



Auswirkungsanalyse  
zur Erweiterung eines  
EDEKA-Lebensmittelmarktes  
sowie zur Ansiedlung eines  
Drogeriemarktes in Hemmingen

---

**Auftraggeber:** EDEKA Handelsgesellschaft  
Südwest mbH, Balingen

**Projektleitung:** Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, am 30.07.2018

---

## 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](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>5</b>
1. Aufgabenstellung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Marktentwicklungen	7
3.1 Lebensmitteleinzelhandel	7
3.2 Drogeriemarkt	9
<b>II. Konzentrationsgebot</b>	<b>13</b>
1. Makrostandort Hemmingen	13
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	15
3. Versorgungssituation im Lebensmittel- und im Drogeriewarenbereich	16
3.1 Angebotssituation in Hemmingen	16
3.2 Angebotssituation in den angrenzenden Städten und Gemeinden	18
3.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum	19
4. Bewertung des Konzentrationsgebotes	22
<b>III. Integrationsgebot</b>	<b>23</b>
1. Mikrostandort „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“	23
2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben	25
3. Bewertung des Integrationsgebotes	25
<b>IV. Kongruenzgebot</b>	<b>27</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	27
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	29
3. Umsatzprognosen	30
3.1 Stufe 1: Umsatzprognose für den erweiterten EDEKA-Supermarkt	31
3.2 Stufe 2: Umsatzprognose für einen Nahversorgungsstandort mit rd. 3.000 m <sup>2</sup> VK (EDEKA-Supermarkt und Drogeriemarkt)	32
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	34
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	34
6. Fazit	35

<b>V. Beeinträchtigungsverbot</b>	<b>36</b>
1. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	36
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	36
2.1 Methodik	36
2.2 Umsatzumverteilungen	36
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>41</b>

## I. Grundlagen

### 1. Aufgabenstellung

Die Fa. EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH, Balingen, plant die Modernisierung und Umstrukturierung des Lebensmittelmarktes in Hemmingen. Der Standort liegt an der Freiherr-von-Varnbüler-Straße und bildet zusammen mit dem gegenüberliegenden Aldi-Markt die einzige Nahversorgungslage der Gemeinde. Entsprechend ist eine Sicherung und langfristige Weiterentwicklung des Standortes von zentraler Bedeutung. Der EDEKA-Markt belegt aktuell eine Verkaufsfläche (= VK) von rd. 1.300 m<sup>2</sup> und soll durch einen Abriss und Neubau auf ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK (zzgl. Bäckerei und Café) erweitert werden. Darüber hinaus wird in vorliegender Untersuchung die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes mit max. 800 m<sup>2</sup> VK am Standort geprüft.

Der Standort liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Teil I Münchinger Straße“, welcher ein Sondergebiet mit Zweckbestimmung Verbrauchermarkt sowie ein Gewerbegebiet ausweist. Für den geplanten Neubau wird eine Verschiebung des Baufensters erforderlich.

Mit der geplanten Verkaufsflächengröße von insgesamt 3.000 m<sup>2</sup> überschreitet das Vorhaben die Grenze der Großflächigkeit von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche bzw. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen ist wiederum die Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich. In diesem Zusammenhang ist eine Untersuchung der zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO durchzuführen. Daneben sind die Kriterien der Raumordnung und der Landesplanung zu berücksichtigen.

Im Einzelnen werden in der vorliegenden Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Hemmingen
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Hemmingen und im Umland (= Wettbewerbsanalyse) im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich
- /// Abgrenzung des projekterelevanten Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für die projektrelevanten Nutzungen
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Analyse der möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen.
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan der Region Stuttgart

- Konzentrationsgebot
- Integrationsgebot
- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Juli 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen und die relevante Angebotssituation vor Ort erfasst. 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:<sup>1</sup>

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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.“

<sup>1</sup> Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

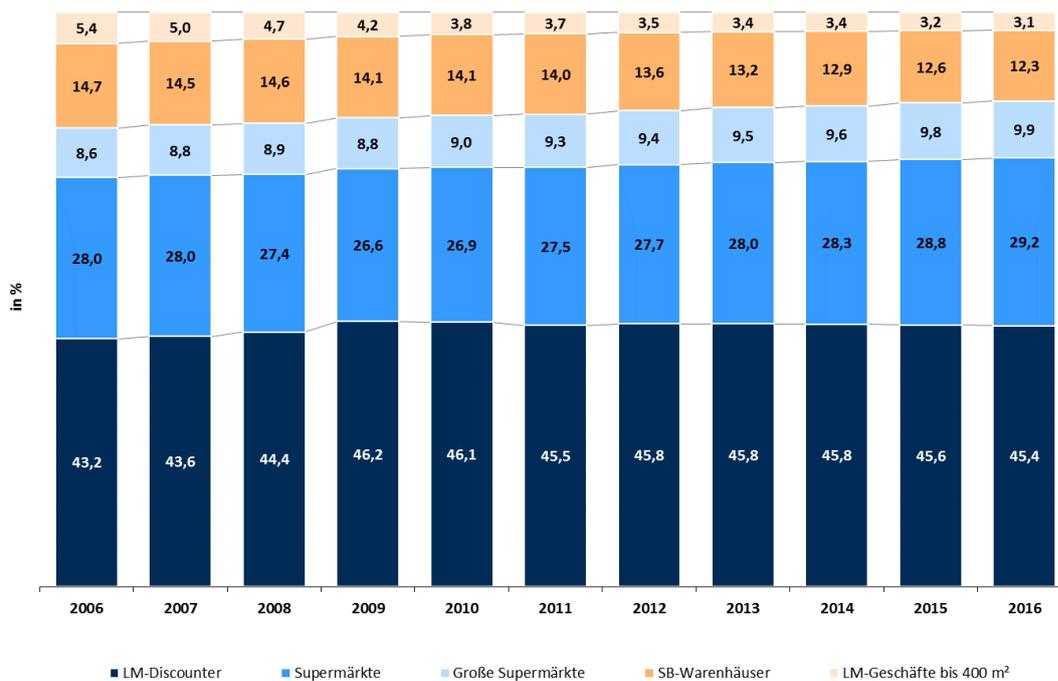
### 3. Marktentwicklungen

#### 3.1 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 zunimmt.

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

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel**



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2017

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei 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 folgende Definitionen beinhaltet:<sup>2</sup>

#### **Kleines Lebensmittelgeschäft**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment<sup>3</sup> anbietet.

#### **Lebensmitteldiscounter**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>4</sup> führt.

#### **Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

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

<sup>2</sup> Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2017, S. 365.

<sup>3</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>4</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

**Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten**

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 982 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.461 m <sup>2</sup> 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
<b>Insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

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

**Lebensmittelvollsortimenter** sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfoodbereichs ausdrückt (max. 15 %).

**Lebensmitteldiscounter** heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionsware“, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

### 3.2 Drogeriemarkt

Im Drogeriewarenbereich und insbesondere bei den Drogeriefachmärkten haben sich durch die Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker wie in keinem anderen Sortimentsbereich im deutschen Einzelhandel Entwicklungen ergeben, deren Wirkungen bis heute deutlich spürbar sind. So ist ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, welches dazu führt, dass teilweise auch in größeren Kommunen aktuell kein qualifiziertes und umfassendes Angebot im Drogeriefachmarktgebiet mehr vorhanden ist.

Bei dem Planobjekt handelt es sich um einen **Drogeriefachmarkt**. Zur Einordnung des Betriebstyps und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsraum vertretenen Betriebstypen wird hierfür im Nachfolgenden die Definition kurz vorgestellt:<sup>5</sup>

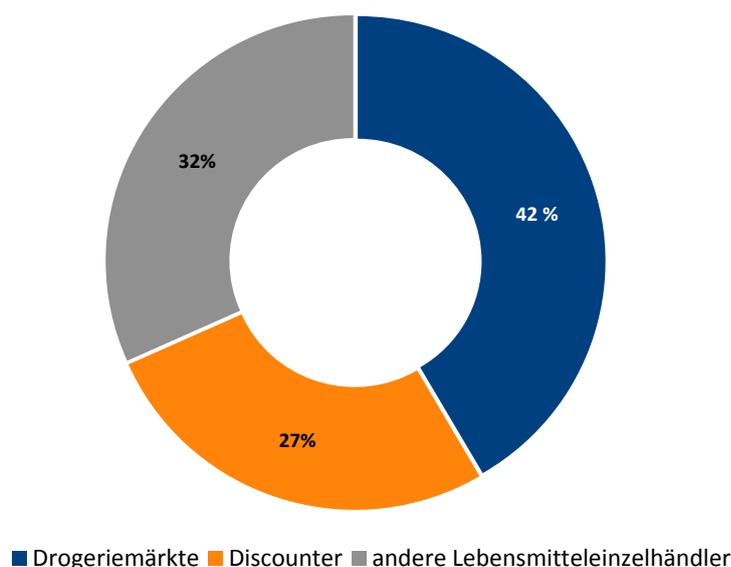
<sup>5</sup> Quelle: Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (2006): Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution.

„Ein **Drogeriefachmarkt** ist ein meist mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und stellenweise auch tiefes Sortiment im Körperpflege-, Reinigungsmittel- sowie Nahrungs- und Genussmittelbereich anbietet. Spezialisierungen erfolgen vorwiegend in den Bereichen Fotoartikel, Parfümeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel oder Reformwaren. Drogeriemärkte bieten in der Regel eine gut gegliederte, übersichtliche Warenpräsentation mit der Möglichkeit zur Vorwahl und Selbstbedienung. Bei Bedarf können sich Kunden fachlich beraten lassen. Als Nahversorger sind Drogeriemärkte überwiegend in integrierten, wohnortnahen Standortlagen angesiedelt.“

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über Fachdrogerien, Lebensmitteleinzelhandel, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Von den Drogeriemärkten konnte Schlecker bis 2012 den höchsten Marktanteil auf sich vereinen. Bedingt durch die Insolvenz von Schlecker haben sich die Marktanteile jedoch deutlich verschoben. Davon hat zum einen der direkte Wettbewerb im Drogeriewarensegment aber auch der Lebensmitteleinzelhandel profitiert. Die dargestellten Marktanteile stellen dabei Durchschnittswerte über den gesamten Markt für Drogeriewaren in Deutschland dar. Dabei gibt es deutliche regionale Unterschiede, die insbesondere von den jeweiligen Wettbewerbsstrukturen (Betreiber, Filialdichte etc.) sowohl im Drogerie- als auch im Lebensmitteleinzelhandel (z. B. SB-Warenhaus mit größerer Drogeriewarenabteilung) abhängig sind.

Betrachtet man die Distributionsstrukturen im Drogeriewarensegment, dann entfallen auf die Drogeriemärkte ca. 42 % des Umsatzes und ca. 58 % auf den Lebensmitteleinzelhandel<sup>6</sup>. Davon sind ca. 27 % den Lebensmitteldiscountern und ca. 32 % dem weiteren Lebensmitteleinzelhandel zuzuordnen.

**Abbildung 2: Marktanteile für Drogeriewaren in Deutschland**



Quelle: GMA-Darstellung 2018 nach STATISTA 2016.

<sup>6</sup> dm ca. 23,7 %, Rossmann ca. 13,5 % und Müller / Budnikowsky / Ihr Platz ca. 4,4 %

Zum Kernsortiment eines Drogeriefachmarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen darüber hinaus Lebensmittel (insbesondere Süßwaren und Babykost), Tiernahrung, Gesundheitssortiment und Fotowaren in unterschiedlichem Umfang. Ein Drogeriefachmarkt bietet somit nicht nur „Drogerieartikel im engeren Sinn“ an. In Abhängigkeit vom konkreten Betreiber wird das Kernsortiment weiter durch darüber hinausgehende Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Lederwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw. Im Mittel entspricht das Angebot der Drogeriefachmärkte in etwa der durchschnittlichen Artikelzahl eines Supermarktes (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland**

Daten	dm	Rossmann	Müller
Filialen	1.825	2.057	535
Ø-Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	500 – 800	400 – 1.000	800 – 3.000
Artikel	12.500	17.000	bis zu 125.000
Sortiment	Drogeriewaren, Baby-nahrung, Biolebensmittel, Getränke, Naturkosmetik, OTC, Babybekleidung	Drogeriewaren, Baby-nahrung, Lebensmittel, Tiernahrung, Geschenk-artikel, OTC, Haushaltswaren	Drogeriewaren, Baby-nahrung, Lebensmittel, Schreib- / Spielwaren, Haushaltswaren, Tonträger, Kurzwaren

Quelle: GMA-Zusammenstellung auf Grundlage unterschiedlicher Quellen 2018

Bedingt durch die Insolvenz von Schlecker ist in vielen Kommunen die noch verbleibende Grundversorgung weggebrochen. In der Hochphase konnte Schlecker auf über 10.000 Standorte zurückgreifen. Grundsätzlich haben sich nach der Schlecker-Insolvenz folgende Szenarien ergeben:<sup>7</sup>

- / Übernahme von rentablen Standorten durch Wettbewerber dm und Rossmann sowie Integration der Märkte in das jeweilige Filialnetz hat eher geringe Relevanz
- / Ersatz der „Altstandorte“ durch Entwicklung städtebaulich, versorgungsstrukturell sowie ökonomisch verträglicher Standorte
- / ersatzloser Wegfall des Filialnetzes (v. a. in kleineren Städten im ländlichen Raum)
- / Wiederbelegung durch regionale Anbieter (z. B. DroNova, Ihre Drogerie) oder bürgerschaftlich getragene „Dorfladenkonzepte“

<sup>7</sup> U. a. Ergebnis der GMA-Kommunalbefragung 2014: Totalbefragung aller Gemeinden und Städte in der Region Stuttgart zur Nachfolgethematik Schlecker (Mai – Juni 2014).

- // generelle Umsatzzuwächse sowie Expansion im Drogeriewaresegment der Lebensmittelmärkte (z. B. EDEKA, Rewe) und der verbleibenden Drogeriefachmarktanbieter; in der Folge deutliche Ausweitung der Artikelzahlen im Drogeriebereich bei Lebensmittelvollsortimentern, Lebensmitteldiscounter und SB-Warenhäusern
- // geringe Umsatzzuwächse bei Apotheken mit Drogeriewarenangebot.

Aufgrund der Verkaufsflächengrößenordnung zwischen rund 150 – 350 m<sup>2</sup> des Großteils der ehemaligen Schlecker-Flächen wurden alte Schlecker-Filialen häufig nicht durch die drei genannten Betreiber (Müller, Rossmann und dm) nachgenutzt. Da die aktuellen Betreiber über größere Flächenansprüche verfügen, suchen sie in vielen Kommunen neue Standorte mit der Möglichkeit zur Etablierung moderner und großzügiger Drogeriemärkte. Ein Trend zu kleineren Filialen ist nicht erkennbar, da die Fehler von Schlecker nicht wiederholt werden sollen.

## II. Konzentrationsgebot

### 1. Makrostandort Hemmingen

Die Gemeinde Hemmingen liegt innerhalb der stark verdichteten Region Stuttgart und ist dem Landkreis Ludwigsburg zugehörig. Gemäß Landes- und Regionalplanung ist Hemmingen dem Mittelbereich Ludwigsburg / Kornwestheim zugeordnet und verfügt selbst über keine zentral-örtliche Funktion. Damit kommt der Gemeinde vorrangig eine Versorgungsfunktion im Bereich der wohnortnahen Grundversorgung (= Nahversorgung) für die örtliche Bevölkerung zu.

Die Gemeinde Hemmingen zählt aktuell **ca. 7.779 Einwohner**.<sup>8</sup> Zwischen 2011 und 2017 hat sich die Einwohnerzahl um rd. 470 Personen bzw. rd. 6,4 % erhöht. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung in Hemmingen deutlich über der Entwicklung in den umliegenden Kommunen. Perspektivisch ist zumindest nach den Daten des Statistischen Landesamtes von sinkenden Einwohnerzahlen auszugehen, wenngleich in Hemmingen ein Baugebiet<sup>9</sup> ausgewiesen wurde, welches die Zahl der Einwohner auf über 8.000 steigen lassen soll. Insgesamt sind somit nachfrageseitig sehr stabile Verhältnisse zu erwarten.

**Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in der Region**

Gemeinde / Kreis	Daten	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2017	
		2011	2017	absolut	relativ in %
<b>Hemmingen</b>		<b>7.312</b>	<b>7.779</b>	<b>467</b>	<b>6,4</b>
Eberdingen		6.551	6.774	223	3,4
Schwieberdingen		11.174	11.403	229	2,0
Korntal-Münchingen		18.300	19.598	1.298	7,1
Ditzingen		24.006	24.944	938	3,9
<b>Landkreis Ludwigsburg</b>		<b>510.491</b>	<b>541.914</b>	<b>31.423</b>	<b>6,2</b>
<b>Baden-Württemberg</b>		<b>10.493.076</b>	<b>11.010.202</b>	<b>517.126</b>	<b>4,9</b>

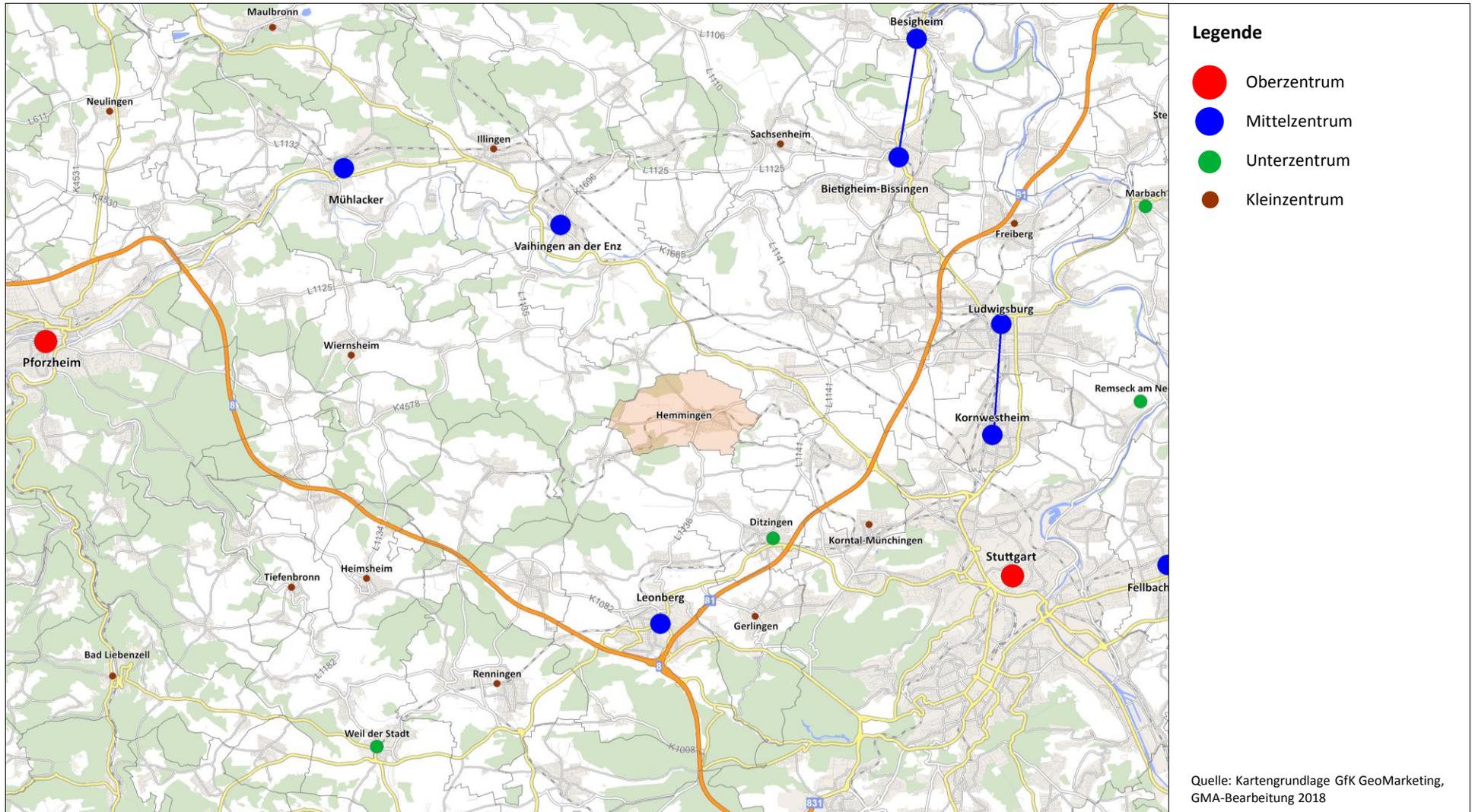
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Datenstand: 30.06.2011 bzw. 30.09.2017.

In **verkehrlicher Hinsicht** übernimmt in Hemmingen die Landesstraße L 1140 die Haupteinbindungsfunktion. Diese stellt im Bereich Schwieberdingen (rd. 3 km entfernt) eine Anbindung an die B 10 her. Darüber hinaus bestehen in die umliegenden Städte und Gemeinden jeweils Anbindung über Kreis- und Gemeindeverbindungsstraßen. Im **ÖPNV** ist Hemmingen über den Bahnhof Hemmingen an die Strohgäubahn (Bahnstrecke Korntal – Weissach) angebunden. Daneben bestehen Busverbindungen in Richtung Stuttgart-Feuerbach, Zuffenhausen, Ludwigsburg und Leonberg.

<sup>8</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2017.

<sup>9</sup> Im Baugebiet "Hälde" im Nordosten der Gemeinde Hemmingen entstehen derzeit ca. 115 Wohngebäude mit ca. 220 Wohneinheiten. Die Gemeinde rechnet mit ca. 500 bis 800 Neubürgern, die zukünftig im Baugebiet leben werden.

**Karte 1: Lage von Hemmingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum**



Im Jahr 2014 waren in der Gemeinde Hemmingen ca. 1.632 sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer am Arbeitsort registriert.<sup>10</sup> Die **Wirtschaftsstruktur** wird im Besonderen durch den Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe geprägt, welcher mit einem Anteil von rd. 42 % im Vergleich zum Landkreis Ludwigsburg (ca. 24 %) besonders hoch ausfällt. Auf das produzierende Gewerbe entfallen rd. 39 % der Beschäftigten, weitere 18 % sind dem Bereich sonstige Dienstleistungen zugeordnet. Zu den größeren Arbeitgebern vor Ort gehört die Fa. Porsche, welche in Hemmingen eine Entwicklungsstätte mit rd. 600 Beschäftigten betreibt. Der Standort soll in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden. Mit Blick auf die **Pendlerströme** bleibt festzuhalten, dass die Gemeinde Hemmingen durch einen negativen Pendler-saldo

(- 1.633 Beschäftigte) gekennzeichnet ist, was grundsätzlich die Rolle der Gemeinde als Wohnstandort in der Wirtschaftsregion Stuttgart unterstreicht.

Die **Einzelhandelsstruktur** in Hemmingen ist wie folgt zu charakterisieren:

- Im Einzelhandel ist in der **Ortsmitte** ausschließlich ein kleinteiliges Angebot vorhanden (u. a. Bäckereien, Metzgerei, türkischer Lebensmittelhändler, zwei Apotheken, Blumenhandel, Elektrohandel, Optiker/Akustiker). Das Angebot wird ergänzt durch die beiden Kreditinstitute Volksbank und Sparkasse, weitere Dienstleistungsbetriebe, darunter ein Ärztehaus, sowie öffentliche Einrichtungen (u. a. Gemeindeverwaltung, Gemeindebibliothek, Polizeiposten).
- Ein weiterer wichtiger Handelsschwerpunkt befindet sich im östlichen Siedlungsgebiet im Bereich **Freiherr-von-Varnbüler-Straße / August-Blessing-Straße**. Dort sind mit EDEKA und Aldi zwei Lebensmittelmärkte ansässig, welche sowohl für die benachbarten Wohngebiete als auch für die Gesamtgemeinde Hemmingen eine zentrale Versorgungsfunktion übernehmen.

## 2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

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

Maßgeblich hierfür ist Ziel 3.3.7 des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg:

<sup>10</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30. uni 2017.

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

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

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

Auch im Regionalplan Region Stuttgart<sup>11</sup> und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg<sup>12</sup> wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen.

Hemmingen kommt gemäß Landes- und Regionalplanung keine zentralörtliche Funktion zu und ist ebenfalls nicht mit dem Siedlungsbereich benachbarter Ober-, Mittel- und Unterzentren zusammengewachsen. Entsprechend ist im Folgenden nachzuweisen, dass das Vorhaben für eine Sicherung der Grundversorgung geboten ist und keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden erwarten lässt.

Daher sind in einem ersten Schritt die Nahversorgungsstrukturen von Hemmingen zu untersuchen, um eine Bewertung des Konzentrationsgebotes vornehmen zu können.

### **3. Versorgungssituation im Lebensmittel- und im Drogeriewarenbereich**

#### **3.1 Angebotssituation in Hemmingen**

Als strukturprägender Anbieter im Lebensmittelbereich ist neben EDEKA auf den im Standortumfeld an der August-Blessing-Straße gelegenen Aldi-Markt hinzuweisen. Der Lebensmitteldiscounter ist mit einer Verkaufsflächengröße von ca. 920 m<sup>2</sup> als eher kleines Discountformat einzustufen, wurde jedoch in der Vergangenheit modernisiert und an das aktuelle Filialkonzept von Aldi angepasst. Der Anbieter Aldi ist insgesamt als wettbewerbsfähig zu charakterisieren und sichert zusammen dem EDEKA-Markt die Nahversorgung in Hemmingen. Der EDEKA-Lebensmittelvollsortimenter ist hingegen durch deutliche funktionale Defizite gekennzeichnet. Sowohl die Immobilie selbst, als auch der Marktauftritt sind deutlich in die Jahre gekommen, so besteht zukünftig die Gefahr des Kundenverlustes aufgrund nicht zeitgemäßer Standards. Die Warenträger sind vergleichsweise eng gestellt, was den Kundenlauf erschwert und zu einer

<sup>11</sup> Quelle: Regionalplan Region Stuttgart, Kapitel 2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe.

<sup>12</sup> Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung

Unübersichtlichkeit bzw. einer erschwerten Orientierung der Kunden führt, auch der Einkauf für körperlich eingeschränkte Kunden wird erschwert. Die beengte Verkaufsfläche führt darüber hinaus zu Problemen bei der Warenbestückung (logistische Betriebsabläufe werden erschwert), für Kunden ist insbesondere im Getränkebereich nur eine schwere Zugänglichkeit zum Sortiment gegeben. Zur langfristigen Sicherung des Standortes ist eine Anpassung des EDEKA-Marktes an aktuelle Kunden- und Betreibererfordernisse zu empfehlen.

Neben den beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkten ergänzen kleinflächige Anbieter (Taksim-Supermarkt in der Ortsmitte, Aral-Tankstellenshop, Direktvermarkter) das Angebot vor Ort. Das Lebensmittelhandwerk wird durch drei Bäckereien sowie eine Metzgerei vertreten:

- /// **Bäckerei Montagnese**, Freiherr-von-Varnbüler-Straße, im EDEKA
- /// **Bäckerei Trölsch**, Münchinger Straße, Ortsmitte
- /// **Bäckerei Katz**, Hauptstraße, Ortsmitte
- /// **Metzgerei Bäuerle-Schäufelin**, Hauptstraße, Ortsmitte.

Insgesamt summiert sich der aktuelle Gesamtbestand bei Nahrungs- und Genussmittelanbietern in der Gemeinde Hemmingen auf rd. 2.700 m<sup>2</sup> VK (inkl. EDEKA-Markt in seiner jetzigen Größe, ohne Direktvermarkter). Der mit Nahrungs- und Genussmitteln in Hemmingen erzielte Umsatz<sup>13</sup> beläuft sich nach GMA-Einschätzung auf derzeit ca. 13 - 14 Mio. €<sup>14</sup>.

Ein Blick auf die **Verkausflächenausstattung** im Lebensmittelbereich zeigt, dass in Hemmingen mit aktuell 285 m<sup>2</sup> VK / 1.000 Einwohner ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 439 m<sup>2</sup> / 1.000 Einwohner) unterdurchschnittlicher Wert erzielt wird.<sup>15</sup> Damit ist grundsätzlich noch ein Entwicklungsspielraum zur Erweiterung des Angebotes vorhanden. Nach der Umsetzung des Vorhabens würde sich die Verkaufsflächenausstattung auf 401 m<sup>2</sup> / 1.000 Einwohner erhöhen und damit auf einem im Vergleich zur EHI-Kennziffer immer noch unterdurchschnittlichen Niveau liegen.

Im **Drogeriewarenbereich** ist in Hemmingen nach der Insolvenz des Anbieters Schlecker kein Fachanbieter vorhanden. Ein entsprechendes eingeschränktes Angebot wird in den örtlichen

<sup>13</sup> Bereinigte Umsatzleistung, d. h. ohne Nonfoodumsätze der Lebensmittelmärkte.

<sup>14</sup> Inkl. EDEKA-Markt.

<sup>15</sup> Zur Bewertung der Angebotssituation im Lebensmittelbereich wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen können die vorhandenen Angebotsstrukturen u. a. mit den bundesdeutschen Durchschnittswerten verglichen werden. Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenenerhebungen des EuroHandelsinstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst. Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich von rd. 439 m<sup>2</sup> VK / 1.000 Einwohner festhalten.

Lebensmittelmärkten vorgehalten. Ein Großteil der Kaufkraft fließt jedoch an Drogeriefachmarktstandorte im Umland (z. B. Ditzingen, Schwieberdingen, Vaihingen a. d. Enz) ab. Weiterhin sind in der Gemeinde Hemmingen zwei Apotheken ansässig.<sup>16</sup> Neben verschreibungspflichtigen Medikamenten führen Apotheken eine Auswahl freiverkäuflicher Arzneimittel sowie in geringem Umfang Drogerie- und Kosmetikprodukte. Dabei handelt es sich um ein spezifisches Sortiment, das i. d. R. nur in Apotheken angeboten wird. Mit einem Drogeriefachmarkt könnten die Versorgungsstrukturen im Drogeriefachmarktbereich wieder in Hemmingen selbst gesichert und so Kaufkraftabflüsse an umliegende Kommune reduziert werden. Ein Drogeriemarkt könnte das Angebot für eine qualifizierte Nahversorgung in Hemmingen sinnvoll ergänzen.

### 3.2 Angebotssituation in den angrenzenden Städten und Gemeinden

Nachfolgende Tabelle 4 und Karte 2 stellen die wesentlichen Wettbewerber im Untersuchungsraum zusammen. Hieraus geht hervor, dass alle an Hemmingen angrenzenden Städte und Gemeinden über ein Angebot an Lebensmittelmärkten verfügen. In der Stadt Ditzingen, in Schwieberdingen und Korntal kommt ein Angebot im Drogeriewarenbereich hinzu.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation in den angrenzenden Kommunen wie folgt dar:

- Im **Unterzentrum Ditzingen** sind als strukturprägende Anbieter ein Supermarkt (E-Center Matkovic) sowie die Discounter Lidl und Aldi anzuführen. Bei diesen Leitbetrieben der Grundversorgung handelt es sich um moderne, leistungsstarke Filialisten, die mit Ausnahme von Aldi räumlich der Innenstadt zuzuordnen sind. Ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich gelegen ist der Treff 3000-Markt. Der Lebensmitteldiscounter stand zum Zeitpunkt der Erhebung kurz vor der Schließung, hier soll ggf. eine Nachbelegung durch einen Netto-Markendiscount erfolgen. Ergänzend sind in der Stadt Ditzingen Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialanbieter vorhanden, die sich auf verschiedene Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet verteilen. Im **Drogeriewarenbereich** wird die Angebotssituation durch einen Rossmann-Drogeriemarkt in der Marktstraße sowie den Müller-Drogeriemarkt im neu errichteten Bahnhof-Center sichergestellt. Beide Standorte sind dem Innenstadtbereich zuzuordnen. In den **Ditzinger Stadtteilen Hirschlanden** und **Heimerdingen** leisten zudem zwei Lebensmitteldiscounter eine wichtige Grundversorgungsfunktion. Der Netto-Markt in Hirschlanden befindet sich in verkehrsgünstiger Lage am Ortsausgang Richtung Schöckingen und fungiert für die Bevölkerung beider Ditzinger Stadtteile als Nahversorger.
- In **Schwieberdingen** sind mit dem Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie einem Rewe-Supermarkt ebenfalls Angebote im Lebensmittelbereich vorhanden. In der Schwieberdinger Ortsmitte ist zudem ein Rossmann-Drogeriemarkt ansässig.

<sup>16</sup> Park-Apotheke in der Münchinger Straße, Schloss-Apotheke in der Hauptstraße.

- /// In der **Gemeinde Eberdingen** ist auf einen modernen Netto-Lebensmitteldiscounter im Ortsteil Hochdorf / Enz hinzuweisen, welcher ganz überwiegend auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtet ist. Der Lebensmitteldiscounter befindet sich in verkehrsgünstiger Lage am westlichen Ortsausgang in Richtung Eberdingen.
- /// Das **Kleinzentrum Korntal-Münchingen** schließt südöstlich an Hemmingen an. Dort sind in den Stadtteilen Münchingen, Kallenberg und Korntal verschiedene Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln anzuführen. Das E-Center Matkovic im Stadtteil Kallenberg stellt den größten Lebensmittelanbieter dar. Der Standort wurde bis 2016 durch Kaufland genutzt. Im Stadtteil Münchingen sichert nach der Schließung des CAP-Marktes<sup>17</sup> weiterhin ein Lidl-Lebensmitteldiscounter die Grundversorgung. Der Stadtteil Korntal ist mit einem EDEKA-Markt, Penny sowie einem Biosupermarkt (denn's) im Lebensmittelbereich ebenfalls gut aufgestellt. Die in Korntal ansässige Lidl-Filiale wurde 2014 geschlossen, hier ist eine Neueröffnung am Bahnhof Korntal für 2019 vorgesehen. Die Angebotssituation im **Drogeriewarenbereich** wird zudem durch einen Müller-Drogeriemarkt in Korntal sichergestellt.

### 3.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum

Die Darstellung der Versorgungssituation im Untersuchungsraum hat gezeigt, dass die Gemeinde Hemmingen derzeit eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich aufweist. Derzeit kann die Gemeinde ihrem regionalplanerischen Auftrag zur Sicherung der Grundversorgung nur teilweise nachkommen, diese ist daher zu stärken und auf die gegebenen Einwohnerpotenziale auszubauen. Der EDEKA-Lebensmittelvollsortimenter übernimmt zusammen mit dem benachbarten Aldi-Markt die wesentliche Versorgungsfunktion für die rd. 7.700 Einwohner der Gemeinde, entsprechend ist die Sicherung des Nahversorgungsstandortes von zentraler Bedeutung.

Zu berücksichtigen bleibt, dass der Nahversorgungsstandort in Hemmingen gegenwärtig nur eine geringe überörtliche Ausstrahlungskraft hat (vgl. Kapitel IV. 1). Gelegentlich ist mit Kundenzuflüssen aus den angrenzenden Ditzinger Stadtteilen Heimerdingen und Schöckingen bzw. aus der Gemeinde Eberdingen zu rechnen. Die Zufluss aus dem Umland fällt jedoch mit Blick auf das eigene Lebensmittelangebot vor Ort (Netto in den Ditzinger Stadtteilen Heimerdingen und Hirschlanden bzw. in Eberdingen-Hochdorf) eher gering aus.

<sup>17</sup> Der CAP-Markt am Ortsrand von Münchingen hat im April 2018 seinen Betrieb eingestellt.

Tabelle 4: Angebotssituation in den benachbarten Städten und Gemeinden

Nr.	Ort / Ortsteil	Name / Betriebstyp	VK-Größenklasse	Adresse	Lage	Entfernung zum Vorhaben**
1	Ditzingen	E-Center Matkovic Supermarkt	> 2.500 m <sup>2</sup>	Leonberger Straße	Zentr. Versorgungsbereich*	7 – 8 km
2	Ditzingen	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m <sup>2</sup>	Stuttgarter Straße	Zentr. Versorgungsbereich*	8 km
3	Ditzingen	Aldi-Discounter	800 – 1.499 m <sup>2</sup>	Zeiss-Straße	dezentrale Lage	9 km
4	Ditzingen	Treff 3000-Discounter <sup>1</sup>	400 – 799 m <sup>2</sup>	Marktstraße	Zentr. Versorgungsbereich*	7 – 8 km
5	Ditzingen	Müller Drogeriefachmarkt	800 – 1.499 m <sup>2</sup>	Stuttgarter Straße	Zentr. Versorgungsbereich*	8 km
6	Ditzingen	Rossmann Drogeriefachmarkt	400 – 799 m <sup>2</sup>	Marktstraße	Zentr. Versorgungsbereich*	7 – 8 km
7	Ditzingen-Hirschlanden	Netto-Discounter	400 – 799 m <sup>2</sup>	Heimerdinger Straße	Ortsrandlage	4 km
8	Ditzingen-Heimerdingen	Netto-Discounter	400 – 799 m <sup>2</sup>	Im Mittenbühl	Ortsrandlage	5 km
9	Eberdingen-Hochdorf	Netto-Discounter	400 – 799 m <sup>2</sup>	Eberdinger Straße	Ortsrandlage	4 km
10	Schwieberdingen	REWE-Supermarkt	800 – 1.499	Stuttgarter Straße	Zentr. Versorgungsbereich	4 km
11	Schwieberdingen	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m <sup>2</sup>	Im Seelach	Streulage	4 – 5 km
12	Schwieberdingen	Rossmann Drogeriefachmarkt	400 – 799 m <sup>2</sup>	Brunnenhof	Zentr. Versorgungsbereich	3 – 4 km
12	Korntal-Münchingen	Lidl-Discounter	400 – 799 m <sup>2</sup> VK	Stuttgarter Straße	Streulage	7 km
14	Korntal-Münchingen, Kallenberg	E-Center Matkovic Supermarkt	1.500 – 2.500 m <sup>2</sup> VK	Schwieberdinger Straße	dezentrale Lage	9 km
15	Korntal-Münchingen, Korntal	EDEKA Neumann-Supermarkt	800 – 1.499 m <sup>2</sup> VK	Feuerseeweg	Zentr. Versorgungsbereich	11 km
16	Korntal-Münchingen, Korntal	Penny-Discounter	400 – 799 m <sup>2</sup> VK	Zuffenhausener Straße	Streulage	12 km
17	Korntal-Münchingen, Korntal	denn's Bio-Supermarkt	400 – 799 m <sup>2</sup> VK	Johannes-Daur-Straße	Zentr. Versorgungsbereich	10 – 11 km

\* Ausweisung gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept.

\*\* kürzeste Entfernung mit dem Pkw, ermittelt durch googlemaps

<sup>1</sup> Zum Zeitpunkt der Erhebung Räumungsverkauf;

Die Discount-Kette Treff 3000, die von der Regionalgesellschaft EDEKA Südwest betrieben wird (derzeit ca. 160 Filialen in fünf Bundesländern) wird aufgegeben. Etwa die Hälfte der Märkte soll in das Netz von Netto-Markendiscout integriert werden, für die restlichen Treff 3000-Märkte möchte EDEKA ein eigenes Kleinflächenkonzept entwickeln; **Lebensmittelzeitung** (05. Juni 2018): EDEKA Südwest gibt Treff 3000 auf. URL:<https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/Discount-EDEKA-Suedwest-gibt-Treff-3000-auf-135792>; abgerufen am 03.07.2018.

Quelle: GMA-Erhebung 2018

## Karte 2: Angebotssituation im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich im Untersuchungsraum



#### 4. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Das Konzentrationsgebot kann wie folgt bewertet werden:

- /// Bei den geplanten Einzelhandelsnutzungen handelt es sich um **Vorhaben der Grundversorgung** (i. W. Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogeriartikel), wobei zu gewährleisten ist, dass darüber hinausgehende Nebensortimente auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden. In Hemmingen sind entsprechende großflächige Einzelhandelsvorhaben nur dann zulässig, wenn sie der örtlichen Grundversorgung dienen und keine negativen Auswirkungen insbesondere auf die Nahversorgung auch in benachbarten Kommunen zu erwarten sind.
- /// Bei dem Vorhaben von **EDEKA** handelt es sich um die Modernisierung eines langjährig am Standort bestehenden und bereits großflächigen Lebensmittelanbieters. Der EDEKA-Markt soll an aktuelle Kunden- und Betreibererfordernisse angepasst werden, um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Damit kann auch langfristig eine Versorgung im Lebensmittelvollsortimentsbereich in Hemmingen gewährleistet werden. Die Darstellung der Angebotssituation hat gezeigt, dass in Hemmingen derzeit eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich vorliegt. Das Vorhaben fügt sich in die Entwicklungspotenziale der Gemeinde Hemmingen ein. Ein Ausbau des Nahversorgungsstandortes zu Stärkung der örtlichen Lebensmittelversorgung ist daher geboten.
- /// Im Fall der geplanten Ansiedlung eines **Drogeriemarktes** besteht die Möglichkeit, auch ein umfassendes Drogeriewarenangebot in Hemmingen zu realisieren. Für eine Gemeinde mit rd. 7.800 Einwohnern (Tendenz steigend) kann ein Drogeriemarkt ein wichtiger Baustein in der Sicherung der Nahversorgung darstellen und damit der Attraktivität des Standortes als Wohnstandort beitragen. Die Realisierung eines Drogeriemarktes deckt sich daher grundsätzlich mit den Zielen zur Sicherung der Grundversorgung, sofern die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung eingehalten werden.

**Im vorliegenden Fall kann somit die Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Anwendung finden.**

### 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 „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“

Der zur Modernisierung vorgesehene EDEKA-Supermarkt befindet sich im östlichen Teil des Siedlungsgebietes zwischen Münchinger Straße, Freiherr-von-Varnbüler-Straße und Dieselstraße. Die Ortsmitte Hemmingen liegt in einer Distanz von rd. 300 m. Der Standort bildet zusammen mit dem gegenüberliegenden Aldi-Lebensmitteldiscounter die einzige Nahversorgungslage in Hemmingen. Dementsprechend ist das Vorhaben für die weitere Entwicklung der Gemeinde von zentraler Bedeutung. Der EDEKA-Markt liegt zusammen mit einer Aral-Tankstelle auf dem Vorhabengrundstück. Die Zufahrt zum Standort erfolgt über die Freiherr-von-Varnbüler-Straße, welche über einen Kreisverkehr in die Münchinger Straße mündet. Auf dem Grundstück ist eine ausreichende Anzahl an Stellplätzen vorhanden, die westlich bzw. östlich des EDEKA-Marktes angeordnet sind. Der Zugang zum Supermarkt erfolgt derzeit über beide Seiten. Diese Situation soll zukünftig geändert werden, mit dem neuen Gebäude am östlichen Rand des Grundstücks sowie den Kundenparkplätzen westlich vorgelagert.

In **verkehrlicher Hinsicht** wird der Standort über die Münchinger Straße erschlossen, welche in Richtung Ortsmitte in die Hauptstraße (L 1140) mündet und als zentrale Durchgangsstraße in Hemmingen fungiert. Damit ist der Nahversorgungsstandort für die örtliche Bevölkerung gut zu erreichen. Der Standort ist leicht erhöht gelegen, so dass sich eine recht gute Sichtbarkeit von den zuführenden Straßen ergibt. Eine Anbindung an den ÖPNV erfolgt über die Haltestelle „Münchinger Straße“ in einer kurzen Laufdistanz von ca. 150 m.

Das **Standortumfeld** ist in nördlicher und westlicher Richtung durch Wohnbebauung geprägt, in Richtung Osten bzw. nördlich der Münchinger Straße sind Gewerbe- und Handwerksbetriebe (Gewerbegebiet Saarstraße, Gewerbegebiet Schlosshaldenstraße) prägend. Westlich der Freiherr-von-Varnbüler-Straße schließen verdichtete Wohngebiete an den Nahversorgungsstandort an. Der „Wohnpark Schlossgut“ wurde in den 1970er Jahren errichtet und bildet mit mehrgeschossigen Wohnkomplexen, darunter zwei zwölfgeschossige Terrassenhäuser, den Wohn- und Bevölkerungsschwerpunkt der Gemeinde. Entsprechend kann dem Standort eine besondere Nahversorgungsfunktion auch i. S. einer fußläufigen Erreichbarkeit bescheinigt werden. Fußgängerüberwege über die Freiherr-von-Varnbüler-Straße ermöglichen den Bewohnern aus den angrenzenden Wohngebieten einen sicheren Zugang zum Standort.

**Foto 1: EDEKA-Markt, Eingang Ostseite**



**Foto 2: Zufahrt Freiherr-von-Varnbüler-Straße**



**Foto 3: ÖPNV-Haltepunkt Münchinger Straße**



**Foto 4: Kreisverkehr Münchinger Straße**



**Foto 5: Wohnpark Schlossgut**



**Foto 6: Fußgängerüberweg Freiherr-von-Varnbüler-Straße**



GMA-Aufnahmen 2018

Die wesentlichen Eigenschaften des Planstandortes lassen sich wie folgt zusammenzufassen:

- /// Grundsätzlich gute Grundstückseigenschaften (ebene Topografie, ausreichende Flächengröße, gute Sichtbarkeit)
- /// Eingeführter Nahversorgungsstandort, Einkaufsschwerpunkt der Gemeinde Hemmingen zusammen mit dem gegenüberliegenden Aldi-Lebensmitteldiscounter
- /// Städtebaulich integrierter Standort mit Wohngebietsbezug und fußläufiger Versorgungsfunktion
- /// Gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem gesamten Gemeindegebiet

- /// ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in fußläufiger Distanz
- /// Intensive Wettbewerbssituation durch zahlreiche leistungsstarke Lebensmittelmärkte in den umliegenden Kommunen (vgl. hierzu Kapitel II.).

## 2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 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 [...].“

## 3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- /// Der Standort befindet sich in direkter Zuordnung zu Wohngebieten. In westlicher Richtung schließen verdichtete Wohnlagen an den Standort an (Wohnpark Schlossgut mit mehrgeschossigem Wohnbebauung). Damit kann der EDEKA-Markt eine qualifizierte Nahversorgung für große Teile der Gemeinde Hemmingen übernehmen. Fußgänger und Radfahrer können den Standort aus den angrenzenden Wohngebieten sicher erreichen, eine Anbindung an den ÖPNV besteht ebenfalls in kurzer fußläufiger Distanz.
- /// Aus städtebaulicher Sicht bleibt festzuhalten, dass der Vorhabenstandort zwar außerhalb des Ortskerns der Gemeinde Hemmingen liegt, allerdings sind dort aufgrund der gewachsenen baulichen Strukturen keine Einzelhandelsvorhaben in der geplanten Dimensionierung realisierbar. Die Distanz zur Ortsmitte beträgt nur rd. 300 m, so dass ein fußläufiger Austausch möglich ist.

**Das Integrationsgebot wird erfüllt.**

**Karte 3: Mikrostandort „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“**



## 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. Darauf aufbauend erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebots ermöglicht.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den Standort 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 Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, 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 auszugehen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Attraktivität des Gesamtstandortes (EDEKA, Drogeriemarkt)
- /// Kopplungseffekte mit Aldi-Lebensmitteldiscounter im Standortumfeld
- /// Wettbewerbssituation in Hemmingen und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

**Karte 4: Einzugsgebiet des Standortes „Freiherr-von-Varnbüler-Straße**



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Vorhabenstandort in Hemmingen folgendes Einzugsgebiet bestimmen:

///	Zone I:	Hemmingen	ca. 7.779 Einwohner
///	Zone II:	Eberdingen, Hochdorf / Enz, Ditzingen-Heimerdingen, Ditzingen-Schöckingen	ca. 10.445 Einwohner
///	<b>Einzugsgebiet gesamt</b>		<b>ca. 18.224 Einwohner.</b>

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes lässt sich hierbei wie folgt begründen:

Das **Kerneinzugsgebiet (Zone 1) beschränkt sich auf die Gemeinde Hemmingen selbst**. Der bestehende Versorgungsstandort übernimmt zusammen mit dem benachbarten Aldi-Markt eine wichtige Funktion in der Grundversorgung der Gemeinde Hemmingen. Durch die Modernisierung des Supermarktes und Ergänzung des Standortes um einen Drogeriemarkt wird dieser in Hemmingen noch eine wichtigere Rolle spielen und daher zukünftig eine stärkere Kundenbindung in Hemmingen selbst erwarten lassen.

Die Bewohner der angrenzenden Kommunen verfügen über eigene Nahversorgungsangebote oder tendieren bereits zu anderen, besser ausgestatteten Einkaufsstandorten in der Region (z. B. Ditzingen, Vaihingen a. d. Enz). Gelegentlich ist dennoch mit Kundenzuflüssen aus Richtung Eberdingen bzw. den Ditzinger Stadtteilen Heimerdingen und Schöckingen zu rechnen, wenngleich die Kundenbindung aus dem **ergänzenden Einzugsgebiet (Zone 2)** bereits deutlich geringer ausfallen wird. Ursächlich hierfür ist neben der zunehmenden Distanz das Bestehen eigener Versorgungsangebote vor Ort (Netto Ditzingen-Heimerdingen, Ditzingen-Hirschlanden, Eberdingen-Hochdorf). Mit der geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes wird der Nahversorgungsstandort in Hemmingen deutlich an Attraktivität gewinnen. Dementsprechend ist davon auszugehen, dass sich die Kundenzuflüsse aus dem ergänzenden Einzugsgebiet etwas erhöhen werden.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen mehr zum Planstandort zu erwarten. Dennoch absehbare Umsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Berufspendler, Besucher der Gewerbegebiete, Zufallskunden) werden im Verlauf der Untersuchung als sog. „**Streumsätze**“ berücksichtigt.

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

**ca. € 5.570.<sup>18</sup>**

<sup>18</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

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

- / für Lebensmittel: **ca. € 2.035<sup>19</sup>**
- / für Drogeriewaren i. e. S.: **ca. € 435.<sup>20</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Hemmingen bei 104,0 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt. In Eberdingen (109,8) und Ditzingen (112,3) werden ebenfalls überdurchschnittliche Werte erreicht.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten auf:

**Tabelle 5: Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten**

Gemeinde / Stadt	Lebensmittel	Drogeriewaren
	in Mio. €	
Hemmingen	16,5	3,5
Eberdingen, Hochdorf / Enz	10,9	2,3
Ditzingen-Heimerdingen, Ditzingen-Schöckingen	12,7	2,7
<b>Insgesamt</b>	<b>40,1</b>	<b>8,6</b>

GMA-Berechnungen 2018

Zusätzlich wird bei Lebensmittelvollsortimentern und Drogeriemärkten ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten generiert. Diese liegen im Fall von EDEKA bei ca. 10 % bzw. bei gängigen Drogeriemärkten (z. B. dm, Rossmann) bei rd. 30 %.

### 3. Umsatzprognosen

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.<sup>21</sup> Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich 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 Einzugs-

<sup>19</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>20</sup> Nur Drogeriewaren i. e. S.: Drogeriemärkte haben regelmäßig Randsortimentsanteile von 25 – 30 % außerhalb des Drogeriewarenanteils (u. a. Haushaltswaren, Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel, Tiernahrung etc.). Diese sind nicht in den € 435 pro Kopf enthalten.

<sup>21</sup> 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.

gebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Das Marktanteilkonzept lässt hingegen keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Zur Beurteilung der Wirkungen des Planvorhabens werden zunächst nachfolgend die realistischen Umsatzleistungen bestimmt. Die Untersuchung geht dabei in zwei Schritten vor. In einem ersten Schritt wird das Vorhaben von EDEKA (künftig ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK, zzgl. Bäckerei und Café) isoliert betrachtet, da es sich um einen bereits langjährig am Standort ansässigen Anbieter handelt. Stufe 2 umfasst die Umsatzprognose für den erweiterten Nahversorgungsstandort (insgesamt rd. 3.000 m<sup>2</sup> VK; EDEKA zzgl. Ansiedlung eines Drogeriemarktes). Dabei werden die Agglomerationswirkungen (EDEKA und Drogeriemarkt) weiter berücksichtigt.

### 3.1 Stufe 1: Umsatzprognose für den erweiterten EDEKA-Supermarkt

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den erweiterten EDEKA-Markt mit einer Verkaufsfläche von 2.200 m<sup>2</sup> VK (zzgl. Bäckerei und Café) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln<sup>22</sup>:

**Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (EDEKA mit 2.200 m<sup>2</sup> VK)**

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €*	Umsatzherkunft in %
Zone I	16,5	35	5,8	0,6	6,4	75
Zone II	23,6	5	1,2	0,1	1,3	15
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>40,1</b>	<b>17</b>	<b>7,0</b>	<b>0,8</b>	<b>7,8</b>	<b>90</b>
Streuumsätze			0,7	0,1	0,8	10
<b>Insgesamt</b>			<b>7,7</b>	<b>0,9</b>	<b>8,6</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter EDEKA ca. 10 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

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

Unter Berücksichtigung der Nonfood-Umsätze (Umsatzanteil bei dem Supermarkt in der projizierten Größe bei ca. 10 %) ergibt sich für den erweiterten Lebensmittelmarkt am Standort Freiherr-von-Varnbüler-Straße eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 8,6 Mio. €**. Hiervon entfallen auf den Lebensmittelbereich ca. 7,7 Mio. € und ca. 0,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Mit einer **Flächenproduktivität von rd. 3.900 € / m<sup>2</sup> VK** wird angesichts der geplanten Verkaufsflächendimensionierung eine durchschnittliche Flächenleistung erzielt. Höhere Umsätze sind aus gutachterlicher Sicht nicht realistisch, da das Einzugsgebiet und die Marktdurchdringung des Vorhabens durch starke Wettbewerber im Umfeld (v. a. Ditzingen, Vaihingen a. d. Enz, Korntal-

<sup>22</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Münchingen) eingeschränkt wird. Auch ist als rechnerischer Effekt die recht großzügige Verkaufsfläche der vorliegenden Planung zu berücksichtigen.

Gemäß Marktanteilkonzept werden ca. 75 % des Umsatzes mit Kunden aus der Standortgemeinde Hemmingen erzielt. Dies unterstreicht die hohe Nahversorgungsbedeutung des EDEKA-Marktes für die örtliche Bevölkerung. Maximal 25 % der Umsätze werden mit auswärtigen Kunden (davon rd. 10 % in Form von Streuumsätzen) generiert.

### **3.2 Stufe 2: Umsatzprognose für einen Nahversorgungsstandort mit rd. 3.000 m<sup>2</sup> VK (EDEKA-Supermarkt und Drogeriemarkt)**

Die zusätzliche Ansiedlung eines **Drogeriemarktes** wird zu einer Steigerung der Attraktivität des Nahversorgungsstandortes führen, was sich letztlich auch in höheren Marktanteilen im erweiterten Einzugsgebiet widerspiegeln wird. Für einen Drogeriemarkt in Hemmingen wurde in Zone 1 (= Standortkommune) ein maximal möglicher Marktanteil von 45 % angesetzt, im erweiterten Einzugsgebiet sind mangels eigener Angebote ebenfalls noch vergleichsweise hohe Marktanteile von max. 20 % zu erwarten. Somit ergibt sich für einen Drogeriemarkt in Hemmingen eine **Gesamtumsatzerwartung von ca. 4,2 Mio. €** bzw. eine **Flächenleistung von ca. 5.250 € / m<sup>2</sup> VK** (vgl. Tabelle 7).

Auch der **EDEKA-Markt** wird durch einen attraktiven Drogeriemarkt am Standort von etwas höheren Kundenzuführeffekten aus dem überörtlichen Einzugsgebiet profitieren. Unter Berücksichtigung der Kopplungswirkungen lässt sich für den Lebensmittelvollsortimenter eine **Umsatzleistung von ca. 9,6 Mio. €** ermitteln. Aus der errechneten Umsatzerwartung errechnet sich im Verhältnis zur geplanten Verkaufsfläche eine etwas höhere **Flächenleistung von ca. 4.360 € / m<sup>2</sup> VK**. Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass die aus dem erweiterten Einzugsgebiet gebundenen Kaufkraftanteile etwas höher ausfallen werden.

Nachfolgende Tabelle fasst die Umsatzprognose für einen Nahversorgungsstandort mit insgesamt 3.000 m<sup>2</sup> zusammen:

Tabelle 7: Umsatzprognosen anhand des Marktanteilkonzepts – Nahversorgungsstandort mit 3.000 m<sup>2</sup> VK

Projekt	VK in m <sup>2</sup>	Zone I				Zone II				Umsatz Randsor- timente in Mio. €* 1,0	Streuumsätze in Mio. €** 1,1	Umsatz gesamt in Mio. € 9,6	Flächenpro- duktivität in € / m <sup>2</sup> VK 4.360
		Kauf- kraft in Mio. € 16,5	Markt- anteil in % 35	Umsatz in Mio. € 5,8	Umsatz- anteil in % 67	Kauf- kraft in Mio. € 23,6	Markt- anteil in % 7 - 8	Umsatz in Mio. € 1,8	Umsatz- anteil in % 21				
EDEKA-Markt	2.200	16,5	35	5,8	67	23,6	7 - 8	1,8	21	1,0	1,1	9,6	4.360
Drogeriemarkt	800	3,5	45	1,6	54	5,0	20	1,0	34	1,3	0,4	4,2	5.250
<b>Gesamt</b>	<b>3.000</b>	<b>20,0</b>	<b>37</b>	<b>7,4</b>	<b>63</b>	<b>28,6</b>	<b>10</b>	<b>2,8</b>	<b>24</b>	<b>2,2</b>	<b>1,4</b>	<b>13,8</b>	<b>4.600</b>

\* Für die Randsortimente wird hinsichtlich der Kundenherkunft von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen

\*\* Bei den Streuumsätzen entfällt je nach Betriebstyp zwischen 10 % und 30 % der Umsätze auf den Nichtlebensmittelbereich

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

#### 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.“

Der Gemeinde Hemmingen ist gemäß Landes- und Regionalplanung keine zentralörtliche Versorgungsfunktion zugewiesen, insofern darf sich die Versorgungsfunktion des Nahversorgungsstandortes im Wesentlichen nur auf die Gemeinde Hemmingen selbst beziehen.

#### 5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf den aus den Umsatzprognosen ableitbaren Umsatzherkünften sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten (vgl. hierzu Tabelle 8):

- /// **Stufe 1:** Die Umsatzprognose für den erweiterten EDEKA-Markt (isolierte Betrachtung) hat ergeben, dass ca. 75 % des am Standort generierten Umsatzes aus der Gemeinde Hemmingen selbst stammen werden. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % aus dem Verflechtungsbereich) wird damit nicht überschritten. **Das Kongruenzgebot wird eingehalten.**
  
- /// **Stufe 2:** Auf Basis der Prognose des Gesamtvorhabens (Erweiterung EDEKA-Markt, Ansiedlung Drogeriemarkt) lässt sich festhalten, dass lediglich 64 % der Umsätze aus der Gemeinde Hemmingen selbst erzielt werden. Der Umsatzanteil mit Kunden aus dem überörtlichen Einzugsgebiet beträgt ca. 24 %, etwa 12 % fließen in Form von Streuumsätzen an den Standort zu. Es bleibt festzuhalten, dass im Falle von EDEKA der Schwellenwert nur leicht unterschritten wird, für den geplanten Drogeriemarkt (ca. 54 % der Umsätze stammen aus der Gemeinde Hemmingen) werden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung jedoch deutlich verfehlt. **Das Kongruenzgebot wird demnach nicht eingehalten.**

Tabelle 8: Umsatzherkunft zur Bewertung des Kongruenzgebotes

Vorhaben	Verkaufsfläche	Umsatzanteil in %			Erfüllung des Kongruenzgebotes
		Zone I Hemmingen	Zone II Umland	Streukunden	
<b>Stufe 1</b>					
EDEKA-Markt	2.200	75	15	10	✓
<b>Stufe 2</b>					
EDEKA-Markt	2.200	67	21	12	x
Drogeriemarkt	800	54	34	12	x
<b>Gesamtvorhaben</b>	<b>3.000</b>	<b>64</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>x</b>

GMA-Berechnungen 2018

## 6. Fazit

Die vorliegende Untersuchung kommt zusammenfassend zu dem Ergebnis, dass die Vorgaben des Kongruenzgebotes im Falle der geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Vorhabenstandort nicht eingehalten werden können. Ein attraktiver Kombistandort aus Lebensmittelmarkt und Drogeriemarkt wird deutlich stärker in das Umland ausstrahlen, so dass die Kaufkraftzuflüsse von außerhalb ein kritisches Niveau erreichen würden.

Das Vorhaben von EDEKA allein ist hingegen mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben vereinbar. Festzuhalten bleibt, dass der EDEKA-Lebensmittelvollsortimenter in der geplanten Dimensionierung von ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK (zzgl. Bäckerei und Café) eine großzügige Drogeriewarenabteilung integrieren kann und so wesentlich zur Schließung der Versorgungslücke im Drogeriewarenbereich in der Gemeinde Hemmingen beitragen kann. **Unter der Prämisse einer großzügigen Drogeriewarenabteilung ist daher „nur“ eine Modernisierung des Edeka-Marktes zu empfehlen.**

## V. Beeinträchtungsverbot

### 1. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtungsverbot geht aus Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg hervor und besagt, dass das Vorhaben

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

nicht beeinträchtigen darf.

### 2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

#### 2.1 Methodik

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

Im Wesentlichen fließen dabei neben kleinräumigen Nachfragedaten 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 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des Vorhabens (Erweiterung des Edeka-Marktes auf ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK) werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Das erweiterte EDEKA-Markt wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 2.200 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäckerei und Café) eine Umsatzleistung von ca. 8,6 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 7,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich, ca. 0,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter EDEKA bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von aktuell rd. 1.300 m<sup>2</sup> ansässig ist. Derzeit erwirtschaftet der Lebensmittelmarkt nach gutachterlicher Einschätzung eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,7 Mio. €. Davon entfallen ca. 5,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da

sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Diese Umsätze werden somit nicht gegenüber dem bestehenden Einzelhandel umverteilungswirksam werden.

- Im Folgenden wird das Gesamtvorhaben unter Berücksichtigung des derzeit vorhandenen Marktes geprüft. Die gewählte Vorgehensweise wird auch in der Rechtsprechung dokumentiert, welche primär die Erweiterungsflächen als Gegenstand der Prüfung zu möglichen Umsatzzumlenkungen bzw. schädlichen Auswirkungen ausmacht. Dies wird dadurch begründet, dass der Betrieb als solcher bereits am Markt etabliert und ein Bestandteil des bereits vorhandenen Einzelhandelsangebotes ist. Jedoch ist gemäß aktueller Rechtsprechung zu prüfen, ob der Standort durch die Erweiterung des Angebotes eine neue Qualität erreicht, durch die der Standort 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.“<sup>23</sup>
- Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Gesamtvorhaben bewertet. So wurde etwa im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben betrachtet. Jedoch ist nach aktueller Rechtsprechung für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen. Dieser ist bereits seit Jahren am Standort ansässig. Dementsprechend gilt für die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzzumlenkungen, dass sich jeweils nur der durch das Vorhaben generierte Zusatzumsatz nach der Neuaufstellung des Marktes i. S. wettbewerblichen Wirkungen bzw. ggf. städtebaulichen Auswirkungen bemerkbar machen wird.
- Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass der erweiterte Markt nicht dieselben Flächenleistungen erzielen wird wie der Bestandsmarkt. So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von deutlich sinkenden Flächenleistungen auszugehen ist. Dies ist u. a. darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Bei den Berechnungen handelt es sich um Maximalwerte i. S. einer worst case-Prognose. Eine weitere Steigerung der Umsatzleistung ist angesichts der vergleichsweise hohen Marktanteile nicht realistisch.

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

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

**Tabelle 9: Prognose der Umsatzumverteilungen (EDEKA-Markt mit ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK)**

		Umsatz in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden EDEKA-Marktes im Lebensmittelbereich	5,1
	▪ Umsatzumlenkung ggü. Anbietern in Hemmingen	0,7
	▪ Umsatzumlenkung ggü. Anbietern in Eberdingen	0,1
	▪ Umsatzumlenkung ggü. Anbietern in Ditzingen-Heimerdingen	0,1
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Ditzingen, Korntal-Münchingen, Schwieberdingen, Vaihingen etc.)	1,7
	▪ <b>Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich</b>	<b>7,7</b>
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden EDEKA-Marktes im Nichtlebensmittelbereich	0,6
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,3
	▪ <b>Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich</b>	<b>0,9</b>
▪ <b>Umsatz EDEKA insgesamt</b>		<b>8,6</b>

GMA-Berechnungen 2018

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen sind folgende **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen** durch das Vorhaben von EDEKA zu erwarten:

- / In der **Gemeinde Hemmingen** selbst sind infolge des Neubaus von EDEKA die höchsten Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten. Gegenüber den Einzelhandelsbetrieben im Lebensmittelbereich wäre mit einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von max. 7 – 8 % zu rechnen. Die Umverteilungen werden jedoch im Wesentlichen den benachbarten Aldi-Lebensmitteldiscounter betreffen. Bei einer Einordnung dieser Effekte ist zu konstatieren, dass der Aldi-Markt leistungsfähig aufgestellt ist und sehr gut von Kunden frequentiert wird. Der Lebensmitteldiscounter wurde modernisiert und an das neue Filialkonzept der Fa. Aldi angepasst. Die durch das Vorhaben ausgelösten Umverteilungseffekte sind insgesamt noch als wettbewerbliche Effekte einzustufen, die nicht zu einem Marktaustritt des Anbieters bzw. zu einer Gefährdung des Nahversorgungsstandortes führen werden.
- / Darüber hinaus werden in untergeordneter Form die sonstigen kleinflächigen Anbieter in Hemmingen vom Vorhaben tangiert. Zum einen sind hier die Betriebe des Lebensmittelhandwerks anzuführen, die nur bedingt mit dem Vorhaben konkurrieren, zum anderen handelt es sich um verschiedene Spezialanbietern u. a. Direktvermark-

ter sowie ein kleiner türkischer Lebensmittelmarkt, die ein stark spezialisiertes Sortiment abdecken und so nur geringe Überschneidungen mit dem Angebot des EDEKA-Marktes aufweisen. Gegenüber den sonstigen Lebensmittelanbietern in Hemmingen belaufen sich die Umverteilungsquoten auf max. 6 – 7 %. Insofern lässt sich zusammenfassend festhalten, dass gegenüber den Lebensmittelanbietern in Hemmingen keine städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung ausgelöst werden. Vielmehr werden die Nahversorgungsstrukturen in Hemmingen zukunftsfähig aufgestellt.

- Im **überörtlichen Einzugsgebiet** werden sich gegenüber den Lebensmittelanbietern in der Gemeinde Eberdingen bzw. Ditzingen-Heimerdingen voraussichtlich Umverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 4 % ergeben. Diese werden sich in erster Linie gegenüber den beiden Netto-Lebensmitteldiscountern bemerkbar machen, da davon auszugehen ist, dass dieser punktuell Kunden an den Standort in Hemmingen verlieren würde. Auch hier sind die Effekte als wettbewerbliche Effekte zu bewerten, welche zu keinerlei Rückwirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung führen würden.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** würden sich durch die Neuaufstellung des EDEKA-Marktes die Kundenzuführeffekte an die umliegenden Einkaufsstandorte deutlich reduzieren. Am stärksten wäre hier der Standort Ditzingen betroffen, wo u. a. mit einem modernen E-Center attraktive Lebensmittelangebote vorliegen. In **Ditzingen** werden Umverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 4 % ausgelöst. Angesichts der Leistungsfähigkeit der Lebensmittelanbieter in Ditzingen sind diese Effekte als wettbewerbliche Effekte einzustufen. Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung sind in Ditzingen durch das Vorhaben nicht zu erwarten.
- Gegenüber den sonstigen Standorten im Untersuchungsraum (Korntal-Münchingen, Schwieberdingen, Vaihingen a. d. Enz) sind allenfalls geringe Rückwirkungen (< 2 %) zu erwarten. Die Umverteilungen werden sich auf eine Vielzahl unterschiedlichster Standorte und Wettbewerber verteilen. Insofern werden hier keine versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte i. H. von max. 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl

von Betrieben unterschiedlicher Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind nicht zu erwarten.

- /// Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der modernisierte EDEKA-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 sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach der Umsetzung des Vorhabens von stabilen Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich auszugehen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass durch das Vorhaben sowohl gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel als auch gegenüber sonstigen Anbietern keine versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes ausgelöst werden. **Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.**

## VI. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

#### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Vorhaben sieht die Modernisierung und Erweiterung des bestehenden EDEKA-Lebensmittelvollsortimenters an der Freiherr-von-Varnbüler-Straße vor; geplant ist ein Abriss des bestehenden Marktes und Neubau am selben Standort.</li> <li>▪ Es handelt sich hierbei um einen eingeführten Nahversorgungsstandort in Hemmingen, welcher zusammen mit dem im Standortumfeld gelegenen Aldi-Lebensmitteldiscounter eine wesentliche Versorgungsfunktion in der Gemeinde Hemmingen übernimmt.</li> <li>▪ Darüber hinaus wurde in vorliegender Auswirkungsanalyse die zusätzliche Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Vorhabenstandort geprüft. Die Untersuchung kam zu dem Ergebnis, dass die Vorgaben der Landesplanung (Kongruenzgebot) am Standort nicht erfüllt werden würden, insofern ist aus gutachterlicher Sicht die Ansiedlung eines Drogeriemarktes nicht zu empfehlen. Unter der Prämisse einer größeren Drogeriewarenabteilung kann auch der EDEKA-Markt zur Schließung der Versorgungslücke beitragen.</li> </ul>																
<b>Rechtsrahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>																
<b>Standortrahmenbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Makrostandort: Gemeinde Hemmingen, ca. 7.779 Einwohner, keine zentralörtliche Funktion, kein überörtlicher Verflechtungsbereich</li> <li>▪ Einzelhandelsstrukturen: Ortsmitte Hemmingen mit ausschließlich kleinteiligem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz; Nahversorgungsstandort im östlichen Siedlungsbereich (EDEKA an der Freiherr-von-Varnbüler-Straße bzw. Aldi an der August-Blessing-Straße).</li> </ul>																
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich im Kern auf die Gemeinde Hemmingen selbst, darüber hinaus ist in deutlich untergeordneter Form mit Kundenzuflüssen aus der westlich gelegenen Gemeinde Eberdingen bzw. aus den angrenzenden Ditzinger Stadtteilen Heimerdingen und Schöckingen zu rechnen. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes wird durch die Wettbewerbsstrukturen im Umland unterbunden.</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 18.224 Personen</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 40,1 Mio. €</li> </ul>																
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesamtumsatzleistung des EDEKA-Marktes bei ca. 2.200 m<sup>2</sup> VK: ca. 8,6 Mio. €, davon ca. 7,7 Mio. € Food bzw. 0,9 Mio. € Nonfood</li> </ul>																
<b>Umsatzumverteilungseffekte in %</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th style="text-align: right;">in %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hemmingen</td> <td style="text-align: right;">7 – 8 %</td> </tr> <tr> <td>Eberdingen</td> <td style="text-align: right;">3 – 4 %</td> </tr> <tr> <td>Ditzingen Heimerdingen</td> <td style="text-align: right;">3 – 4 %</td> </tr> <tr> <td>Ditzingen</td> <td style="text-align: right;">4 %</td> </tr> <tr> <td>Korntal-Münchingen</td> <td style="text-align: right;">&lt; 2 %</td> </tr> <tr> <td>Schieberdingen</td> <td style="text-align: right;">&lt; 2 %</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Standorte</td> <td style="text-align: right;">&lt; 1 %</td> </tr> </tbody> </table>		in %	Hemmingen	7 – 8 %	Eberdingen	3 – 4 %	Ditzingen Heimerdingen	3 – 4 %	Ditzingen	4 %	Korntal-Münchingen	< 2 %	Schieberdingen	< 2 %	Sonstige Standorte	< 1 %
	in %																
Hemmingen	7 – 8 %																
Eberdingen	3 – 4 %																
Ditzingen Heimerdingen	3 – 4 %																
Ditzingen	4 %																
Korntal-Münchingen	< 2 %																
Schieberdingen	< 2 %																
Sonstige Standorte	< 1 %																

### Raumordnerische Bewertungskriterien

<b>Konzentrationsgebot</b>	<p>Hemmingen ist gemäß Regionalplan der Region Stuttgart keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Dennoch hat die Gemeinde die Aufgabe ihre Bevölkerung mit Gütern des Grundbedarfs zu versorgen (= Nahversorgungsfunktion). Bei der geplanten Einzelhandelsnutzung handelt es sich prinzipiell um ein Vorhaben der Grundversorgung (i. W. Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogeriewaren). Geplant ist die Modernisierung eines langjährig am Standort ansässigen und bereits heute großflächigen Lebensmittelvollsortimenters. Der Markt soll im Zuge der Umsetzung des Vorhabens zeitgemäß aufgestellt werden, so dass auch langfristig eine Versorgung im Lebensmittelvollsortiment in der Gemeinde Hemmingen gewährleistet werden kann. Die Untersuchung der Angebotssituation hat ergeben, dass die Verkaufsflächenausstattung in Hemmingen unterdurchschnittlich ausfällt und weiterer Entwicklungsspielraum für ein Lebensmittelangebot gegeben ist. Darüber hinaus kann der EDEKA-Markt in der geplanten Dimensionierung auch ein umfassendes Drogeriesortiment führen und so die durch die Insolvenz von Schlecker auch in der Gemeinde Hemmingen entstandene Versorgungslücke schließen. <b>Insofern kann im vorliegenden Fall die Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Anwendung finden.</b></p>
<b>Integrationsgebot</b>	<p><b>Das Integrationsgebot wird erfüllt.</b>          Der EDEKA-Markt liegt in direkter Zuordnung zu dem am stärksten verdichteten Wohngebiet der Gemeinde Hemmingen (Wohnpark Schlossgut mit mehrgeschossigem Wohnungsbau, z. T. zwölfgeschossige Hochhäuser). Fußgänger und Radfahrer können den Standort aus den angrenzenden Wohngebieten sicher erreichen, darüber hinaus besteht ein Anschluss an den ÖPNV in kurzer Distanz (Haltepunkt „Münchinger Straße“ ca. 150 m). Aus städtebaulicher Sicht bleibt festzuhalten, dass der Vorhabenstandort zwar außerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns der Gemeinde Hemmingen liegt, allerdings sind dort aufgrund der gewachsenen baulichen Strukturen keine Einzelhandelsvorhaben in der geplanten Dimensionierung realisierbar. Die Distanz zur Ortsmitte beträgt nur rd. 300 m, so dass ein fußläufiger Austausch möglich ist.</p>
<b>Kongruenzgebot</b>	<p><b>Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben von EDEKA eingehalten.</b>          Das Einzugsgebiet des Standortes erstreckt sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Hemmingen. Dort ist mit der höchsten Kundenorientierungen an den Standort zu rechnen. Darüber hinaus ist in einem gewissen Umfang auch mit Kundenzuführeffekten aus der Gemeinde Eberdingen sowie aus den angrenzenden Ditzinger Stadtteilen Heimerdingen und Schöckingen an den Standort zu rechnen. Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben bleibt festzuhalten, dass ca. 75 % der durch das Vorhaben generierten Umsatzleistung aus der Gemeinde Hemmingen selbst stammen werden. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus der Gemeinde Hemmingen) wird nicht unterschritten. Nicht eingehalten wird das Kongruenzgebot, wenn am Standort insgesamt 3.000 m<sup>2</sup> VK entstehen (EDEKA, separater Drogeriemarkt).</p>
<b>Beeinträchtigungsverbot</b>	<p><b>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</b>          Bei einer Gesamtbetrachtung werden keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Untersuchungsraum ausgelöst. Die durch das Vorhaben von EDEKA ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte werden in Hemmingen mit max. 7 – 8 % erreichen. An allen anderen untersuchten Standorten bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem geringeren Niveau.</p>
<b>Fazit</b>	<p><b>Die Modernisierung des EDEKA-Marktes entspricht den Zielen der Raumordnung und Landesplanung. Die Großzügige Dimensionierung sollte genutzt werden, um eine entsprechend große Drogerieabteilung zu integrieren. Die zusätzliche Ansiedlung eines Drogeriemarktes würde den Standort auf 3.000 m<sup>2</sup> VK vergrößern. Damit würde er eindeutig eine über die Nahversorgung von Hemmingen hinausgehende Versorgung übernehmen.</b></p>

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage von Hemmingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	14
Karte 2: Angebotssituation im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich im Untersuchungsraum	21
Karte 3: Mikrostandort „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“	26
Karte 4: Einzugsgebiet des Standortes „Freiherr-von-Varnbüler-Straße“	28
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	9
Tabelle 2: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland	11
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in der Region	13
Tabelle 4: Angebotssituation in den benachbarten Städten und Gemeinden	20
Tabelle 5: Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten	30
Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (EDEKA mit 2.200 m <sup>2</sup> VK)	31
Tabelle 7: Umsatzprognosen anhand des Marktanteilkonzeptes – Nahversorgungsstandort mit 3.000 m <sup>2</sup> VK	33
Tabelle 8: Umsatzherkunft zur Bewertung des Kongruenzgebotes	35
Tabelle 9: Prognose der Umsatzumverteilungen (EDEKA-Markt mit ca. 2.200 m <sup>2</sup> VK)	38
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	7
Abbildung 2: Marktanteile für Drogeriewaren in Deutschland	10
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: EDEKA-Markt, Eingang Ostseite	24
Foto 2: Zufahrt Freiherr-von-Varnbüler-Straße	24
Foto 3: ÖPNV-Haltepunkt Münchinger Straße	24
Foto 4: Kreisverkehr Münchinger Straße	24
Foto 5: Wohnpark Schlossgut	24
Foto 6: Fußgängerüberweg Freiherr-von-Varnbüler-Straße	24