringe wettbewerbliche Wirkungen hervorgerufen werden. Ein Umschlagen dieser absatzwirtschaftlichen Effekte in städtebaulich oder raumordnerisch relevante Wirkungen kann aus fachgutachterlicher Sicht ausgeschlossen werden. So liegen die Umverteilungsquoten an sämtlichen betroffenen Standorten mehr oder weniger deutlich unterhalb der maßgeblichen Schwellenwerte und bewegen sich größtenteils im Bereich konjunktureller Schwankungen bzw. sind meist sogar noch unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze angesiedelt. Städtebauliche Auswirkungen in Form von Geschäftsaufgaben und daraus resultierenden Ladenleerständen sind ebenso wenig zu erwarten, wie eine Gefährdung der verbraucher-nahen Versorgung im Untersuchungsraum.

Auf einzelbetrieblicher Ebene lassen sich zwar bei einigen Betrieben spürbare Wettbewerbswirkungen feststellen, jedoch ist im konkreten Untersuchungsfall darauf hinzuweisen, dass es sich bei den entsprechend betroffenen Standorten überwiegend um denselben Betreiber wie das Planobjekt in Mötzingen handelt (u.a. die EDEKA-Supermärkte in Gäufelden, Bondorf und Nagold), sodass es hier zu einer sog. „Eigenkannibalisierung“ kommt. Auch der Netto LM-Discounter wird in Anbetracht seiner unmittelbaren Nachbarschaftslage zum Planstandort, etwas stärker von Umsatzabzügen betroffen sein. Nichtsdestotrotz sind diese Anbieter leistungsfähige Wettbewerber, welche in der Lage sind, Umsatzabflüsse in der ermittelten absoluten und relativen Größenordnung zu verkraften. Zudem liegen die Umsatzumverteilungsquoten auf der einzelbetrieblichen Ebene durchweg deutlich unterhalb eines kritischen Schwellenwertes. Somit können negative Auswirkungen auf die Nahversorgung ebenfalls ausgeschlossen werden.

Auf Grundlage der aktuell bestehenden Kaufkraftströme im Untersuchungsraum ist zudem festzustellen, dass der ermittelte Umsatzabzug bei den meisten Wettbewerbsstandorten (u.a. Jettingen, Gäufelden, Bondorf sowie Nagold) v.a. aus Kaufkraft besteht, welche bislang aus Mötzingen an diese Standorte abgeflossen ist und nun vor Ort gebunden wird. Dies führt zu einer Erhöhung der Kaufkraftbindung vor Ort und stellt eine raumordnerisch gewünschte Entwicklung dar.

Die vorgenommenen Analysen haben gezeigt, dass der geplante EDEKA-Supermarkt in Mötzingen im Wesentlichen der örtlichen Grundversorgung dienen wird, teilweise aber auch Versorgungsfunktionen für unmittelbar benachbarte Ortsteile der Umlandgemeinden übernimmt. Aufgrund des bislang fehlenden Angebotes eines Vollsortimenters in Mötzingen, ist in hohem Maße von Kaufkraftrückholungen v.a. bei größeren Lebensmittelmärkten aus den umliegenden Städten und Gemeinden auszugehen, sodass das Vorhaben zu einer deutlichen Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich in Mötzingen beiträgt.

Eine detaillierte Darstellung der durch den geplanten EDEKA-Supermarkt in Mötzingen ausgelösten Veränderungen in den Kaufkraftströmen und daraus resultierenden Umsatzumverteilungen gegenüber dem bestehenden Einzelhandel im Untersuchungsraum zeigt die nachfolgende Tab. 7.

Tab. 7: Überblicksdarstellung des durch das Planobjekt in Mötzingen mit einer Verkaufsfläche von 1.300 m² ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum

Stadt / Gemeinde / Stadtteil / Handelsstandort	Relevanter Umsatz insg. in Mio. €	Umsatzumverteilung durch Untersuchungsobjekt in Mio. €			Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem relevanten Einzelhandelsbestand in %		
		Food	Non-Food	Insgesamt	Food	Non-Food	Insgesamt
Mötzingen insgesamt	5,3	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2	3,6	3,3	3,6
• davon Netto	3,0	0,1 – 0,2	< 0,1	0,1 – 0,2	6,0	k.A.	5,7
• sonstige Anbieter LEH	2,3	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Gäufelden insgesamt	14,1	0,3 – 0,4	< 0,1	0,4 – 0,5	2,9	k.A.	3,1
• davon Lidl	6,0	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2 – 0,3	3,9	k.A.	3,9
• davon Edeka	3,6	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2	5,1	k.A.	5,3
• sonstige Anbieter LEH	4,5	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Jettingen insgesamt	40,0	0,9 – 1,0	0,2 – 0,3	1,2	3,4	2,1	3,0
• davon Aldi	8,6	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	3,8	k.A.	3,7
• davon real,-	25,0	0,6	0,1 – 0,2	0,7 – 0,8	3,5	1,7	2,9
• sonstige Anbieter LEH	2,9	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• sonstige Anbieter Drogerie	3,5	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Bondorf insgesamt	10,6	0,3 – 0,4	< 0,1	0,4 – 0,5	4,2	k.A.	4,3
• davon Edeka	5,8	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	5,1	k.A.	5,2
• davon Penny	3,4	0,1	< 0,1	0,1 – 0,2	4,1	k.A.	3,9
• sonstige Anbieter LEH	1,4	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Nagold insgesamt	87,6	1,2	0,3	1,5	2,0	1,1	1,7
• Innenstadt	22,2	0,3 – 0,4	0,1 – 0,2	0,5	3,3	1,2	2,3
• davon Edeka	9,5	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	3,7	k.A.	3,6
• Sonstiges Nagold	65,3	0,8	0,1 – 0,2	1,0	1,7	1,0	1,5
• davon Denn's Biomarkt	1,3	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Netto	3,0	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Aldi (Haiterbacher Straße)	9,5	0,1	< 0,1	0,1 – 0,2	1,5	k.A.	1,4
• davon Kaufland	18,3	0,4	< 0,1	0,5	3,0	k.A.	2,8
• davon Lidl (Altensteiger Straße)	5,4	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Mix Markt	1,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Lidl (Calwer Straße)	5,7	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Aldi (Calwer Straße)	7,9	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• sonstige Anbieter LEH	5,0	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• sonstige Anbieter Drogerie	8,1	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Herrenberg insgesamt	69,1	0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	0,6	k.A.	0,6
• ZVB Innenstadt	39,3	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2	0,7	k.A.	0,6
• davon E-Center	16,1	0,1	< 0,1	0,1 – 0,2	1,0	k.A.	0,9
• davon Lidl	7,0	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• davon Denn's Biomarkt	1,4	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• Sonstiges Herrenberg	29,8	0,1 – 0,2	< 0,1	0,1 – 0,2	0,6	k.A.	0,5

Fortsetzung der Tabelle auf der nächsten Seite!



Fortsetzung der Tabelle von der vorhergehenden Seite!

• davon Kaufland	15,8	0,1	< 0,1	0,1 – 0,2	1,0	k.A.	0,9
• davon Aldi	9,0	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• sonstige Anbieter LEH	5,0	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Rottenburg am Neckar (Ergenzigen) insgesamt	20,1	0,5	< 0,1	0,5 – 0,6	2,9	k.A.	2,7
• davon Aldi	8,6	0,2	< 0,1	0,2	2,8	k.A.	2,5
• davon Lidl	6,8	0,2	< 0,1	0,2	3,6	k.A.	3,2
• davon Netto	2,8	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
• sonstige Anbieter LEH	1,9	< 0,1	< 0,1	< 0,1	k.A.	k.A.	k.A.
Insgesamt	246,7	3,9	0,9	4,8	--	--	--

* = ecostra-Umsatzeinschätzung für die im Rahmen der Wettbewerbsrecherche keine Angabe, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

k.A. = keine Angabe, da unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze

Quelle: ecostra-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen



5.5 Verkehrliche Auswirkungen durch das Planvorhaben

Hinsichtlich der möglichen Auswirkungen auf den Verkehr ist zunächst allgemein festzustellen, dass jedes neu errichtete Einzelhandelsobjekt in gewissem Umfang zu einem erhöhten Verkehrsaufkommen in dem entsprechenden Standortbereich führt. Dabei ist grundsätzlich festzuhalten, dass nicht sämtliche Verkehre, die durch ein Einzelhandelsobjekt angezogen werden, auch originär neu erzeugt werden. Es kommt überwiegend zu einer Verlagerung bereits existenter Verkehre auf neue Standorte.

Nachfolgend werden die am Planstandort durch die Realisierung des Planobjektes zu erwartenden Verkehrsmengen berechnet:

	Umsatzleistung des Planobjektes p.a.	=	ca. 4,8 Mio. €
:	Ø Einkaufsbetrag pro Besucher	=	ca. 11,93 € ¹
=	Besucheraufkommen p.a.	=	ca. 402.350 Kunden
X	PKW-Kundenanteil	=	ca. 85 %
=	PKW-Kunden p.a.	=	ca. 342.000 PKW-Kunden
:	Ø PKW-Besetzungsgrad	=	ca. 1,2 Personen / PKW
=	PKW-Aufkommen p.a.	=	ca. 285.000 PKW
:	Öffnungstage p.a.	=	ca. 300 Öffnungstage
=	PKW-Aufkommen pro Öffnungstag	=	ca. 950 PKW

Das durchschnittliche Verkehrsaufkommen pro Tag, welches durch die Ansiedlung des geplanten EDEKA-Supermarktes am Planstandort in Mötzingen induziert wird beträgt ca. 1.900 PKW-Frequenzen in der Summe der Zu- und Abfahrten. Dabei handelt es sich um eine eher modellhafte Berechnung.

Aufgrund der bei dem Planvorhaben zu erwartenden Kundenaustauschbeziehungen mit dem Netto LM-Discounter, ist davon auszugehen, dass der Anteil der Kopplungseinkäufe deutlich zunimmt. In der Berechnung des zusätzlichen PKW-Aufkommens müssen diese Kopplungseffekte berücksichtigt und das zusätzlich in dem Standortbereich induzierte Verkehrsaufkommen entsprechend bereinigt werden. Bei dem Planvorhaben in Mötzingen kann von einem Anteil an Kopplungseinkäufen von zumindest ca. 20 – 30 % ausgegangen werden. D.h. das gesamte zusätzliche PKW-Aufkommen von ca. 1.900 PKW-Frequenzen muss um diesen Wert reduziert werden. Folglich werden durch die Realisierung des EDEKA-Supermarktes zusätzlich zu den bereits heute vorhandenen Verkehrsmengen, ca. 1.330 - 1.520-PKW-Frequenzen generiert.

Inwieweit die Zufahrtswege zum Planareal die zu erwartenden zusätzlichen Verkehrsmengen aufnehmen können bzw. die in der Planung vorgesehenen Parkierungsangebote ausreichend sind, wäre ggf. in einem Verkehrsgutachten zu prüfen.

¹ Durchschnittlicher Einkaufsbetrag in Supermärkten in Deutschland. vgl. EHI RETAIL INSTITUTE (Hrsg.) Durchschnittlicher Einkaufsbetrag im deutschen Einzelhandel im Jahr 2018/2019 nach Branchen. 2019.

6. Fazit

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die Auswirkungen der möglichen Ansiedlung eines EDEKA-Supermarktes an der Nagolder Straße in der Gemeinde Mötzingen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung analysiert. Am nördlichen Siedlungsrand der Gemeinde Mötzingen, an der Ausfallstraße Nagolder Straße, soll ein EDEKA-Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² realisiert werden.

Im Rahmen der Standortbewertung des Planvorhabens konnte festgestellt werden, dass

- aus **betrieblicher Sicht** es sich beim Untersuchungsareal um einen Standort in verkehrsgünstiger Lage, an einer Hauptverkehrsachse mit sehr guter Einsehbarkeit handelt. Im näheren Umfeld des Planstandortes herrscht mit dem unmittelbar westlich des Planareals gelegenen Netto LM-Discounter nur eine relativ geringe Wettbewerbsdichte vor. Durch die Standortkombination von Vollsortimenter und LM-Discounter sind neben Wettbewerbswirkungen aber auch Synergieeffekte durch Kopplungskäufe sowie eine verbesserte Marktpositionierung des Standortes zu erwarten. Aufgrund des starken Angebotsbesatzes im Lebensmitteleinzelhandel in den Umlandgemeinden und Nachbarstädten insgesamt ist das Einzugsgebiet räumlich allerdings stark begrenzt, was sich in einem entsprechenden Einwohnerpotenzial bemerkbar macht. Der Standortbereich ist durch den Netto LM-Discounter als Einzelhandelslage etabliert („gelernter Standort“) und erfüllt bereits heute eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung.
- aus **städtebaulicher Sicht** es sich beim Planareal um einen (noch) integrierten Standort handelt. Der Planstandort schließt unmittelbar an Wohnbebauung an und ist über einen Gehweg aus den südlich und östlich angrenzenden Wohnbereichen fußläufig gut erreichbar. Außerdem ist der Standort an das ÖPNV-Netz angebunden. Der Standortbereich ist durch den westlich angrenzenden Netto LM-Discounter bereits seit mehreren Jahren als Nahversorgungsstandort etabliert und erfährt durch das Planobjekt eine Angebotsergänzung. Das Vorhaben lässt eine deutliche qualitative Verbesserung der Nahversorgung der Gemeinde Mötzingen erwarten.
- aus **raumordnerischer Sicht** die vorgesehene Realisierung des EDEKA-Supermarktes zunächst nicht im Einklang mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben steht. Laut dem Regionalplan ist Mötzingen keine zentralörtliche Funktion zugeordnet und somit ist hier großflächiger Einzelhandel eigentlich nicht vorgesehen. Dennoch ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes – auch im Bereich der Großflächigkeit – entsprechend der Ziele des Regionalplans Stuttgart in einem Ort ohne zentralörtliche Funktion zulässig, wenn der Markt ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dient und keine schädlichen Wirkungen auf zentralörtliche Siedlungs- und Versorgungskerne anderer Gemeinden oder deren Ortskerne zu erwarten sind.

Wie die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation gezeigt hat, bestehen nach der geplanten Realisierung eines EDEKA-Supermarktes die intensivsten Wettbewerbsverflechtungen v.a. mit Standorten des identischen Betreibers in Gäufelden, Bondorf und Nagold. Aufgrund des fehlenden adäquaten Angebots im örtlichen Lebensmittel Einzelhandel sind in Mötzingen aktuell erhebliche Kaufkraftabflüsse gegeben. So stellt der vorhandene Netto LM-Discounter in Mötzingen derzeit zwar eine Grundversorgung sicher, ist aber als Wettbewerber aus Sicht des Planobjektes aufgrund der deutlich geringen Breite und Tiefe des Angebotes bereits von nachrangiger Relevanz als Wettbewerbsstandort. Dennoch wird der Discounter einem gewissen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sein, da der geplante Vollversorger eine weitaus bessere (Nah)Versorgungskompetenz zeigt und gerade hier auch eine Umorientierung von Kaufkraftströmen auf das Planobjekt zu erwarten ist. Gewisse Wettbewerbsverflechtungen bestehen noch mit dem Verbrauchermarkt Kaufland in Nagold und dem real,-SB-Warenhaus in Jettingen, da diese häufig das Ziel der umsatzstärkeren Wochen- bzw. Monateinkäufe, gerade auch der Wohnbevölkerung von Mötzingen sind. Bezogen auf die Wettbewerbsplanungen besitzt der bereits im Bau befindliche Nahversorgungsstandort „Bettäcker“ im Ortsteil Nebringen in Gäufelden eine nicht unerhebliche wettbewerbliche Relevanz für das Planvorhaben, da es hierdurch zu einer Überschneidung des Einzugsgebietes kommen wird.

Das Einzugsgebiet des Planobjektes umfasst im Wesentlichen die Gemeinde Mötzingen sowie einige wenige angrenzenden Ortsteile der Nachbargemeinden im Norden und Süden. Gegenüber dem bereits in der ecostra-Auswirkungsanalyse von 2018 eingegrenzten Einzugsgebiet musste aufgrund der nun konkretisierten Wettbewerbsentwicklung in Gäufelden-Nebringen eine Anpassung vorgenommen werden. Dieses in drei Zonen einer abgestuften Kundenanbindungsintensität gegliederte Einzugsgebiet umfasst aktuell ein Einwohnerpotenzial von insgesamt ca. 10.575 Einwohnern, wobei der überwiegende Anteil auf das Kerneinzugsgebiet (Zone I-II) ca. 64 % entfällt. Innerhalb dieses Einzugsgebietes konnte ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 68,7 Mio. € ermittelt werden; das projektrelevante Kaufkraftpotenzial beläuft sich auf insgesamt ca. 33,1 Mio. €.

Auf Grundlage der Markt- und Standortsituation wurde für den geplanten EDEKA-Supermarkt eine Umsatzerwartung von insgesamt ca. 4,8 Mio. € ermittelt, was ausgehend von einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² einer Flächenproduktivität von ca. 3.700 € / m² VK entspricht. Bei dieser Umsatzerwartung handelt es sich vor dem Hintergrund des räumlich stark begrenzten Einzugsgebietes und weiterhin zu erwartenden Wettbewerbseinflüssen leistungsstarker Konkurrenzstandorte um einen oberen Wertansatz.

Die Prüfung der Vorgaben aus den bundes- und landesrechtlichen Regelungen zur Steuerung der Standortentwicklung im (großflächigen) Einzelhandel führen im gegenständlichen Fall somit zu folgenden Ergebnissen:

- Das **Konzentrationsgebot**, d.h. die Zuordnung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Orten einer bestimmten Zentralitätsstufe, ist im vorliegenden Fall nicht gewährleistet, denn der Gemeinde Mötzingen ist laut Landesentwicklungsplan (LEP 2002) und Regionalplan Stuttgart 2009 keine zentralörtliche Funktion zugewiesen, weshalb sie landesplanerisch zunächst nicht als Standort für großflächigen Einzelhandel vorgesehen ist. Zwar lässt der Regionalplan der Region Stuttgart Vorhaben, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zu, doch der Markt übernimmt nachweislich nicht nur eine entsprechende Grundversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung in Mötzingen, sondern teilweise auch für Ortsteile der benachbarten Gemeinden. Damit steht die Planung in Konflikt mit dem Konzentrationsgebot, wobei aber der Ausnahmetatbestand der örtlichen Grundversorgung zu beachten sein wird.
- Dem **Kongruenzgebot** wird Folge geleistet. Nach dem Kongruenzgebot sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe nach Umfang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen und so bemessen sein, dass der Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet bzw. sich in diesen einfügt. Der geplante EDEKA-Supermarkt erwirtschaftet nach escotra Berechnungen einen Umsatz in Höhe von ca. 4,8 Mio. €. Damit liegt der Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb der Gemeinde Mötzingen mit ca. 27 % unterhalb einem Schwellenwert von 30 %. Somit hat das Planobjekt keine überörtliche und dem Verflechtungsbereich überschreitende Versorgungsfunktion.
- Die Vorgaben des **Integrationsgebotes** werden im vorliegenden Fall erfüllt. Demnach sollen Einzelhandelsprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten realisiert werden. Der geplante Standort des EDEKA-Supermarktes in Mötzingen kann trotz seiner Ortsrandlage als städtebaulich (noch) integriert bewertet werden, da er fußläufig gut aus den angrenzenden Wohngebieten erreichbar und an das ÖPNV-Netz angebunden ist. Der Einzelhandelsstandort wird durch den westlich angrenzenden Netto LM-Discounter ergänzt, sodass keine neue Versorgungslage im Raum geschaffen wird, sondern ein bereits bestehende Versorgungslage entsprechend ergänzt wird, wobei Synergieeffekte zwischen den beiden Lebensmittelmärkten zu erwarten sind.
- Eine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion städtebaulich integrierter Bereiche benachbarter zentraler Orte ist im gegenständlichen Fall nicht gegeben, sodass negative Auswirkungen durch das Planobjekt auf Nahversorgungsbereiche im überörtlichen Umfeld ausgeschlossen werden können. Innerhalb der Gemeinde Mötzingen selbst können Betriebsschließungen in der Folge der geplanten Ansiedlung des Supermarktes ebenfalls völlig ausgeschlossen werden. Die auf Grundlage der Kaufkraftbewegungsanalyse ermittelten Umsatzum-

verteilungsquoten liegen an sämtlichen Wettbewerbsstandorten mehr oder weniger deutlich unter den relevanten Schwellenwerten. Damit ist für das Vorhaben die Einhaltung des **Beeinträchtigungsverbotes** aus fachgutachterlicher Sicht eindeutig gewährleistet. Vielmehr bewirkt die Realisierung des EDEKA-Supermarktes eine Rückholung derzeit aus Mötzingen abfließender Kaufkraft.

In einem abschließenden Fazit ist aus gutachterlicher Sicht festzustellen, dass die vorgesehene Realisierung eines EDEKA-Supermarktes in der Gemeinde Mötzingen **wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch als verträglich einzustufen ist.**

Definition der Betriebstypen des Lebensmittel Einzelhandels¹

Convenience-Shop

Convenience-Store

Convenience-Laden

Der Convenience-Store ist ein kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche bis 150 m², der ein begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs (insbesondere Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte) sowie häufig Dienstleistungen (z.B. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten) bis hin zu einer kleinen Gastronomie zu einem eher hohen Preisniveau anbietet. Convenience-Stores zeichnen sich durch einen wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort aus. Wo es zulässig ist, sind lange Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich. Bei kleinflächigen, wohnungsnahen Läden wird vorwiegend von Nachbarschaftsläden gesprochen.

In Deutschland können Tankstellenshops, Kioske, Bahnhofs- und Flughafenmärkte zu den Convenience-Stores gezählt werden, seltener werden auch Bäckereien und Metzgereien so bezeichnet.

In USA werden mit dem Begriff Convenience-Store ebenfalls kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (200 – 300 m²) angesprochen, die an gut erreichbaren Standorten eine begrenzte Anzahl von Artikeln, die oft zum unmittelbaren Verzehr geeignet sind, anbieten. Die Bequemlichkeit, die diese Geschäfte bieten, resultiert aus der guten Erreichbarkeit, den Parkmöglichkeiten unmittelbar am Geschäft und der geringen Zeit, die für den Einkauf benötigt wird. Entsprechende Konzepte finden sich auch in Deutschland, z. B. Rewe to Go.

SB-Markt

Als SB-Markt werden kleine Supermärkte mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche bezeichnet. Er findet sich vor allem in kleinen Orten, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein größerer Supermarkt oder Discounter rentabel betrieben werden können. Die Märkte werden ggf. auch als „Dorf-“ oder „Bürgerladen“ durch eine zu diesem Zweck gegründete Gesellschaft (z.B. Genossenschaft) betrieben, zum Teil auch mit ehrenamtlichem Engagement der Mitarbeiter.

Lebensmittel-Discountmarkt

Hard-Discounter,

Soft- (Marken-)Discounter,

Hybrid-Discounter

Beim Lebensmittel-Discountmarkt handelt es sich um eine spezielle Variante des Discounters, bei dem der Nonfood-Umsatzanteil begrenzt bleibt (bei etwa 10 – 13 %). Der Schwerpunkt liegt beim Trockensortiment, ergänzt um Getränke und ein Frischesortiment (Obst, Gemüse, Fleisch und Milchprodukte).

Die Betriebsgrößen liegen meist zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist ein spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 800 bei Hard-Discountern wie Aldi, ca. 1.700 bei Soft- bzw. Marken-Discountern wie Lidl und bis zu 3.600 bei Netto). Seit 2005 lässt sich ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) beobachten. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist das Fehlen von Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen; zudem fallen Lebensmittel-Discounter durch eine preisaggressive und werbeintensive Strategie auf. Die Warenpräsentation erfolgt in der Regel sehr nüchtern, nur vereinzelt werden Warengruppen wertiger präsentiert (z.B. Drogerieartikel). Sogenannte Soft- bzw. Marken-Discounter verfolgen das Discount-Konzept weniger strikt als Hard-Discounter.

¹ vgl. GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Definitionen für die Beurteilung von Einzelhandelsimmobilien und Geschäftslagen sowie für die Erstellung von Einzelhandelsanalysen, Auswirkungsgutachten und kommunalen Einzelhandelskonzepten. Wiesbaden, 2014

Es werden mehrere Unterformen (Betriebstypen) unterschieden, so

- der Hard-Discounter, der sich durch ein (beschränktes) Kernsortiment von 700 – 900, max. 1.500 Artikeln auszeichnet, wobei dieses von Handelsmarken dominiert wird (Beispiele: Aldi / Hofer, Norma),
- Soft- und Marken-Discounter führen ein (beschränktes) Sortiment von über 1.500 Artikeln, wobei dieses durch ein ausgewogenes Verhältnis von Handelsmarken und Markenartikeln geprägt ist (Beispiel: Lidl, Netto, Penny); gelegentlich werden hiervon noch einmal die „Hybrid-Discounter“ abgehoben (derzeit nur Netto), die ggü. Lidl und Penny ein umfangreicheres Sortiment führen und geringe Andienungsunterschiede aufweisen (oftmals mit kleinem Frischwurstverkauf), bei denen jedoch ebenfalls die Markendiscuntierung (wie bei Lidl und Penny) deutlich als prägendes Betriebsformenmerkmal anzusehen ist.

Supermarkt

Lebensmittel-Vollsortimentsmarkt

Supermarket

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsfläche und das geführte Sortiment stellen Kriterien dar, die in den Definitionen eine besonders wichtige Rolle einnehmen; durchschnittlich werden 8.000 bis 12.000 Artikel je Verkaufsstelle geführt. Typisch für den Betriebstyp Supermarkt ist eine hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Nach der amtlichen Statistik Deutschlands hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, ähnlich bei Panelinstituten (so z. B. bei Nielsen) von höchstens 999 qm. Die BBE Handelsberatung GmbH geht von einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 3.000 qm Verkaufsfläche aus und beziffert den Flächenanteil für Nonfood-Artikel auf 20 – 30 %, ihren Umsatzanteil auf 10 – 15%. Das EuroHandelsinstitut hat keine Obergrenze für die Verkaufsfläche in absoluten Quadratmeterzahlen festgelegt. Der Supermarkt ist - laut EuroHandelsinstitut - primär dadurch gekennzeichnet, dass der Anteil der für Non-Food vorgesehenen Fläche nicht über 25 Prozent liegt.

Als Standorte werden verkehrsgünstige Lagen mit Wohngebietsorientierung favorisiert. In gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten werden Supermärkte auf Flächen von 400 – 800 m² als „City-Supermarkt“ betrieben.

Kennzeichnend für größere Supermärkte sind Bedienungstheken in den sortimentsgruppen Fleisch/Wurst, Käse und Feinkostprodukte sowie Frischfisch. Das Sortiment umfasst sowohl Herstellermarkenartikel als auch Handelsmarken. Bei einer Verkaufsfläche von mindestens 1.400 qm, mindestens 12.000 unterschiedlichen Artikeln sowie einem ergänzenden Non-Food-Sortiment von ca. 10 – 15% wird auch von einem Lebensmittel-Vollsortimentsmarkt gesprochen.

Bei dem Biosupermarkt und dem City-Supermarkt handelt es sich um spezielle Varianten des Supermarktes.

Im amerikanischen Sprachraum werden verschiedene Formen des Supermarket unterschieden, und zwar Conventional Supermarket und Limited Assortment Supermarket bzw. Extreme Value Food Retailer. Man versteht darunter Selbstbedienungsgeschäfte für Lebensmittel und eine begrenzte Anzahl von Non-Food-Artikeln (z.B. Drogerieartikel). Die verschiedenen Formen werden wie folgt gekennzeichnet:

- Conventional supermarket: Anteil Lebensmittel am Umsatz 70 – 80%, 2.000 – 3.000 m², 20.000 – 40.000 Artikel (Bestelleinheiten, SKU´s), Service modest, Preise durchschnittlich;
- Limited assortment Supermarket: Anteil Lebensmittel am Umsatz 80 – 90%, 700 – 1.000 m², 1.000 – 1.500 Artikel (Bestelleinheiten, SKU´s), Service begrenzt, Preise am niedrigsten.

Damit wird deutlich, dass hiermit auch die in Deutschland als Discounter bezeichneten Lebensmittelgeschäfte als „supermarkets“ bezeichnet werden.



Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt.

Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 m², nach der Abgrenzung des EuroHandelsinstituts (EHI bzw. früher DHI, so auch BBE Münster 2005) aus dem Jahr 1975 bei mindestens 1.500 m², nach Panelinstituten bei mindestens 800 m². Teilweise unterscheiden die Panelinstitute noch zwischen kleinen (800 - 1.500 m²) und großen Verbrauchermärkten (1.500 - 5.000 m²). Nielsen unterscheidet große (mehr als 2.500 m²) und kleine (1.000 – 2.499 m²) Verbrauchermärkte. Das EHI zählt ab 2008 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 2.500 – 5.000 m² und einem Sortiment, in dem sowohl Artikel aus dem Bereich Non-Food I (Drogerieartikel, Wasch- Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) als auch aus dem Bereich Non-Food II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs) geführt werden, als „Großer Supermarkt“ und nicht mehr als Verbrauchermarkt. Die BBE Handelsberatung GmbH gibt die Verkaufsfläche mit 1.500 bis 5.000 m² an. Ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² findet ein Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus statt. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren. In Bezug auf die Verkaufsfläche liegt der Verbrauchermarkt unter dem Selbstbedienungswarenhaus und über dem Supermarkt. Es wird ein breites und tiefes Lebensmittelsortiment geführt, wobei mit zunehmender Fläche der Anteil der Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs) stark ansteigt; der Non-Food-Umsatzanteil liegt bei ca. 20 – 30%, der Nonfood-Flächenanteil bei ca. 20 – 40 %. Der Verbrauchermarkt agiert preisaggressiv entweder mit laufenden Sonderangeboten oder mit Dauerniedrigpreisen. Dies geht einher mit einem Verzicht auf aufwändige Ladenausstattung und Warenpräsentation, einem Verzicht auf Beratung und sonstige Serviceleistungen, es werden kostengünstige Stadt- rand- oder Nebenlagen bevorzugt und wöchentliche Preisangebote mit herausragend niedrigen Preisen bestimmen die Medienwerbung.

Der Begriff „Verbrauchermarkt“ wurde von der Baunutzungsverordnung 1968 in § 11 Abs. 3 statt dem später eingeführten Begriff des großflächigen Einzelhandelsbetriebes verwendet. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass dies grundsätzlich mit dem Begriff des „großflächigen Einzelhandels“ gleichzusetzen ist und daher auch großflächige Fachmärkte darunter fallen, unabhängig davon, ob diese ein breites oder schmales Sortiment anbieten.

Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus / SBW)

Hypermarkt

Das Selbstbedienungswarenhaus (*SB-Warenhaus*) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspreispolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m², nach der Abgrenzung des Euro-Handelsinstituts bei mindestens 4.000 m², nach Panelinstituten bei mindestens 5.000 m². Auch die BBE Handelsberatung setzt 5.000 m² als Untergrenze an. Eine Obergrenze kann schwerlich festgelegt werden; gelegentlich finden sich 20.000 m² und mehr. Das SB-Warenhaus wird auch als der „große Bruder“ des Verbrauchermarktes bezeichnet, weil es dessen Prinzipien auf eine größere Verkaufsfläche projiziert hat. Auf Grund des Trading-up lassen sich die Sortimente in der Breite mit jenen der Warenhäuser vergleichen. Für großvolumige und schwergewichtige Artikel wird ein Heimzustelldienst angeboten. Ein SB-Warenhaus verfügt neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) über umfangreiche Nonfood-Abteilungen, deren Umsatzanteil bei ca. 35 – 50 % liegen; der Nonfood-Flächenanteil beträgt ca. 50 - 60 %.

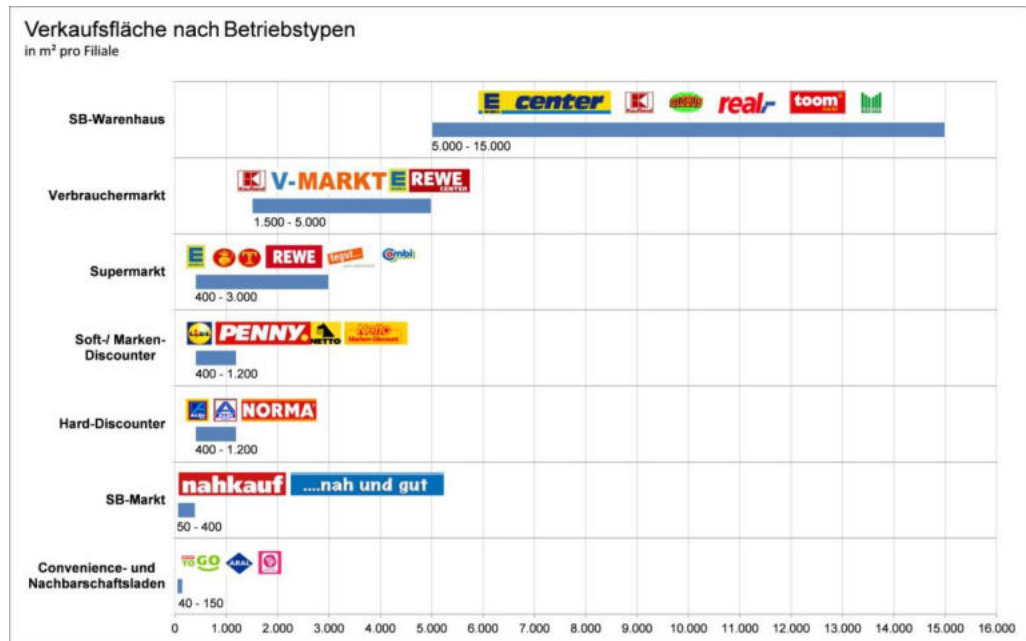
Das SB-Warenhaus wird im englischen bzw. französischen Sprachraum als Hypermarket bzw. Hypermarché bezeichnet.

Darüber hinaus existieren noch diverse weitere Betriebstypen des Einzelhandels, die jedoch im vorliegenden Fall des in Mötzingen geplanten EDEKA-Supermarktes zu vernachlässigen sind.



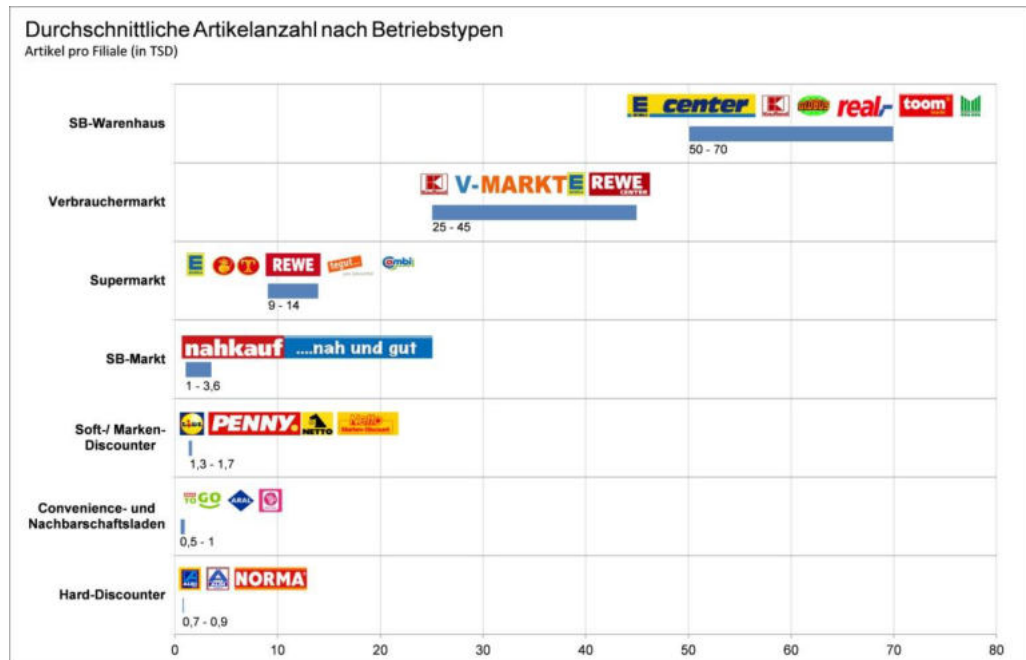
Die nachfolgenden Grafiken¹ geben eine Übersicht über die Bandbreite der üblichen Verkaufsflächengröße sowie der Artikelzahlen verschiedener Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels.

Abb. 7: Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Verkaufsflächengrößen



Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif), BBE-Handelsberatung

Abb. 8: Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Artikelzahlen



Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif), BBE-Handelsberatung

¹ vgl. GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Februar 2014, S. 71f.

Karten-, Tabellen- & Abbildungsverzeichnis

Karte 1:	Die relevante Wettbewerb des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen	32
Karte 2:	Das abgegrenzte Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen	36
Tab. 1:	SWOT-Analyse der Standorteigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen	20
Tab. 2:	Darstellung und Bewertung wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum	31
Tab. 3:	Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen	35
Tab. 4:	Die einzelhandels- und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet nach Warengruppen 2016	40
Tab. 5:	Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung am Standort des geplanten EDEKA-Supermarktes in der Gemeinde Mötzingen	44
Tab. 6:	Die durch das Planobjekt in Mötzingen ausgelösten Kaufkraftbewegungen	45
Tab. 7:	Überblicksdarstellung des durch das Planobjekt in Mötzingen mit einer Verkaufsfläche von 1.500 m ² ausgelösten absoluten und relativen Umsatzabzuges gegenüber dem relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum	51
Abb. 1:	Ausschnitt aus der Strukturkarte des Regionalplans Stuttgart	5
Abb. 2:	Die Lage der Gemeinde Mötzingen im Landkreis Böblingen	10
Abb. 3:	Siedlungsstruktur der Gemeinde Mötzingen	11
Abb. 4:	Räumliche Einordnung des Planareals innerhalb der Gemeinde Mötzingen	15
Abb. 5:	Der Mikrostandort des Planvorhabens und sein näheres Umfeld	16
Abb. 6:	Projektskizze des geplanten EDEKA-Supermarktes in Mötzingen	19
Abb. 7:	Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Verkaufsflächengrößen	61
Abb. 8:	Übersicht der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels in der Differenzierung nach Artikelzahlen	61



ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstraße 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom
info@ecostracom