



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung und Verlagerung eines Aldi-Lebens- mitteldiscounters in der Stadt St. Georgen

Auftraggeber: PMG Gesellschaft für Immobilien mbH

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

Ludwigsburg, am 20.05.2020

Urheberrecht

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



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

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Definitionen und Einordnung der Projektplanung	7
II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	10
1. Makrostandort St. Georgen	10
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	13
3. Bewertung der raumordnerischen Kernregelung / des Konzentrationsgebotes	14
III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	15
1. Mikrostandort „Alte Landstraße“	15
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	18
3. Bewertung des Integrationsgebotes	18
IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	20
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	20
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Umsatzprognose	22
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	24
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
V. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.2.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plankapitel 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	25
1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	25
1.1 Wettbewerbsstrukturen in St. Georgen	25
1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	26
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	27
2.1 Methodik	27
2.2 Umsatzumlenkungen	27
2.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	29

3.	Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben	31
4.	Bewertung des Beeinträchtungsverbot	32
VI.	Zusammenfassung	34

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

Die Fa. Aldi betreibt seit vielen Jahren in St. Georgen einen Lebensmittelmarkt am Standort „Industriestraße“. Die Filiale umfasst nach Angaben der Auftraggeberin eine Verkaufsfläche von 877 m². Aufgrund verschiedener Rahmenbedingungen wie z. B. der beengten städtebaulichen Situation kann der Markt am Standort nicht erweitert werden.

Aufgrund dieser Situation möchte die Fa. Aldi ihren Markt an einen Standort im Bereich der „Alten Landstraße“ an der B 33 verlagern und im Zuge dessen sich zeitgemäß und angepasst an Kundenbedürfnisse aufstellen. Der geplante Markt soll am Standort „Alte Landstraße“ auf insgesamt rund 1.200 m² VK (inkl. Ein- und Ausgangsbereich) neu errichtet werden. Das Grundstück soll über die Alte Landstraße im Bereich der bereits vorhandenen Zufahrt erschlossen werden. Die Stellplatzsituation wird zum einen über ebenerdige Stellplätze vor dem Markt als auch über Stellplätze im Untergeschoss als Tiefgarage gelöst. Am Standort sind insgesamt 86 Stellplätze vorgesehen. Eine Nachnutzung der Altfläche des Aldi-Marktes in der Industriestraße durch Lebensmittel ist nach Angaben von Aldi nicht vorgesehen.

Sowohl aktuell als auch in der geplanten Dimensionierung ist der Aldi-Markt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer Auswirkungsanalyse zu untersuchen. Im Fokus der Untersuchung steht die Ermittlung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in St. Georgen und im Umland sowie auf die Nahversorgung der Bevölkerung. Für die Bewertung des Vorhabens sind darüber hinaus die landes- und regionalplanerischen Prüfkriterien zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Rahmendaten am Makrostandort St. Georgen sowie städtebauliche Bewertung des Verlagerungsstandortes „Alte Landstraße“
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortiments-spezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in St. Georgen und im Umland (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für den erweiterten Lebensmittelmarkt
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum

- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan des Regionalverbandes Schwarzwald-Baar-Heuberg (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im April 2020 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für den neuen Standort an der Alten Landstraße soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden. Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist demnach **§ 11 Abs.**

3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ¹

- „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 1.040 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.040 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.040 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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

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

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

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

3. Definitionen und Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung des Aldi-Lebensmitteldiscounters in St. Georgen und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden nachfolgend zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

Bei Lebensmittelmärkten ist bezüglich der **Sortimente** zwischen dem Kernsortiment (= Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- /// **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- /// Als **„Nonfood“** sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.³

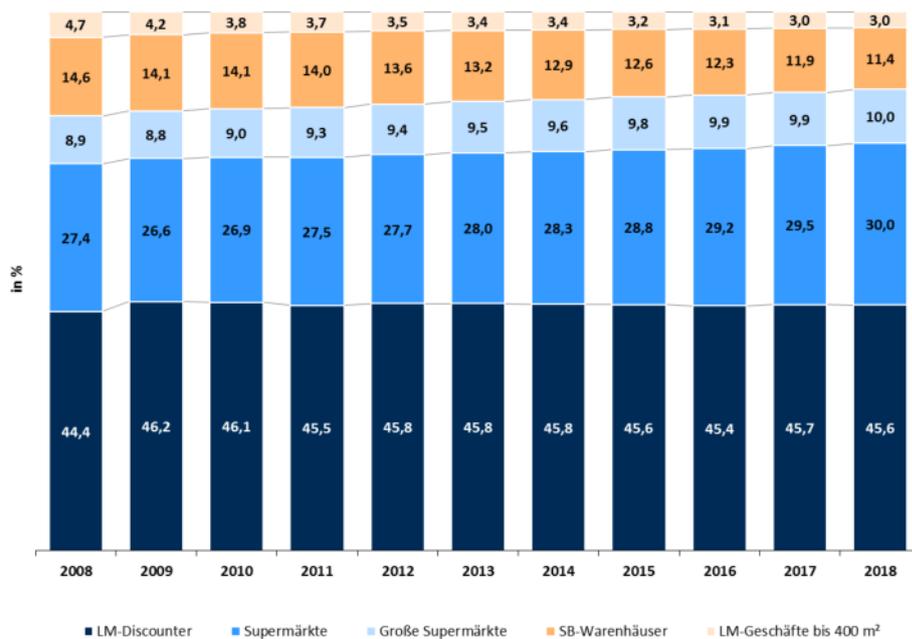
² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche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

³ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 399.

- Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Lebensmitteldiscounter seit Langem den größten **Marktanteil** (rd. 46 % im Jahr 2018, gemessen am Umsatz) ein. Auf Supermärkte entfallen rd. 30 %, auf Große Supermärkte rd. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 11 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %.⁴

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

2008 - 2018



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2019; GMA-Darstellung 2020

- Hinsichtlich der **Artikelzahl** beschränken sich Discounter auf ein straffes Sortiment aus Artikeln, die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Durchschnitt bieten Discounter daher nur rund 2.300 Artikel an, Supermärkte dagegen im Mittel rd. 11.800 Artikel, Große Supermärkte sogar rd. 25.000 Produkte (vgl. Tabelle 1). Jedoch sind Discounter wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte und Große Supermärkte) profilieren sich dagegen v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service und persönliche Kundenansprache.

⁴ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 78; GMA-Berechnungen.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 788 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 90

- Der **Angebotsschwerpunkt** eines Lebensmitteldiscounters liegt bei nahversorgungsrelevanten Waren. Auch wenn Discounter auch signifikante Umsätze mit Nonfood-Randsortimenten und -Aktionswaren generieren, liegt ihr Umsatzschwerpunkt eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (zwischen 80 – 85 %). Bezüglich der Artikelzahlen an nahversorgungsrelevanten Waren (Food + Nonfood I) ergibt sich bei Discountern ein Anteil von ca. 88 % (vgl. Tabelle 1).
- Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Discounter mit ihrem gestrafften Angebot derzeit rd. 788 m² auf. Vollsortimenter benötigen dagegen wegen ihres tieferen Sortiments größere Flächen (Supermärkte durchschnittlich 1.031 m² VK, Große Supermärkte durchschnittlich ca. 3.381 m² VK).⁵ Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigende Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.
- Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).
- Ein weiterer unabdingbarer Erfolgsfaktor für Discounter ist eine **problemlose verkehrliche Erreichbarkeit**, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen bevorzugt werden.

⁵ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 79 f.; GMA-Berechnungen.

II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Stadt St. Georgen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

1. Makrostandort St. Georgen

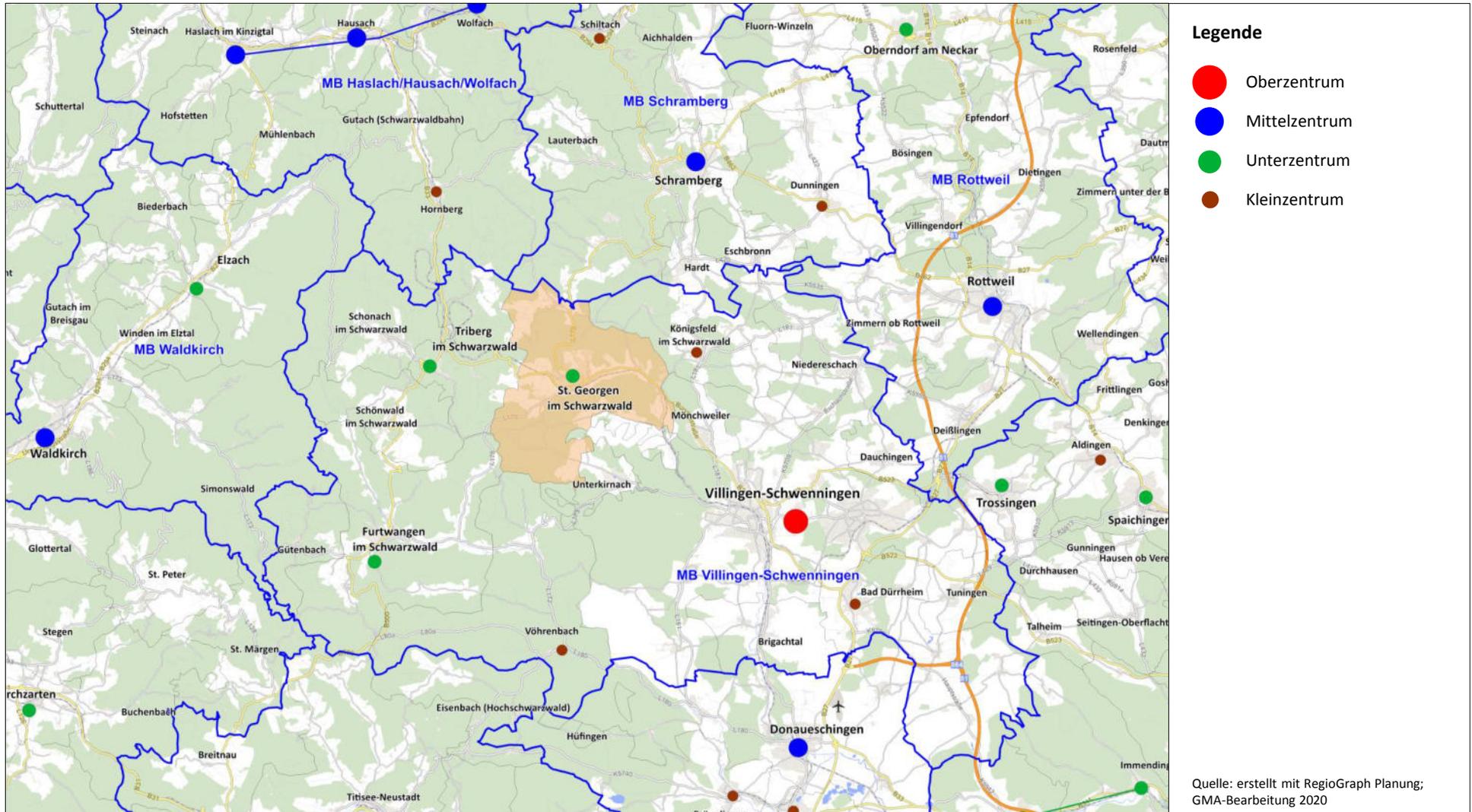
Die Stadt St. Georgen ist im Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg als **Unterzentrum** ausgewiesen und soll somit im Netz der zentralen Orte die qualifizierte Grundversorgung seines Verflechtungsbereichs abdecken⁶. St. Georgen liegt auf der Entwicklungsachse Villingen-Schwenningen – Haslach im Kinzigtal / Hausach / Wolfach. Das nächstgelegene Oberzentrum Villingen-Schwenningen liegt ca. 16 km südöstlich von St. Georgen, weshalb die Stadt starken Wettbewerbswirkungen ausgesetzt ist. In einer Entfernung von rd. 18 Kilometern ist außerdem auf das Mittelzentrum Schramberg hinzuweisen.

Die **Siedlungsstruktur** von St. Georgen umfasst auf einer Fläche von rd. 60 km² die Kernstadt sowie die in den 1970er Jahren eingemeindeten Ortsteile Brigach, Langenschiltach, Oberkirnach, Peterzell und Stockburg. Bevölkerungsschwerpunkt, wesentliche Versorgungseinrichtungen und Gewerbebetriebe konzentrieren sich auf die Kernstadt St. Georgen. Diese ist zudem stark durch die Topografie des Schwarzwaldes geprägt. Die Hauptwohnlagen konzentrieren sich auf die Gebiete nördlich der Bundesstraße B 33, ausgedehnte Gewerbegebiete finden sich entlang der Industriestraße und sind sowohl durch die Bundesstraße als auch durch den Höhenunterschied vom Rest der Kernstadt abgesetzt. Auch die Innenstadt ist durch ihre höhenversetzte Lage gekennzeichnet.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt ist als gut zu bewerten. Über die Bundesstraße B 33 (Villingen-Schwenningen – St. Georgen – Triberg), welche das Stadtgebiet in Ost-West-Richtung durchquert, ist eine Anbindung an das regionale Verkehrsnetz sichergestellt. Ein Anschluss an die östlich verlaufende A 81 (Stuttgart – Singen) ist über den Anschluss Villingen-Schwenningen gewährleistet. Bezüglich der Anbindung an den ÖPNV ist St. Georgen über einen Haltepunkt der Schwarzwaldbahn an das Schienennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Sie verkehrt zwischen Offenburg und Konstanz und verbindet St. Georgen mit dem überregionalen Schienennetz. Insgesamt ist die Erreichbarkeit sowohl im Individualverkehr als auch im öffentlichen Verkehr als gut zu bewerten.

⁶ Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 2003.

Karte 1: Lage von St. Georgen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Mit aktuell rd. 13.100 Einwohnern ist St. Georgen die drittgrößte Kommune im Schwarzwald-Baar-Kreis.⁷ In den letzten Jahren ist die Bevölkerungszahl in St. Georgen konstant geblieben. Perspektivisch ist für die kommenden Jahre weiterhin von einer stabilen Einwohnerzahl auszugehen.⁸

Der **Wirtschaftsstandort St. Georgen** ist traditionell gewerblich-industriell geprägt. Von den rd. 5.417 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Jahr 2019 waren rd. 62 % im Produzierenden Gewerbe tätig und damit weitaus mehr als im Schwarzwald-Baar-Kreis (ca. 45 %). Auf den Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe entfielen rd. 10 % der Beschäftigten, rd. 28 % waren in den sonstigen Dienstleistungen tätig. Daneben ist der **Tourismusstandort St. Georgen** von Bedeutung. Im Jahr 2019 wurden rund 19.000 Ankünfte und rund 54.900 Übernachtungen registriert. In der letzten Dekade ist eine deutlich positive Entwicklung in diesem Segment festzuhalten. Im Jahr 2009 lag die Zahl der Ankünfte bei nur 11.000 (+ 73 %) und die Zahl der Übernachtungen bei nur 36.900 (+ 49 %).

Mit rd. 413 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten je 1.000 EW fiel der Beschäftigtenbesatz im Vergleich zum Schwarzwald-Baar-Kreis (421 Beschäftigte) leicht unterdurchschnittlich aus. Auch ein Blick auf die Pendlerströme belegt das gute Arbeitsplatzangebot von St. Georgen. Den rd. 3.120 Einpendlern standen rd. 3.175 Auspendler gegenüber. Daraus ergibt sich ein nur leicht negativer Pendlersaldo von -55 Personen.⁹

In St. Georgen ist auf folgende wesentliche **Einzelhandelslagen** hinzuweisen:

- **Innenstadt:** Der innerstädtische Haupteinkaufsbereich befindet sich rund um den Markt- sowie Bärenplatz und umfasst die Hauptstraße sowie die angrenzenden Teilbereiche der Gerwig-, Bahnhofs- und Schramberger Straße. Der ausschließlich für den Fußgängerverkehr freigegebene Bereich „Am Markt“ sowie der Kreuzungsbereich Bärenplatz bilden den räumlichen Mittelpunkt der Einkaufslage. Als größere Anbieter mit Magnetfunktion fungieren der Drogeriemarkt Müller, das Fachgeschäft Henninger sowie die beiden Textilfachmärkte KiK und NKD. Darüber hinaus umfasst die Innenstadt als wesentlichen Magnetanbieter den Edeka-Markt, welcher im Jahr 2010 auf das Gelände des ehemaligen Heinemann-Areals verlagert wurde.
- **Sonstige Einzelhandelsstandorte:** Im Süden der Kernstadt sind im Bereich Industriestraße sowie dem Gewerbegebiet „Brudermoos“ einige z. T. großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Im Bereich „Brudermoos“ sind der aktuelle Aldi-Markt, der Sonderpostenmarkt Action im ehemaligen Lidl-Gebäude sowie ein Raiffeisen-Bau- und Gartenmarkt ansässig. Im Bereich Industriestraße (westlich der Bahnhofstraße) ist insbesondere auf die Standortkombination aus Lidl und Rewe hinzuweisen.

⁷ Quelle: Stadt St. Georgen, Standort 31.12.2019

⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035 mit Wanderungen, Bezugsjahr 2017.

⁹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, Stichtag: 30. Juni 2019.

- In den größeren Ortsteilen **Peterzell** und **Langenschiltach** sind keine zusammenhängenden Einzelhandelslagen erkennbar. Die Nahversorgung wird v. a. durch kleine Spezialanbieter und das Lebensmittelhandwerk übernommen.

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Zunächst in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort St. Georgen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des LEP 2002 Baden-Württemberg:

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

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

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

Im **Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg, Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte**, wird das Konzentrationsgebot im **Plansatz 2.7.1** aufgegriffen:

- 2.7.1 (Z)** „Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und ist in der Regel nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Unterzentren zulässig.

Soweit zur Sicherung der Grundversorgung geboten, sind Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung der Standortkommune sowie anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ausnahmsweise auch in Kleinzentren und Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst.“¹⁰

¹⁰ Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 2003, Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte vom Januar 2012, Kapitel 2.7 Einzelhandelsgroßprojekte.

3. Bewertung der raumordnerischen Kernregelung / des Konzentrationsgebotes

Durch die Ausweisung als Unterzentrum (vgl. Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 2003, Strukturkarte) liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort St. Georgen erfüllt.

III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Alte Landstraße“

Der **aktuelle Standort** von Aldi befindet sich im Gewerbegebiet „Brudermoos“ in der Industriestraße am östlichen Rand des Kernstadtgebietes von St. Georgen. Aufgrund der ungünstigen Standortbedingungen (keine Erweiterungsmöglichkeit, Lage in 2. Reihe, keine Sichtbarkeit von der B 33) ist eine Verlagerung an die „Alte Landstraße“ vorgesehen.

Der **Verlagerungsstandort** befindet sich im Bereich zwischen der Alten Landstraße und der B 33. Aktuell wird das Grundstück durch ein Autohaus der Fa. Land Rover (inkl. Außenstellflächen) belegt. Nördlich wird das Grundstück von der Alten Landstraße begrenzt. Weiterführend befindet sich Wohnbebauung zum einen in der angrenzenden Hanglage (Jörglisbergweg / Wintermantelweg) und zum anderen entlang der Talstraße / Friedrich-Ebert-Straße. Südlich begrenzt die Trasse der B 33 das Grundstück. Weiter südlich schließen sich gewerblich geprägte Gebiete im Bereich Industriestraße an. Unmittelbar westlich / nordwestlich befinden sich gemischt genutzte Gebäude (Wohnen, Tankstelle, Volksbank / Sparkasse). Westlich schließt sich entlang der Bahnhofstraße mit einem deutlichen Höhenversatz der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt an.

Foto 1: Autohaus Land Rover; Blickrichtung Westen



Foto 2: Zufahrt zum Standort sowie Abzweig zur B 33; Blickrichtung Osten



Foto 3: Standortumfeld, Blickrichtung Westen

Foto 4: Standortumfeld, Blickrichtung Norden, Wohnbebauung


GMA-Aufnahmen 2020

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** für den motorisierten Individualverkehr kann als sehr gut bezeichnet werden. Über die Alte Landstraße besteht ein direkter Anschluss an die Bundesstraße (B 33), sodass eine schnelle Anbindung aus dem gesamten Stadtgebiet gegeben ist. Von besonderer Bedeutung für die Nahversorgungsfunktion des Standortes ist auch eine gute **ÖPNV-Anbindung**. So befindet sich unmittelbar an der Alten Landstraße im Bereich Talstraße eine Haltestelle des Stadtverkehrs St. Georgen. In fußläufiger Hinsicht übernimmt der Standort für die nördlich angrenzenden Wohngebiete eine fußläufige Versorgungsfunktion. Das Stadtzentrum von St. Georgen ist in einer Entfernung von 300 – 400 m (bis Bahnhofstraße / Gerwigstraße) ebenfalls noch zu Fuß erreichbar, wenngleich größere Austauschereffekte nicht zu erwarten sind (Hinweis topographische Situation).

Abbildung 2: Planskizze zum Vorhaben an der Alten Landstraße in St. Georgen


Quelle: PMG GmbH, Spaichingen; Vorentwurf 03.02.2020

Karte 2: Verlagerungsstandort „Alte Landstraße“



2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

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

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

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

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

Diese Vorgabe wird auch seitens des **Regionalplanes Schwarzwald-Baar-Heuberg**¹¹ Rechnung getragen. So werden unter 2.7.2 wesentliche Anforderungen an Standortbereiche für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VRG) formuliert:

„Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten integrierten Standortbereichen ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Diese Standorte werden als Vorranggebiete festgelegt. In diesen Vorranggebieten sind andere Nutzungen, die mit der Einzelhandelsnutzung nicht vereinbar sind, ausgeschlossen.“

Außerhalb der Vorranggebiete ist die Ausweisung und Errichtung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen (Ausschlussgebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte). Ausnahmeweise sind bestandsorientierte Erweiterungen dann möglich, wenn sie entsprechend Z(1) und Z(2) des Plansatzes 2.7.1 regionalplanerisch verträglich sind.“

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Einschätzung des Standortes sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wie folgt bewertet werden:

- Der Standort des Vorhabens befindet sich aus **regionalplanerischer Sicht** außerhalb des gebietsscharf abgegrenzten Standortbereiches für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte¹². Allerdings kann mit Verweis auf Plansatz 2.7.2 konstatiert werden,

¹¹ Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg, Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte, Januar 2012.

¹² ebenda, S. 16: „In St. Georgen wurde ein Vorranggebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt. Dieses befindet sich nördlich der B 33 in der integrierten Stadtlage, wo neben einem umfassenden Einzelhandelsangebot auch öffentliche und private Dienstleistungen vorhanden sind. Dieses Gebiet wird im Süden von der Friedrich- bzw. Spittelbergstraße, im Osten von der Friedrich-Ebert- bzw. Ackerstraße und im Norden von der Hebelstraße umgrenzt. In Richtung Westen entspricht die Abgrenzung zunächst dem Verlauf der Roßbergstraße, bevor im Anschluss daran auch noch das Gebiet entlang der Sommerauer Straße dem Vorranggebiet zugerechnet wurde.“

dass es sich im Fall von Aldi um eine bestandsorientierte Erweiterung handelt, die jedoch aufgrund der Standortrahmenbedingungen am derzeitigen Standort nicht möglich erscheint.

- Unter **städtebaulichen Aspekten** lässt sich festhalten, dass der Standort des Vorhabens grundsätzlich als Standort mit fußläufigem Anschluss an Wohngebiete einzustufen ist. Durch die Verlagerung des Aldi-Marktes an die Alte Landstraße rückt der Lebensmitteldiscounter deutlich an die Wohnschwerpunkte der Kernstadt St. Georgen heran, sodass die verbrauchernahe Versorgung deutlich verbessert wird. Auch reduziert sich die Entfernung zur Innenstadt bzw. zum regionalplanerisch definierten Standortbereich deutlich. Ungeachtet des Höhenunterschiedes liegt der Markt lediglich 150 m Luftlinie vom östlichen Rand dieses Standortbereiches (Friedrich-Ebert-Straße) entfernt. Für den Markt ist eine Nahversorgungsfunktion i. S. einer unmittelbaren fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. So befindet sich die nördlich und westlich beginnende Wohnbebauung in fußläufiger Entfernung zum Standort.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich der Standort außerhalb des regionalplanerisch abgegrenzten Vorranggebietes befindet. Allerdings ist ebenso unzweifelhaft, dass die Verlagerung von Aldi aus einer sehr randlichen Lage in eine besser integrierte Lage erfolgt. Gegenüber dem Altstandort ergibt sich im Sinne der Ziele der Raumordnung und Landesplanung eine deutliche Verbesserung.

IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

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

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den Aldi-Markt am Standort „Alte Landstraße“ kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

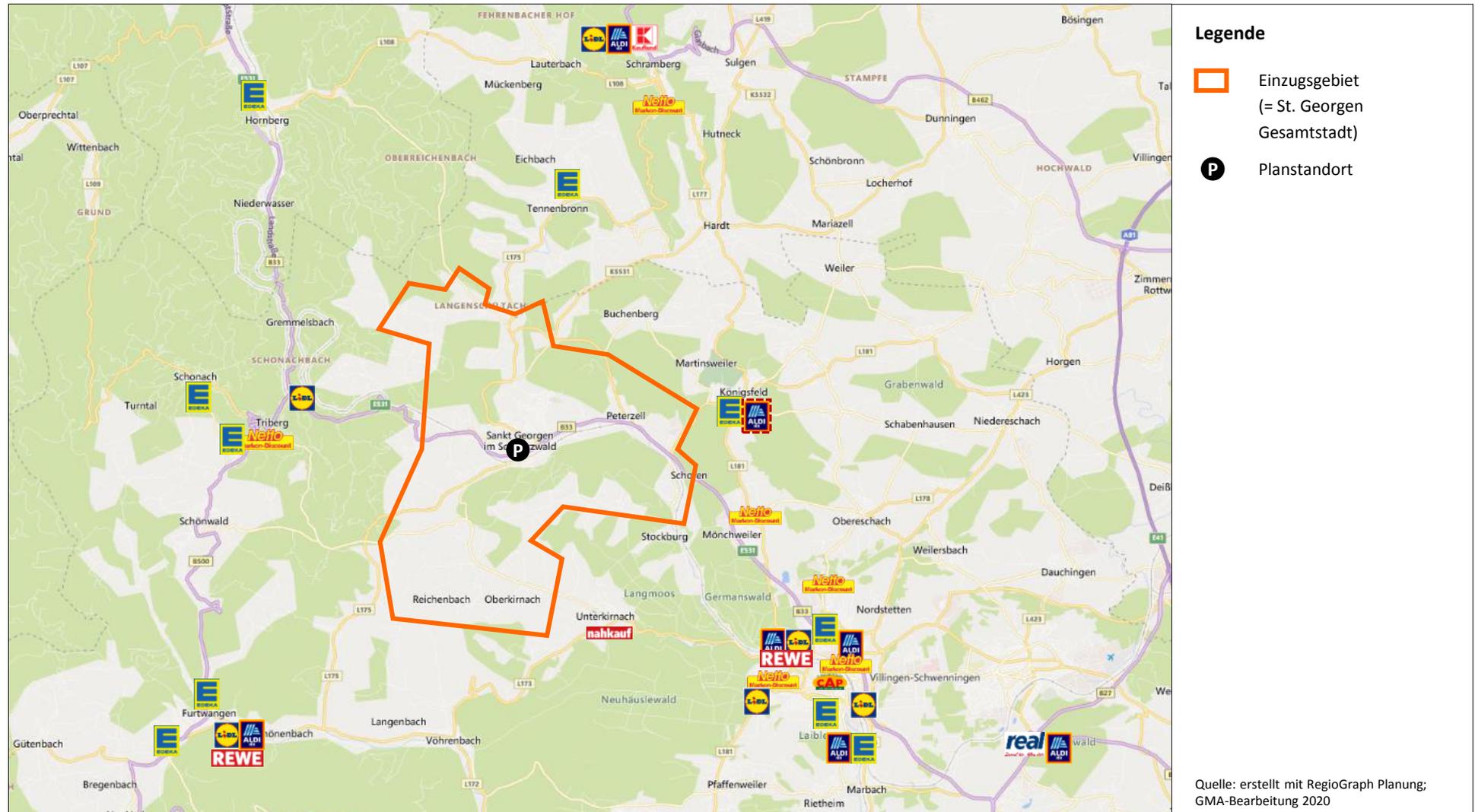
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Vorhabenstandort gerechnet werden kann. Ein Einzugsgebiet kann darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in St. Georgen und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in St. Georgen (u. a. Einzelhandelskonzept) und in der Region (u. a. Villingen-Schwenningen, Mönchweiler, Königsfeld).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den verlagerten Aldi-Markt am Standort „Alte Landstraße“ ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches sich im Wesentlichen auf die Stadt St. Georgen selbst mit aktuell ca. 13.100 Einwohnern beschränkt (vgl. Karte 3).

Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Aldi-Marktes und wesentliche Wettbewerber (Auswahl)



Eine weitergehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes des Aldi-Standortes ist bedingt durch die weiteren Filial-Standorte von Aldi in der Region sowie aufgrund der topographischen und damit fahrtzeitbezogenen Rahmenbedingungen nicht anzunehmen. So begrenzen u. a. Aldi-Filialen in Villingen-Schwenningen, Schramberg und Furtwangen¹³ das Einzugsgebiet. Bedingt durch die verkehrsgünstige Standortlage an der B 33 ist teilweise jedoch auch mit Kunden von außerhalb der Stadt St. Georgen (u. a. Pendler, Touristen) zu rechnen. Diese können jedoch räumlich nicht klar zugeordnet werden und sind daher im weiteren Verlauf der Untersuchung als Streukunden zu berücksichtigen. Eine wesentliche überörtliche Funktion kann dem Standort nicht zugesprochen werden.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.035.¹⁴

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in St. Georgen, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.210 €.¹⁵

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁶ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in St. Georgen bei 101,9 und damit auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für die Stadt beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 29,5 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall des Aldi-Marktes bei ca. 20 %. Ein großer Teil davon entfällt auf das sog. „Nearfood-Sortiment“ (i. W. Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung).

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilskonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell

¹³ Hinweis auf in der Diskussion befindlichen Aldi-Standort in Königfeld

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁶ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.¹⁷ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Umsetzung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den Aldi-Markt am neuen Standort „Alte Landstraße“ anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:¹⁸

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Aldi mit 1.200 m² VK)

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
St. Georgen	29,5	20	5,9	1,5	7,4	80
Streuumsätze			1,5	0,4	1,9	20
Gesamt			7,4	1,9	9,3	100

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

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

Somit lässt sich für das Vorhaben mit ca. 1.200 m² eine Gesamtumsatzleistung von max. 9,3 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 7,4 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Mit einer Flächenproduktivität von rd. 7.700 – 7.800 € / m² VK wird eine für den Betreiber Aldi durchschnittliche Flächenleistung erzielt. Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation nicht zu erwarten. Durch die Vergrößerung und Verlagerung¹⁹ wird sich ein Umsatzzuwachs ergeben, dieser erfolgt in aller Regel jedoch nicht proportional zum Verkaufsflächenzuwachs. Die Vergrößerung dient v. a. einer übersichtlicheren Warenpräsentation, breiteren Gängen usw. Tendenziell können auch Logistikkosten gesenkt werden (mehr Ware kann im Laden gelagert werden).

¹⁷ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

¹⁸ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

¹⁹ Der Alt-Standort wird nicht durch einen Lebensmittelmarkt nachgenutzt.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

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

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

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

Die Verflechtungsbereiche sind auf Ebene der Landesplanung für die Mittel- und Oberzentren in Baden-Württemberg als sog. Mittelbereiche definiert (vgl. LEP BW, 2.5). Eine weitere Ausformung erfahren diese darüber hinaus durch die Regionalplanung.

Für die Stadt St. Georgen ist gemäß Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg kein Nahbereich ausgewiesen.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst ausschließlich die Stadt St. Georgen selbst mit ca. 13.100 Einwohnern. Eine über den Stadtbereich hinausgehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten.
- /// Im Hinblick auf die Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass ca. 80 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus der Stadt St. Georgen stammen. Rd. 20 % fließen bedingt durch die Standortlage (Lage an der B 33) von außerhalb der Stadt St. Georgen in Form von Streukunden an den Standort zu.
- /// Mindestens 80 % des Umsatzes stammen aus St. Georgen selbst. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht überschritten. Die Berechnungen der Umsatzherkunft unterstreichen die überwiegend lokale und auf die Versorgung des St. Georgener Stadtgebietes beschränkte Rolle des Standortes. Die Kommunen im Umland von St. Georgen werden mangels der Ausbildung eines über das Stadtgebiet hinausgehenden Einzugsgebietes nicht tangiert.

Das Kongruenzgebot wird eingehalten.

V. Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 3.2.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plankapitel 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zur Bewertung des Beeinträchtungsverbot sind die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu ermitteln. Dabei wird auf die Daten der Wettbewerbsanalyse zurückgegriffen.

1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation in St. Georgen wurde im April 2020 eine Aufnahme der aktuellen Wettbewerbssituation vorgenommen. Als Wettbewerber für Aldi gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmitteldiscounter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebs-typengleiche Betriebe als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Wettbewerbsstrukturen in St. Georgen

In **St. Georgen** sind neben dem zur Verlagerung und Erweiterung vorgesehenen Aldi-Lebensmitteldiscounter folgende strukturprägende Anbieter vorzufinden:

- /// **Lidl** (Lebensmitteldiscounter), Industriestraße, ca. 1.400 m² Verkaufsfläche: Lage im Gewerbegebiet „Westliche Industriestraße“, verkehrsgünstige Standortlage, gute Erreichbarkeit für MIV und ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten, in jüngerer Vergangenheit eröffnet, moderner und leistungsfähiger Markt neben dem Rewe-Markt.
- /// **Norma** (Lebensmitteldiscounter), Talstraße, ca. 960 m² Verkaufsfläche mit Bäckerei in der Vorkassenzone: Lage östlich an den Innenstadtbereich angrenzend, gute verkehrliche und fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten, durchschnittliche Warenpräsentation und modernes äußeres Erscheinungsbild mit ausreichendem Stellplatzangebot, wurde in jüngerer Vergangenheit modernisiert und erweitert, wettbewerbsfähiger Anbieter; unweit des Planstandortes (ca. 200 – 250 m Luftlinie).
- /// **Rewe** (Supermarkt), Industriestraße, ca. 1.450 m² Verkaufsfläche mit Bäckerei in der Vorkassenzone: Lage im Gewerbegebiet „Westliche Industriestraße“, verkehrsgünstige Standortlage, gute Erreichbarkeit für MIV und ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten, moderner und leistungsfähiger Markt.
- /// **Edeka aktiv Markt Haas** (Supermarkt), Schulstraße, ca. 1.750 m² Verkaufsfläche mit Bäckerei in der Vorkassenzone: Lage innerhalb des als zentralen Versorgungsbereich ausgewiesenen Innenstadtbereiches, modernes und frischeorientiertes Lebensmittelangebot, wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner der Innenstadt.

Neben den o. g. strukturprägenden Wettbewerbern ist auf zahlreiche kleinflächige Anbieter im Kernstadtbereich hinzuweisen. Anzuführen sind hier neben Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) mehrere Tankstellenshops bzw. Getränkeanbieter (u. a. Lauble) sowie zahlreiche Spezialanbieter (u. a. Reformhaus Kienerer, Hoppe Natur- und Feinkost, Schwarzwälder Genusswerkstatt). Das Angebot in den Stadtteilen beschränkt sich lediglich auf ein kleinteiliges und eingeschränktes Lebensmittelangebot (v. a. Lebensmittelhandwerk, Hofläden etc.). In Peterzell, dem größten Teilort St. Georgens, besteht aus versorgungsstruktureller Sicht ein gutes Angebot (u. a. Metzgerei, Bäckerei, Hofladen), welches zur Grundversorgung herangezogen werden kann. Hier ist auf den Standortverbund aus verschiedenen Hofläden (inkl. Imbiss) an der B 33 hinzuweisen.

Im Lebensmittelbereich ist aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.800 – 7.900 m² vorhanden. Insgesamt wird in der Stadt St. Georgen derzeit ein Umsatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich in einer Größenordnung von ca. 35 – 36 Mio. € erzielt.²⁰ Nachfolgende Tabelle stellt abschließend die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung dar.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in St. Georgen nach Lagen

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz (nur Food)	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
ZVB Innenstadt	2.300 – 2.400	30	9,3 – 9,4	26
Sonstige integrierte Lagen	1.400 – 1.500	18	4,7 – 4,8	14
Gewerblich geprägte Lagen	4.000 – 4.100	52	20,9 – 21,0	60
Summe	7.800 – 7.900	100	35 – 36	100

GMA 2020; Bereinigter Umsatz, d.h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood I und II), inkl. bestehendem Aldi-Markt; ca.-Werte, gerundet.

1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes (vgl. Karte 3, Kapitel IV, 1.) sind im Wesentlichen andere Lebensmittelstandorte im Oberzentrum Villingen-Schwenningen von Belang. Dort befindet sich eine Vielzahl unterschiedlichster Anbieter im Lebensmittelsegment. Daneben ist auf die Angebotsstrukturen im nördlich gelegenen Mittelzentrum Schramberg hinzuweisen. Dort sind ebenfalls zeitgemäße Strukturen des Lebensmitteleinzelhandels, besteht aus Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Norma, Netto) sowie Supermärkten (Kaufland, Edeka) vorhanden.

Insbesondere das bestehende und im Ausbau befindliche Netz der Fa. Aldi ist in die Betrachtung einzustellen. Hierbei sind die bestehenden Standorte Villingen-Schwenningen, Schramberg und Furtwangen zu nennen.

²⁰ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood I und II), inkl. bestehendem Aldi-Markt.

Darüber hinaus besteht im Umland eine Vielzahl an Wettbewerbern unterschiedlicher Größe, die zur Nahversorgung herangezogen werden:

- /// **Triberg:** Lidl (Nussbacher Straße), Netto (Schwendistraße), Edeka (Kreuzstraße)
- /// **Mönchweiler:** Netto (Kälberwaid)
- /// **Königsfeld:** E aktiv-Markt (Mönchweiler Straße)²¹
- /// **Tennenbronn:** Edeka, Hauptstraße
- /// **Unterkirnach:** nahkauf (Wiesenweg)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass auch bei einer Analyse der Wettbewerbsstrukturen im Umland nicht von einem nennenswert über die Stadt St. Georgen hinausgehenden Einzugsgebiet des Aldi-Marktes auszugehen ist. In begrenztem Maße sind aber auch Kundenzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes infolge der verkehrsorientierten Standortlage (Lage an B 33) zu erwarten.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

2.1 Methodik

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

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

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

2.2 Umsatzumlenkungen

Für die Bewertung des erweiterten Aldi-Marktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

²¹ In der Gemeinde Königsfeld wird die Ansiedlung eines Aldi-Marktes mit ca. 800 m² VK diskutiert.

- /// Der Aldi-Lebensmitteldiscounter wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von rund 1.200 m² eine Umsatzleistung von ca. 9,3 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 7,4 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass der Aldi-Markt bereits heute in St. Georgen ansässig ist. Der Markt weist derzeit eine Verkaufsfläche von ca. 877 m² auf. Die Umsatzleistung beläuft sich nach gutachterlicher Einschätzung von ca. 7,0 Mio. €. Davon entfallen auf den Lebensmittelbereich ca. 5,6 Mio. € bzw. ca. 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Die Umsätze werden bereits heute am Standort bzw. in St. Georgen generiert und auch weiterhin gebunden werden (= Umsatzmitnahme). Bei den nachfolgenden Berechnungen wird unterstellt, dass die Fläche des bestehenden Aldi-Marktes nicht mehr durch einen Lebensmittelmarkt belegt wird.²² Somit kann im Folgenden eine Verlagerung anstatt einer zusätzlichen Ansiedlung zugrunde gelegt werden.
- /// In der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde dennoch das Gesamtprojekt bewertet. So wurde etwa im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach einem vollzogenen Neubau inkl. Erweiterung betrachtet. Jedoch sind nach aktueller Rechtsprechung für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen die Umsatzleistungen des bestehenden Lebensmittelmarktes zu berücksichtigen. Der Aldi-Markt ist bereits seit vielen Jahren in St. Georgen ansässig. Dementsprechend gilt für die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumlenkungen, dass sich nur der **zusätzlich generierte Umsatz** nach der Neuaufstellung des Marktes i. S. wettbewerblicher Wirkungen bzw. ggf. städtebaulicher Auswirkungen bemerkbar machen wird.
- /// Ergänzend ist gemäß aktueller Rechtsprechung zu prüfen, ob der Standort durch die Erweiterung eine neue Qualität erreicht, durch die der Gesamtstandort so aufgewertet wird, dass die städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dabei ist bei der Prognoseentscheidung von der „gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen, die nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt wird.“²³
- /// Stellt man die Umsatzleistung des bestehenden Marktes sowie die Umsatzprognose für den modernisierten Markt gegenüber, verbleibt ein zusätzlicher Umsatz (= umverteilungsrelevanter Umsatz) in Höhe von ca. 2,3 Mio. €, davon ca. 1,8 Mio. € im Lebensmittelbereich bzw. ca. 0,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

²² Angaben des Auftraggebers.

²³ Vgl. Entscheidung des OVG NRW 10 A 1417/07 und OVG NRW 10 A 2601/07.

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben

		Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Aldi-Marktes	5,6	---
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbieter in St. Georgen	1,2 – 1,3	4 – 5
	▪ davon ggü. dem Zentralen Versorgungsbereich	0,3	max. 3
	▪ davon ggü. Nahversorgungslagen	0,1 – 0,2	max. 4
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbieter außerhalb von St. Georgen	0,5 – 0,6	n.n.
	▪ Umsatz erweiterter Aldi-Markt im Lebensmittelbereich	7,4	---
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz bestehender Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,4	---
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbieter in St. Georgen	0,3 – 0,4	n.n.
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbieter außerhalb von St. Georgen	0,1 – 0,2	n.n.
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,9	---
	▪ Umsatz insgesamt	9,3	---

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

2.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Folgende Kaufkraftbewegungen werden durch das Vorhaben ausgelöst:

- / Die höchsten absoluten wie relativen Umsatzumverteilungseffekte i. H. von ca. 1,2 – 1,3 Mio. € bzw. 4 – 5 % sind gegenüber den Wettbewerbern in **St. Georgen** selbst zu erwarten. Als Hauptwettbewerber sind hierbei die Lebensmitteldiscounter Lidl und Norma zu nennen, wobei Letzterer tendenziell aufgrund seiner räumlichen Nähe zum Verlagerungsstandort stärker vom Vorhaben tangiert wird. Hier (Nahversorgungslage) sind Auswirkungen von ca. 4 % zu erwarten. Aber auch die anderen Lebensmittelmärkte in St. Georgen (Vollsortimenter) hätten mit gewissen Umverteilungswirkungen zu rechnen. Da die in St. Georgen vorhandenen Lebensmittelmärkte allesamt als leistungsfähige Wettbewerber einzustufen sind, ist aufgrund der ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen nicht von Betriebsschließungen und damit einem Verlust der Nahversorgungsfunktion auszugehen.

- / Im **zentralen Versorgungsbereich** von St. Georgen befindet sich mit dem Edeka-Markt ein moderner Lebensmittelvollsortimenter mit Magnetfunktion für das Stadtzentrum. Aufgrund der vom Betreiber Aldi deutlich abweichenden Sortimentsstruktur sind hier bzw. gegenüber der Innenstadt insgesamt etwas geringere Auswirkungen (max. 3 %) zu erwarten. In diesem Zusammenhang wird es daher zu keinen negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in St. Georgen kommen.

- /// Auch die sonstigen kleinflächigen Anbieter (Lebensmittelhandwerk bzw. Spezialanbieter) werden aufgrund der abweichenden Sortimentsstruktur und der z. T. touristischen Umsatzanteile in deutlich untergeordneter Form von Umsatzumverteilungswirkungen betroffen sein. Auch hier wird die verbrauchernahe Versorgung von St. Georgen nicht gefährdet.
- /// Bei einer Einordnung der im Einzugsgebiet ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte lässt sich festhalten, dass Umsatzverluste insbesondere bei den bestehenden Lebensmitteldiscountmärkten zu erwarten sind. Diese sind jedoch leistungsfähig aufgestellt, so dass nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist. Bei einer städtebaulichen Bewertung der Situation lässt sich festhalten, dass keine negativen Auswirkungen im zentralen Versorgungsbereich von St. Georgen ausgelöst werden. Auch wird die verbrauchernahe Versorgung in St. Georgen nicht gefährdet. Vielmehr rückt der Aldi-Markt deutlich näher an die Wohnschwerpunkte sowie den zentralen Versorgungsbereich von St. Georgen heran und übernimmt eine Versorgungsfunktion für das Wohnumfeld.
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** sind die Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,4 – 0,5 Mio. € mit Methoden der prognostischen Marktforschung nicht nachweisbar. Dort ist eine Vielzahl unterschiedlichster Anbieter an verschiedenen Standorten vorhanden, sodass sich mögliche Rückwirkungen auf zahlreiche Anbieter und Standorte verteilen werden. Gegenüber den angrenzenden Kommunen Triberg und Mönchweiler ist nur mit minimalen, kaum nachweisbaren Effekte auszugehen. In Triberg finden die minimalen Umverteilungen in erster Linie gegenüber dem Lidl-Markt im Kreuzungsbereich B 33 / B 500 statt. Gegenüber dem Netto-Markt in Mönchweiler, für den perspektivisch eine Modernisierung / Erweiterung geplant ist, sind ebenfalls nur minimale Auswirkungen zu erwarten. Eine Schädigung der Nah- und Grundversorgungsstrukturen bzw. deren Weiterentwicklung ist sowohl in Triberg als auch in Mönchweiler nicht erkennbar.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte i. H. von ca. 0,5 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in St. Georgen wirksam. Diese sind jedoch als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bestehender Anbieter sind im Einzelfall nicht zu erwarten.
- /// Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der modernisierte Aldi-Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandene **städtebauliche Situation** „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies

ist im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach einer Modernisierung von Aldi von stabilen Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich auszugehen. Bzgl. der Erreichbarkeit des Lebensmittelmarktes wird sich eine deutliche Verbesserung ergeben.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen im Lebensmittelbereich führen werden. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des Aldi-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Auch werden eine grundsätzliche Verbesserung der Erreichbarkeit des Marktes aus der Gesamtstadt und eine Stärkung des Netzes der fußläufig erreichbaren Versorgungsstandorte erzielt. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.

3. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtungsverbot gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass das Vorhaben

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

nicht beeinträchtigen darf.

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

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

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

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

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

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Aldi in St. Georgen hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters nicht verletzt. Die wesentlichen Umverteilungen werden gegenüber Wettbewerbern in St. Georgen selbst zu erwarten sein, diese werden jedoch deutlich unterhalb der 10 %-Schwelle liegen. Insbesondere werden hiervon die leistungsfähigen Lebensmittelmärkte (Lidl, Norma sowie Rewe, Edeka) tangiert sein. Die Märkte sind jedoch als wirtschaftlich leistungsfähig zu klassifizieren, sodass aufgrund der geringen Umverteilungen nicht mit Marktaustritten der Anbieter zu rechnen ist.
- Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches in St. Georgen sind im vorliegenden Fall nicht zu erwarten. Die Umsatzverluste gegenüber der St. Georgener Innenstadt bewegen sich mit max. 3 % auf einem geringen Niveau. Aufgrund der niedrigen Umsatzverluste sind Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches auszuschließen. Im weiteren Umland sind Rückwirkungen gegenüber den dortigen zentralen Versorgungsbereichen ebenfalls auszuschließen, da der Standort kein über St. Georgen hinausreichendes regelmäßiges Einzugsgebiet erschließen wird.
- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen, da diese sich auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen und in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden. Auch hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen.

- Auch die Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte lassen zusammen mit der zu erwartenden Umsatzherkunft des Vorhabens den Schluss zu, dass das Vorhaben keine regionalbedeutsamen Rückwirkungen nach sich zieht und städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten sind. Die Versorgungsfunktion des Standortes beschränkt sich vorwiegend auf das St. Georgener Stadtgebiet. Eine über die Stadt St. Georgen hinausgehende Bedeutung wird vom Standort nicht erzielt.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Verlagerung und Erweiterung eines bestehenden Aldi-Marktes zur Sicherung des Standortes /// Verkaufsfläche des bestehenden Marktes von 877 m² /// Geplante Verkaufsfläche: ca. 1.200 m² /// Standort an der B 33 im Bereich der „Alten Landstraße“; fußläufiger Anschluss an nördlich angrenzende Wohngebiete
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> /// Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen St. Georgen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Unterzentrum St. Georgen mit ca. 13.100 Einwohnern /// ausdifferenziertes Zentralsystem mit Innenstadt, Nahversorgungsstandorten und Gewerbegebietslagen /// Stadtkern mit breitem Branchenmix und Angebotsvielfalt, Magnetstandort Edeka
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Einzugsgebiet: Gesamtstadt St. Georgen /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 13.100 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 29,5 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung des erweiterten und verlagerten Aldi-Marktes: 9,3 Mio. €, davon 7,4 Mio. Food und 1,9 Mio. € Nonfood
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> /// ggü. Anbietern in St. Georgen 4 – 5 % /// davon ggü. Anbietern im zentralem Versorgungsbereich max. 3 % /// davon ggü. Nahversorgungslagen max. 4 % /// ggü. Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes nicht nachweisbar

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	<p>Durch die Ausweisung als Unterzentrum (vgl. Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 2003, Strukturkarte) liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.</p> <p>Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort St. Georgen erfüllt.</p>
Integrationsgebot	<p>Der Standort befindet sich nicht in dem in der Raumnutzungskarte gebiets-scharf festgelegten integrierten Standortbereich für zentrenrelevante Einzelhandels-großprojekte (vgl. Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg). Es besteht jedoch ein fußläufiger Anschluss an die gewachsenen Wohnlagen des Kernstadtbereiches. Mit der Verlagerung rückt der Aldi-Markt an die Wohnschwerpunkte St. Georgens heran, sodass die verbrauchernahe Versorgung deutlich verbessert wird.</p> <p>Gegenüber dem Altstandort ergibt sich somit eine Verbesserung im Sinne der Ziele der Raumordnung und Landesplanung.</p>
Kongruenzgebot	<p>Mindestens 80 % des Umsatzes stammen aus St. Georgen selbst. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht unterschritten. Die Berechnungen der Umsatzherkunft unterstreichen die überwiegend lokale und auf die Versorgung des St. Georgener Stadtgebietes beschränkte Rolle des Standortes. Die Kommunen im Umland von St. Georgen werden mangels der Ausbildung eines über das Stadtgebiet hinausgehenden Einzugsgebietes nicht tangiert. Das Kongruenzgebot wird eingehalten.</p>
Beeinträchtigungs-verbot	<p>Die ausgelösten Umsatzumlenkungen in St. Georgen bewegen sich mit 4 – 5 % auf einem geringen Niveau. Gegenüber dem zentralen Versorgungsbereichen sind nur geringe Rückwirkungen (max. 3 %) zu erwarten. Auch liegen</p>

die Effekte gegenüber den Nahversorgungslagen auf einem städtebaulich verträglichen Niveau. Der im Einzelhandelserlass genannte kritische Schwellenwert von 10 %-Umsatzumverteilung wird bei Weitem nicht erreicht. Auch im Nichtlebensmittelbereich sind allenfalls geringe Umsatzzumlenkungen zu erwarten, sodass in einer Zusammenschau keine schädlichen städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind. **Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten.**

GMA-Zusammenstellung 2020

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von St. Georgen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	11
Karte 2: Verlagerungsstandort „Alte Landstraße“	17
Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Aldi-Marktes und wesentliche Wettbewerber (Auswahl)	21
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	9
Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Aldi mit 1.200 m ² VK)	23
Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in St. Georgen nach Lagen	26
Tabelle 4: Prognose der Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben	29
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	8
Abbildung 2: Planskizze zum Vorhaben an der Alten Landstraße in St. Georgen	16
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Autohaus Land Rover; Blickrichtung Westen	15
Foto 2: Zufahrt zum Standort sowie Abzweig zur B 33; Blickrichtung Osten	15
Foto 3: Standortumfeld, Blickrichtung Westen	16
Foto 4: Standortumfeld, Blickrichtung Norden, Wohnbebauung	16