Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Stadtteil

NECKARWEIHINGEN

der Stadt Ludwigsburg

Auftraggeber: Stadt Ludwigsburg

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, August 2011

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München I Salzburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer; Dr. Stefan Holl
71638 Ludwigburg, Hohenzollernstraße 14
Telefon: 07141/93 60 - 0 Telefax: 07141/93 60 - 10
eMail: info@gma.biz, http://www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juli 2011 erteilte die Stadt Ludwigsburg der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Ludwigsburger Stadtteil Neckarweihingen.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im August 2011 eine Aktualisierung der Wettbewerbssituation im Stadtteil Neckarweihingen (Vergleich Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ludwigsburg 2007) sowie der strukturprägenden Anbieter im Umland durchgeführt. Darüber hinaus standen der GMA Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, der Stadtverwaltung Ludwigsburg sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Die Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Ludwigsburg. Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im August 2011
BE WRJ wym

INHALTSVERZEICHNIS **Seite**

I.	**Grundlagen**	**1**
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Marktentwicklungen im Lebensmittelbereich	2
2.1	Betriebstypen	2
2.2	Sortimentsstruktur	3
II.	**Standortanalyse**	**4**
1.	Makrostandort Ludwigsburg-Neckarweihingen	4
1.1	Wesentliche Strukturdaten des Stadtteils Neckarweihingen	4
1.2	Angebotssituation in Neckarweihingen im Nahrungs- und Genussmittelsektor	5
1.2.1	Darstellung der Angebotssituation	5
1.2.2	Bewertung der Angebotssituation	5
1.2.3	Fazit	7
2.	Mikrostandorte „Neckarterrasse“ und „Schwarzwaldstraße“	7
2.1	Standort „Neckarterrasse“	8
2.2	Standort „Schwarzwaldstraße“	10
2.3	Vergleichende Gegenüberstellung der Potenzialstandorte	11

III.	**Auswirkungsanalyse**	**13**
1.	Rechtliche Rahmenbedingungen	13
2.	Einzugsgebiet und Kaufkraft	16
3.	Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel	18
4.	Beurteilung der möglichen Auswirkungen	21
4.1	Marktanteilkonzept	21
4.2	Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen	23
5.	Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen (Prüfkriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg)	27
IV.	**Zusammenfassung**	**31**

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Ludwigsburg ist bestrebt, in den einwohnerstarken Stadtteilen auch mittel- und langfristig eine eigenständige Nahversorgung sicherzustellen. Vor dem Hintergrund der Diskussionen über den „richtigen“ Standort für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Stadtteil Neckarweihingen soll die vorliegende Untersuchung beide Standortalternativen im Hinblick auf ihre Auswirkungen untersuchen. Neben einem Standort im neuen Wohngebiet „Neckarterrasse“ ist auch einen Standort in der Hauptstraße als sog. „Kombistandort“ mit einer Schule im Gespräch.

In einem ersten Schritt soll eine generelle Betrachtung des **Nahversorgungsstandortes** Neckarweihingen vorgenommen werden. Auf Basis des vorhandenen Kaufkraftpotenzials sowie der heutigen Angebotsstruktur gilt es Entwicklungspotenziale für den Stadtteil zu ermitteln. Neben einer Gesamtbetrachtung des Stadtteils Neckarweihingen ist eine vergleichende Gegenüberstellung beider Potenzialsstandorte unter handelsbezogenen und städtebaulichen Aspekten vorzunehmen.

Basierend auf dieser Analyse werden in einem zweiten Schritt die möglichen **Auswirkungen** der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes differenziert nach Potenzialstandort im Hinblick auf die Prüfkriterien lt. Landes- und Regionalplanung (insbesondere Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Regionalplan Verband Region Stuttgart) analysiert.

2. Marktentwicklungen im Lebensmittelbereich

2.1 Betriebstypen

Zur Einordnung der Planung werden für ausgewählte Betriebsformen im Nachfolgenden die Definitionen kurz dargestellt:[1]

Discounter

„Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment[2] sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II[3] führt."

Supermarkt

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 10.500 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.000 Artikel vor. Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Supermarkt bereits rd. 25 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 80 - 90 %).

---

1 Quelle: EHI Retail Institute.

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

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

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.440	71,0	7.925	75,3	13.206	52,8
Lebensmittelnahe Sortimente (u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	263	13,0	1.578	15,0	5.272	21,1
Nichtlebensmittelsortimente (u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen)	325	16,0	1.025	9,7	6.538	26,1
Nonfood insgesamt	588	29,0	2.603	24,7	11.810	47,2
Einzelhandel insgesamt	2.028	100,0	10.528	100,0	25.016	100,0

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: Handel aktuell 2010 / 2011.

2.2 Sortimentsstruktur

Das Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfoodsektor verringern. So werden z. B. die Artikelanzahl der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Bio-Lebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten).

Weiterhin bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.) und zum anderen die Lagerflächen reduziert werden, indem die Waren verstärkt direkt im Verkaufsraum gelagert werden („Verkaufsfläche statt Lager“).

II. Standortanalyse

1. Makrostandort Ludwigsburg-Neckarweihingen

1.1 Wesentliche Strukturdaten des Stadtteils Neckarweihingen

Der Stadtteil Neckarweihingen zählt aktuell ca. **6.200** Einwohner[1] und stellt einwohnerbezogen den drittstärksten Stadtteil dar. Die Bevölkerungsentwicklung im Stadtteil kann für die letzte Dekade als rückläufig eingestuft werden; 2000 / 2001 betrug die Einwohnerzahl noch 6.600 Personen. Durch die Realisierung des Wohngebietes „Neckarterrasse“ mit max. 300 Wohneinheiten ist eine positive (Gegen-)Entwicklung zu erwarten.

Die **verkehrliche Anbindung** von Neckarweihingen ist insgesamt als gut zu bezeichnen. So wird die regionale Erreichbarkeit durch den direkten Anschluss an die Landesstraße 1100 gewährleistet, die eine der wichtigsten Pendlerstrecken nach Stuttgart bzw. Ludwigsburg darstellt. Die innerörtliche Erschließungsfunktion übernimmt die Hauptstraße (Nord-Süd-Verbindung) sowie die Lechtstraße (Kreisstraße 1664 nach Poppenweiler; Ost-West-Verbindung). Die Anbindung an den ÖPNV wird über mehrere Buslinien gewährleistet.

Die **Siedlungsstruktur** von Neckarweihingen ist geprägt durch die Lage im Tal des Neckars und die daraus entstehenden topografischen Gegebenheiten. So erstrecken sich die Wohnlagen östlich der L 1100 entlang der Hänge.

Unter Zugrundelegung einer Pro-Kopf-Verbrauchsausgabe im Nahrungs- und Genussmittelsektor von 1.810 € und einer regionalisierten Kaufkraftkennziffer für die Stadt Ludwigsburg von 105,8 (Bundesdurchschnitt 100,0) beträgt das **Kaufkraftpotenzial** in Neckarweihingen für den Lebensmittelbereich ca. 11,9 Mio. €.

[1] Quelle: Stadt Ludwigsburg (Stand: 31.06.2011).

1.2 Angebotssituation in Neckarweihingen im Nahrungs- und Genussmittelsektor

1.2.1 Darstellung der Angebotssituation

Die im Rahmen der Erarbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes erfolgten Bestandserhebungen wurden im August 2011 aktualisiert. Im Lebensmittelbereich ist in Neckarweihingen eine Verkaufsfläche von ca. 1.080 m² mit einer Umsatzleistung von ca. 4 – 5 Mio. € vorhanden. Im Vergleich zu 2007 sind keine gravierenden Veränderungen festzuhalten. Das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelsektor in Neckarweihingen ist durch den Lebensmitteldiscounter der Fa. Netto in der Hauptstraße mit ca. 450 m² VK (gegenüber Standort „Schwarzwaldstraße“) gekennzeichnet. Der Netto-Markt (ehemalige Plus-Filiale) befindet sich im Erdgeschoss eines Wohnhauses auf einer nur bedingt marktgerechten Fläche, weist ein in die Jahre gekommenes inneres und äußeres Erscheinungsbild auf und verfügt nur über eine geringe Anzahl an zugeordneten Stellplätzen. Weitere Anbieter des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialanbieter (Obst + Gemüse, Getränkemarkt, Bäckerei usw.) runden das Angebot im Stadtteil ab.

Die Einzelhandelsbetriebe in Neckarweihingen verteilen sich auf einer Distanz von mehr als 1 km entlang der Hauptstraße, so dass keine zusammenhängende Einkaufslage darstellbar ist. Im Laufe der Jahre haben sich drei Subzentren im Bereich der unteren, der mittleren und der oberen Hauptstraße herausgebildet. Eine hohe Verkehrsbelastung und v. a. die fehlenden Stellplätze in der Hauptstraße stellen ein wesentliches Hemmnis für die Entwicklung einer ausgeprägten Einzelhandelsstruktur dar.

1.2.2 Bewertung der Angebotssituation

Als wichtige Orientierung für die Bewertung der Versorgung innerhalb eines Stadtteils sowie zur Ermittlung der Entwicklungspotenziale dient die **Zentralitätskennziffer**. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an. Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer in Neckarweihingen:

ca. 4 – 5 Mio. €	:	ca. 11,9 Mio. €	=	ca. 38 %
(Umsatz in Neckarweihingen)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Neckarweihingen)		(Zentralität)

Der Zentralitätswert bewegt sich im **unterdurchschnittlichen Bereich**. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich fließen derzeit über 60 % der Kaufkraft der Neckarweihinger Bevölkerung nach außen ab, nur ca. 38 % verbleiben vor Ort. Höhere Werte werden v. a. deshalb nicht erreicht, weil bisher außer dem in die Jahre gekommenen Netto-Markt keine weiteren (modernen und leistungsfähigen) Lebensmittelmärkte vorhanden sind. Aber auch der Besatz im weiteren Ludwigsburger Stadtgebiet sowie in den umliegenden Kommunen wie z. B. Marbach, Remseck etc. wirkt sich auf den Einzelhandelsbesatz in Neckarweihingen aus.

Als weiteren Vergleichswert dienen die sog. **Versorgungskennziffern**, die die Ausstattung mit Verkaufsflächen auf die Einwohnerzahl normiert darstellen. Im Lebensmitteleinzelhandel verfügt Neckarweihingen über **ca. 174 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner**. Im Bundesdurchschnitt beträgt diese Kennziffer 350 – 400 m² VK je 1.000 Einwohner. Was die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung betrifft, weist Neckarweihingen somit einen **deutlich unter dem Durchschnitt** liegenden Wert auf. Damit ergibt sich für Neckarweihingen grundsätzlich auch in quantitativer Hinsicht noch Entwicklungspotenzial im Lebensmittelsektor.

1.2.3 Fazit

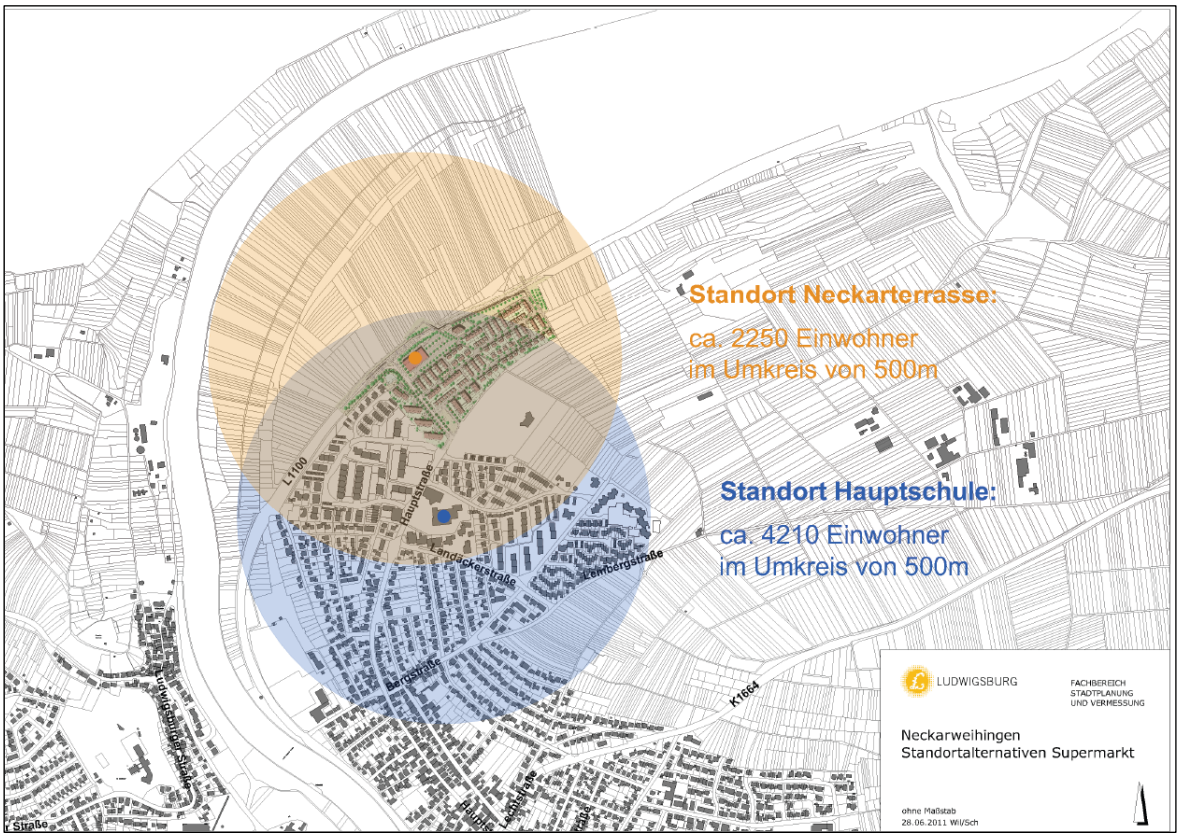
Vor dem Hintergrund der bestehenden Versorgungs- sowie der Wettbewerbsstrukturen im regionalen Umfeld werden folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung des Stadtteiles Neckarweihingen formuliert.

- Auf Basis des festgestellten Versorgungsdefizits ist die Ansiedlung eines leistungsfähigen Lebensmittelsmarktes zur Sicherung der Nahversorgung der im Stadtteil Neckarweihingen lebenden Bevölkerung anzustreben.
- Aufgrund unterschiedlicher Angebotsstrukturen (vgl. obiges Kap. 2.1) wie z. B. Sortimentsbreite und –tiefe, Serviceorientierung etc. bei den potenziellen zur Ansiedlung geeigneten Betriebstypen (Vollsortimenter, Discounter) ist im speziellen Fall für Neckarweihingen ein Vollsortimenter zu empfehlen, damit eine umfassende Grund- und Nahversorgung für den Stadtteil gewährleistet werden kann. Zukunftsfähige Vollsortimenter benötigen Verkaufsflächengrößenordnungen von mindestens 1.400 m².

2. Mikrostandorte „Neckarterrasse“ und „Schwarzwaldstraße“

Derzeit befinden sich zwei Alternativen für den Standort eines Lebensmittelmarktes in der Diskussion. Dies betrifft zum einen den Standort „Neckarterrasse“ am Ortsausgang Richtung Marbach und zum anderen den ca. 400 m (Luftlinie) südlich liegenden Standort der Friedrich-von-Keller-Schule (im Folgenden „Schwarzwaldstraße“ genannt).

Abbildung 1: Lage der Potenzialstandorte im Stadtteil Neckarweihingen



2.1 Standort „Neckarterrasse“

Der erste Potenzialstandort für die mögliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes befindet sich im nördlichen Siedlungsbereich von Neckarweihingen an der L 1100 Richtung Marbach. Im Zuge der Erschließung des Wohngebietes „Neckarterrasse“ könnte ein Teilbereich (südlicher Rand) für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes genutzt werden. Das Umfeld des Standortes ist in Richtung Süden durch bereits vorhandenen mehrgeschossigen Wohnungsbau gekennzeichnet. Im Osten und Norden wird sich durch die Entwicklung des Wohngebietes „Neckarterrasse“ ebenfalls Wohnbebauung anschließen. Westlich des Standortes führt die L 1100 vorbei. Die Haupteinkaufslage bzw. der Ortskern von Neckarweihingen befinden sich in deutlicher Entfernung südlich des Planstandortes.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes ist über die L 1100 als Pendlerstrecke zwischen Marbach bzw. den nördlich gelegenen Kommunen nach Ludwigsburg bzw. Stuttgart sehr gut gegeben. Somit sind Streukundenanteile, wie sie typischerweise an autokundenorientierten Standorten erzielt werden, auch im Falle dieses Standortes zu erwarten. Dennoch handelt es sich bei diesem Standort um einen überwiegend auf die

Nahversorgung der Bevölkerung Neckarweihingens bzw. für die Mantelbevölkerung von ca. 2.500 Einwohnern (500 m Radius) ausgerichteten Markt. Eine Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wird perspektivisch über eine neu errichtete Haltestelle an der „Hauptstraße“ im Bereich des südlichen Randes des Wohngebietes „Neckarterrasse“ (ca. 100 – 200 m Entfernung) gewährleistet.

Unter **handelsbezogenen Gesichtspunkten** ist der Standort damit für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes sehr gut geeignet. Neben der Mantelbevölkerung sowie den weiteren Einwohnern des Stadtteiles Neckarweihingen ist insbesondere auf den hohen Streukundenanteil durch die verkehrsgünstige Lage des Standortes an der L 1100 hinzuweisen. Diese Faktoren werden sich auf die Umsatzleistung des Lebensmittelmarktes positiv auswirken.

Und **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist der Standort als integriert einzustufen. Die Hauptwohnlagen des Stadtteiles Neckarweihingen befinden sich direkt südöstlich des Planstandortes und sind sowohl fußläufig als auch mit dem motorisierten Individualverkehr gut zu erreichen. Grundsätzlich ist für diesen Lebensmittelmarkt davon auszugehen, dass das bestehende Versorgungsdefizit für den Stadtteil Neckarweihingen durch die Ansiedlung an diesem Standort ausgeglichen wird.

Abbildung 2: Standortalternative „Neckarterrasse“

Neubaugebiet „Neckarterrasse“

Südlich angrenzender Geschosswohnungsbau

Quelle: GMA August 2011

2.2 Standort „Schwarzwaldstraße“

Der Standort „Schwarzwaldstraße“ befindet sich im Bereich Hauptstraße / Schwarzwaldstraße / Landäckerstraße. Derzeit wird das Standortareal durch eine Schule genutzt. Perspektivisch ist die Errichtung eines Kombistandortes aus einem Lebensmittelmarkt sowie der am Standort vorhandenen Schule (Modernisierung) innerhalb eines Gebäudes auf zwei Ebenen angedacht. Das Grundstück selbst ist in Richtung Osten durch eine ansteigende Topografie geprägt. Diese topografischen Gegebenheiten unterstützen die Realisierung dieser Kombilösung.

Das **Umfeld des Standortes** ist vollständig durch Wohnbebauung geprägt. An der Hauptstraße ist auf dem gegenüberliegenden Grundstück der einzige Lebensmittelmarkt (Fa. Netto) des Stadtteiles Neckarweihingen ansässig. Entlang der südlich des Standortes verlaufenden Landäckerstraße befinden sich kleinere Geschäftseinheiten, die sich vorrangig auf den kurzfristigen Bedarf bzw. die konsumnahen Dienstleistungen beschränken.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes ist grundsätzlich gegeben. Jedoch fehlt dem Standort die unmittelbare Anbindung an die Landesstraße. Große Streukundenanteile, wie im Fall des Standortes „Neckarterrasse“ zu erwarten, können an diesem Standort nicht erzielt werden. Insofern handelt es sich bei dem Standort um einen rein auf die Nahversorgung der Bevölkerung im Umkreis bzw. im weiteren Stadtteilgebiet Neckarweihingens ausgerichteten Standort.. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist ebenfalls gewährleistet, da sich im unmittelbaren Standortumfeld die Haltestelle „Schwarzwaldstraße“ befindet

Aus **handelbezogener Sicht** ist der Standort grundsätzlich für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geeignet. Die fehlende überörtliche Verkehrsanbindung wird sich auf die Umsatzleistung des Lebensmittelmarktes im Vergleich jedoch negativ auswirken, eine wirtschaftliche Tragfähigkeit aber nicht in Frage stellen.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist der Standort als integriert einzustufen. So ist der Standort vollständig von Wohnbebauung umschlossen. Somit sind sowohl eine fußläufige als auch eine Erreichbarkeit durch Pkw- und ÖPNV-Kunden möglich. Auch dieser Standort wird zur Schließung der vorhandenen Versorgungslücke im Nahrungs- und Genussmittelsektor beitragen.

Abbildung 3: Standortalternative „Schwarzwaldstraße“

Schulstandort „Friedrich-Keller-Schule“

Schulstandort „Friedrich-Keller-Schule“

Quelle: GMA August 2011

2.3 Vergleichende Gegenüberstellung der Potenzialstandorte

In einer vergleichenden Gegenüberstellung der Potenzialstandorte unter versorgungsstrukturellen und handelsbezogenen Kriterien kann festgehalten werden, dass der Standort Neckarterrasse die unproblematischere Verkehrsanbindung aufweist, der Kombistandort an der Schwarzwaldstraße jedoch noch stärker den vorhandenen Wohngebieten i. S. einer Nahversorgung zugeordnet ist und auch an bereits vorhandene Strukturen an der Landäckerstraße anknüpft. Handelsbezogen bzw. aus Betreibersicht spricht die bessere Sichtbarkeit (= Werbewirksamkeit) sowie die höhere Zahl der Kunden durch die Lage an der L 1100 als wichtigste Pendlerstrecke nach Ludwigsburg / Stuttgart für den Standort „Neckarterrasse“.

Tabelle 2: Vergleichende Gegenüberstellung der Potenzialstandorte nach ausgewählten Kriterien

Kriterien / Standorte	Neckarterrasse	Schwarzwaldstraße
städtebaulich / Versorgung		
fußläufige Erreichbarkeit aus dem Stadtteil	Für das unmittelbare Umfeld gegeben, im restlichen Stadtteil überwiegend durch Pkw	Für das Umfeld voll gegeben, teilweise auch durch Pkw
Wohnnutzung im Standortumfeld	weitestgehend Wohnnutzung (2.300 EW im 500 m-Radius)	fast vollständig Wohnnutzung (4.200 Einwohner im 500 m-Radius)
Lage zu vorhandenen Strukturen	Keine räumlich-funktionale Verbindung aufbaubar	Standort knüpft an Versorgungslage „Landäckerstraße“ an
ÖPNV-Anbindung	vorhanden durch neue Haltestelle in der Hauptstraße (ca. 100 – 200 m Entfernung)	vorhanden, ÖPNV-Haltestelle unmittelbar am Standort
Verkehrsaufkommen / -anbindung	geringerer Anteil an Neuverkehr, da bereits durch L1100 am Standort vorbeiführend	höherer Anteil an Neuverkehr
handelsbezogen = Betreibersicht		
Synergieeffekte mit vorhandenen Nutzungen	nein	ggf. mit den in der „Landäckerstraße“ vorhandenen kleinteiligen Nutzungen
Versorgungsfunktion	Überwiegend für Stadtteil- / Mantelbevölkerung, Streuumsätze aus den angrenzenden Kommunen	ausschließlich für Stadtteil- / Mantelbevölkerung
Umsatzanteile durch Pendler	höherer Anteil durch Pendler / Streukunden durch direkte Lage an L 1100	Geringerer Umsatzanteil durch Pendler / Streukunden
Sichtbarkeit (= Werbewirksamkeit)	optimale Darstellungsmöglichkeiten	keine Sichtbarkeit für Kunden auf der L 1100 vorhanden
Quelle: GMA 2011.		

III. Auswirkungsanalyse

1. Rechtliche Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie die das Verwaltungshandeln präzisierende Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten („Einzelhandelserlass“) vom 21. Februar 2001 heranzuziehen.

Der für diesen Zusammenhang zentrale § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 1990 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus, wobei diese Regelung unabhängig von der Größe der Gemeinde anzuwenden ist:

> „1. Einkaufszentren,
>
> 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
>
> 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,
>
> sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.
>
> Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Neben den Instrumentarien der BauNVO ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch landesplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten vorgesehen.

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg** legt in Bezug auf großflächige Einzelhandelsvorhaben in nicht-zentralen Orten fest:

> „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn
>
> - dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
> - diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind“ (Plansatz 3.3.7 des LEP).“

Im **Regionalplan der Region Stuttgart** (Juli 2009) werden weitere Vorgaben für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten festgelegt:

> „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.
>
> Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. […] Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über einen Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.
>
> Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen dabei nicht beeinträchtigt werden.“ (vgl. Pl. S. 2.4.3.2.2)
>
> „Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte […] sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebietsscharf festgelegten Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.
>
> „Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2 sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr direkt angebunden sind.
>
> Einrichtungen, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder ihres zu erwartenden Besucheraufkommens besonders große Bedeutung entfalten können – insbesondere bei Verkaufsflächen über 25.000 m² oder Veranstaltungszentren mit mehr als 5.000 Besucherplätzen –, sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.“ (vgl. Pl. S. 2.4.3.2.6)

Weiterhin sind die folgenden Prüfkriterien gemäß **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** zu beachten:

1. **Integrationsgebot** (der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein).

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist. „Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen." (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

2. **Kongruenzgebot** (das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen)

Grundsätzlich sind „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte)" in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. „Sie dürfen i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden." (vgl. Nr. 3.2 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg). Abweichend von dieser Regel kommen auch Gemeinden ohne zentralörtlichen Status in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist (vgl. 3.2.12 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Nach dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg liegt

> „eine Verletzung des Kongruenzgebots vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i. d. R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll." (vgl. 3.2.1.4 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

3. **Beeinträchtigungsverbot** (das Vorhaben darf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen)

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich dann vor, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen:

„Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

2. Einzugsgebiet und Kaufkraft

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und damit der für das Planobjekt zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Planstandort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen werden.

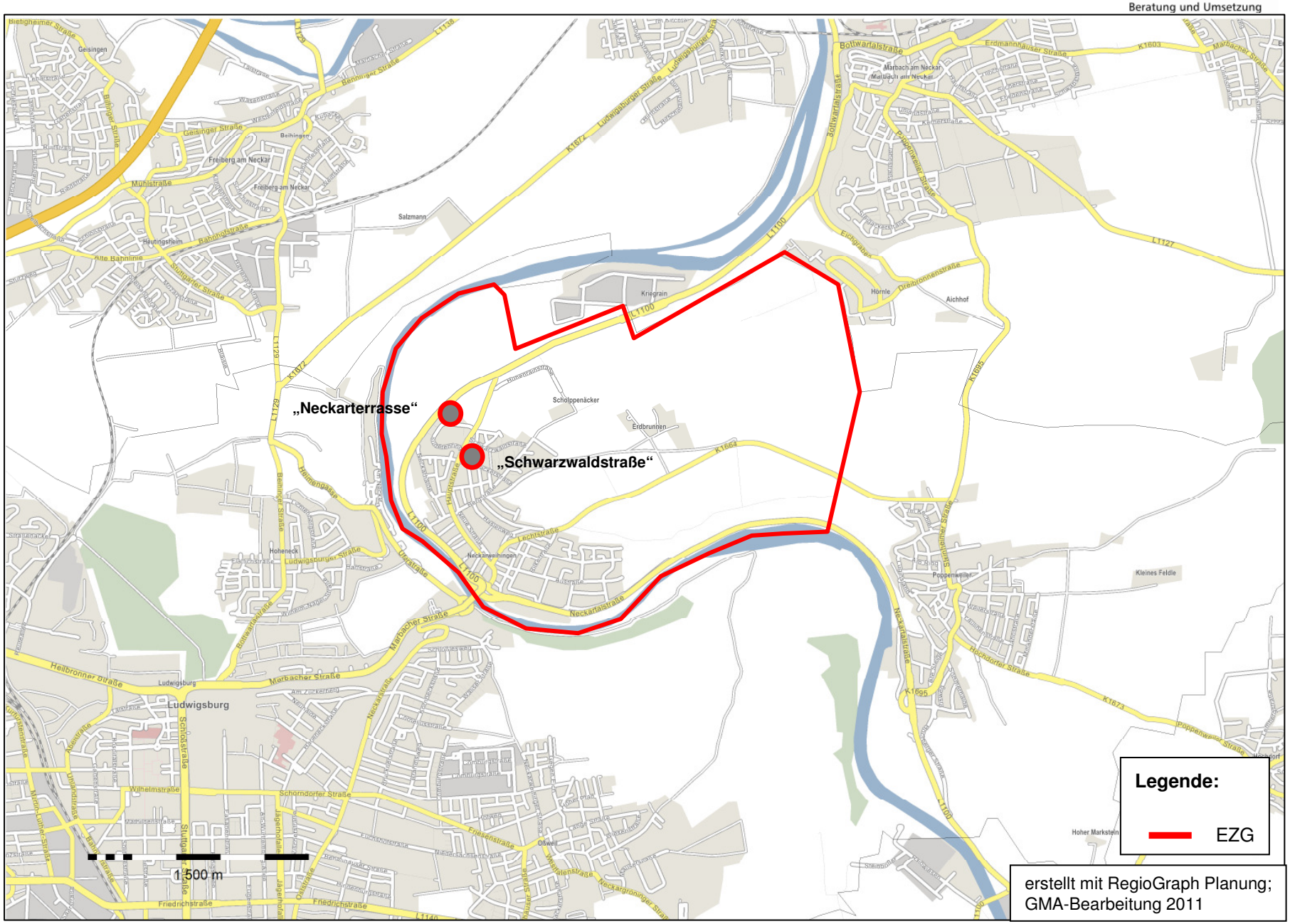
Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Standortrahmenbedingungen (Erreichbarkeit, Topographie etc.)
- wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum, Pendlerbeziehungen und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- die Angebotssituation in Neckarweihingen sowie in den umliegenden Stadtteilen, Städten und Gemeinden.

Unter Berücksichtigung der genannten Kriterien beschränkt sich das Kerneinzugsgebiet für beide Standortalternativen auf den Stadtteil Neckarweihingen mit **ca. 6.200 Einwohnern.** Darüber hinaus ist je nach Standortalternative ein unterschiedlich hoher Anteil an Streuumsätzen aus den weiteren Stadtteilen der Stadt Ludwigsburg bzw. aufgrund der Pendlerbeziehungen nach Ludwigsburg und Stuttgart aus den nördlich angrenzenden Kommunen zu erwarten, die zu einem nicht unerheblichen Anteil über die an Neckarweihingen vorbeiführenden L 1100 abgewickelt werden. Im Vergleich wird dieser Anteil aufgrund der verkehrsgünstigen Lage am Standort „Neckarterrasse“ etwas höher liegen.

Wie bereits in der Darstellung des Makrostandortes ermittelt, verfügt der Stadtteil Neckarweihingen über ein **Kaufkraftpotenzial im Food-Bereich von 11,9 Mio. €**.

Karte 1: Abgrenzung des Einzugsgebietes



3. Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum wurde von der GMA im August 2011 eine Vor-Ort-Erhebung bzw. Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelsektor in Neckarweihingen und im Umland durchgeführt.

Im Stadtteil **Neckarweihingen** ist hierbei auf die in Kapitel I / 3.2 vorgenommen Ausführungen zur Einzelhandelsstruktur hinzuweisen; insgesamt verfügt der Stadtteil über Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.080 m² und einer Umsatzleistung von 4 – 5 Mio. €. Strukturprägender Anbieter ist der Lebensmitteldiscounter der Fa. Netto. **Außerhalb des Einzugsgebiets** sind in der näheren Umgebung folgende weitere Hauptwettbewerber angesiedelt:

Tabelle 3: Hauptwettbewerber außerhalb des Stadtteils Neckarweihingen

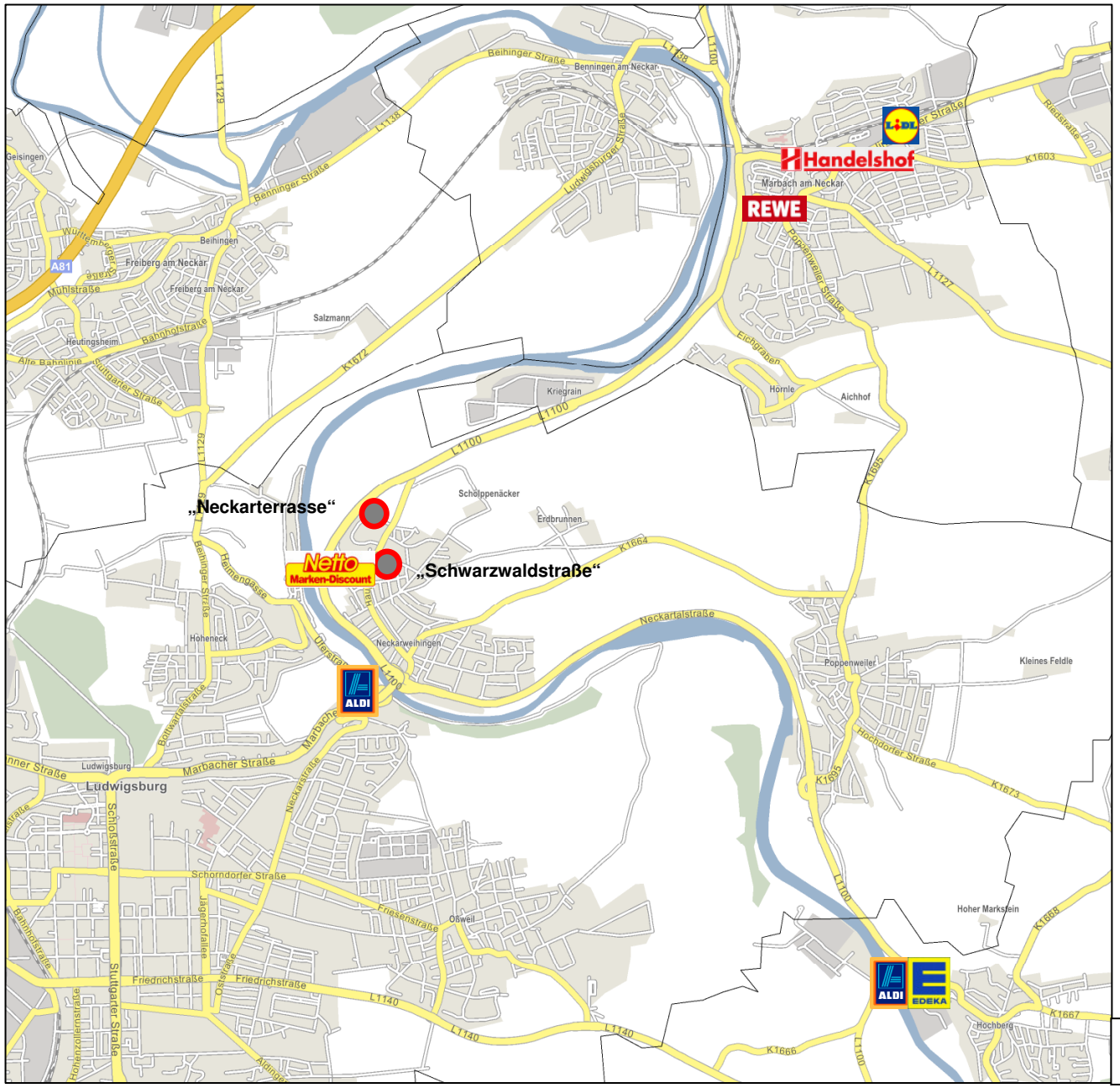
Standort	Anbieter	Straße	Lage	Verkaufsflächen in m²
Marbach am Neckar				
Kernstadt	Handelshof	Rielingshäuser Straße	Lage im ZVB	ca. 2.000 (Erweiterung auf 2.500 m² VK geplant)
Kernstadt	Rewe Supermarkt	Graybenstraße	Lage im ZVB	ca. 1.000
Kernstadt	Lidl Discounter	Rielingshäuser Straße	Ausfallstraße	ca. 1.000
Remseck				
Hochberg	Aldi Discounter	Neckaraue	städtebaulich nicht integriert	ca. 900
Hochberg	E-Center großer Supermarkt	Neckaraue	städtebaulich nicht integriert	ca. 2.500
Ludwigsburg				
Zahlreiche Anbieter aller Betriebsformen (SB-Warenhäuser, große Supermärkte, Supermärkte, Discounter) mit insgesamt 36.655 m² Verkaufsfläche				
ZVB = Zentraler Versorgungsbereich gemäß Regionalplan Quelle: GMA-Erhebung 2011				

Neben den genannten strukturprägenden Wettbewerber in den umliegenden Kommunen bzw. Stadtteilen runden noch eine Vielzahl von Betrieben im Lebensmittelhandwerk sowie Spezialanbieter (z. B. Getränkemärkte, Hofläden etc.) das dortige Nahversorgungsangebot jeweils ab.

Für das Mittelzentrum Ludwigsburg wurde im Rahmen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2007 eine Umsatzleistung von 177,1 Mio. € für den Nahrungs- und Genussmittelsektor ermittelt.

Für das Unterzentrum Marbach ist unter Berücksichtigung der am Ort ansässigen weiteren Anbietern des Lebensmittelhandels sowie –handwerks eine Gesamtverkaufsfläche von rund 5.400 m² und eine Umsatzleistung (Food) von rund 30 Mio. € festzuhalten.

Karte 2: Projektrelevante Wettbewerber (schematische Darstellung)



erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2011

4. Beurteilung der möglichen Auswirkungen

Im folgenden Kapitel werden die erforderlichen Betrachtungen zur Umsatzherkunft sowie den städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen differenziert nach Potenzialstandorten vorgenommen.

4.1 Marktanteilkonzept

Für die Ermittlung des zu erwartenden Umsatzes wurde das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt, das von einer Gegenüberstellung des geplanten Angebotes mit der für das Einzugsgebiet errechneten Nachfrage ausgeht. Für den vorgesehenen Vollsortimenter lassen sich somit folgende Marktanteile und Umsatzerwartung je nach Standort ermitteln:

Tabelle 4: Marktanteil und Umsatzerwartung am Standort „Neckarterrasse“

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Neckarweihingen	11,9	30	3,6
Streuumsätze aus weiteren Stadtteilen Ludwigsburgs			0,3
Streuumsätze außerhalb der Stadt Ludwigsburg			1,2
Summe Food			**5,1**
Nonfood			0,9
Umsatzerwartung insgesamt			**6,0**
Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet).			

Inklusive der zu erwartenden Streuumsätze von außerhalb des Stadtteils (max. 30 %) ergibt sich im Nahrungs- und Genussmittelsektor eine Umsatzleistung von ca. 5,1 Mio. €. Werden zudem die Umsätze im Nicht-Lebensmittelsektor (max. 15 %) addiert, errechnet sich eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 6,0 Mio. €.** Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.400 m² ergibt sich damit eine Flächenproduktivität von 4.300 € / m² VK.[1]

[1] Die durchschnittliche Flächenproduktivität von Supermärkten betrug im Jahr 2010 nach EHI Handel 4.350 € / m² VK.

Tabelle 5: Marktanteil und Umsatzerwartung am Standort „Schwarzwaldstraße“

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Neckarweihingen	11,9	30	3,6
Streuumsätze aus weiteren Stadtteilen Ludwigsburgs			0,2
Streuumsätze außerhalb der Stadt Ludwigsburg			0,4
Summe Food			**4,2**
Nonfood			0,7
Umsatzerwartung insgesamt			**4,9**

Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet).

Unter Berücksichtigung der deutlich geringer ausfallenden Streuumsatzanteile von 0,6 Mio. € bzw. ca. 14 % ergibt sich eine Umsatzerwartung bei Nahrungs- und Genussmitteln von 4,2 Mio. €. Unter Einbeziehung der Umsätze im Nonfood-Bereich (max. 15 %) errechnet sich eine **Gesamtumsatzleistung von 4,9 Mio. €**. In der Gegenüberstellung und der geplanten Verkaufsfläche von 1.400 m² ergibt sich eine rechnerische Flächenproduktivität von 3.500 € / m² VK.

Die Flächenleistung des am Standort „Neckarterrasse“ geplanten Lebensmittelmarktes liegt – bezogen auf Vollsortimenter vergleichbarer Größenordnung – auf einem durchschnittlichen Niveau. Für den Standort „Schwarzwaldstraße“ ist dagegen nicht von einer leicht unterdurchschnittlichen Flächenleistung auszugehen. An diesem Standort sind aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit und der in diesem Zusammenhang deutlich geringeren Streuumsatzanteile niedrigere Werte zu erwarten.

Die Betrachtung der Umsatzherkunft an beiden Standorten macht bereits an dieser Stelle deutlich, dass mit ca. 70 % bzw. 85 % der ganz überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus dem Stadtteil Neckarweihingen generiert wird und der geplante Markt überwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung in Neckarweihingen dient.

Dennoch ist darauf hinzuweisen, dass an beiden Standorten von gewissen Streuumsatzanteilen ausgegangen werden kann, wobei der Standort „Neckarterrasse“, welcher unmittelbar an der Landesstraße 1100 liegt, insgesamt rd. 30 % seiner Umsatzleistung durch Streuumsätze erwirtschaftet.

4.2 Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuetablierung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen (d. h. Umsatzabzüge) ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

In der Modellrechnung zur Ermittlung der Umsatzumverteilung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- die Versorgungsbedeutung der Standortlagen im Umfeld
- die aktuellen Kaufkraftströme im Umfeld.

Es ist davon auszugehen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarktes standortunabhängig insbesondere zu Lasten von Systemwettbewerbern, d. h. anderen Lebensmittelvollsortimentern erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt; d. h. die sog. Systemwettbewerber werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

Insgesamt sind die durch die geplante Ansiedlung ausgelösten **Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen** wie folgt zu prognostizieren.

In Neckarweihingen konnten im Zuge der Analyse der Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich erhebliche Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Kommunen / Stadtteile identifiziert werden. Der einzige Lebensmittelmarkt befindet sich zwar in einer städtebaulich integrierten Lage, weist jedoch ein deutlich in die Jahre gekommenes inneres und äußeres Erscheinungsbild sowie eine nicht wettbewerbsfähige Verkaufsflächen-

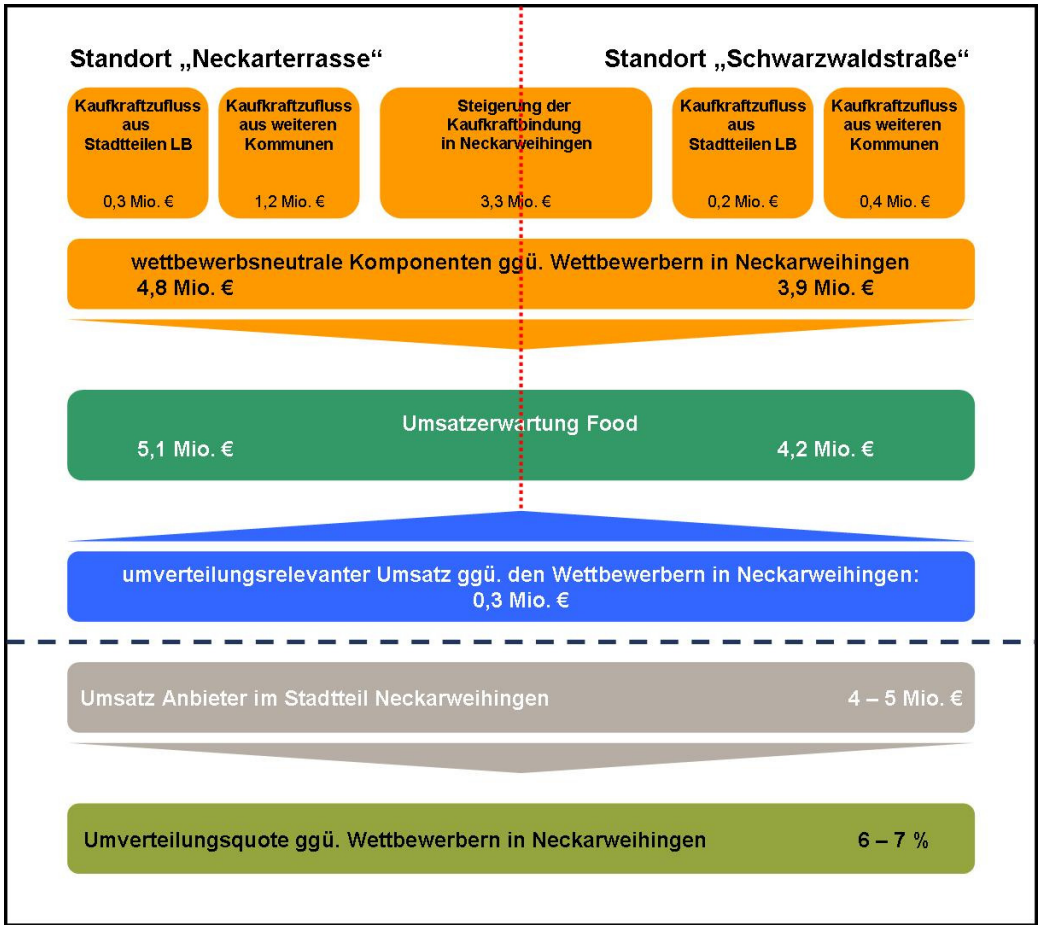
dimensionierung auf. Sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht gibt es somit in Neckarweihingen Verbesserungsbedarf.

Somit ist es möglich, durch einen modernen Vollsortimenter, welcher der Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung dient, einen Teil der Kaufkraft, die heute in die umliegenden Kommunen / Stadtteile abfließt, „zurückzuholen“ und langfristig an den Stadtteil Neckarweihingen zu binden.

Derzeit beträgt die Kaufkraftbindung in Neckarweihingen lediglich 38 %. Durch einen leistungsfähigen Supermarkt kann die Bindungsquote auf 65 % gesteigert werden.

In folgender Abbildung wird die Herleitung des umverteilungsrelevanten Umsatzes (vgl. Marktanteilkonzept) dargestellt.

Abbildung 4: Herleitung der Umverteilungseffekte für beide Potenzialstandorte (ohne Nonfood-Anteil)



Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011

Etwa 0,3 Mio. € werden standortunabhängig im Stadtteil Neckarweihingen gegenüber den bestehenden Anbietern umverteilt. Hierbei ist insbesondere der Netto-Lebensmitteldiscounter betroffen.

Die prognostizierten Kaufkraftbewegungen können im Lebensmittelbereich unter Zugrundelegung **städtebaulicher Maßstäbe** wie folgt bewertet werden:

- Ein Großteil der Umsatzumverteilungseffekte in Neckarweihingen wird gegenüber dem Netto-Lebensmitteldiscounter im Standortumfeld des Planstandortes „Schwarzwaldstraße“ umverteilt. Dieser Anbieter, welcher bereits heute über ein in die Jahre gekommenes inneres und äußeres Erscheinungsbild sowie eine nicht mehr wettbewerbsfähige bzw. marktgerechte Verkaufsflächendimension verfügt, wird Umsatzverluste i. H. v. 6 – 7 % zu erwarten haben.
- Für die in der Nahversorgungslage an der Landäckerstraße ansässigen kleinflächigen Anbieter ist nur von geringfügigen Wettbewerbsüberschneidungen auszugehen. Bei der Realisierung des Standortes „Schwarzwaldstraße“ sind positive Kopplungseffekte infolge der Frequenzerhöhung im Umfeld möglich. Zum Standort „Neckarterrasse“ sind aufgrund der Entfernung keine Synergieeffekte zu erwarten, die mögliche Umverteilungseffekte kompensieren können.
- Der Ortskern von Neckarweihingen weist im Lebensmittelsegment eher eine untergeordnete Versorgungsbedeutung auf, da hier ausschließlich Anbieter des Lebensmittelhandwerks bzw. Spezialanbieter im kleinflächigen Segment ansässig sind.

Durch die Änderung der Kundenorientierung der Bevölkerung von Neckarweihingen und das daraus resultierende „Zurückholen“ der Kaufkraft aus dem Umland sowie den Streuumsätzen, werden ebenfalls Umsatzumverteilungseffekte gegenüber Anbietern außerhalb des Stadtteils ausgelöst. Hier sind die Umsatzumverteilungseffekte differenziert zu betrachten:

- Der umverteilungsrelevante Umsatz beträgt gegenüber den Anbietern in **Ludwigsburg** je nach Standort zwischen 2,5 und 2,6 Mio. €. In der Gegenüberstellung des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Ludwigsburg (2007) ermittelten Umsatzes im Nahrungs- und Genussmittelsektor von 177,1 Mio. € kann von eher marginalen Umverteilungseffekten in Höhe von max. 1 - 2 % (beide Standortvarianten) ausgegangen werden.

- Gewisse Umsatzanteile werden von Standorten im nördlich gelegenen Unterzentrum **Marbach** nach Neckarweihingen umgelenkt. Unter dieser Annahme ergibt sich eine Umverteilung gegenüber den in Marbach ansässigen Anbietern von 0,7 bzw. 1,2 Mio. €. Bei einer Bestandsumsatzleistung im Food-Bereich von rd. 30,0 Mio. € werden Umverteilungseffekte von 2 – 3 % (Schwarzwaldstraße) und 4 % (Neckarterrasse) erwartet. Für den Alternativstandort im Bereich „Schwarzwaldstraße“ liegen die Auswirkungen insbesondere für die Stadt Marbach auf einem niedrigeren Niveau, da der Anteil der Streuumsätze von außerhalb der Stadt Ludwigsburg deutlich geringer ausfällt als am Standort „Neckarterrasse“.
- Gegenüber den Wettbewerbern in **Remseck-Neckaraue**, die an einem städtebaulich nicht integrierten Standort ansässig sind, werden auch gewisse Umverteilungseffekte von rd. 3 % (beide Standorte) erwartet, die jedoch keine städtebauliche Relevanz aufweisen.

Zusammenfassend ist für die Ansiedlung eines Vollsortimenters standortunabhängig festzuhalten, dass ein Großteil der durch das Vorhaben im Lebensmittelbereich ausgelösten Umsatzumlenkungen aufgrund der vorhandenen Einkaufsorientierung gegenüber Standorten im restlichen Stadtgebiet der Stadt Ludwigsburg sowie in den nördlich und südlich angrenzenden Kommunen Marbach und Remseck wirksam wird. Trotz dieser Umsatzumverteilungseffekte ist an dieser Stelle nochmals zu betonen, dass das Vorhaben in Neckarweihingen standortunabhängig ganz überwiegend der Nahversorgung der Neckarweihinger Bevölkerung dient.

5. Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen (Prüfkriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg)

Hinsichtlich der Prüfkriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg ist das Vorhaben in Neckarweihingen folgendermaßen zu bewerten:

Integrationsgebot:

Beide Standortalternativen befinden sich im nördlichen Bereich des Stadtteils Neckarweihingen. Im Standortumfeld beider Standorte ist **Wohnbebauung** (Einfamilienhäuser, Geschosswohnungsbau) vorhanden, wobei der Standort an der „Schwarzwaldstraße“ vollständig von Wohnbebauung umschlossen ist. Für den Standort „Neckarterrasse“ ist festzuhalten, dass sich nordwestlich des Standortes die L1100 sowie darüber hinaus landwirtschaftliche Flächen anschließen.

Ein weiterer Aspekt des Integrationsgebotes betrifft die Anbindung an den **ÖPNV**. Für den Standort „Schwarzwaldstraße“ ist durch die gleichnamige Haltestelle eine Anbindung an den ÖPNV am Standort gegeben. Für den Standort „Neckarterrasse“ ist auf die Errichtung einer Haltestelle an der Hauptstraße am südlichen Rand des Neubaugebietes (ca. 100 – 200 m Entfernung) hinzuweisen.

Beide Standorte weisen keinen räumlich-funktionalen Bezug zum **Ortskern** von Neckarweihingen auf. Allerdings grenzt der Standort „Schwarzwaldstraße“ an die bestehende Nahversorgungslage in der Landäckerstraße an.

Das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wird an beiden Standorten erfüllt.

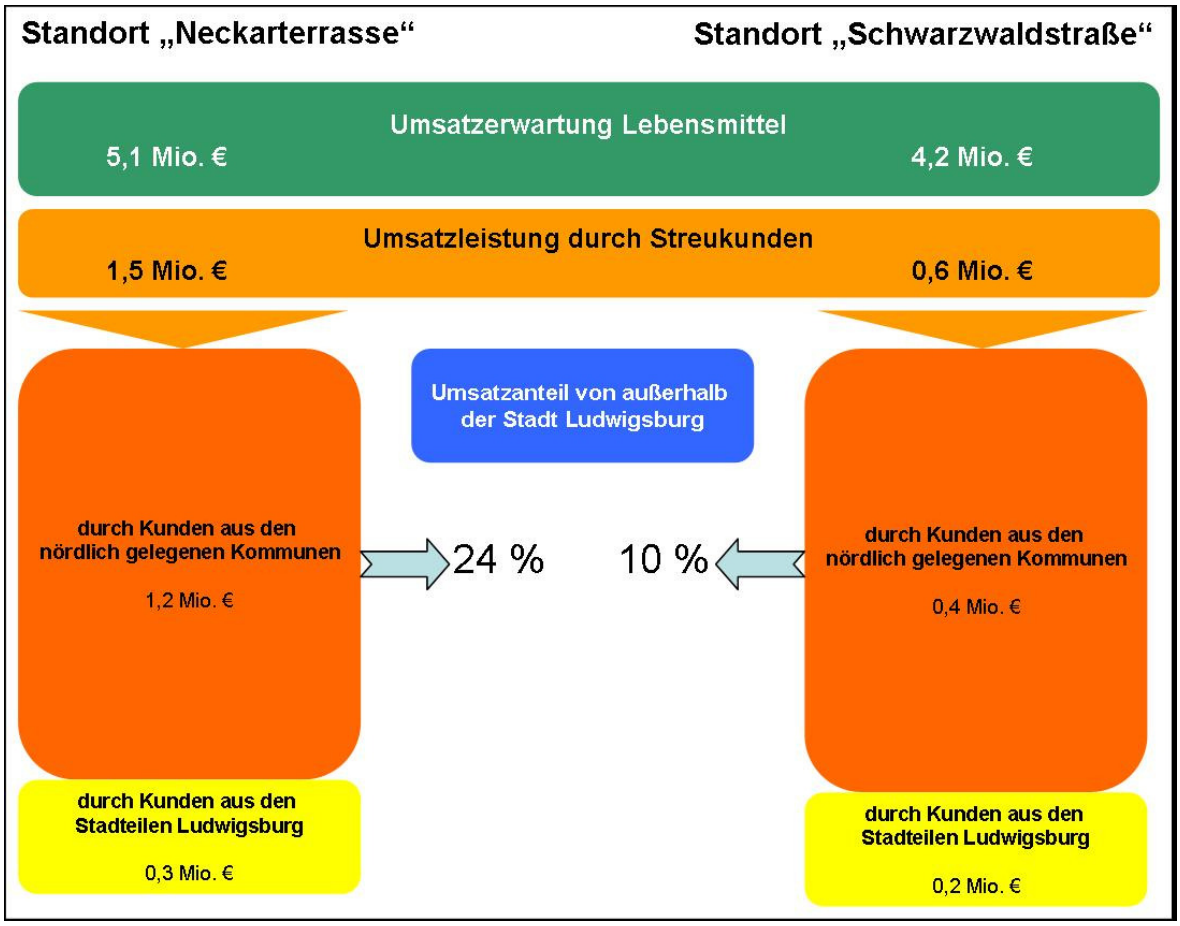
Kongruenzgebot:

Gemäß dem Regionalplan der Region Stuttgart (Juli 2009) ist die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten grundsätzlich nur in Oberzentren bzw. Mittel- und Unterzentren zulässig. Im Einzelfall sind Einzelhandelsgroßprojekte jedoch auch in Kleinzentren oder Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig, wenn sie zur Deckung des Bedarfs der wohnnahen Grundversorgung der Standortkommune dienen und keine schädlichen Wirkungen erwarten lassen. Für den speziellen Fall Neckarweihingen trifft zum einen die Einstufung der Stadt Ludwigsburg als Mittelzentrum und zum anderen der Tatbestand der überwiegenden Ausrichtung des Vorhabens auf die Nahversorgung der Neckarweihinger Bevölkerung zu. Insofern ist das Vorhaben standortunabhängig auch gemäß dem Regionalplan des Verbandes Region Stuttgart grundsätzlich als zulässig zu betrachten.

Im Hinblick auf das zu erwartende Einzugsgebiet des Lebensmittelvollsortimenters ist die Umsatzherkunft differenziert nach Standort zu betrachten (vgl. Abb. 5).

- Für den Standort „Neckarterrasse“ kann davon ausgegangen werden, dass der Umsatzanteil von außerhalb des Stadtteils Neckarweihingen bei ca. 30 % der Umsatzleistung liegt. An dieser Stelle ist jedoch explizit hervorzuheben, dass ein gewisser Anteil der Streuumsätze durch Kunden aus den weiteren Ludwigsburger Stadtteilen (z. B. Poppenweiler, Hoheneck) generiert wird. In der Konsequenz liegt der Anteil der Streuumsätze durch Kunden von außerhalb des Mittelzentrums Ludwigsburg somit bei max. 23 – 24 % der Umsatzleistung.
- Für den Standort „Schwarzwaldstraße“ liegt dieser Umsatzanteil nur bei ca. 10 % und damit auf einem deutlich geringeren Niveau. Dieser Unterschied wurde bereits in den vorherigen Kapiteln (Hinweis auf verkehrliche Erreichbarkeit) näher erläutert.

Abbildung 5: Schematische Darstellung der Herkunft der Umsatzanteile durch Streukunden



Quelle: GMA-Zusammenstellung

Trotz des im Vergleich höher ausfallenden Streukundenumsatzanteils am Standort Neckarterrasse kann für beide Standorte von einer überwiegenden Nahversorgung für den Stadtteil Neckarweihingen ausgegangen werden.

Das Kongruenzgebot, welches einen Schwellenwert von max. 30 % Umsatzzufluss von außerhalb der Standortkommune zugrunde legt, kann für beide Standort als erfüllt eingestuft werden.

Beeinträchtigungsverbot:
Ein Großteil des Umsatzes wird bei beiden Standortvarianten durch eine deutliche Steigerung der Kaufkraftbindung der derzeit abfließenden Kaufkraft generiert und überwiegend außerhalb des Stadtteils Neckarweihingen umverteilt. Für den Stadtteil **Neckarweihingen** beläuft sich die Umverteilungsquote auf ca. 6 – 7 %. Diese Umverteilungseffekte gehen in erster Linie zu Lasten des räumlich gegenüber dem Standort „Schwarzwaldstraße" befindlichen Netto-Lebensmitteldiscounters. Eine Gefährdung des Ortskerns von Neckarweihingen, welcher derzeit über eine untergeordnete Versorgungsbedeutung für die Neckarweihinger Bevölkerung verfügt, ist nicht zu erwarten, da dort lediglich Spezialanbieter sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks angesiedelt sind. Städtebauliche Folgen sind aus den ermittelten Umsatzumverteilungseffekten in Neckarweihingen nicht abzuleiten. Vielmehr ist eine Verbesserung der Nahversorgung festzuhalten

Ansonsten sind Umverteilungseffekte gegenüber den Anbietern im weiteren **Ludwigsburger Stadtgebiet** zu erwarten, die jedoch auf einem geringen Niveau (max. 1 – 2 %) liegen. Gegenüber den Anbietern in **Marbach** werden Die Auswirkungen bei max. 4 % (Neckarterrasse) liegen. Die Anbieter Handelshof und Rewe liegen zwar innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches des Unterzentrums Marbach, können jedoch als weiterhin leistungsfähig eingestuft werden. An dieser Stelle ist zudem auf die Erweiterungsplanungen der Fa. Handelshof am Standort Marbach hinzuweisen. Die ermittelten Umverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in **Remseck-Neckaraue** von max. 3 % weisen keine städtebaulich Relevanz auf, da diese Anbieter sich in städtebaulich nicht integrierten und damit nicht schützenswerten Lagen befinden. Insgesamt liegen die ermittelten Umverteilungsquoten jeweils unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab welchem von städtebaulich negativen Auswirkungen ausgegangen werden kann.

Die durch die **Nonfood-Sortimente** ausgelösten Umverteilungswirkungen sind als minimal einzustufen. Städtebauliche Auswirkungen und eine Beeinträchtigung der Nahversorgung sind hierdurch auszuschließen. Grundsätzlich ist unter Zugrundelegung des Einzelhandelsbestandes in Neckarweihingen von einer Verbesserung der Nahversorgung auszugehen.

Das Beeinträchtigungsverbot, welches den Schwellenwert von 10 % Umsatzverlust bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten als Indiz für negative städtebauliche Auswirkungen zugrunde legt, wird sowohl gegenüber den Anbietern in Neckarweihingen als auch in den umliegenden Zentralen Orten bei beiden Standorten eingehalten.

IV. Zusammenfassung

Die **Analyse der Nahversorgungssituation** für den Stadtteil Neckarweihingen kann bezüglich der Ausgangsdaten folgendermaßen zusammengefasst werden:

- Im Stadtteil Neckarweihingen soll die Grundversorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleistet werden. In Neckarweihingen leben derzeit **ca. 6.200 Einwohner** mit einem Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich von **ca. 11,9 Mio. €.**
- Insgesamt ist im Stadtteil Neckarweihingen derzeit eine Gesamtverkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel von ca. 1.080 m² mit einer Umsatzleistung von ca. 4 - 5 Mio. € vorhanden. Das Angebot wird geprägt von einem Netto Lebensmitteldiscountern, der über keine wettbewerbsfähigen Strukturen mehr verfügt. Weitere Anbieter des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialanbieter (Obst + Gemüse, Getränkemarkt, Bäckerei etc.) runden das Angebot im Stadtteil ab. Insgesamt liegt die Kaufkraftbindungsquote lediglich bei 38 %; auch die Ausstattungskennziffer (Verkaufsfläche je Einwohner) ist stark unterdurchschnittlich. Somit bestehen deutliche quantitative und qualitative **Versorgungsdefizite**.
- Aufgrund unterschiedlicher Angebotsstrukturen wie z. B. Sortimentsbreite und –tiefe, Service etc. bei den potenziell zur Ansiedlung geeigneten Betriebstypen ist im speziellen Fall Neckarweihingen ein Vollsortimenter zu empfehlen, damit eine umfassende Grund- und Nahversorgung für den Stadtteil gewährleistet werden kann. Zukunftsfähige **Vollsortimenter** benötigen derzeit Verkaufsflächengrößenordnungen rd. 1.400 m².

Ein **Vergleich der beiden Potenzialstandorte** „Neckarterrasse“ und „Schwarzwaldstraße“ kann folgendermaßen zusammengefasst werden:

- In einer vergleichenden Gegenüberstellung der Potenzialstandorte unter versorgungsstrukturellen und handelsbezogenen Kriterien kann festgehalten werden, dass der Standort „Neckarterrasse“ die unproblematischere Verkehrsanbindung aufweist, der Kombistandort an der Schwarzwaldstraße jedoch noch stärker den vorhandenen Wohngebieten i. S. einer fußläufigen Nahversorgung zugeordnet ist und auch an bereits vorhandene Strukturen an der Landäckerstraße anknüpft. Handelsbezogen bzw. aus Betreibersicht spricht die bessere Sichtbarkeit (= Wer-

bewirksamkeit) sowie die höhere Zahl der Kunden durch die Lage an der L 1100 als wichtigste Pendlerstrecke nach Ludwigsburg / Stuttgart für den Standort „Neckarterrasse“.

Die **Auswirkungsanalyse** lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Das **Einzugsgebiet** für beide Standortvarianten beschränkt sich im wesentlichen auf den Stadtteil Neckarweihingen. Darüber hinaus ist je nach Standortalternative ein unterschiedlich hoher Anteil an Streuumsätzen aus den weiteren Stadtteilen der Stadt Ludwigsburg bzw. aufgrund der Pendlerbeziehungen nach Ludwigsburg und Stuttgart aus den nördlich angrenzenden Kommunen zu erwarten, die zu einem nicht unerheblichen Anteil über die an Neckarweihingen vorbeiführenden L 1100 abgewickelt werden. Im Vergleich wird dieser Anteil aufgrund der verkehrsgünstigen Lage am Standort „Neckarterrasse“ etwas höher liegen.
- Als wesentliche **Wettbewerber** im Lebensmittelbereich in Marbach sind die Anbieter Handelshof, Rewe und Lidl zu nennen. In dezentraler Lage sind die Anbieter Edeka und Aldi im Gewerbegebiet „Neckaraue“ der Stadt Remseck anzuführen. Darüber hinaus sind die zahlreichen Anbieter in der Kernstadt Ludwigsburg als weitere Hauptwettbewerber zu identifizieren.
- Im Hinblick auf das **Kongruenzgebot** ist festzustellen, dass am Standort „Neckarterrasse“ etwa 23 - 24 % der Lebensmittelumsätze von außerhalb des Stadtgebietes Ludwigsburg stammen. Am Standort „Schwarzwaldstraße“ liegt dieser Anteil nur bei ca. 10 %. Das Kongruenzgebot ist somit bei beiden Standorten erfüllt.
- Das **Integrationsgebot** ist für beide Standorte erfüllt, wobei an der Schwarzwaldstraße der Anteil an Mantelbevölkerung etwas höher liegt. Dennoch sind beide Standorte aufgrund ihrer Nahlage zu den umliegenden Wohngebieten als integriert zu bezeichnen.
- Hinsichtlich des **Beeinträchtigungsverbotes** ist festzuhalten, dass sich im **Stadtteil** selbst die Umsatzumverteilungseffekte auf ca. 6 – 7 % belaufen. Diese werden in erster Linie gegenüber dem Netto-Lebensmitteldiscounter im Umfeld der „Schwarzwaldstraße“ wirksam. Aufgrund der räumlichen Nähe, dem nur bedingt wettbewerbsfähigen Erscheinungsbild, der nicht mehr marktgerechten Verkaufsflächendimension sowie der defizitären Stellplatzsituation ist für diesen Markt jedoch auch unabhängig von der Standortdiskussion keine langfristige Perspektive

vorhanden. **Außerhalb des Einzugsgebiets** belaufen sich die Umsatzumverteilungseffekte in Marbach bei auf max. 4 %, in Remseck auf max. 3 % und gegenüber den Anbietern in Ludwigsburg auf max. 1 - 2 %. Insgesamt ist im Umland eine Schädigung von zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen. Das Beeinträchtigungsverbot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wird somit durch beide Standorte erfüllt.

KARTEN- , TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS **Seite**

Kartenverzeichnis

Karte 1: Abgrenzung des Einzugsgebietes 17
Karte 2: Projektrelevante Wettbewerber (schematische Darstellung) 20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten 3
Tabelle 2: Vergleichende Gegenüberstellung der Potenzialstandorte nach ausgewählten Kriterien 12
Tabelle 3: Hauptwettbewerber außerhalb des Stadtteils Neckarweihingen 18
Tabelle 4: Marktanteil und Umsatzerwartung am Standort „Neckarterrasse“ 21
Tabelle 5: Marktanteil und Umsatzerwartung am Standort „Schwarzwaldstraße“ 22

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage der Potenzialstandorte im Stadtteil Neckarweihingen 8
Abbildung 2: Standortalternative „Neckarterrasse“ 9
Abbildung 3: Standortalternative „Schwarzwaldstraße“ 11
Abbildung 4: Herleitung der Umverteilungseffekte für beide Potenzialstandorte (ohne Nonfood-Anteil) 24
Abbildung 5: Schematische Darstellung der Herkunft der Umsatzanteile durch Streukunden 29