



Auswirkungsanalyse zum Anbau des Getränkemarktes (inkl. Erweiterung) an das E-Center in der Gemeinde Umkirch

Auftraggeber: Edeka Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
M. Sc. Franziska Hamscher,
Stadt- und Regionalplanung

Ludwigsburg, am 04.12.2018

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. Marktentwicklung im Getränke- und Lebensmitteleinzelhandel	7
3.1 Getränkemärkte	8
3.2 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	9
3.3 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	10
II. Konzentrationsgebot	11
1. Makrostandort Umkirch	11
2. Konzentrationsgebot	13
3. Bewertung des Konzentrationsgebotes	15
III. Integrationsgebot	16
1. Mikrostandort „Am Gansacker“	16
2. Integrationsgebot	19
3. Bewertung des Integrationsgebotes	19
IV. Kongruenzgebot	21
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	21
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3. Umsatzprognose	25
4. Kongruenzgebot	26
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	27
V. Beeinträchtigungsverbot	28
1. Wettbewerbsanalyse in Umkirch und in Umland	28
1.1 Wettbewerbsstrukturen in Umkirch	28
1.2 Projektrelevante Angebotssituation im Umfeld von Umkirch	29
2. Fazit der Angebotsanalyse	31

3.	Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	31
3.1	Methodik	31
3.2	Umsatzumlenkungen	32
3.3	Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Wirkungen	33
4.	Beeinträchtungsverbot	34
5.	Bewertung des Beeinträchtungsverbot	36
VI.	Zusammenfassung	37

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

In Umkirch ist vorgesehen, am Standort des E-Centers (Am Gansacker) den aktuell von der Immobilie des E-Center-Lebensmittelmarktes räumlich getrennten Getränkemarkt abzureißen und an den Lebensmittelmarkt anzubauen. Dies soll vorwiegend zur Verbesserung der internen Abläufe dienen. Im Zuge der Modernisierung soll der Getränkemarkt vergrößert werden. An dem bestehenden Lebensmittelmarkt im engeren Sinn ändert sich hingegen nichts Wesentliches. Die aktuelle bzw. die geplante Flächenübersicht sieht folgendermaßen aus:

Nutzung	Bestand (genehmigt)	Planung	Veränderung
	Verkaufsfläche in m ²		
Lebensmittelmarkt	1.820	1.766	- 54
Getränkemarkt	300	570	+ 270
Summe	2.120	2.336	+ 216

GMA-Zusammenstellung 2018

Hinzu kommen Gastronomieflächen im Eingangsbereich (insgesamt 74 m²) sowie eine neue Toilettenanlage. Die Gesamtverkaufsfläche steigt somit um ca. 10 %, wobei ausschließlich eine Erweiterung des Getränkemarktes erfolgt. Bautechnisch bedingt reduziert sich die Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes sogar leicht.

Zusammenfassend ist somit insbesondere die Erweiterung um 270 m² beim Getränkemarkt zu prüfen. Getränke sind regelmäßig nicht zwingend innenstadtrelevant und generieren i. d. R. auch eine geringere Flächenproduktivität als Lebensmittelmärkte im engeren Sinn. Dennoch handelt es sich formal um eine Verkaufsflächenerweiterung im Rahmen einer bestehenden Agglomeration. Deshalb auch muss der Gesamtstandort in die Betrachtung mit einbezogen werden (s. hierzu analog Agglomerationsregelung im Regionalplan Südlicher Oberrhein).

Im Zuge der Neuplanung am Standort ist die Änderung des bestehenden Bebauungsplans vorgesehen.¹ Für die Planung ist somit eine städtebauliche Auswirkungsanalyse auf Basis des § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen, welche folgende Punkte behandelt:

- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale für Lebensmittel
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Umkirch und im Umland (Wettbewerbsanalyse)

¹ Der aktuelle Bebauungsplan ermöglicht ein Einkaufszentrum ohne Verkaufsflächenbeschränkung auf 2 Vollgeschossen. Derzeit wäre also wesentlich mehr zulässig als die aktuelle Planung vorsieht.

- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie dem Regionalplan 3.0 des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein:
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Juli 2018 eine intensive Begehung des Standorte 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 die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ²

- „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.

² Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

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.“

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

- /// 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.³
- /// Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

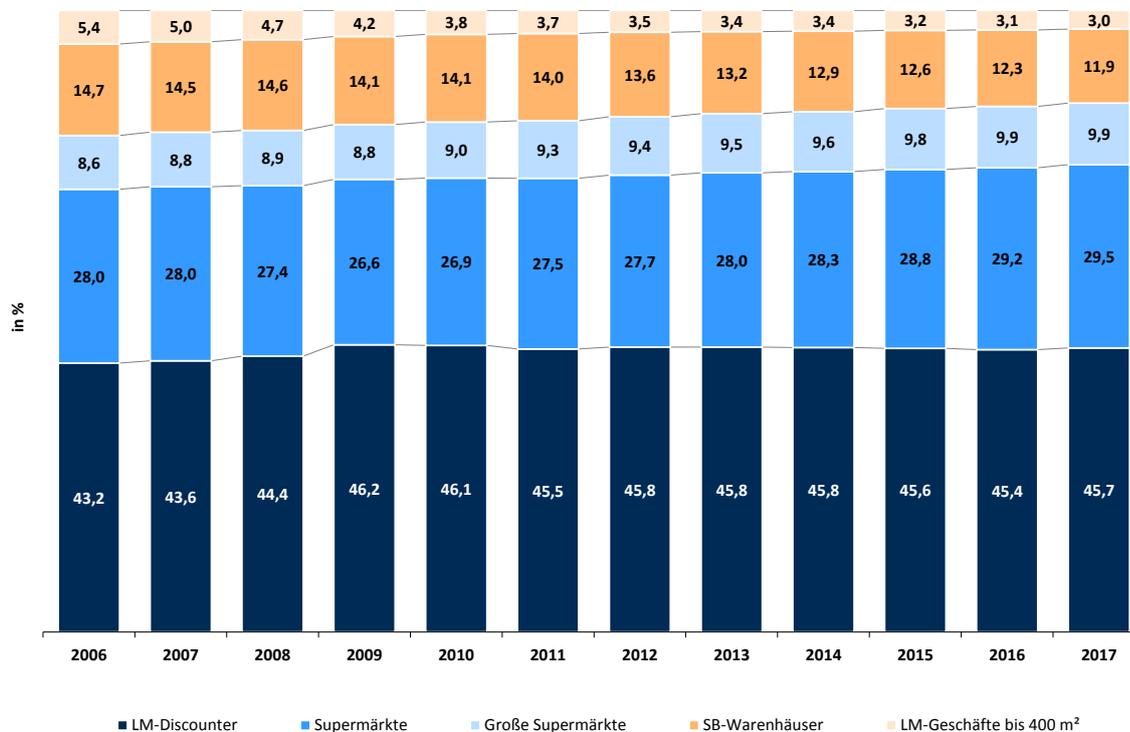
3. Marktentwicklung im Getränke- und Lebensmitteleinzelhandel

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

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

³ 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).

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
2006 – 2017**



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Handelsdaten aktuell 2018.

3.1 Getränkemarkte

Der geplante Getränkemarkt ist als **Fachmarkt** zu bewerten. Dieser ist wie folgt zu definieren:

„Ein **Fachmarkt** ist ein großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.“⁴

Speziell im **Getränkereich** sind derzeit folgende Entwicklungen feststellbar:

In Deutschland sind ca. 11.820 Getränkeabholmärkte ansässig, die einen jährlichen Umsatz von ca. 6,1 Mrd. € erwirtschaften.⁵ Der Durchschnittsumsatz je Getränkemarkt liegt bei ca. 0,5 Mio. €. In den letzten Jahren war ein Anstieg der Betriebszahlen und Umsätze zu verzeichnen.

Bislang ist der Getränkeeinzelhandel in Deutschland noch überwiegend kleinteilig strukturiert. Fachmärkte verfügen heute über einen Marktanteil von ca. 30 %⁶, der in den vergangenen Jahren aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks durch die Lebensmittelmärkte deutlich gesunken ist. In Zukunft ist mit einem weiteren Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb zu rechnen, was auf den

⁴ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2016.

⁵ Quelle: The Nielsen Company (Germany) GmbH, 2014.

⁶ Quelle: Telefonische Auskunft des Verbandes des Deutschen Getränkeeinzelhandels e. V.

Konkurrenzdruck v. a. durch größere Lebensmittelmärkte und Vorgaben durch Produzenten / Lieferanten (z.B. Regalverfügbarkeit) zurückzuführen ist. Schon heute realisieren moderne Getränkemarkte regelmäßig zwischen 400 und 1.000 m² Verkaufsfläche. Die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten bei Getränkemarkten erreichen eine Größenordnung zwischen 1.000 – 1.800 € / m² VK im Jahr.

Im vorliegenden Fall des Getränkemarktes in Umkirch ist darauf hinzuweisen, dass dieser nicht unabhängig vom Lebensmitteleinzelhandel betrachtet werden kann, da er trotz eigener Kassen dennoch ein Teil des gesamten E-Centers bildet.

3.2 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen wie folgt lauten:⁷

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁸ anbietet.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁹ 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.

⁷ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2017, S. 365.

⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁹ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

3.3 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m ² VK)		Supermarkt (Ø 982 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.461 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2017.

Lebensmittelvollsortimenter sprechen mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an als Discounter. So werden z. B. Artikelzahl der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Bio-Lebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten). Aktionswaren aus dem Nonfood-Bereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfood-Bereichs ausdrückt. 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. Damit 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.).

II. Konzentrationsgebot

Zunächst ist im Rahmen des Konzentrationsgebotes zu bewerten, ob die Gemeinde Umkirch unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe bzw. zur Ansiedlung einer Einzelhandelsagglomeration prinzipiell geeignet ist. Hierfür erfolgt zunächst die Darstellung des Makrostandortes Umkirch.

1. Makrostandort Umkirch

Die Gemeinde Umkirch liegt im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald und grenzt westlich direkt an das Oberzentrum Freiburg i. Brsg. an. Gemäß Regionalplan 3.0 des Regionalverbandes Südllicher Oberrhein wird der Gemeinde keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Sie liegt im Verdichtungsraum des Oberzentrums Freiburg i. Brsg.

Die zu Umkirch nächst gelegenen zentralen Orte sind im Südosten das Oberzentrum Freiburg i. Brsg. (rd. 8 km bzw. 11 Minuten Fahrzeit), im Nordwesten das Kleinzentrum Bötzingen (rd. 7 km bzw. 8 Minuten Fahrzeit) sowie in weiterer Entfernung im Westen das Mittelzentrum Breisach am Rhein (rd. 20 – 30 km bzw. 20 – 25 Minuten Fahrzeit). Im Süden, Südwesten und Südosten grenzt Umkirch direkt an die Gemarkung der Stadt Freiburg i. Brsg. an. Nordwestlich grenzt Umkirch an die Gemeinde Gottenheim, im Nordosten an die Gemeinde March an.

Die Gemeinde Umkirch ist als kompakt zu beschreiben. Sie setzt sich letztendlich nur aus dem Kernort selbst zusammen. Dabei konzentrieren sich die Wohnsiedlungsbereiche entlang der Hauptstraße und der Hugstetter Straße. Nördlich der Wohnsiedlungsbereiche erstreckt sich entlang der Straßen Am Gansacker und Gottenheimer Straße sowie dem Bereich Rohrmatten bis zur Bundesstraße 31 im Norden ein großes Gewerbegebiet. Am südöstlichen Siedlungsrand befinden sich Mehrfamilienhäuser und eine Neubausiedlung. Innerhalb der letzten Jahre entstanden hier auch gewerbliche Nutzungen sowie Dienstleister, ein Penny Lebensmitteldiscounter und ein Rossmann Drogeriemarkt.

Insgesamt zählt die Gemeinde Umkirch aktuell rd. 5.815 Einwohner¹⁰. Zwischen 2012 und 2017 ist für Umkirch eine sehr deutliche Bevölkerungszunahme um ca. 12 % festzustellen. Im Vergleich zu den direkt umliegenden Kommunen sowie dem Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald sowie der Stadt Freiburg i. Brsg. ist diese Bevölkerungsentwicklung der letzten 5 Jahre als überdurchschnittlich zu bewerten.

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2017.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Umkirch Vergleich

	Bevölkerung*		Veränderung	
	2012	2017	absolut	anteilig in %
Umkirch	5.176	5.814	638	+ 12,3
Gottenheim	2.687	2.922	235	+ 8,7
March	8.692	9.190	498	+ 5,7
Bötzingen	5.334	5.375	41	+ 0,8
Freiburg	215.721	227.972	12.251	+ 5,7
Landkreis Br.-Hochschwarzwald	248.757	262.785	14.028	+ 5,6

* Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006 – 2017

** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung (Basis 2014).

Die verkehrliche Anbindung von Umkirch für den motorisierten Individualverkehr kann als sehr gut bewertet werden. Die Gemeinde wird von der Bundesstraße 31 im Norden und Nordosten umfahren. Diese bietet eine schnelle Anbindung nach Westen in Richtung Gottenheim und Bötzingen sowie nach Süden bzw. Südosten in Richtung des Oberzentrums Freiburg i. Brsg. Die nächst gelegene Anschlussstelle an die Bundesautobahn 5 liegt aus der Ortsmitte von Umkirch in rd. 2 Minuten Fahrzeitentfernung im Osten. Mit der Autobahn A 5 ist eine schnelle Anbindung in Richtung Süden (Weil am Rhein – Lörrach – Basel) sowie in Richtung Norden (Offenburg – Karlsruhe – Frankfurt am Main) gewährleistet.

Für den ÖPNV ist Umkirch an das Busliniennetz der Freiburger Verkehrs AG mit den Linien 31 und 32 angebunden, welche sowohl für eine innerörtliche Erschließung als auch für eine überörtliche Anbindung in Richtung Breisach und Freiburg sorgen.

Bezüglich der Wirtschaftsstruktur ist festzuhalten, dass die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Jahr 2017 in Umkirch 1.780 betrug.¹¹ Mit einem positiven Pendlersaldo von + 554 standen im Jahr 2017 2.470 Einpendlern rd. 1.916 Auspendlern gegenüber. Dieses positive Pendlersaldo weist auf eine vorhandene lokale Wirtschaftsstruktur mit verhältnismäßig hohen Pendlerverflechtungen hin.

Bezüglich der Einzelhandelsstrukturen in Umkirch ist auf ein geringes, über das Gemeindegebiet verstreutes Angebot hinzuweisen. Einen aktuellen Versorgungsschwerpunkt bildet der Standort am südöstlichen Siedlungsrand mit dem Lebensmitteldiscounter Penny sowie dem Rossmann Drogeriemarkt. Entlang der Hauptstraße befinden sich vereinzelte Anbieter unterschiedlicher Bedarfsstufen. Ein Schwerpunkt der kleinteiligen Lebensmittelanbieter liegt in der Ortsmitte zwischen der Esso-Tankstelle und dem Kreuzungsbereich Hauptstraße / Waltershofer Straße. Dort befinden sich neben der Apotheke am Gutshof eine Metzgerei, eine Bäckerei sowie das Gemüselädle und neben der Tankstelle ein Blumen- und Feinkostanbieter. Im nördlichen Gewerbege-

¹¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit (Stand: 30.06.2017).

biet kann auf das E-Center, welches sich im Süden des Gewerbegebiets angrenzend an die Wohnsiedlungsbereiche befindet sowie auf den aktuell im Umbau befindlichen Aldi-Markt am nördlichen Rand des Gewerbegebietes hingewiesen werden.

2. Konzentrationsgebot

Maßgeblich für das Konzentrationsgebot ist Ziel 3.3.7 des **Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg**:

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

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

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

Im **Regionalplan 3.0** des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein wird das Konzentrationsgebot in Plansatz 2.4.4.2 Konzentrationsgebot wie folgt ergänzt:

- „(2) Z Abweichend hiervon kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung in Betracht, wenn
- dies zur Sicherung der Grundversorgung erforderlich ist und von den Einzelhandelsgroßprojekten keine überörtlichen Auswirkungen zu erwarten sind oder
 - diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsräumen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

Die Plansätze 2.4.4.3 bis 2.4.4.5 gelten entsprechend.“¹²

¹² Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 56.

Karte 1: Umkirch – Lage und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum
- Kleinzentrum

Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2018

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Da der Gemeinde Umkirch keine zentralörtliche Funktion zukommt, ist großflächiger Einzelhandel bzw. eine Einzelhandelsagglomeration (gem. Regionalplan Z 2.4.4.8) hier zunächst nicht vorgesehen. Ausnahmen von dieser Regel können nur dann erfolgen, wenn eine der beiden zuvor genannten „Abweichungsvoraussetzungen“ des LEP 2002 Baden-Württemberg bzw. des Regionalplans erfüllt wird. Umkirch liegt im Verdichtungsraum, ist jedoch nicht mit den Siedlungsbereichen benachbarter Zentren zusammengewachsen, sodass nur die Sicherung der Grundversorgung unter den speziellen raumstrukturellen Gegebenheiten zur Begründung herangezogen werden kann.

Das E-Center in Umkirch besteht auf seinem Standort „Am Gansacker“ seit Jahren als etablierter Nahversorger. Die Aufteilung des Lebensmittel- und des Getränkemarktes auf zwei räumlich voneinander getrennte Gebäude entspricht keinem zeitgemäß aufgestellten Nahversorger. Zum einen kann durch den Anbau des Getränkemarktes an den Lebensmittelmarkt die Kundenfreundlichkeit des Marktes erhöht werden, zum anderen logistische und interne Abläufe verbessert werden. Um den perspektivischen Bestand des etablierten Nahversorgers und damit die Sicherung der Grundversorgung zu gewährleisten, sollte für das E-Center in Umkirch die Ausnahmeregelung des LEP-BW sowie des Regionalplans herangezogen werden.

Als Prämisse gilt ebenfalls, dass von dem Vorhaben keine überörtlichen Auswirkungen zu erwarten sind. Diese Prüfung findet in Kapitel V. 2. statt.

III. Integrationsgebot

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

1. Mikrostandort „Am Gansacker“

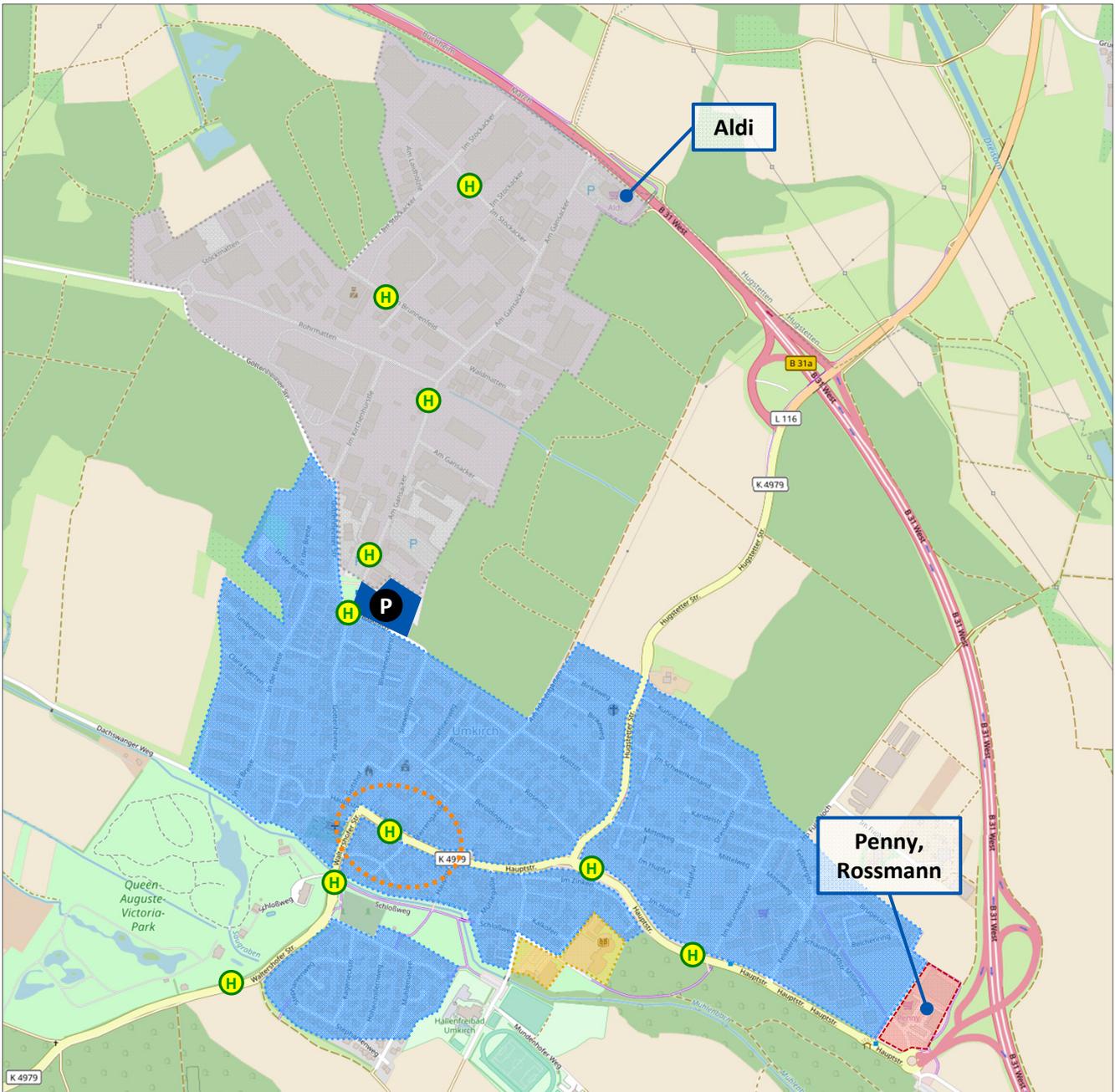
Der Standort des E-Centers in Umkirch „Am Gansacker“ befindet sich im Gewerbegebiet Umkirch. Innerhalb des Gewerbegebiets liegt der Standort am südlichen Rand und grenzt dort an Wohnsiedlungsbereiche an. Auf dem Grundstück des E-Centers befindet sich aktuell im nordöstlichen Bereich eine Immobilie mit dem Lebensmittelmarkt und der Bäckerei im Vorkassenbereich sowie im südöstlichen Bereich eine weitere kleinere Immobilie mit dem räumlich abgetrennten Getränkemarkt. Zwischen den beiden Immobilien sowie südöstlich davon befinden sich die Pkw-Stellplätze.

Perspektivisch ist geplant, die Immobilie des Getränkemarktes abzureißen und diesen im Südwesten direkt an den Lebensmittelmarkt neu anzubauen. Somit wird der Getränkemarkt zwar auch weiterhin einen eigenen Eingang und Kassenbereich haben, ist jedoch an den Lebensmittelmarkt über einen großzügigen, überdachten Eingangsbereich angegliedert.

Das **Standortumfeld** des E-Centers (Grundstück mit Lebensmittel- und Getränkemarkt) lässt sich wie folgt charakterisieren:

- /// Im Norden grenzt direkt das Tagungszentrum Heuboden (inkl. Hotel, Gastronomie, Dancing Club) an den Standort an, weiter nördlich erstreckt sich das Gewerbegebiet mit vorwiegend gewerblichen Nutzungen sowie vereinzelt Einzelhandelsbetrieben (Metzgerei, Obst- und Gemüseladen, Aldi, etc.) bis hin zur Bundesstraße 31.
- /// Direkt westlich grenzen Dienstleistungsangebote an den Standort an, westlich der Gottheimer Straße befinden sich Wohnsiedlungsbereiche.
- /// Südlich erstrecken sich die Wohnsiedlungsbereiche des Kernorts von Umkirch.
- /// Im Osten grenzt direkt ein Waldgebiet an das E-Center an.

Karte 2: Mikrostandort „Am Gansacker“



Legende

- | | |
|----------------------------------|---------------------|
| Projektstandort | überw. Einzelhandel |
| überw. Wohnen | Bushaltestelle |
| überw. Gewerbe | Ortsmitte |
| überw. öffentliche Einrichtungen | |

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2018

Foto 1: Immobilie E-Center und Getränkemarkt



Foto 2: Immobilie E-Center und Getränkemarkt



Foto 3: Pkw-Stellplätze zwischen E-Center und Getränkemarkt



Foto 4: Tagungszentrum, Hotel, Bushaltestelle und Gewerbe im Norden



Foto 5: Wohnsiedlungsbereiche und Bushaltestelle im Süden und Westen



Foto 6: Zufahrt zum Getränkemarkt bzw. E-Center über Snewelinstraße im Süden



GMA-Aufnahmen 2018

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes für den Individualverkehr kann als gut beschrieben werden. Aus Richtung der Wohnsiedlungsschwerpunkte des Kernortes im Süden des E-Centers ist das E-Center über die Hauptstraße sowie die Gottenheimer Straße, welche als Hauptschließungsachsen dienen, gut zu erreichen. Von der Bundesstraße 31 ist der Standort über die Verbindungsachse Am Gansacker durch das Gewerbegebiet ebenfalls gut zu erreichen. Aus Richtung Süden / Wohnsiedlungsbereiche ist der Standort fußläufig sowie per Fahrrad über die Straßen und die straßenbegleitenden Gehwege sehr gut zu erreichen. Für den ÖPNV ist der Standort mit der Bushaltestelle Gärtnerei südlich des E-Centers sowie dem Busbahnhof Umkirch Am Gans-

acker nördlich des E-Centers innerhalb von wenigen Minuten zu erreichen. Hier verkehren die Buslinien 32 der Freiburger Verkehrsbetriebs AG, welche eine innerörtliche Erschließung des E-Centers aber auch eine überörtliche Anbindung gewährleistet.

Die Ortsmitte (Kreuzung Hauptstraße / Waltershofer Straße, Esso Tankstelle) liegt in rd. 500 bis 600 m bzw. ca. 7 Minuten fußläufiger Entfernung. Unter Anbetracht einer fußläufigen Erreichbarkeit des Marktes innerhalb von ca. 10 Minuten Laufzeit, kann der Markt aus einem Großteil des Kernortes zu Fuß erreicht werden.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Standort des E-Centers trotz seiner Lage im Gewerbegebiet auch direkten Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen in zwei Himmelsrichtungen sowie eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus dem Großteil der Umkircher Wohnsiedlungsbereiche aufweist.

2. Integrationsgebot

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

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

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

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

Auch im **Regionalplan 3.0** werden diese Vorgaben per nachrichtlicher Übernahme im Plansatz 2.4.4.5 (N) aufgegriffen und folgendermaßen Begründet:

„Städtebaulich integrierte Standorte sind innerhalb des baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs gelegene Bereiche mit wesentlichen Wohnanteilen. Sie zeichnen sich durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit, insbesondere für Fußgänger, den Radverkehr sowie im ÖPNV aus.“¹³

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Es ist festzuhalten, dass das E-Center bereits seit Jahren an seinem Standort als großflächiger Lebensmittelanbieter mit Nahversorgungsfunktion agiert. Auch wenn der Standort nicht im Ortskern von Umkirch liegt, übernimmt der Markt auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die sich südlich erstreckenden Wohnsiedlungsbereiche von Umkirch. Die schnelle

¹³ Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 58.

Erreichbarkeit für Fußgänger und den Radverkehr ist aus Richtung des Ortskerns gegeben. Auch per ÖPNV ist der Standort an zwei Haltestellen angebunden.

Der Regionalplan 3.0 sieht für „bestandsorientierte Erweiterungen“ ausdrücklich eine Ausnahme dahingehend vor, dass Vorhaben auch außerhalb der definierten Vorranggebiete zulässig sein können (vgl. 2.4.4.6 (Z)¹⁴), sofern sie regionalplanerisch verträglich sind. Für Umkirch ist diese Regelung anzuwenden. Bei der Erweiterung der Verkaufsfläche ist das gesamte E-Center zu berücksichtigen (Lebensmittel und Getränke). Damit ergibt sich in der Summe eine Erweiterung der Verkaufsfläche von ca. 2.120 m² im Bestand¹⁵ auf dann ca. 2.336 m², also um insgesamt ca. 10 %.¹⁶ Es handelt sich demnach um eine bestandsorientierte Erweiterung zur Sicherung der Grundversorgung.

Die regionalplanerische Verträglichkeit der bestandsorientierten Erweiterung ergibt sich aus den Bewertungen des Konzentrations- und Kongruenzgebots sowie dem Beeinträchtigungsverbot (s. hierzu Kap. II. 3, IV.5, V.5).

¹⁴ Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 58 f.

¹⁵ davon 1.800 m² VK Lebensmittelmarkt und 300 m² VK Getränkemarkt.

¹⁶ Zzgl. 74 m² Gastronomiefläche im Eingangsbereich und Toilettenanlage.

IV. Kongruenzgebot

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

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

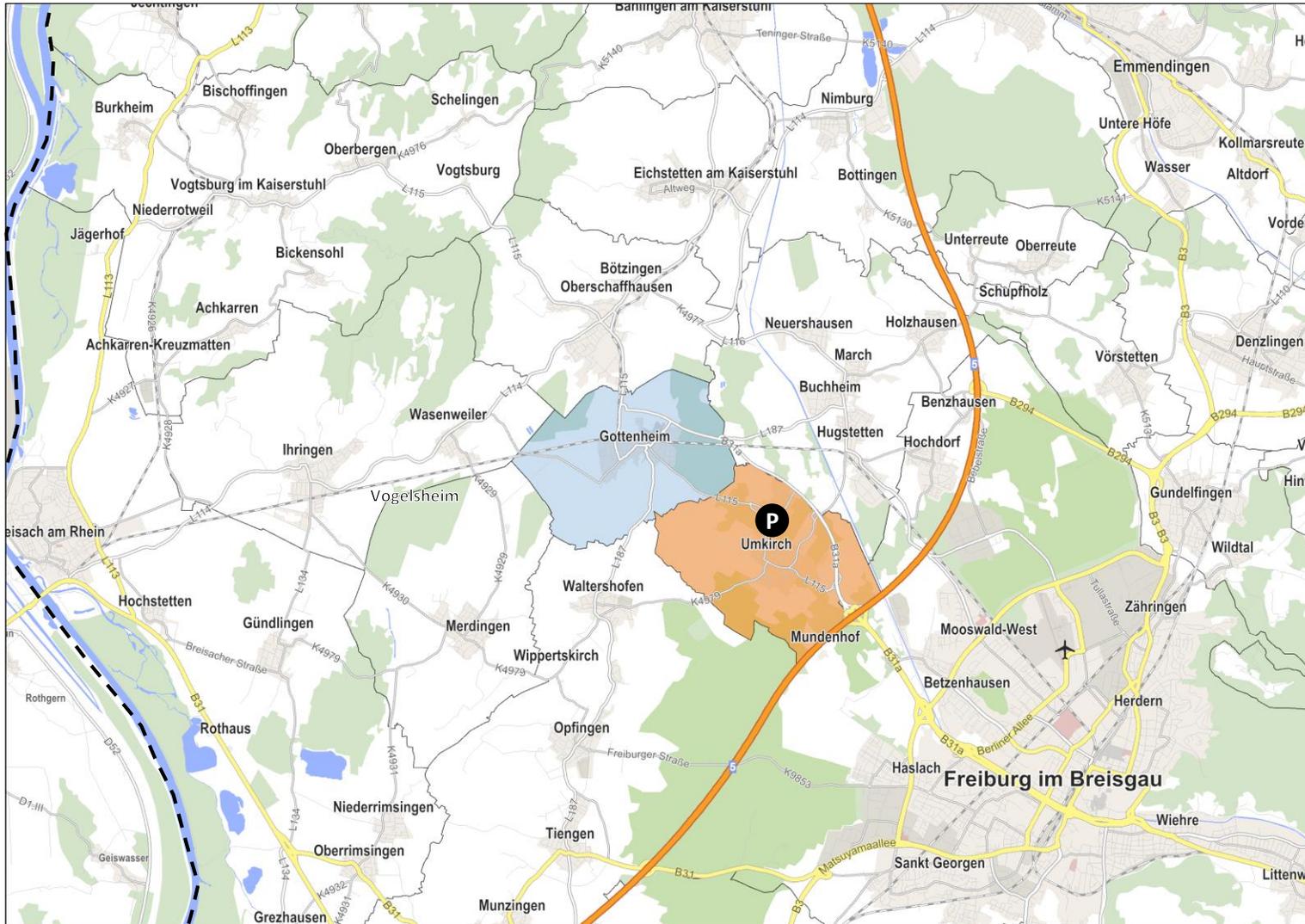
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Vorhaben Neubau des E-Center-Getränkemarktes kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials 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 Kundeneinkaufsorientierungen 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.

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

- /// die Nähe zu anderen Einzelhandelsbetrieben und Kopplungspotenziale (hier insbesondere die Kopplung bzw. Zusammengehörigkeit mit dem E-Center-Lebensmittelmarkt)
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Umkirch und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel V.)
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Karte 3: Einzugsgebiet des Neubaus E-Center-Getränkemarkt in Umkirch



Legende

- P** Projektstandort
- Orange** Kerneinzugsgebiet
- Light Blue** erweitertes Einzugsgebiet
- Dashed Line** Landesgrenze zu Frankreich

Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2018

Bezüglich der Abgrenzung des Einzugsgebietes für den E-Center-Getränkemarkt ist vorerst zu erwähnen, dass dieser nicht losgelöst vom Einzugsgebiet des gesamten E-Centers (Lebensmittel und Getränke) betrachtet werden kann. Allerdings ist durch den Neubau des Getränkemarktes inkl. Erweiterung von keiner grundsätzlichen Veränderung des Einzugsgebietes auszugehen.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren kann im vorliegenden Fall die Gemeinde Umkirch selbst als Kerneinzugsgebiet abgegrenzt werden. Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst die benachbarte Gemeinde Gottenheim. Gottenheim verfügt nur über ein discountorientiertes Lebensmittelangebot mit dem Anbieter Netto. Auch wenn von Gottenheim aus der nächstgelegene Vollsortimenter Rewe im nördlichen Kleinzentrum Bötzingen liegt, stellt die Gemeinde Umkirch mit dem E-Center (Lebensmittel- und Getränkemarkt) sowie weiteren Lebensmittelanbietern (Aldi, Penny) und einem Drogeriemarkt (Rossmann) für die Gottenheimer Bevölkerung ebenfalls einen attraktiven Einkaufsstandort dar. Die Gemeinde March im Norden sowie die Freiburger Stadtteile im Süden verfügen vorwiegend über eigene Nahversorgungsstrukturen im Vollsortimentsbereich und begrenzen somit das Einzugsgebiet.

Der südwestlich an Umkirch angrenzende Stadtteil Freiburg-Waltershofen weist aktuell keinen größeren Nahversorger auf. Dementsprechend ist sicherlich auch eine Einkaufsorientierung in Richtung der Angebote in Umkirch vorhanden. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass ein Anteil der Waltershofer Bevölkerung in Freiburg arbeitet und zum Teil auch dort Versorgungseinkäufe tätigt. Dem Stadtteil ist somit, auch vor dem Hintergrund der Nähe zu den Angeboten in Freiburg-Opfingen eine Einkaufsorientierung an mehrere attraktive Standorte zuzuschreiben. Zur örtlichen Versorgung des Stadtteils steht nun konkret die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit 800 m² Verkaufsfläche fest. Somit wird perspektivisch die Nahversorgung im Stadtteil gestärkt und die aktuell abfließende Kaufkraft in Waltershofen gebunden werden.

Nach Osten bzw. Südosten bildet zum einen die Autobahn eine Zäsur, zum anderen grenzt dort ebenfalls das Oberzentrum Freiburg mit diversen Versorgungsstrukturen an und verhindert somit ein weiteres Ausgreifen des Einzugsgebiets. Die Freiburger Stadtteile direkt an bzw. nahe der Autobahn weisen zum Teil eigene Versorgungsstrukturen (Opfingen, Tiengen, Munzingen, Rieselfeld, St. Geogen, Hochdorf, Landwasser) oder schnelle Erreichbarkeiten zu Freiburger Versorgungsstrukturen auf (Lehen, Mundenhof). Lehen verfügt zwar über keine eigenen Versorgungsstrukturen, weist aber eine schnelle Erreichbarkeit zum Rewe-Markt in Landwasser auf und grenzt im Südosten direkt an das Stadtteilzentrum Betzenhausen an, welches neben diversen nahversorgungsrelevanten auch zentrenrelevante Angebote sowie Dienstleistungsangebote und gastronomische Einrichtungen bereit hält. Auch im Lehener Neubaugebiet Zinklern ist ein neuer Supermarkt vorgesehen. Die Entwicklung des Baugebiets in Lehen umfasst neben dem Supermarkt Wohnraum für rd. 2.500 weitere Einwohner. Die Ansiedlung eines Supermarktes in diesem Bereich ist somit vor dem Hintergrund der Wohnbauentwicklung zu empfehlen, steht aber in keinem Widerspruch zum aktuellen Vorhaben in Umkirch.

Kundenanteile aus den Freiburger Stadtteilen werden dementsprechend vorwiegend aufgrund der guten Erreichbarkeit aus Waltershofen zu erwarten sein. Wie hier erwähnt wird der Standort des E-Centers inkl. dem Getränkemarkt in Umkirch auch weiterhin aufgrund der Erreichbarkeit aber auch aufgrund des Angebotes durch den Getränkemarkt (über welchen Waltershofen nicht verfügt) einen Anziehungseffekt auf den Freiburger Stadtteil Waltershofen i. S. einer Funktionsteilung (kein Getränkemarkt in Waltershofen) haben.

Demnach kann folgendes Einzugsgebiet ausgewiesen werden:

/// Kerneinzugsgebiet: Umkirch	rd. 5.815 Einwohner
/// erweitertes Einzugsgebiet: Gottenheim	rd. 2.920 Einwohner
/// Einzugsgebiet gesamt:	rd. 8.735 Einwohner

Darüber hinausgehende Kaufkraftzuflüsse an den Standort sind durch die Lage des E-Centers nahe der Bundesstraße und der Autobahn sowie durch das positive Pendlersaldo zu begründen. Diese werden im Rahmen von Streukundeneffekten (überwiegend aus Waltershofen) abgebildet.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.035.¹⁷

Bezogen auf Vorhaben, deren Sortimentsschwerpunkt im Getränkebereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland

ca. 480 €.¹⁸

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁹ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Umkirch bei 99,2 sowie für Gottenheim bei 104,0 und damit auf einem durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Getränke damit auf ca. **4,2 Mio. €** (davon entfallen 2,8 Mio. € auf Umkirch und 1,4 Mio. € auf Gottenheim).

¹⁷ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁸ vgl. auch Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017 des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, S. 13.

¹⁹ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept²⁰ verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²¹ 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 dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich demnach für den neu gebauten Getränkemarkt des E-Centers mit ca. 570 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Gemeinde	Kaufkraft Getränke in Mio. €	Marktanteil Getränke in %	Umsatz Getränke in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Umkirch	2,8	32 – 33	0,9	75
Gottenheim	1,4	12 – 13	0,2	17
Streuumsätze (vorwiegend aus FR-Waltershofen)			0,1	8
Insgesamt			1,2	100

Quelle: GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den neu gebauten Getränkemarktes des E-Centers eine Gesamtumsatzleistung von ca. 1,2 Mio. € ermitteln, d. h. der Getränkemarkt wird eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 2.100 € / m² VK erzielen. Dadurch werden die Verbundeffekte im Rahmen der Gesamtanlage berücksichtigt. Rd. 75 % des Umsatzes für den Getränkemarkt werden aus Umkirch selbst stammen, weitere rd. 17 % aus den dem benachbarten Gottenheim sowie ca. 8 % durch Streukunden (vorwiegend aus Freiburg-Waltershofen).

²⁰ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

²¹ 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.

4. Kongruenzgebot

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.“

Im **Regionalplan 3.0** werden die Forderungen des Landesentwicklungsplans 2002 Baden-Württemberg sowie des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg im Plansatz 2.4.4.4 (Z) aufgegriffen. Danach ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereich abzustimmen. In der weiterführenden Begründung des Kongruenzgebotes heißt es:

„[...] Nach LEP PS 3.3.7.1 soll die Verkaufsfläche so bemessen sein, dass das Einzugsgebiet des Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden (vgl. auch PS 2.4.4.3). Die an diesen Kriterien orientierte Verkaufsflächenbegrenzung soll sicherstellen, dass der jeweilige Zentrale Ort ausschließlich die ihm zugewiesene Aufgabe erfüllt und keine Aufgaben außerhalb des ihm zugewiesenen räumlich-funktionellen Aufgabenbereichs wahrnimmt, die die räumlich-funktionellen Aufgabenbereiche benachbarter Zentraler Orte vergleichbarer Zentralitätsstufe beschneidet.

Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt nach Punkt 3.2.1.4 des Einzelhandelserlasses 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 des Einzelhandelsgroßprojektes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll. [...]“²²

²² Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 57 f.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie Regionalplan 3.0 wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des neu gebauten Getränkemarktes des E-Centers begrenzt sich auf die Gemeinde Umkirch sowie die Nachbargemeinde Gottenheim. Der Streukundenanteil ist vorrangig auf Pendlerbewegungen und die Lage nahe der Autobahn und der Bundesstraße zurückzuführen.
- /// Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass ca. 75 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus der Gemeinde Umkirch selbst stammen werden. **Dementsprechend wird das Kongruenzgebot eingehalten.**

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wird nicht nur der Neubau des Getränkemarktes bzw. die Erweiterung der Verkaufsfläche des Getränkemarktes mit einem Mehrumsatz von rd. 0,5 Mio. € berücksichtigt, sondern auch mögliche Verbundwirkungen mit dem bestehenden Lebensmittelmarkt. Im Sinne der o. g. worst-case-Betrachtung wird für den Lebensmittelmarkt ein Lebensmittelmarkt ein Mehrumsatz von ca. 0,5 Mio. € berücksichtigt, obwohl sich an dessen Fläche nichts ändert.

1. Wettbewerbsanalyse in Umkirch und im Umland

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Umkirch und im Umland wurde von der GMA im Juli 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Getränke und Lebensmittel angeboten werden. Allerdings ist aufgrund des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche Betriebe (Getränkemärkte) aber aufgrund des meist großen Angebotes von Getränken in Supermärkten und Discountern auch diese als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind. Darüber hinaus wird der E-Center-Lebensmittelmarkt durch Verbundeffekte von dem Anbau des Getränkemarktes profitieren. Supermärkte und Discounter sind dementsprechend in die Betrachtung miteinzubeziehen.

1.1 Wettbewerbsstrukturen in Umkirch

Im Getränke- und Lebensmittelsektor sind in Umkirch derzeit ca. 12 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.050 m² angesiedelt.²³ Diese Anbieter generieren aktuell einen Bestandumsatz von ca. 17 – 18 Mio. €. Als wesentliche Hauptwettbewerber des E-Center-Getränkemarktes können hierbei folgende Anbieter genannt werden:

- /// **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, aktuell im Umbau, Am Gansacker, Lage im Gewerbegebiet direkt an der Bundesstraße 34, nach Wiedereröffnung moderner leistungsfähiger Wettbewerber.

²³ Verkaufsfläche inkl. E-Center und Getränkemarkt; inkl. Aldi-Bestand, der zum Zeitpunkt der Erhebungen wegen Umbau und Modernisierung geschlossen war.

- /// **Penny**, Lebensmitteldiscounter, ca. 800 m² VK, Lage am östlichen Siedlungsrand, im direkten Standortumfeld von Rossmann, auch Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete, ausreichendes Stellplatzangebot, leistungsfähiger Wettbewerber

Neben den o. g. strukturprägenden Wettbewerbern kann in der Kernstadt noch auf diverse Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie Obst- und Gemüsegeschäfte, einen Feinkostanbieter und einen Tankstellenshop hingewiesen werden. Davon befinden sich ein Obst- und Gemüseanbieter, ein Feinkostanbieter sowie eine Bäckerei und eine Metzgerei in der Ortsmitte an der Hauptstraße.

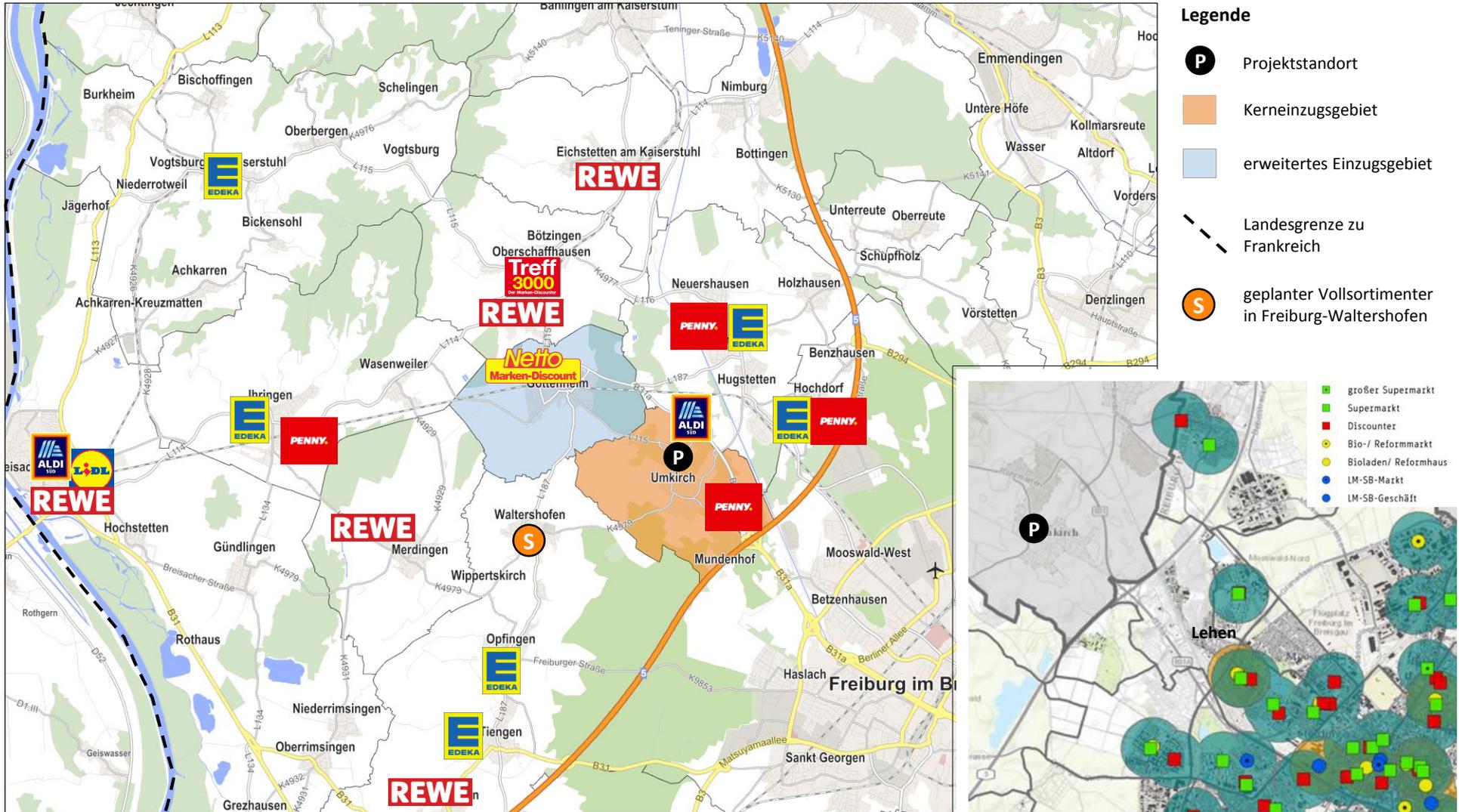
Ein zentraler Versorgungsbereich kann aufgrund der geringen Dichte an Einzelhandelsbetrieben sowie fehlender Magnetbetriebe im Zusammenhang mit weiteren ergänzenden Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, Kultur etc.) nicht ausgewiesen werden.

1.2 Projektrelevante Angebotsituation im Umfeld von Umkirch

Wesentliche Hauptwettbewerber des Vorhabens befinden sich in der Nachbargemeinde Gottenheim (erweitertes Einzugsgebiet) sowie in March und den Stadtteilen Waltershofen, Opfingen und Tiengen von Freiburg:

- /// **Gottenheim: Netto**, Lebensmitteldiscounter, ca. 800 m² VK, dezentrale Lage am nordwestlichen Siedlungsrand
- /// **March: Edeka Markt Barwig**, Supermarkt, ca. 1.200 m² VK, städtebaulich integrierte Lage
- /// **March: Penny**, Lebensmitteldiscounter, ca. 800 m² VK, Siedlungsrandlage
- /// **Freiburg-Waltershofen: zukünftiger Supermarkt** mit ca. 800 m² VK, Standortlage mit Anschluss an Wohnsiedlungsbereiche (noch nicht vorhanden, aber Ansiedlung geplant)
- /// **Freiburg-Opfingen: Edeka Brand**, Supermarkt, ca. 800 m² VK, Standortlage mit Anschluss an Wohnsiedlungsbereiche
- /// **Freiburg-Opfingen: Edeka Brand**, Getränkemarkt, ca. 350 m² VK, Standortlage mit Anschluss an Wohnsiedlungsbereiche
- /// **Freiburg-Hochdorf: Edeka-Markt Barwig**, Supermarkt, ca. 800 m² VK, städtebaulich integrierte Lage
- /// **Freiburg-Hochdorf: Penny**, Lebensmitteldiscounter, ca. 700 m² VK, Lage am Siedlungsrand
- /// **Freiburg-Tiengen: Edeka**, Supermarkt, ca. 800 m² VK.

Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)



Darüber hinaus verfügen die Gemeinden und Stadtteile über weitere Fachgeschäfte im Lebensmittelbereich (Tankstellenshops, Weinverkauf, Feinkostbetriebe) sowie diverse Anbieter des Lebensmittelhandwerks. In der Ortsmitte von March bestand bis vor kurzem noch der Lebensmitteldiscounter Treff 3000. Im Zuge der geplanten Schließungen aller Filialen dieses Anbieters, ist die Filiale in March bereits geschlossen. In March sind außerdem Getränkemarkte im Gewerbegebiet Am Bahnhof vorhanden.

Zentrale Versorgungsbereiche sind im Einzugsgebiet nicht zu identifizieren. In den weiteren Nachbargemeinden liegen entweder keine zentralen Versorgungsbereiche vor oder sie sind bezüglich der Auswirkungen des Vorhabens in Umkirch nicht relevant.

2. Fazit der Angebotsanalyse

Insgesamt ist in Umkirch eine sehr gute Ausstattung im Getränke- und Lebensmittelsegment vorhanden. Die Nachbargemeinden verfügen alle über eigene stabile Nahversorgungsstrukturen; meist im Vollsortimentsbereich. Gottenheim verfügt nur über einen Lebensmitteldiscounter.

Der nächste größere Getränkemarkt des Anbieters Edeka befindet sich in Freiburg-Opfingen, angegliedert an den Lebensmittelmarkt. Weinverkäufe in Umkirch sowie im Umfeld sind zwar vorhanden, bieten jedoch ein ausgewähltes und somit eingeschränktes Angebot an Getränken und weisen nur teils Überschneidungen mit dem Getränkemarkt des E-Centers in Umkirch auf.

3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells²⁴ 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 Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

²⁴ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol, 28, 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

3.2 Umsatzzumlenkungen

Für die Bewertung des neu gebauten und erweiterten E-Center-Getränkemarktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- / Der E-Center-Getränkemarkt wird auf einer zusätzlichen Verkaufsfläche von insgesamt 270 m² eine zusätzliche Umsatzleistung von max. 0,5 Mio. € erzielen²⁵.
- / Durch den Anbau des Getränkemarktes an den Lebensmittelmarkt ist mit gewissen Verbundwirkungen zu rechnen und im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung davon auszugehen, dass auch der Lebensmittelmarkt nach Anbau des Getränkemarktes einen Mehrumsatz von rd. 0,5 Mio. € erzielen wird.²⁶
- / Somit ergibt sich **ein umverteilungsrelevanter Umsatz in der Größenordnung von ca. 1,0 Mio. €.**
- / Die mit dem Neubau und der Modernisierung des Getränkemarktes einhergehenden zusätzlichen Umsätze in der Größenordnung von bis zu 1,0 Mio. € werden vorwiegend zu Lasten bestehender Betriebe in Umkirch gehen, d. h. der beiden anderen Lebensmittelmärkte in Umkirch (Penny, Aldi). Kunden, welche keinen eigenen Getränkemarkt in ihrer direkten Umgebung haben, kaufen Getränke standardmäßig im nächstgelegenen Lebensmittelmarkt ein.

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

Tabelle 4: Prognose der Umsatzzumverteilungen durch das Vorhaben

		Umsatzzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber in Umkirch	0,5	5
	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber in Gottenheim	< 0,1	1
	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber in March	0,1 – 0,2	1 – 2
	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber in Freiburg-Opfingen, -Hochdorf, -Tiengen	0,2	1
	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber in Freiburg-Waltershofen (perspektivisch)	max. 0,1	3 – 4
	▪ Umsatzzumlenkungen gegen Wettbewerber an sonstigen Standorten (u.a. Bötzingen, restliches Freiburg)	<< 0,1	n.n.
	▪ Umsatz insgesamt	1,0	

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

²⁵ Im Sinne einer worst-case-Prognose wird eine deutlich überdurchschnittliche Flächenproduktivität in Höhe von 2.100 € / m² VK angesetzt (vgl. z. B. Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017 des Bayerischen Staatsministeriums, wonach die Flächenproduktivität bei Getränkemarkten zwischen 1.400 und 1.800 € / m² liegt).

²⁶ Die Worst-case-Betrachtung erfolgt, obwohl die Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes tatsächlich sogar kleiner wird. Damit können die maximal möglichen Auswirkungen aufgezeigt werden.

3.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Wirkungen

Folgende Kaufkraftbewegungen werden durch den Anbau des Getränkemarktes inkl. Verkaufsflächenenerweiterung und die damit einhergehende Umsatzsteigerung des E-Center-Lebensmittelmarktes insgesamt ausgelöst:

- Aufgrund der hohen Nahversorgungsfunktion des E-Centers für die Standortkommune werden gegenüber den Anbietern in **Umkirch** selbst Umverteilungseffekte i. H. v. rd. 0,5 Mio. € bzw. Umverteilungsquoten von rd. 5 % wirksam werden. Die Anbieter Aldi und Penny verfügen zwar über keinen eigenen Getränkemarkt, erweisen sich aber als die einzigen weiteren Anbieter in Umkirch, welche auch in einem größeren Umfang Getränke anbieten. Ebenso sind sie aufgrund der Nähe zum E-Center auch als Hauptwettbewerber bzgl. des Umsatzes mit Lebensmitteln zu betrachten. Die Umverteilungsquoten von ca. 5 % sind zwar nicht komplett unbedenklich, lassen aber für die beiden Anbieter mit keinen Betriebsschließungen rechnen. Beide Anbieter liegen verkehrsgünstig. Der Aldi-Markt wird momentan modernisiert. Wirkungen gegenüber dem Aldi-Markt sind zudem aufgrund seiner Lage im Gewerbegebiet als rein wettbewerblich zu betrachten. Der Penny-Markt bildet zusammen mit dem Rossmann-Drogeriemarkt einen starken Versorgungsstandort mit guter verkehrlicher und fußläufiger Erreichbarkeit. Der Penny kann als durchaus stabiler Nahversorger bezeichnet werden. Die ausgewiesenen Wirkungen werden hier zu keiner Gefährdung der Nahversorgungsstruktur führen. Gegenüber den kleinteiligen Anbieterstrukturen in Umkirch werden die Wirkungen so gering ausfallen, dass diese dadurch nicht beeinträchtigt werden (Lebensmittelhandwerk usw.).
- Der Lebensmitteldiscounter in **Gottenheim** spricht bereits heute eine andere Kundenzielgruppe mit den discountorientierten Angeboten an als das E-Center. D. h. auch aktuell ist bereits davon auszugehen, dass das Vollsortimentsangebot in Umkirch von Kunden aus Gottenheim genutzt wird. Dennoch sind gewisse Auswirkungen ggü. dem Netto-Markt in Gottenheim nicht gänzlich auszuschließen. Diese liegen jedoch mit weniger als 0,1 Mio. € bei einer Umverteilungsquote von ca. 1 % und damit auf einem so geringen Niveau, dass eine Gefährdung des Discounters bzw. der Nahversorgungsstrukturen ausgeschlossen werden kann.
- Der nächstgelegene Markt desselben Anbieters Edeka liegt aktuell in der Nachbargemeinde **March**. Des Weiteren verfügt March noch über den Lebensmitteldiscounter Penny und Getränkemarkte. Umverteilungseffekte i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. € ggü. den Anbietern in March werden demnach vorwiegend zu Lasten des Edeka-Marktes bzw. der Getränkemarkte im Gewerbegebiet wirksam werden. Die niedrige Umverteilungsquote i. H. v. 1 – 2 % weist darauf hin, dass mit keinen negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen der Gemeinde zu rechnen ist.

- // Weitere 0,2 Mio. € verteilen sich auf die zu Umkirch benachbarten Stadtteile Hochdorf, Opfingen und Tiengen von Freiburg. Diese verfügen jeweils über einen Vollsortimenter des Anbieters Edeka. In Teilen weisen die Märkte Überschneidungen mit dem Einzugsgebiet des E-Centers in Umkirch auf. Insgesamt ergibt sich auf alle drei Standorte eine marginale Umverteilungsquote von max. 1 %, sodass die Wirkungen als wettbewerbsüblich einzustufen sind und eine Beeinträchtigung dieser Nahversorgungsstrukturen ausgeschlossen werden kann.
- // In Freiburg-Waltershofen ist die Ansiedlung eines Vollsortimenters (ca. 800 m² VK) vorgesehen. Da das Vorhaben konkret geplant ist, ist der Markt in die Betrachtung mit einzustellen. Der Vollsortimenter wird auf einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² eine reine Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil übernehmen. Da dort momentan noch keine Versorgungsstruktur vorhanden ist, wird er seinen Umsatz durch Kaufkraftrückholung aus den anderen Freiburger Stadtteilen, der Kernstadt Freiburg aber auch aus Umkirch generieren. Dennoch werden das E-Center und der dazugehörige Getränkemarkt in Umkirch weiterhin einen attraktiven Einkaufsstandort für Waltershofen darstellen. Gegenüber dem geplanten Lebensmittelmarkt und den kleinteiligen Angebotsstrukturen in Waltershofen entspricht dies einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 3 – 4 %. Diese verhältnismäßig geringe Umverteilungsquote weist darauf hin, dass das Vorhaben in Umkirch nicht zu einer Gefährdung des geplanten Lebensmittelmarktes oder der kleinteiligen Versorgungsstrukturen führen wird.
- // Im **Nonfoodbereich** werden sich die Umsätze des E-Center-Lebensmittelmarktes nicht verändern.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Wettbewerbswirkungen in erster Linie gegenüber Anbietern in Umkirch sowie in Teilen ggü. Anbietern in den Nachbargemeinden wirksam werden. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden gegenüber den Hauptwettbewerbern Aldi und Penny in Umkirch wirksam werden. Eine Beeinträchtigung bestehender Betriebe oder eine Gefährdung der (Nah-)Versorgungsstrukturen in Umkirch sowie in den benachbarten Gemeinden und Stadtteilen von Freiburg i. Brsg. ist auszuschließen.

4. Beeinträchtungsverbot

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 Landesplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des **Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg** aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtigungsverbotes ergeben sich aus dem **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg**:

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

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

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

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

Der **Regionalplan 3.0** fordert hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes gemäß Plansatz 2.4.4.3 (Z):

„Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten darf die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne der Standortgemeinde (Stadt- und Ortskern) und der umliegenden Zentralen Orte (Stadt- und Ortskerne) sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht wesentlich beeinträchtigen.“²⁷

²⁷ Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 57.

5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- **Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten.** Die ermittelten Umverteilungen liegen in Umkirch bei max. 5 % sowie in den Nachbargemeinden Gottheim, March und den Stadtteilen Hochdorf, Opfingen und Tiengen bei max. 1 – 2 % sowie in Freiburg-Waltershofen nach Ansiedlung des Vollsortimenters bei max. 3 – 4 % und damit unterhalb eines kritischen Niveaus. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen oder eines zentralen Versorgungsbereichs sind sowohl in Umkirch als auch für die benachbarten Gemeinden und Städte auszuschließen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot durch das Vorhaben eingehalten wird. Es werden sowohl gegenüber bestehenden Nahversorgungsstrukturen als auch gegenüber zentralen Versorgungsbereichen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens													
Grundlagen													
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neubau inkl. Verkaufsflächenerweiterung des E-Center-Getränkemarktes von 300 m² VK auf dann 570 m² VK. Anbau des Getränkemarktes an den aktuell räumlich abgetrennten Lebensmittelmarkt ▪ Die Gesamtverkaufsfläche des E-Centers steigt um 10 % von 2.120 m² auf 2.336 m² (zzgl. 74 m² Gastronomiefläche) ▪ Standort am südlichen Rand des Gewerbegebiets mit Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen 												
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 												
Standortrahmenbedingungen Umkirch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umkirch: keine zentralörtliche Funktion ▪ Einzelhandelsstrukturen: Aldi und E-Center im Gewerbegebiet; kleinteilige Einzelhandelsstrukturen in der Ortsmitte, Versorgungsschwerpunkt mit Penny und Rossmann am östlichen Siedlungsrand ▪ kein zentraler Versorgungsbereich vorhanden 												
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Kerneinzugsgebiet umfasst die Gemeinde Umkirch, im erweiterten Einzugsgebiet die Gemeinde Gottenheim ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 8.735 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Getränkebereich im Einzugsgebiet: ca. 4,2 Mio. € 												
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung E-Center-Getränkemarkt bei ca. 570 m² VK: 1,2 Mio. € (Zuwachs 0,5 Mio. €) 												
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber in Umkirch</td> <td style="text-align: right;">5 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber in Gottenheim</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber in March</td> <td style="text-align: right;">1 – 2 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber in Freiburg-Opfingen, -Hochdorf, -Tiengen</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber in Freiburg-Waltershofen</td> <td style="text-align: right;">3 – 4 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">gegen Wettbewerber an sonstigen Standorten (u.a. Bötzingen, restliches Freiburg)</td> <td style="text-align: right;">n.n.</td> </tr> </tbody> </table>	gegen Wettbewerber in Umkirch	5 %	gegen Wettbewerber in Gottenheim	1 %	gegen Wettbewerber in March	1 – 2 %	gegen Wettbewerber in Freiburg-Opfingen, -Hochdorf, -Tiengen	1 %	gegen Wettbewerber in Freiburg-Waltershofen	3 – 4 %	gegen Wettbewerber an sonstigen Standorten (u.a. Bötzingen, restliches Freiburg)	n.n.
gegen Wettbewerber in Umkirch	5 %												
gegen Wettbewerber in Gottenheim	1 %												
gegen Wettbewerber in March	1 – 2 %												
gegen Wettbewerber in Freiburg-Opfingen, -Hochdorf, -Tiengen	1 %												
gegen Wettbewerber in Freiburg-Waltershofen	3 – 4 %												
gegen Wettbewerber an sonstigen Standorten (u.a. Bötzingen, restliches Freiburg)	n.n.												

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	<p>Das E-Center in Umkirch besteht am Standort „Am Gansacker“ seit Jahren als etablierter Nahversorger. Die Aufteilung des Lebensmittel- und des Getränkemarktes auf zwei räumlich voneinander getrennte Gebäude entspricht keinem zeitgemäß aufgestellten Nahversorger. Zum einen kann durch den Anbau des Getränkemarktes an den Lebensmittelmarkt die Kundenfreundlichkeit des Marktes erhöht werden, zum anderen logistische und interne Abläufe verbessert werden. Um den perspektivischen Bestand des etablierten Nahversorgers und damit die Sicherung der Grundversorgung zu gewährleisten, sollte für das E-Center in Umkirch die Ausnahmeregelung des LEP-BW sowie des Regionalplans herangezogen werden. Das Konzentrationsgebot wird somit eingehalten.</p>
Integrationsgebot	<p>Es ist festzuhalten, dass das E-Center bereits seit Jahren an seinem Standort als großflächiger Lebensmittelanbieter mit Nahversorgungsfunktion agiert. Auch wenn der Standort nicht im Ortskern von Umkirch liegt, übernimmt der Markt auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die sich südlich erstreckenden Wohnsiedlungsbereiche des Kernortes. Auch per ÖPNV ist der Standort an zwei Haltestellen angebunden.</p> <p>Der Regionalplan 3.0 sieht für „bestandsorientierte Erweiterungen“ ausdrücklich eine Ausnahme dahingehend vor, dass Vorhaben auch außerhalb der definierten Vorranggebiete zulässig sein können (vgl. 2.4.4.6 (Z)), sofern sie regionalplanerisch verträglich sind. Für Umkirch ist diese Regelung anzuwenden. Bei der Erweiterung der Verkaufsfläche ist das gesamte E-Center zu berücksichtigen (Lebensmittel und Getränke). Damit ergibt sich in der Summe eine Erweiterung der Verkaufsfläche von 2.120 m² im Bestand²⁸ auf dann 2.336 m², also um insgesamt ca. 10 %. Es handelt sich demnach um eine bestandsorientierte Erweiterung zur Sicherung der Grundversorgung.</p>
Kongruenzgebot	<p>Das Einzugsgebiet des neu gebauten Getränkemarktes des E-Centers begrenzt sich auf die Gemeinde Umkirch sowie die Nachbargemeinde Gottenheim. Der Streukundenanteil ist vorrangig auf Pendlerbewegungen und die Lage nahe der Autobahn und der Bundesstraße zurückzuführen.</p> <p>Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass ca. 75 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus der Gemeinde Umkirch selbst stammen werden. Dementsprechend wird das Kongruenzgebot eingehalten.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten. Die ermittelten Umverteilungen liegen in Umkirch bei max. 5 % sowie in den Nachbargemeinden Gottenheim, March und den Stadtteilen Hochdorf, Opfingen und Tiengen bei max. 1 – 2 % sowie in Freiburg-Waltershofen nach Umsetzung des Vollsortimenters bei max. 3 – 4 % und damit unterhalb eines kritischen Niveaus. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen oder eines zentralen Versorgungsbereichs sind sowohl in Umkirch als auch für die benachbarten Gemeinden und Städte auszuschließen.</p>

GMA-Zusammenstellung 2018

²⁸ davon 1.800 m² VK Lebensmittelmarkt und 300 m² VK Getränkemarkt.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Umkirch – Lage und zentralörtliche Struktur	14
Karte 2: Mikrostandort „Am Gansacker“	17
Karte 3: Einzugsgebiet des Neubaus E-Center-Getränkemarkt in Umkirch	22
Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)	30
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Umkirch Vergleich	12
Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	25
Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	32
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2006 – 2017	8
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Immobilie E-Center und Getränkemarkt	18
Foto 2: Immobilie E-Center und Getränkemarkt	18
Foto 3: Pkw-Stellplätze zwischen E-Center und Getränkemarkt	18
Foto 4: Tagungszentrum, Hotel, Bushaltestelle und Gewerbe im Norden	18
Foto 5: Wohnsiedlungsbereiche und Bushaltestelle im Süden und Westen	18
Foto 6: Zufahrt zum Getränkemarkt bzw. E-Center über Snewelinstraße im Süden	18