

Auswirkungsanalyse „Förster-Fleisch-Areal“ in Lauda-Königshofen

AUFTRAGGEBER: allobjekt Gewerbeimmobilien GmbH & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Markus Wagner

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Ludwigsburg , den 18.12.2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen 5

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung 5

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben 6

3. Marktentwicklungen 7

3.1 Lebensmitteleinzelhandel 7

3.2 Bekleidung 9

3.3 Schuhe 10

II. Konzentrationsgebot 11

1. Makrostandort Lauda-Königshofen 11

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben 13

III. Integrationsgebot 14

1. Mikrostandort „Förster-Fleisch-Areal“ 14

2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben 16

3. Bewertung des Integrationsgebotes 17

IV. Kongruenzgebot 18

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft 18

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet 21

3. Umsatzprognosen und Umsatzherkünfte 22

3.1 Umsatzprognosen 22

3.2 Umsatzherkunft 24

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben 24

5. Bewertung des Kongruenzgebotes 25

V. Beeinträchtigungsverbot 26

1. Wettbewerbssituation 26

1.1 Wettbewerbssituation in Zone I des Einzugsgebietes (Lauda-Königshofen) 26

1.2 Wettbewerbssituation in Zone II des Einzugsgebietes (Grünsfeld, Tauberbischofsheim-Distelhausen) 27

1.3 Wettbewerbssituation im Umland 27

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben 30

3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen 30

3.1 Methodik 30

3.2 Umsatzumverteilungseffekte 30

3.3 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes 32

3.4 Fazit 35

VI. Zusammenfassung 36

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Auf dem sog. „Förster-Fleisch-Areal“ in der Tauberstraße in Lauda-Königshofen ist die Realisierung eines Fachmarktzentrums vorgesehen. Folgendes Nutzungskonzept ist zu prüfen:

Lebensmitteldiscounter[1]	1.200 m² VK
Textilfachmarkt	600 m² VK
Schuhfachmarkt	400 m² VK
Bäckerei mit Café	100 m² VK[2]
Gesamtverkaufsfläche	**2.300 m² VK**

Bei dem Vorhaben handelt es sich unter Beachtung der Agglomerationsregelung des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020[3] um ein regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt. Entsprechend sind die Auswirkungen des Vorhabens gemäß den landes- und regionalplanerischen Regelungen zu ermitteln und zu bewerten.

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

- Rahmenbedingungen am Makrostandort Lauda-Königshofen
- Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Förster-Fleisch-Areal“
- Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Lauda-Königshofen und im Umland (Wettbewerbsanalyse) in den Sortimentsbereichen Lebensmittel, Bekleidung und Schuhe.
- Umsatzprognose und Umsatzherkunft für die projektrelevanten Nutzungen
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 unter Berücksichtigung der Agglomerationsregelung
  - Konzentrationsgebot
  - Integrationsgebot
  - Kongruenzgebot
  - Beeinträchtigungsverbot.

---

1 Der im Standortumfeld bereits vorhandene Penny-Lebensmitteldiscounter mit aktuell 800 m² VK soll verlagert und am neuen Standort mit 1.200 m² VK realisiert werden. Am Altstandort soll kein Lebensmittelmarkt entstehen. Der Standort soll einer anderen Nutzung zugeführt werden.

2 Verlagerung vom Standort Penny / Takko im Standortumfeld. Aktuell ist die Bäckerei Weber auf einer Fläche von rd. 50 m² zu finden. Am Altstandort soll eine andere Nutzung realisiert werden.

3 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Ergänzung der Agglomerationsregelung nach Plansatz 2.4.3.2.5; verbindlich seit 8. März 2019

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

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: [4]

„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-Immissionsschutz-gesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

[4] Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

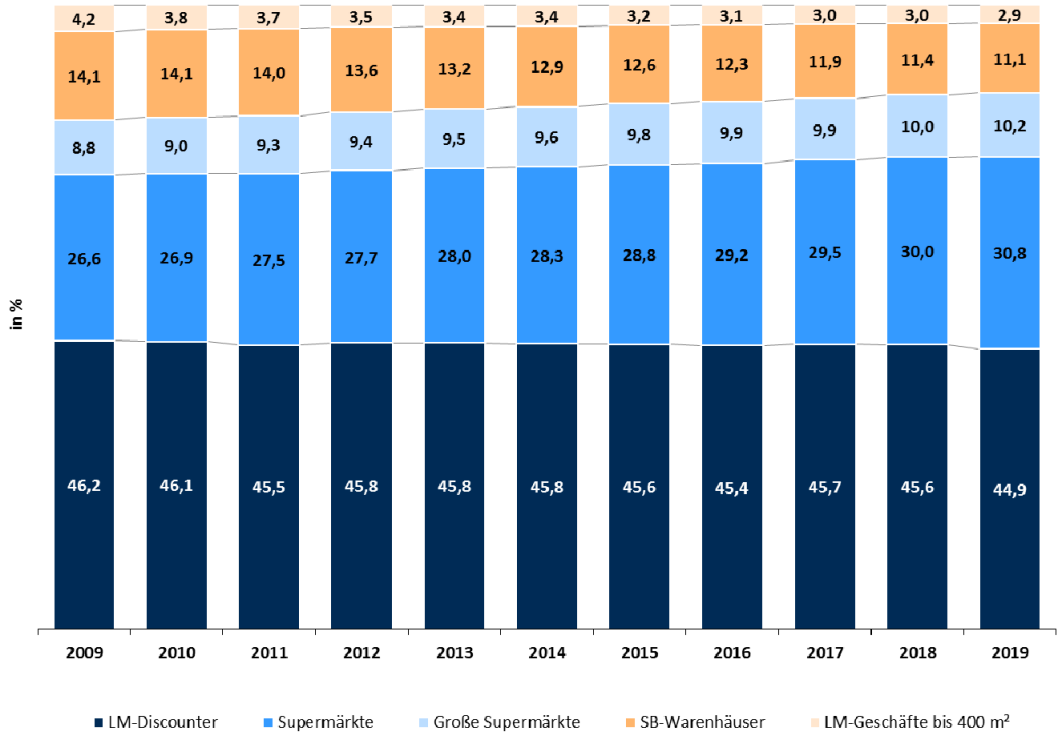
3. Marktentwicklungen

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 2009 – 2019



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2020

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:[5]

[5] Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2020.

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment[6] anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II[7] führt.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² 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 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

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

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer 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.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 793 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m² 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 2020. GMA Berechnung 2020

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

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

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung im Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch in einem niedrigeren Umsatzanteil des Nonfoods 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. „Aktionswaren“, 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 Bekleidung

Nach Angaben des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI) belief sich der Umsatz im Einzelhandel mit **Bekleidung und Textilien** im Jahr 2019 auf rd. 66,0 Mrd. €. Seit 2009 verzeichnete der Einzelhandel in diesem Segment ein kontinuierliches Wachstum, welches bei rd. 19 % lag.[8]

Die positive Entwicklung wurde dabei maßgeblich vom Versand- und Onlinehandel getrieben. So lag hier der Bruttoumsatz mit Bekleidung und Textilien im Jahr 2019 bei rd. 14,3 Mrd. € bzw. bei rd. 21 - 22 % des gesamten Bekleidungs- und Textilienumsatzes.[9]

Der Handel mit Textilwaren und Bekleidung nutzt im Bereich des Ladeneinzelhandels mehrere Vertriebsschienen:

- Fachgeschäfte mit gemischtem Sortiment,
- Textilkaufhäuser und Kaufhäuser mit gemischtem Sortiment,
- Textilfachmärkte mit gemischtem Sortiment,
- Factory Outlet Center mit gemischtem Sortiment,
- Herstellerverkaufsstellen mit gemischtem Sortiment,
- Mehrbranchenunternehmen mit textilen Randsortimenten (z. B. SB-Warenhäuser).

Die **Leistungsfähigkeit** der unterschiedlichen Betriebstypen im stationären Handel kann anhand der sogenannten Flächenproduktivitäten eingeschätzt werden. So betrug die durchschnittliche Spanne der Flächenproduktivität für den Textileinzelhandel mit gemischten Sortimenten (Fachgeschäfte) zwischen 3.000 und 3.800 € / m² VK. Die Vergleichswerte für Textilkaufhäuser liegen bei 2.600 – 3.600 € / m² VK und für Fachmärkte zwischen 1.000 und 1.700 € / m² VK.[10]

8 Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handel aktuell 2020.

9 Ebenda.

10 Quelle: IHK-Veröffentlichung Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 für Baden-Württemberg.

Vor allem discountorientierte Anbieter haben in diesem Zusammenhang von einer gewachsenen Preissensibilität der Konsumenten profitiert. Die verstärkte Ausrichtung auf preiswerte Waren hat in Verbindung mit dem weitgehenden Verzicht auf Beratung aber auch dazu geführt, dass Textilfachmärkte von allen Vertriebskanälen die geringsten Flächenleistungen aufweisen. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den aufgeführten Werten um durchschnittliche Spannen handelt, die durch unterschiedliche Faktoren (Vertriebsstruktur, Marktstellung, Wettbewerbssituation) deutlichen Schwankungen unterliegen können. Jedoch macht sich auch im stationären Einzelhandel in allen Vertriebsschienen des Bekleidungshandels der Onlinehandel ebenfalls bemerkbar. So geben die Flächenleistungen in der Tendenz nach.

3.3 Schuhe

Laut EHI Handelsdaten beläuft sich das Marktvolumen im deutschen Schuhfachhandel für das Jahr 2019 insgesamt (inklusive online) auf rund 12,36 Mrd. €.[11] Die Vertriebslandschaft der Branche ändert sich derzeit stark, was auf den erhöhten Wettbewerbsdruck des Online-Handels auf den stationären Handel zurückzuführen ist. Demnach legte der Onlinehandel in den letzen Jahren an Umsätzen deutlich zu, wohingegen der stationäre Handel Verluste hinnehmen musste.

Die Entwicklungen im Online-Bereich gehen somit zu Lasten des klassischen Facheinzelhandels. Auch langfristig sind weitere Umsatzverschiebungen zu erwarten. In diesem Zusammenhang ist auch die Positionierung für größere Schuhfilialisten am Markt schwieriger geworden. Kleinere Händler schließen sich großen Plattformen wie Zalando oder Amazon an, um weiterhin am Markt agieren zu können. Die Marktdynamik wird hier neben der Konkurrenz im Online-Handel und durch vertikale Modelabels auch durch die fortschreitende Expansion internationaler Schuhfilialisten (H&M, Zara) angetrieben. Die Flächenproduktivitäten liegen für Schuhfachmärkte lt. IHK-Veröffentlichung[12] zwischen 1.900 und 2.500 € / m² VK.

11 Quelle: EHI Handelsdaten.de

12 Quelle: IHK-Veröffentlichung Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 für Baden-Württemberg.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Lauda-Königshofen

Die **Stadt Lauda-Königshofen** liegt im Norden Baden-Württembergs im Main-Tauber-Kreis und verfügt derzeit über rd. 14.461 Einwohner.[13] Landesplanerisch ist die Stadt als Unterzentrum ausgewiesen und soll dementsprechend eine gemeindliche Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet übernehmen.[14] Lauda-Königshofen ist Teil des im Regionalplan definierten Mittelbereichs von Tauberbischofsheim, welches sich ca. 11 km nördlich befindet. 11 km südlich schließt sich das Mittelzentrum Bad Mergentheim an. Nächstgelegenes Oberzentrum ist die bayerische Stadt Würzburg in ca. 40 km Entfernung.

Siedlungsstrukturell setzt sich Lauda-Königshofen aus insgesamt zwölf Stadtteilen zusammen. Mit etwa 5.880 Einwohnern[15] wohnen ca. 40 % der Einwohner in Lauda, während in Königshofen (ca. 2.534 EW) etwa 17 % der Einwohner leben. Größere Neubaugebiete befinden sich am südlichen Ortsausgang des Stadtteils Lauda sowie am südöstlichen Rand des Stadtteils Königshofen.

Die **überregionale Verkehrsanbindung** der Stadt Lauda-Königshofen erfolgt über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende B 290, die das Taubertal an die Autobahn A 81, Anschlussstelle Tauberbischofsheim, anbindet.[16] Die von der B 290 abzweigende B 292 verbindet Lauda-Königshofen mit der Stadt Mosbach. Über die beiden Bahnhöfe in Königshofen und Lauda ist die Stadt an den Bahnverkehr nach Heilbronn, Würzburg, Ulm und Wertheim angeschlossen.

Zwischen 2011 und 2020 war in Lauda-Königshofen eine stagnierende **Bevölkerungsentwicklung** zu beobachten. Für die Zukunft wird für Lauda-Königshofen bis 2030 ein leichter Anstieg der Bevölkerung auf rd. 15.022 Einwohner erwartet.[17]

Im Rahmen der Untersuchung ist vorrangig die Einzelhandelsstruktur von Lauda-Königshofen zu untersuchen. Im Hinblick auf das dortige Standortgefüge können folgende wesentlichen Einzelhandelslagen festgehalten werden:

- Im **zentralen Versorgungsbereich**, welcher die Altstadt und daran angrenzende Straßenzüge sowie die Tauberstraße umfasst, konzentriert sich das Einzelhandelsangebot auf Betriebe des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.

  Im östlichen Bereich der Innenstadt befindet sich das Fachmarktzentrum „Tauber-Center“, in dem ein REWE-Supermarkt, ein Bio-Markt (Beeren-Bauer), ein Drogeriefachmarkt (Müller) sowie ein Textilfachmarkt (AWG) angesiedelt sind. Dieser Standort soll ebenfalls modernisiert werden.

13 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2020.

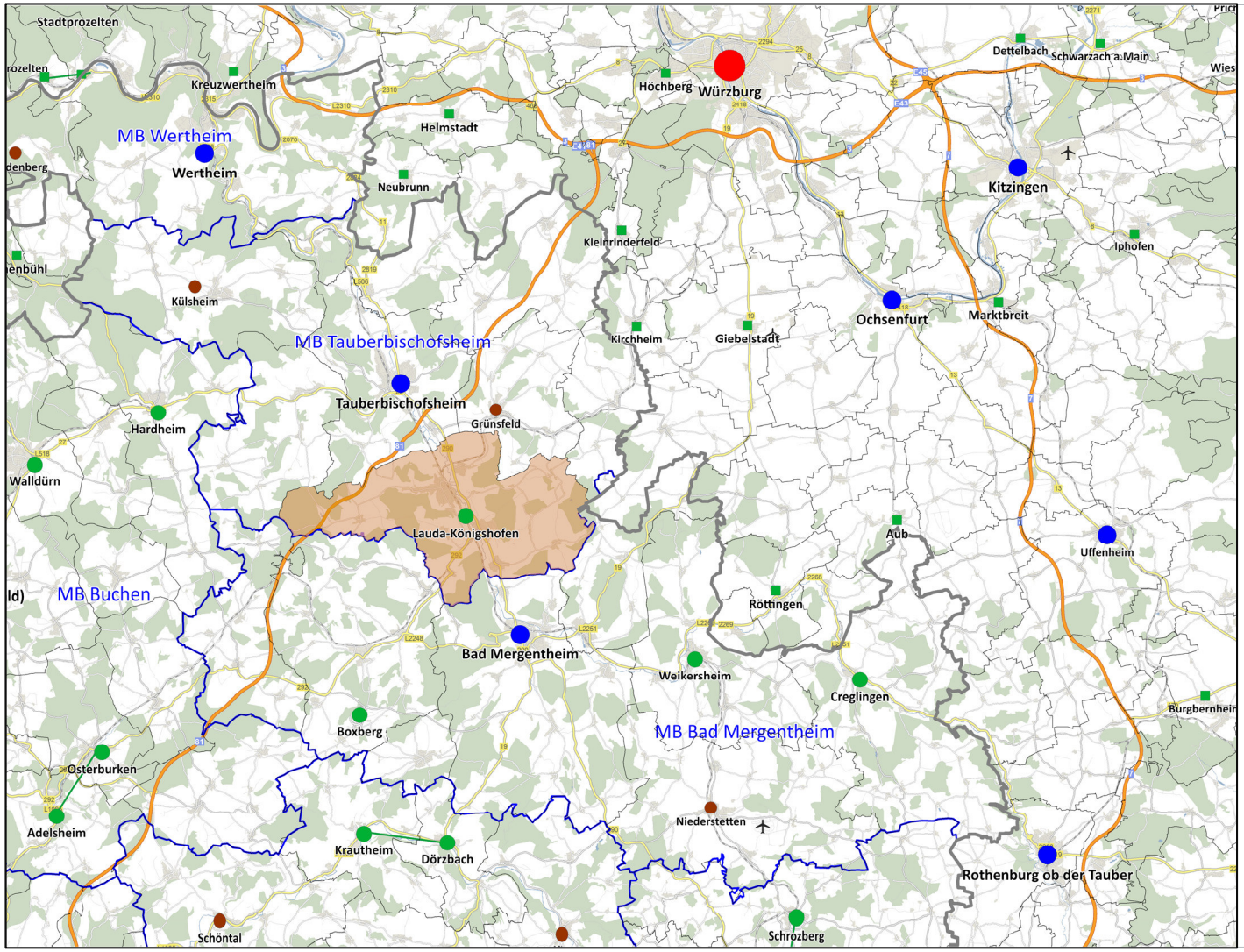
14 Zum Nahbereich von Lauda-Königshofen zählt gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 nur die Stadt Lauda-Königshofen selbst.

15 Quelle: Stadt Lauda-Königshofen, Stand: 25. Februar 2019, Daten können von denen des Statistischen Landesamtes abweichen.

16 In Königshofen bestehen Planungen für eine Ortsumfahrung mit Tunnelbauwerk. Diese werden im Bundesverkehrswegeplan im vordringlichen Bedarf eingeordnet.

17 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035, Basisjahr 2017.

Karte 1: Lage von Lauda-Königshofen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing,
Datengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2020

Im direkten Umfeld sind ein Lebensmitteldiscounter (Penny[18]) sowie ein weiterer Textilfachmarkt (Takko) zu finden. Nördlich dieses Standortes befindet sich das „Förster-Fleisch-Areal“ (Planstandort).

Der zweite Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Innenstadt befindet sich an der Josef-Schmidt-Straße. Hier werden neben einem kurz- und mittelfristigen Sortiment auch Waren des langfristigen Bedarfs angeboten. In der Altstadt von Lauda-Königshofen ist der Einzelhandelsbesatz vergleichsweise gering. Am nördlichen Rand der Altstadt befindet sich ein Norma Lebensmitteldiscounter.

- Eine weitere Einkaufslage befindet sich im südlich gelegenen Stadtteil Königshofen im Gewerbegebiet „Wöllerspfad“. Hier sind neben einem Aldi-Lebensmitteldiscounter großflächige Einzelhandelsbetriebe, wie ein OBI Bau- und Heimwerkermarkt ansässig.

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Lauda-Königshofen 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:

> *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 Heilbronn-Franken 2020[19] und dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg[20] wird die o. g. Regelung aufgegriffen.

Die Stadt Lauda-Königshofen ist lt. Regionalplan als Unterzentrum ausgewiesen. Demnach ist die Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich zulässig.

Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.

18 Verlagerung an Planstandort vorgesehen.

19 Quelle: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Ziel 2.4.3.2.2.

20 Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.

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 „Förster-Fleisch-Areal“

Das **„Förster-Fleisch-Areal“** befindet sich in der Tauberstraße östlich der Bahnlinie in der Kernstadt Lauda. Das Planareal liegt östlich der Tauberstraße zwischen dem nördlich gelegenen Kreisel / Straße „Am Wörth“ und einem bestehenden Einzelhandelsstandort (Penny / Takko) direkt südlich des Areals. In östlicher Richtung wird das Planareal durch den Verlauf der Tauber begrenzt. Das Areal ist derzeit vollständig durch die Produktionsgebäude von Förster-Fleisch bebaut. Ebenfalls ist am Standort ein kleiner „Metzger-Werksverkauf“ vorhanden. Das gesamte Areal soll im Zuge der Umsetzung des Vorhabens neu bebaut und die bestehenden Gebäude abgerissen werden.

Das **Standortumfeld** wird durch das Tauber-Center westlich der Tauberstraße mit den drei Anbietern Rewe, Müller-Drogeriemarkt und AWG-Textildiscounter sowie einen Bäcker im Vorkassenbereich und einen den Standort nördlich arrondierenden Biomarkt (Beeren-Bauer) geprägt.[21]



Förster-Fleisch-Areal



benachbartes Tauber-Center



benachbarter Einzelhandelsstandort



Kreisel nördlich des Standortes

21 Das Objekt soll umstrukturiert werden. So wollen Rewe und Müller erweitern. AWG soll unverändert weiterbetrieben werden und der Anbieter Beeren Bauer wird sich ebenfalls am Standort neu aufstellen. Die Umstrukturierung soll in mehreren Phasen realisiert werden.

Karte 2: Mikrostandort „Förster-Fleisch Areal“



Quelle: © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2020

Zudem befindet sich östlich der Tauberstraße mit dem Standort von Penny, Takko und Bäckerei Weber ein weiterer Einzelhandelsstandort. Das nördliche Standortumfeld des Planstandortes ist durch ein weiteres Produktionsgebäude von „Förster-Fleisch“ westlich der Tauberstraße, Gummi Krimmer und einen Gewerbebetrieb geprägt. Westlich der Bahnlinie befinden sich die Altstadt von Lauda-Königshofen und der erweiterte Innenstadtbereich an der Josef-Schmidt-Straße. Über drei Unterführungen im Bereich der Schlachthausstraße, der Schillerstraße und der Inselstraße ist der Standortbereich aus Richtung der Innenstadt erreichbar.

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort über die Tauberstraße über den Kreisverkehr an die Straße „Am Wörth“ und schließlich an die regionale Verkehrsachse B 290 angebunden. Über den Kreisverkehr gelangt man zudem über die Straße „Am Wörth“ durch eine Unterführung in den Innenstadtbereich des Ortsteils Lauda und dessen Altstadt. Des Weiteren befindet sich ein **ÖPNV-Anschluss** im näheren Standortumfeld.

In **regionalplanerischer Hinsicht** befindet sich der Standort im Vorranggebiet für Einzelhandelsgroßprojekte gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 und ist demnach regionalplanerisch als Innenstadtlage zu bewerten.

Aus **versorgungsstruktureller Perspektive** handelt es sich bei dem Standort um die Lage am dominierenden Versorgungszentrum innerhalb von Lauda-Königshofen, während die Altstadt und der Innenstadtbereich westlich der Bahnlinie nur eine deutlich untergeordnete Versorgungsfunktion – insbesondere für Versorgungskäufe des täglichen Bedarfs – aufweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Standort innerhalb des Vorranggebietes für regionalbedeutsame zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 liegt und demnach als städtebaulich integriert zu bewerten ist. Dabei übernimmt der gesamte Standortbereich insgesamt eine wichtige Versorgungsfunktion für das Unterzentrum Lauda-Königshofen.

2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

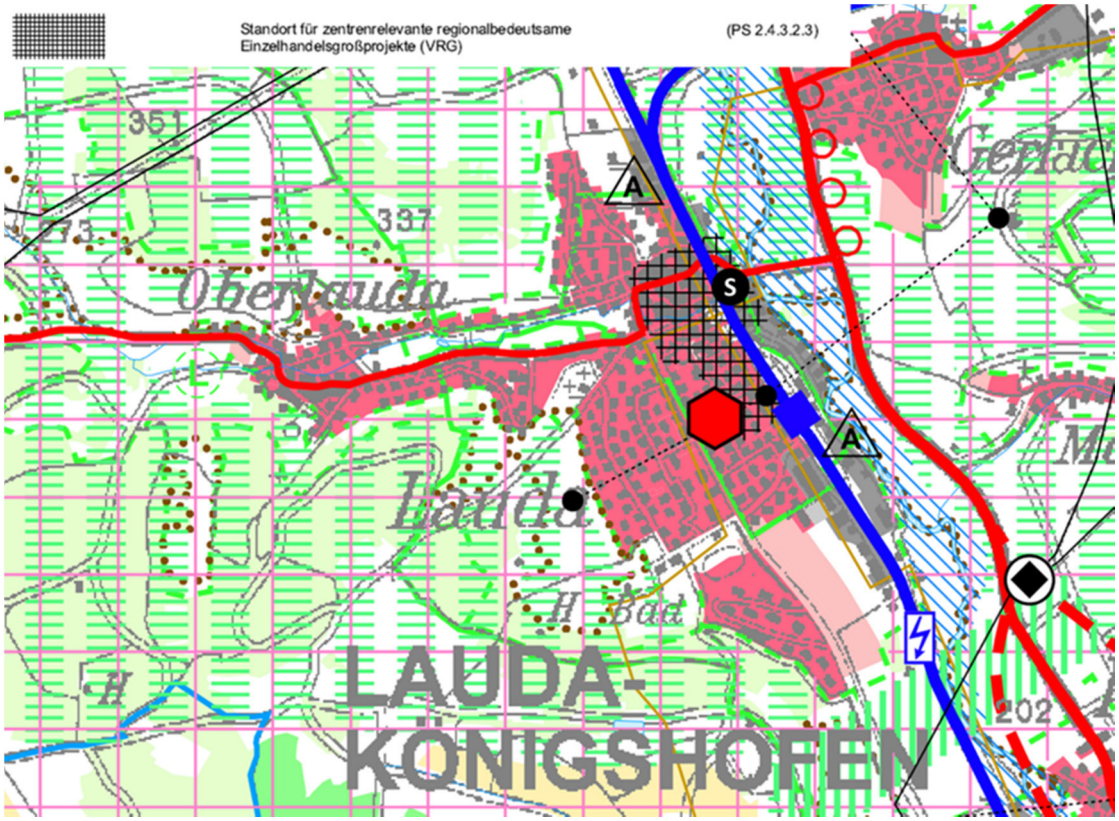
> *„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“*

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 [...].“*

Der Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 formt diese Regelungen weiter aus. So werden für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte sog. Standorte für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte (Innenstadt) ausgewiesen und in der Raumnutzungskarte gebietsscharf als Vorranggebiete abgegrenzt.

Karte 3: Regionalplanerische Abgrenzung des Vorranggebietes für regionalbedeutsame zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte



Quelle: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

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 östlich der Bahnlinie innerhalb des Vorranggebietes für regionalbedeutsame zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 und ist demnach als städtebaulicher integrierter Standort anzusprechen. Dabei übernimmt der gesamte Standortbereich die wichtigste Versorgungsfunktion in der Stadt Lauda-Königshofen.

Das Integrationsgebot wird erfüllt.

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.

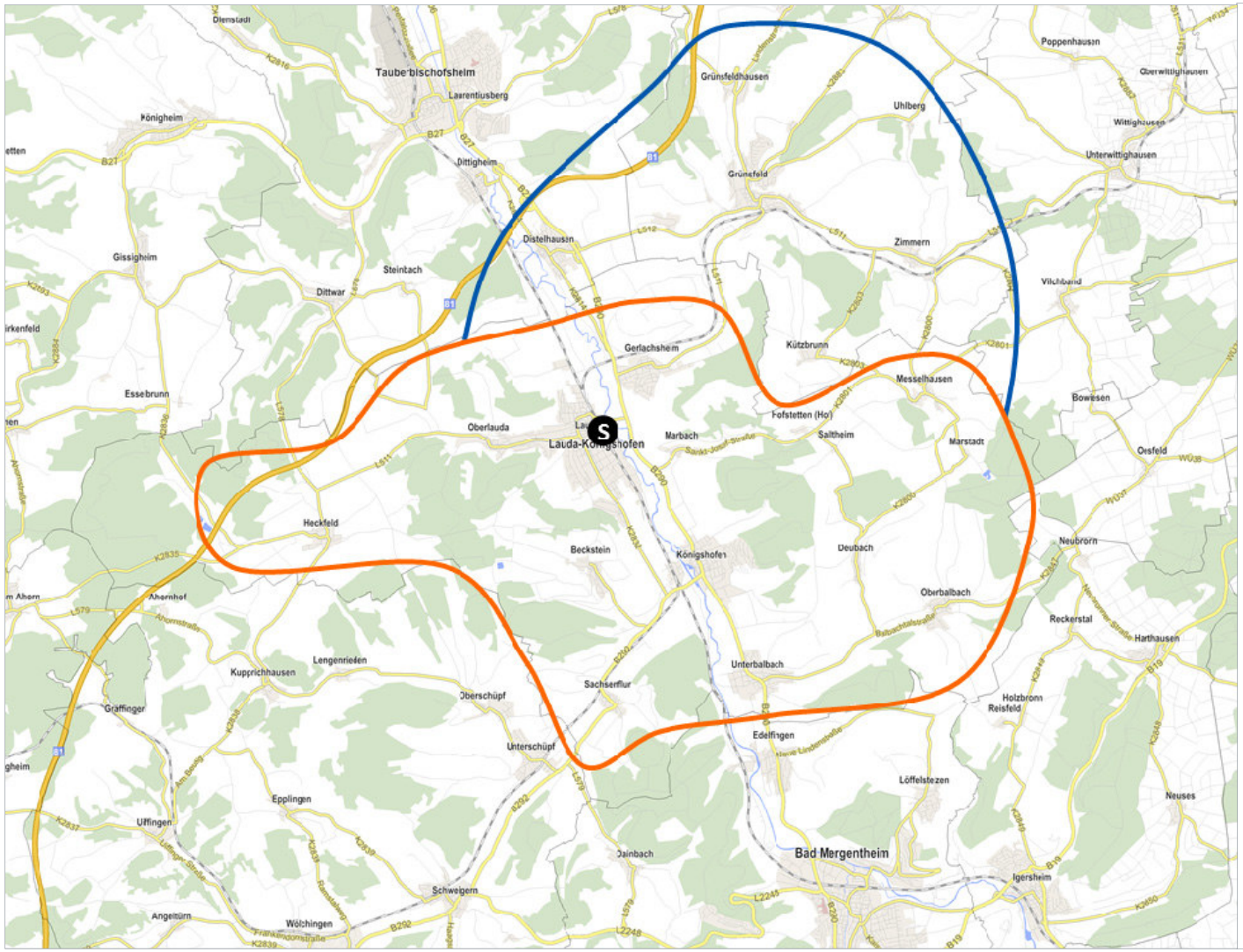
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das „Förster-Fleisch-Areal“ 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 Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung 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 Tauberstraße
- Kopplungseffekte mit weiteren Einzelhandelsbetrieben im Standortumfeld
- Wettbewerbssituation in Lauda-Königshofen und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Karte 4: Einzugsgebiet des Standortes „Förster-Fleisch Areal“



Legende

- Zone I
- Zone II
- S Standort

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing GMA-Bearbeitung 2020

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das „Förster-Fleisch-Areal“ in Lauda-Königshofen folgendes Einzugsgebiet bestimmen:

- Zone I: Lauda-Königshofen ca. 14.461 Einwohner
- Zone II: Tauberbischofsheim-Distelhausen, Grünsfeld ca. 4.571 Einwohner
- **Einzugsgebiet gesamt** **ca. 19.032 Einwohner.**

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes lässt sich wie folgt begründen:

- **Zone I** des Einzugsgebietes wird durch die Stadt Lauda-Königshofen selbst ausgebildet. In der Stadt Lauda-Königshofen ist der Standort Tauberstraße der bedeutendste Versorgungsstandort innerhalb des Stadtgebietes. Entsprechend hoch fällt in der Stadt selbst dabei auch die Einkaufsorientierung an den Standort aus. Durch die geplante Angebotsergänzung auf dem „Förster-Fleisch-Areal“ wird dieser weiter aufgewertet.
- Daneben ist in **Zone II** des Einzugsgebietes mit Kundenzuführeffekten aus dem direkt nördlich von Lauda-Königshofen gelegenen Tauberbischofsheimer Stadtteil Distelhausen sowie aus Richtung des nordöstlich gelegenen Grünsfeld zu rechnen. Für beide ist der Standort Tauberstraße in Lauda-Königshofen der nächstgelegene und am besten erreichbare größere Versorgungsstandort – insbesondere über den Lebensmittelbereich hinaus. So ist v. a. für die Nonfood-Betriebe (Bekleidung, Schuhe) von erhöhten Kundenzuflüssen aus diesem Teilbereich des Einzugsgebiets auszugehen. Da im Lebensmittelbereich in Grünsfeld mit dem modernisierten Edeka-Markt vor Ort selbst ein attraktives Angebot vorhanden ist, werden die Kundeneinkaufsbeziehungen hier geringer ausfallen. Daneben ist zu berücksichtigen, dass aus diesem Teil des Einzugsgebietes bereits Kundenmehrfachorientierungen v. a. in Richtung des nächstgelegenen Mittelzentrums Tauberbischofsheim bestehen.
- Eine weitere Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes wird insbesondere durch die umliegenden Wettbewerbsstrukturen unterbunden. So ist in Richtung Norden das Mittelzentrum Tauberbischofsheim mit einem Einzelhandelsbesatz in allen projektrelevanten Bereichen vorhanden. In Richtung Süden folgt direkt das Mittelzentrum Bad Mergentheim, wo ebenfalls ein umfassender Besatz mit regionalen Kundenverflechtungen vorzufinden ist. Insbesondere die Einwohner aus dem südwestlich von Lauda-Königshofen gelegenen Boxberg tendieren auch aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit eher in Richtung Bad Mergentheim als an den Standort in Lauda-Königshofen. Auch durch die innerörtliche Lage des Standortes, ohne Sichtbeziehung und direkte Anbindung an den regionalbedeutsamen Hauptverkehrsträger B 290, ist nur in geringem Umfang mit Streukundeneffekten zu rechnen. Dennoch wird ein Teil des Umsatzes ebenfalls von außerhalb des Einzugsgebietes und hier insbesondere aus Boxberg und den im weiteren Umfeld gelegenen Kommunen (insbesondere Wittighausen) stammen. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung im Rahmen von Streuumsätzen abgebildet.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass sich das Kerneinzugsgebiet des Standortes auf die Stadt Lauda-Königshofen selbst beschränkt. Insbesondere bei den Nonfood-Sortimenten ist jedoch ebenfalls mit Kundenzuflüssen von außerhalb der Stadt auszugehen.

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. € 6.210.[22]

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

- für Lebensmittel: ca. € 2.285[23]
- für Bekleidung ca. € 520
- für Schuhe: ca. € 143.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Lauda-Königshofen bei 97,8 und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Im Einzugsgebiet werden ebenfalls durchschnittliche Werte erreicht.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten auf:

Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten

Zone	Lebensmittel	Bekleidung	Schuhe
	in Mio. €		
Zone I (Lauda-Königshofen)	32,3	7,4	2,1
Zone II (Tauberbischofsheim-Distelhausen, Grünsfeld)	10,4	2,4	0,7
Einzugsgebiet insgesamt	**42,7**	**9,8**	**2,8**

GMA-Berechnungen 2020

22 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

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

3. Umsatzprognosen und Umsatzherkünfte

3.1 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.[24] 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 Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Dabei wurden die Wirkung des Gesamtstandortes sowie die Verbundeffekte mit dem benachbarten Einzelhandelsstandorten berücksichtigt.

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., 3. ausführlich behandelt.

Anhand des Marktanteilkonzeptes ergibt sich ein Gesamtumsatz von rd. 7,1 – 7,2 Mio. €. Die aus den Ergebnissen des Marktanteilkonzeptes ableitbaren Flächenleistungen liegen dabei jeweils auf einem durchschnittlichen und standortadäquaten Niveau.

[24] 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.

Tabelle 3: Umsatzprognose des Gesamtvorhabens

Nutzungen		Zone I				Zone II				Streu-umsatz	Umsatz gesamt	Flächen-produk-tivitat € / m² VK
	Verkaufs-fläche in m²	Kauf-kraft in Mio. €	Markt-anteil in %	Umsatz Kernsor-timent	Umsatz Rand-sortiment	Kauf-kraft in Mio. €	Markt-anteil in %	Umsatz Kernsor-timent	Umsatz Rand-sortiment			
				in Mio. €				in Mio. €				
Penny-Lebensmitteldiscounter	1.200	32,3	11	3,5 – 3,6	0,6	10,4	1 – 2	0,1 – 0,2	< 0,1	0,4	**4,8**	4.000
Textilfachmarkt	600	7,4	12	0,9	--	2,4	6	0,1 – 0,2	--	0,1	**1,1 – 1,2**	1.900
Schuhfachmarkt	400	2,1	30	0,6 – 0,7	--	0,7	15	0,1	--	0,1	**0,8 – 0,9**	2.100
Bäcker Weber mit Café	100	2,7	10	0,3	--	0,9	5	< 0,1	--	<<0,1	**0,3 – 0,4**	7.000
Gesamt	**2.300**	--	--	**5,4**	**0,6**	--	--	**0,4 – 0,5**	**< 0,1**	**0,6**	**7,1 – 7,2**	**3.100**

GMA-Berechnungen 2020

3.2 Umsatzherkunft

Aufbauend auf den Ergebnissen des Marktanteilkonzeptes lassen sich folgende Umsatzherkünfte nach Einzelnutzungen bzw. insgesamt festhalten:

Tabelle 4: Umsatzherkunft

	Umsatzherkunft in %		
	Zone I	Zone II	außerhalb
Penny-Lebensmitteldiscounter	86 – 87	4	9 – 10
Textilfachmarkt	77	12 – 13	10 – 11
Schuhfachmarkt	75 – 76	12 – 13	12
Bäcker Weber mit Café	77 – 78	12 – 13	10
Gesamt	**85**	**7**	**8**

GMA-Berechnungen 2020

Insgesamt ergibt sich somit für den Gesamtstandort unter Berücksichtigung der Planungen am Standort eine Umsatzherkunft aus Lauda-Königshofen von rd. 85 %.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentral-örtliche 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 Heilbronn-Franken 2020 werden die Verflechtungsbereiche festgelegt (vgl. Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.2). In Lauda-Königshofen umfasst der Verflechtungsbereich des Unterzentrums Lauda-Königshofen ausschließlich die Stadt selbst.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf den aus den Umsatzprognosen ableitbaren Umsatzherkünften sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des Standortes erstreckt sich im Wesentlichen auf die Stadt Lauda-Königshofen selbst, die nordöstlich gelegene Kommune Grünsfeld und den Tauberbischofsheimer Ortsteil Distelhausen. Dort ist mit den höchsten Kundenorientierungen an den Standort zu rechnen. Darüber hinaus ist in einem gewissen Umfang auch von Kundenzuführeffekten von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes auszugehen. Diese wurden im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt.
- Es stammen rd. 85 % des Umsatzes des Gesamtvorhabens aus Lauda-Königshofen selbst.

Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus Lauda-Königshofen wird für den Gesamtstandort eingehalten.

Das Kongruenzgebot ist erfüllt.

V. Beeinträchtigungsverbot

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

1. Wettbewerbssituation

1.1 Wettbewerbssituation in Zone I des Einzugsgebietes (Lauda-Königshofen)

Im **Lebensmittelbereich** ist im Stadtteil Lauda neben den Lebensmittelmärkten Rewe und Beeren-Bauer am Standort „Tauber-Center“ des Weiteren auf den Penny-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 800 m² (Verlagerung) im Standortverbund mit einer Bäckerei und einem Takko-Textilfachmarkt im Standortumfeld hinzuweisen. Daneben befindet sich im Altstadtbereich am Standort Obere Torgasse ein Norma-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 600 m². Für die Wohnlagen des Stadtteils Lauda übernimmt der Edeka aktiv-Markt Tischer in der Badstraße mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.300 m² eine wichtige Versorgungsfunktion. Der Standort wurde vor kurzem modernisiert und umgebaut. Zudem befindet sich mit dem Mas-Markt ebenfalls ein kleiner türkischer Lebensmittelanbieter im Altstadtbereich.

Neben diesen größeren strukturprägenden Anbietern im Stadtteil Lauda ist zudem auf den Aldi-Lebensmitteldiscounter in Königshofen an der Hauptstraße mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² direkt an der B 290 hinzuweisen. Darüber hinaus sind in Lauda-Königshofen eine Vielzahl verschiedener Bäckereien, Metzgereien, Tankstellenshops und Getränkeanbieter ansässig. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich in Lauda-Königshofen auf rd. 6.900 m². Die Umsatzleistung der dortigen Betriebe im Lebensmittelbereich ist auf rd. 32,3 Mio. € zu taxieren.[25]

Im **Bekleidungsbereich** wird das Angebot in Lauda-Königshofen zum einen durch den AWG-Bekleidungsfachmarkt im Tauber-Center, einen KiK-Textilfachmarkt am Rand der Altstadt sowie den Bekleidungsfachmarkt Takko im Standortverbund mit Penny ausgebildet. Daneben sind in Lauda mit A&M Mode-Paradies und dem Modetreff Lauda zwei weitere kleinflächige Anbieter vorhanden. In Königshofen ist auf einen kleinflächigen Anbieter in der Hauptstraße hinzuweisen. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Bekleidungsbereich in der Stadt Lauda-Königshofen auf rd. 1.900 m²; die Umsatzleistung ist auf rd. 3,8 Mio. € zu taxieren.

Im Bereich **Schuhe** ist in Lauda-Königshofen auf die beiden inhabergeführten Schuhfachgeschäfte Schuhe und Mode Zehnter und Schuhe Reichert in der Josef-Schmitt-Straße westlich der Bahngleise hinzuweisen.

Insgesamt bleibt für die Einzelhandelsstrukturen in Lauda-Königshofen festzuhalten, dass der Altstadtbereich nur noch eine sehr geringe Rolle innerhalb der Einzelhandelsstrukturen einnimmt. Bereits heute liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich der Tauberstraße. Insofern werden sich mögliche Effekte in Lauda-Königshofen v.a. im direkten Standortumfeld am Einzelhandelsstandort Tauberstraße selbst bemerkbar machen.

[25] Umsatz der Märkte im Lebensmittelbereich, bereinigt um Umsatzanteile im Nichtlebensmittelbereich.

1.2 Wettbewerbssituation in Zone II des Einzugsgebietes (Grünsfeld, Tauberbischofsheim-Distelhausen)

In **Grünsfeld** ist im Lebensmittelbereich im Wesentlichen auf den modernisierten und erweiterten Edeka-Markt Dürr am Standort Gartenweg mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² hinzuweisen. Daneben ist ein weiteres Angebot im Getränkebereich (Kaltenbach Getränke) sowie durch mehrere Bäckereien und zwei Metzgereien vorhanden. Im Bekleidungs- bzw. Schuhbereich ist kein Angebot vorhanden.

In **Tauberbischofsheim-Distelhausen** ist auf die Sonderstrukturen durch die Distelhäuser Brauerei und die Metzgerei Bauer‘s Brotzeit hinzuweisen. Eigenständige Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich oder im Bereich Bekleidung / Schuhe sind in Tauberbischofsheim-Distelhausen nicht vorhanden.

Insofern lässt sich in Bezug auf die Wettbewerbsstrukturen im erweiterten Einzugsgebiet festhalten, dass hier mit Ausnahme des Edeka-Lebensmittelmarktes in Grünsfeld nur eine geringe Konkurrenzsituation zum Standort Lauda-Königshofen besteht. Aus diesem Bereich des Einzugsgebietes bestehen traditionell Einkaufsverflechtungen an umliegende Einzelhandelsstandorte (vorwiegend Tauberbischofsheim und Bad Mergentheim), aber auch an den Standort in der Tauberstraße.

1.3 Wettbewerbssituation im Umland

Im Umland von Lauda-Königshofen sind im Wesentlichen drei Standorte von Relevanz. So ist auf die Angebotssituation im nördlich gelegenen Mittelzentrum Tauberbischofsheim sowie im südlich gelegenen Mittelzentrum Bad Mergentheim hinzuweisen. Darüber hinaus ist ebenfalls die Angebotssituation im südwestlich gelegenen Boxberg kurz zu charakterisieren:

- Im nördlich gelegenen Mittelzentrum **Tauberbischofsheim** sind im Lebensmittelbereich zahlreiche größere Lebensmittelmärkte vorhanden. Aus Richtung Lauda-Königshofen ist hierbei zunächst der Lidl-Standort in der Mergentheimer Straße zu nennen. Weitere Schwerpunktbereiche befinden sich im Bereich der Pestalozziallee (E-Center, Rewe, Lidl, Aldi) sowie im östlichen Kernstadtbereich mit dem dortigen tegut-Lebensmittelvollsortimenter und einem Mini Mix-Markt. Für das westliche Stadtgebiet übernimmt der kleine Norma-Lebensmitteldiscounter eine gewisse Versorgungsfunktion. Im Bekleidungs- / Schuhbereich ist auf der einen Seite auf die Angebotsstrukturen im Fachmarktsegment (KiK, Takko, NKD, Quick Schuh) sowie auf das überwiegend kleinteilige Angebot in der Tauberbischofsheimer Altstadt hinzuweisen. Insgesamt ist in der Stadt Tauberbischofsheim somit ein umfassendes Angebot in allen projektrelevanten Sortimentsbereichen vorzufinden.
- Bei einer Analyse des Einzelhandelsbestandes nach Lagen lässt sich festhalten, dass im Lebensmitteleinzelhandel der Standort Innenstadt keine Rolle spielt. Hier dominieren die nicht-integrierten Lagen wie beispielsweise die Pestalozziallee. Im **Bekleidungsbereich** entfallen rd. 50 % der Verkaufsfläche ebenfalls auf nicht-integrierte Lagen. Dort sind auch alle Fachmarktanbieter zu finden. Das Angebot in der Innenstadt wird durch mehrere kleine Einzelhändler geprägt, die keine Fachmarktorientierung aufweisen. Hier war in den vergangenen Jahren ein Rückgang des Bestandes in der Innenstadt bei einem

parallelen Zuwachs an Verkaufsflächen außerhalb der Innenstadt zu beobachten. Mit den Betrieben in der Innenstadt sind nur geringe Überschneidungen anzunehmen.

Im **Schuhbereich** sind in Tauberbischofsheim ausschließlich in der Innenstadt Bestandsstrukturen (Quick Schuh, Schuhe Gattner, Findler Schuhe) vorhanden. Diese Anbieter sind bereits seit Jahren am Standort ansässig. Die Strukturen sind stabil.[26]

Insgesamt hat die Bedeutung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt Tauberbischofsheim in den letzten Jahren – auch angesichts des Ausbaus des Einzelhandelsbesatzes in nicht-integrierter Lage und v.a. am Standort Pestalozziallee – abgenommen.

- In **Boxberg** ist im Lebensmittelbereich v. a. auf die beiden Lebensmittelmärkte Edeka (Neubau) und Penny hinzuweisen. Zudem befindet sich im Ortsteil Schweigern ein Netto-Lebensmitteldiscounter in der Planung. Daneben ist im Bekleidungsbereich auf den NKD-Bekleidungsfachmarkt im Fachmarktzentrum Boxberg hinzuweisen. Im Schuhbereich ist mit dem Schuhhaus Rukaber ein eigenständiges Angebot im Ortskern vorhanden. Insgesamt beschränkt sich das Angebot in Boxberg im Wesentlichen auf den Lebensmittelbereich und punktuell auf den Bekleidungs- bzw. Schuhbereich, so dass auch hier von gewissen Kundenmehrfachorientierungen an umliegende Angebotsstandorte, aber insbesondere in Richtung Bad Mergentheim auszugehen ist.

- Im südlich von Lauda-Königshofen gelegenen Mittelzentrum **Bad Mergentheim** sind ebenfalls in allen Sortimentsbereichen umfassende Einzelhandelsstrukturen festzuhalten. So ist aus Richtung Lauda-Königshofen zunächst auf die drei in Gewerbegebietslage ansässigen Anbieter Rewe, Lidl und Mix-Markt hinzuweisen. Ein weiteres Angebot besteht am Standort nördlich der Innenstadt im dortigen Activ-Center mit Aldi, E-Center und dem nördlich vorgelagerten Norma-Lebensmitteldiscounter. Des Weiteren sind zwei weitere Lebensmitteldiscounter mit Netto und Lidl vorzufinden. Im Bekleidungssegment ist in Bad Mergentheim ein nochmals deutlich größeres Angebot im Vergleich zur Stadt Tauberbischofsheim vorhanden, so dass Bad Mergentheim für den Bekleidungseinkauf nochmals eine deutlich höhere Attraktivität für Kunden aus dem gesamten Umfeld besitzt als Tauberbischofsheim. Hier ist insbesondere das mittelständische Kaufhaus Kuhn mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.000 m² anzuführen. Daneben sind sowohl im mittelpreisigen als auch im Fachmarktbereich mit Schwerpunkt in der Innenstadt mittel- und kleinflächige Anbieter vorhanden. Im Schuhbereich wird das Angebot durch die Fachmärkte Quick Schuh, MyShoes und LEPI sowie ein ergänzendes Fachhandelsangebot dargestellt.

  Insgesamt ist die Innenstadt von Bad Mergentheim – auch durch die Kombination aus kleinteiligem Handel und größeren Handelsflächen im Norden der Altstadt – sowie durch den umfassenden Besatz an Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben in Verbindung mit den darüber hinausgehenden Effekten durch die Kurfunktion als leistungsfähige und attraktive Innenstadt zu bewerten. Der Standort zieht Kunden aus der gesamten Region und auch aus dem Raum Lauda-Königshofen an. Eine Vorschädigung der Innenstadt ist nicht vorhanden.

[26] Quelle: Raumbeobachtung und Datenabgleich mit anderen zurückliegenden GMA-Untersuchungen in der Region.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass die Wettbewerbsstrukturen im Umfeld von Lauda-Königshofen stark durch die beiden nächstgelegenen Mittelzentren Tauberbischofsheim und Bad Mergentheim geprägt sind. Die Stadt Boxberg besitzt nur eine lokale Versorgungsbedeutung und ist als Wettbewerbsstandort für den Standort nur von deutlich untergeordneter Bedeutung.

In **überregionaler Hinsicht** ist insbesondere im Bekleidungs- und Schuhbereich das auf bayerischer Seite gelegene Oberzentrum Würzburg von besonderer Relevanz – insbesondere für den Kauf von Produkten aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich (Bekleidung / Schuhe). So wird Würzburg v.a. an den Wochenenden als Shopping-Standort von Kunden aus dem Untersuchungsraum frequentiert. Als Sonderstruktur ist zudem auf das FOC Wertheim Village hinzuweisen.

Zusammenfassend sind folgende Bestandsdaten in den relevanten Branchen vorhanden:

Tabelle 5: Bestandsdaten im regionalen Umfeld

	Lebensmittel		Bekleidung		Schuhe	
	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Lauda-Königshofen	**6.900**	**32,3**	**1.900**	**3,8**	**190**	**0,7**
Altstadt	1.150	4,2	600	1,3	190	0,7
Tauberstraße	3.100	12,3	1.150	2,4	0	0
sonst. integrierte Lagen	1.450	7,6	0	0	0	0
Königshofen	1.200	8,2	150	0,1	0	0
Tauberbischofsheim	**9.660**	**47,3**	**2.270**	**5,0**	**800**	**1,9**
Innenstadt	260	1,8	1.100	2,6	800	1,9
sonst. integrierte Lagen	2.200	9,4	620	0,8	0	0
nicht integrierte Lagen	7.200	36,1	550	1,6	0	0
Bad Mergentheim	**11.235**	**56,1**	**8.525**	**19,6**	**1.670**	**4,2**
Innenstadt	6.050	29,5	8.525	19,6	1.670	4,2
sonst. integrierte Lagen	215	1,8	0	0	0	0
nicht integrierte Lagen	4.970	24,8	0	0	0	0
Grünsfeld	**1.720**	**6,7**	**0**	**0**	**0**	**0**
Boxberg	**4.000**	**15,2**	**200**	**0,4**	**150**	**0,4**

GMA-Berechnungen 2020

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot 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.

3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

3.1 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.

3.2 Umsatzumverteilungseffekte

- Bei der Ermittlung der Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Vorhaben um eine Verlagerung des bereits seit Jahren im direkten Standortumfeld vorhandenen Penny-Lebensmitteldiscounters handelt. Diese Umsätze werden an den neuen Standort „mitgenommen“. Am Altstandort soll nach Angaben der Stadtverwaltung keine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt erfolgen.
- Der Penny-Markt erwirtschaftet derzeit einen Umsatz von rd. 3,7 Mio. €, davon rd. 3,1 Mio. € im Lebensmittel- und rd. 0,6 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.
- Auch die Bäckerei Weber soll verlagert werden. Auch hier wird der Altstandort nicht wieder durch eine Bäckerei belegt werden. Am aktuellen Standort ist von einem Umsatz von rd. 0,2 Mio. € auszugehen.
- Die Bestandsumsätze von Penny und der Bäckerei sind als umsatzumverteilungsneutral gegenüber den weiteren Einzelhandelsbetrieben zu bewerten und werden keine Auswirkungen auslösen.
- Der Textil- und der Schuhfachmarkt sind als Neuansiedlungen zu bewerten. Die Umsätze werden vollständig gegenüber den Bestandstrukturen wirksam werden.

Folgende wirtschaftliche Umsatzumverteilungseffekte lassen sich festhalten:

Tabelle 6: Umsatzumverteilungseffekte

	Penny und Bäckerei Weber (Verlagerungen)			Textilfachmarkt (600 m² VK)			Schuhfachmarkt (400 m² VK)		
	UUV abs.	Umsatz Einzelhandel im Bestand in Mio. €	UUV in %	UUV abs.	Umsatz Einzelhandel im Bestand in Mio. €	UUV in %	UUV abs.	Umsatz Einzelhandel im Bestand in Mio. €	UUV in %
Umsatz im Bestand	3,3	---	---	---	---	---	---	---	---
Lauda-Königshofen	**0,9**	**29,2**	**3**	**0,5**	**3,8**	**13**	**<< 0,1**	**0,7**	**7**
Altstadt	0,2	4,2	4 – 5	0,1 – 0,2	1,3	11 – 12	<< 0,1	0,7	7
Tauberstraße	0,5	9,2	5 – 6	0,3 – 0,4	2,4	14 – 15	k.A.	k.A.	k.A.
sonst. integrierte Lagen	0,1 – 0,2	7,6	2	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Königshofen	< 0,1	8,2	< 1	n.n.	0,1	n.n.	k.A.	k.A.	k.A.
Tauberbischofsheim	**0,1**	**47,3**	**< 1**	**0,2**	**5**	**4**	**0,1**	**1,9**	**5**
Innenstadt	n.n.	1,8	n.n.	< 0,1	2,6	3	0,1	1,9	5
sonst. integrierte Lagen	n.n.	9,4	n.n.	<< 0,1	0,8	4	k.A.	k.A.	k.A.
nicht integrierte Lagen	< 0,1	36,1	n.n.	0,1	1,6	6	k.A.	k.A.	k.A.
Bad Mergentheim	**<< 0,1**	**56,1**	**n.n.**	**0,3 – 0,4**	**19,6**	**1 – 2**	**0,2 – 0,3**	**4,2**	**6**
Innenstadt	n.n.	29,5	n.n.	0,3 – 0,4	19,6	1 – 2	0,2 – 0,3	4,2	6
sonst. integrierte Lagen	n.n.	1,8	n.n.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
nicht integrierte Lagen	n.n.	24,8	n.n.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Grünsfeld	**< 0,1**	**6,7**	**< 1**	**k.A.**	**k.A.**	**k.A.**	**k.A.**	**k.A.**	**k.A.**
Boxberg	**< 0,1**	**15,2**	**< 1**	**<<0,1**	**0,4**	**3**	**<<<0,1**	**0,4**	**2 – 3**
sonst Standorte	**< 0,1**	**---**	**---**	**0,1 – 0,2**	**---**	**---**	**0,4**	**---**	**---**
Umsatz im Bestand (Nichtlebensm.)	**0,5 – 0,6**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**
Umsatzumverteilungseffekte (NLM)	**0,2**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**	**---**
Umsatz Gesamt	**5,1 – 5,2**	**---**	**---**	**1,1 – 1,2**	**---**	**---**	**0,8 – 0,9**	**---**	**---**

GMA-Berechnungen 2020

3.3 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind wie folgt einzuordnen:

- Da es sich bei dem Vorhaben um die Verlagerung eines bereits langjährig in **Lauda** im Standortumfeld des Planstandortes vorhandenen Anbieters handelt, werden nur geringe Umsatzumverteilungseffekte gegenüber dem Einzelhandelsbestand in Lauda und im Umfeld wirksam werden. Ein Großteil der Umsätze ist bereits heute vor Ort gebunden. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden infolge der Verlagerung in Lauda selbst ausgelöst. So werden rd. 0,5 Mio. € **im direkten Standortumfeld** und hier gegenüber den beiden weiteren Lebensmittelmärkten Rewe und Beeren Bauer wirksam werden. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 5 – 6 %. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Tauber-Center ebenfalls eine Umstrukturierung und damit einhergehende Modernisierung der dort vorhandenen Anbieter anstrebt, so dass die Effekte als wirtschaftliche Effekte zu bewerten sind.

  Gegenüber der **Altstadt** werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 4 – 5 % erwartet, die den dortigen Norma-Lebensmitteldiscounter sowie mehrere kleinere Anbieter treffen. Die Effekte sind als wettbewerbliche Effekte einzuordnen. Dies gilt auch für die in sonstiger Lage vorhandenen Anbieter und hier insbesondere den Edeka-Markt Tischer (2 %), welcher für große Teile des südwestlichen Kernortes Lauda eine Versorgung übernimmt. Hier sind keine Rückwirkungen zu erwarten.

  Gegenüber den Einzelhandelsstrukturen in **Königshofen** mit dem dortigen Aldi-Lebensmitteldiscounter werden keine messbaren Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. Hier bewegen sich die Effekte auf einem Niveau von unter 1 %.

  Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass in Lauda selbst durch das Vorhaben allenfalls wettbewerbliche Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst werden, welche zu keinen Schließungen bestehender Standorte des Lebensmitteleinzelhandels führen werden.

  Im Übrigen sind die gegenüber den Betrieben im Vorranggebiet selbst ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich aus raumordnerischer Perspektive nicht von Belang, da der gesamte Standortbereich durch das Vorhaben weiter gestärkt wird.

  Gegenüber den Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben **im Umland** und hier insbesondere in Grünsfeld, Boxberg, Tauberbischofsheim und Bad Mergentheim bewegen sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf einem sehr geringen und nicht nachweisbaren Niveau, so dass nicht mit städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen gegenüber den Nahversorgungsstrukturen in der Region oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu rechnen ist.

- Im **Textilbereich** ist mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von rd. 13 % in Lauda-Königshofen zu rechnen. Diese werden insbesondere die im direkten Standortumfeld gelegenen Fachmarktnutzungen AWG, Takko und KiK in der Bahnhofstraße betreffen, welche voraussichtlich mit dem Planvorhaben hohe Überschneidungen aufweisen werden. Gegenüber den anderen Bekleidungsanbietern in Lauda-Königshofen, welche sich allesamt dem Fachhandelsbereich zuordnen lassen, werden allenfalls geringe Effekte (unter 5 %) feststellbar sein. Angesichts der anderen Ausrichtung

des Planvorhabens auf das Fachmarktsegment werden nur vergleichsweise geringe Überschneidungen vorliegen, welche in der Folge nicht zu Marktaustritten bestehender kleinflächiger Anbieter in Lauda-Königshofen führen würden. [27]

Nach Standortlagen werden unabhängig von der zuvor festgestellten qualitativen Einordnung der Effekte auf einzelne Anbieter gegenüber der **Altstadt** Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 11 – 12 % ausgelöst. Diese betreffen im Wesentlichen den betriebstypengleichen KiK-Textildiscounter und weniger die inhabergeführten Fachgeschäfte (max. 5 %).

Gegenüber den sonstigen Fachmarktstrukturen am Standort **Tauberstraße** (AWG, Takko) werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 14 – 15 % ausgelöst. Da sich diese Anbieter jedoch weiterhin in der attraktivsten Standortlage innerhalb von Lauda-Königshofen befinden, ist nicht mit Marktaustritten zu rechnen.

Gegenüber dem **Umland** und hier insbesondere gegenüber den benachbarten Zentralen Orten Tauberbischofsheim und Bad Mergentheim werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 4 % (Tauberbischofsheim) und 1 – 2 % (Bad Mergentheim) ausgelöst. Diese sind differenziert einzuordnen:

- So sind in **Tauberbischofsheim** die Angebotsstrukturen im Fachmarktsegment nicht in der Altstadt zu finden. Dort sind ausschließlich Fachgeschäfte mit anderem Sortimentsumfang und anderer Zielgruppe vorhanden. Vor diesem Hintergrund wird gegenüber der Innenstadt von Tauberbischofsheim rechnerisch mit rd. 3 % nur eine geringe Umsatzumverteilungsquote zu erwarten sein. Das Angebot im Fachmarktbereich konzentriert sich in Tauberbischofsheim vielmehr auf **sonstige integrierte Lagen** (hier z. B. KiK-Textildiscounter im Umfeld tegut / OBI) sowie auf den **nicht-integrierten Standort Pestalozziallee**. Gegenüber diesen Standortlagen werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 4 % bzw. 6 % zu erwarten sein. Diese Effekte sind als wettbewerbliche Effekte zu bewerten und raumordnerisch nicht von Belang. Die gegenüber der Innenstadt ausgelösten rechnerischen Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 3 % werden nicht zu Schließungen führen, da das Angebot in der Innenstadt nicht mit den am Standort Lauda-Königshofen geplanten Fachmarktstrukturen direkt in Konkurrenz tritt.
- Gegenüber der Innenstadt von **Bad Mergentheim**, welche als leistungsfähig einzustufen ist und neben dem Fachhandel auch fachmarktorientierte Anbieter aufweist, ist von Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 1 – 2 % auszugehen. Diese Umsatzumverteilungseffekte werden zu keinen städtebaulichen Wirkungen führen, da der Standort Innenstadt Bad Mergentheim gut aufgestellt ist und eine breite und auch regional differenzierte Kundschaft aufweist. Die Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 1 – 2 % werden somit zu keinen schädigenden Rückwirkungen gegenüber dem Handelsplatz Bad Mergentheim führen.

[27] „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.“ vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 3.2.2.3. In kommunalpolitischer Hinsicht spielen ggf. darüber hinausgehende Überlegungen zur kleinräumigen perspektivischen Standortstruktur innerhalb des Vorranggebietes durchaus eine Rolle.

- Gegenüber dem Standort **Boxberg** werden ebenfalls geringe Umsatzumverteilungseffekte gegenüber dem örtlichen NKD-Bekleidungsfachmarkt ausgelöst. Diese belaufen sich auf rd. 3 % und werden diesen Anbieter nicht im Bestand tangieren.
- Daneben werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 0,1 – 0,2 Mio. € gegenüber **sonstigen Standorten** im regionalen Umfeld ausgelöst. Diese sind räumlich nicht zu verorten und werden an den jeweiligen Standorten keine Rückwirkungen nach sich ziehen.

Insgesamt löst die Ansiedlung eines Textilfachmarktes mit 600 m² Verkaufsfläche sowohl in Lauda-Königshofen selbst als auch im Umland keine städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen aus.

Der geplante **Schuhfachmarkt** mit rd. 400 m² Verkaufsfläche würde Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 7 % in **Lauda-Königshofen** und hier insbesondere in der Altstadt auslösen. Dort sind mehrere kleinere Schuhfachhändler vorhanden. Ein Schuhfachmarkt ist derzeit nicht vorzufinden, so dass ein großer Teil der örtlichen Kaufkraft derzeit abfließt. Vor dem Hintergrund der Einwohnerzahl von über 14.000 Einwohnern im Lauda-Königshofen besteht Potenzial für die Realisierung eines Schuhfachmarktes neben den örtlichen Anbietern im Fachgeschäftsbereich, so dass unter Berücksichtigung der örtlichen Potenziale nicht von einem Marktaustritt der Anbieter im Altstadtbereich auszugehen ist. An allen anderen Standorten ist in Lauda-Königshofen kein Angebot im Schuhbereich vorhanden.

In **Tauberbischofsheim** sind im Innenstadtbereich der Fachmarktanbieter Quick Schuh sowie zwei weitere Fachgeschäfte vorhanden. Die Angebotsstrukturen sind bereits seit mehr als zehn Jahren stabil. Auch hier wird das Angebot zum einen durch Fachgeschäfte, aber ebenfalls einen Fachmarkt angeboten. Hier wird sich die Realisierung eines Fachmarktangebotes in Lauda-Königshofen mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von rd. 5 % bemerkbar machen. Auch angesichts der mit Lauda-Königshofen vergleichbaren Einwohnerzahl ist ausreichend Potenzial für ein Betreiben der örtlichen Schuhhandelsstrukturen vorhanden. Die geringfügige Umorientierung von Kunden aus Lauda-Königshofen in Richtung eines eigenständigen Angebotes wird zu keinen Marktaustritten in Tauberbischofsheim führen.

In **Bad Mergentheim** sind im Schuhbereich ebenfalls ausschließlich im Innenstadtbereich Handelsstrukturen festzuhalten. Diese Strukturen sind sowohl dem Fachmarkt- als auch dem Fachhandelsbereich zuzuordnen. Gegenüber dem Standort Bad Mergentheim werden hier Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 6 % ausgelöst. Hier wird es zu gewissen Kundenumorientierungen von Kunden aus Lauda-Königshofen kommen, jedoch ist auch angesichts der Leistungsfähigkeit der dortigen Anbieter nicht von Marktaustritten auszugehen.

Gegenüber dem Standort **Boxberg** werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 2 – 3 % ausgelöst. Diese betreffen den örtlichen Schuhfachhändler Rukaber. Auch hier ist angesichts der geringen Höhe der Effekte nicht mit städtebaulichen Effekten zu rechnen.

Da im **regionalen Umfeld** nur ein vergleichweise geringes Angebot im Schuhhandel an den jeweiligen Standorten vorliegt, ist davon auszugehen, dass heute ein Großteil der Umsatzleistungen nicht in Lauda-Königshofen, Tauberbischofsheim und Bad Mergentheim, sondern auch an anderen Standorten im regionalen Umfeld getätigt wird. Insbesondere der im Schuhhandel starke Standort Würzburg ist hier als Hauptwettbewerbsstandort in diesem Bereich anzuführen. Auch angesichts dieser Standortstrukturen wird ein Teil der Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den sonstigen Einkaufsstandorten im Umland umverteilungswirksam werden. Diese werden sich jedoch auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte verteilen, so dass insgesamt von keinen städtebaulich schädlichen Umsatzumverteilungseffekten auszugehen ist.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass das Vorhaben keine städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes nach sich ziehen würde.

3.4 Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Vorhaben das Beeinträchtigungsverbot einhält. Es werden zwar in Teilen gegenüber dem Standort Lauda-Königshofen selbst vergleichsweise hohe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, diese sind jedoch als wettbewerbliche Effekte innerhalb des abgegrenzten Vorranggebietes aus raumordnerischer Perspektive einzuordnen und daher hier nicht von Belang. Innerhalb des Vorranggebietes wurden die Effekte für die kommunalpolitische Diskussion nochmals im Detail eingeordnet. Gegenüber den Städten und Gemeinden im Umfeld werden allenfalls wettbewerbliche Effekte zu erwarten sein. Es ist nicht mit einer Schädigung der verbrauchernahen Versorgung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu rechnen. Dabei wurde jeweils die in den zentralen Versorgungsbereichen vorhandene konkrete Situation analysiert und bewertet.

Das Beeinträchtigungsverbot wird somit auch in Bezug auf die Umlandkommunen eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort

- Am Standort „Förster-Fleisch-Areal“ ist die Realisierung eines Fachmarktzentrums im Standortumfeld der bereits bestehenden Einzelhandelsagglomeration Tauberstraße innerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte vorgesehen:
- Penny-Lebensmitteldiscounter (Verlagerung) — 1.200 m² VK
- Textilfachmarkt — 600 m² VK
- Schuhfachmarkt — 400 m² VK
- Bäckerei mit Café (Verlagerung) — 100 m² VK
- Gesamtverkaufsfläche — **2.300 m² VK**
- Es handelt sich bei dem Standort Tauberstraße um einen eingeführten Versorgungsstandort in der regionalplanerischen Innenstadt von Lauda-Königshofen, welcher auch mit den im Umfeld vorhanden weiteren Einzelhandelsbetrieben den wichtigsten Versorgungsstandort für das Unterzentrum darstellt und durch die Planung weiter aufgewertet wird.

Rechtsrahmen

- Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse gemäß LEP Baden-Württemberg und Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Standortrahmenbedingungen

- Makrostandort: Unterzentrum Lauda-Königshofen, ca. 14.461 Einwohner, kein überörtlicher Verflechtungsbereich
- Einzelhandelsstrukturen: Altstadt und Innenstadt westlich der Bahnlinie mit ausschließlich kleinteiligem Einzelhandelsbesatz, „Förster-Fleisch-Areal“ östlich der Bahnlinie als zentraler Versorgungsstandort, solitäre Versorgungsstandorte Edeka in Lauda und Aldi in Königshofen

Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

- Das Einzugsgebiet erstreckt sich auf Lauda-Königshofen und die nordöstlich angrenzende Gemeinde Grünsfeld bzw. den Tauberbischofsheimer Stadtteil Distelhausen.
- Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 19.032 Personen
- Kaufkraftpotenzial Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 42,7 Mio. €
- Kaufkraftpotenzial Bekleidung im Einzugsgebiet: ca. 9,8 Mio. €
- Kaufkraftpotenzial Schuhe im Einzugsgebiet: ca. 2,8 Mio. €

Umsatzumverteilungseffekte in %

	Penny-Markt (inkl. Backshop)	Textilfachmarkt (400 m² VK)	Schuhfachmarkt (400 m² VK)
Lauda-Königshofen	**3**	**13**	**7**
Altstadt	4 – 5	11 – 12	7
Tauberstraße	5 – 6	14 – 15	k.A.
sonst. integrierte Lagen	2	k.A.	k.A.
Königshofen	< 1	n.n.	k.A.
Tauberbischofsheim	**< 1**	**4**	**5**
Innenstadt	n.n.	3	5
sonst. integrierte Lagen	n.n.	4	k.A.
nicht integrierte Lagen	n.n.	6	k.A.
Bad Mergentheim	**n.n.**	**1 – 2**	**6**
Innenstadt	n.n.	1 – 2	6
sonst. integrierte Lagen	n.n.	k.A.	k.A.
nicht integrierte Lagen	n.n.	k.A.	k.A.
Grünsfeld	**< 1**	**k.A.**	**k.A.**
Boxberg	**< 1**	**3**	**2 – 3**
sonst Standorte	**n.n.**	**n.n.**	**n.n.**

Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrations-gebot	**Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.** Die Stadt Lauda-Königshofen ist lt. Regionalplan als Unterzentrum ausgewiesen. Demnach sind großflächige Einzelhandelsbetriebe dort grundsätzlich zulässig.
Integrationsgebot	**Das Integrationsgebot wird erfüllt.** Der Standort befindet sich östlich der Bahnlinie innerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 und ist demnach als städtebaulicher integrierter Standort anzusprechen. Dabei übernimmt der Standortbereich insgesamt die wichtigste Versorgungsfunktion in der Stadt Lauda-Königshofen.
Kongruenzgebot	**Das Kongruenzgebot ist erfüllt.** Das Einzugsgebiet des Standortes erstreckt sich im Wesentlichen auf die Stadt Lauda-Königshofen selbst, die nordöstlich gelegene Kommune Grünsfeld und den Tauberbischofsheimer Ortsteil Distelhausen. Darüber hinaus ist in einem gewissen Umfang auch von Kundenzuführeffekten von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes auszugehen. Diese wurden im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt. Es stammen rd. 85 % aus Lauda-Königshofen. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus Lauda-Königshofen wird für den Gesamtstandort eingehalten.
Beeinträchtigungs-verbot	**Das Beeinträchtigungsverbot ist eingehalten**. Es werden zwar in Teilen gegenüber dem Standort Lauda-Königshofen selbst vergleichsweise hohe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, diese sind jedoch als wettbewerbliche Effekte innerhalb des abgegrenzten Vorranggebietes aus raumordnerischer Perspektive einzuordnen und daher hier nicht von Belang. Innerhalb des Vorranggebietes wurden die Effekte für die kommunalpolitische Diskussion nochmals im Detail eingeordnet. Gegenüber den Städten und Gemeinden im Umfeld werden allenfalls wettbewerbliche Effekte zu erwarten sein. Es ist nicht mit einer Schädigung der verbrauchernahen Versorgung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu rechnen. Dabei wurde jeweils die in den zentralen Versorgungsbereichen vorhandene konkrete Situation analysiert und bewertet.

GMA-Zusammenstellung 2020

Verzeichnisse Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Lauda-Königshofen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2:	Mikrostandort „Förster-Fleisch-Areal“	15
Karte 3:	Regionalplanerische Abgrenzung des Vorranggebietes für regionalbedeutsame zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte	17
Karte 4:	Einzugsgebiet des Standortes „Förster-Fleisch-Areal“	19

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten	21
Tabelle 3:	Umsatzprognose des Gesamtvorhabens	23
Tabelle 4:	Umsatzherkunft	24
Tabelle 5:	Bestandsdaten im regionalen Umfeld	29
Tabelle 6:	Umsatzumverteilungseffekte	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2009 – 2019	7

per E-Mail: c.roth@allobjekt.com

GMA – GESELLSCHAFT FÜR MARKT-
UND ABSATZFORSCHUNG MBH

allobjekt Gewerbeimmobilien
GmbH & Co. KG
Frau Claudia Roth
Ottostraße 8
97070 Würzburg

UNSER ZEICHEN	DURCHWAHL	E-MAIL	Datum
WMA wym	Tel (0) 71 41 / 93 60 – 33	markus.wagner@gma.biz	03.05.2021

STELLUNGNAHME ZUR SITUATION AM ALTSTANDORT VON PENNY

Sehr geehrte Frau Roth,

zunächst vielen Dank für die Übermittlung der Informationen zur aktuellen Situation am Altstandort von Penny. So ist am alten Penny-Standort eine Baugenehmigung für die Nutzung des Objekts mit Lebensmitteln bis zu einer Verkaufsfläche von max. 799 m² vorhanden. Die Stadt Lauda-Königshofen möchte zwar an diesem Standort keinen Lebensmittelmarkt, kann es aber grundsätzlich wg. der Bestands-Baugenehmigung nicht verhindern.

Vor dem Hintergrund ihrer Planungen hatten Sie bei uns angefragt, die beiden folgenden Szenarien hinsichtlich ihrer Rückwirkungen aus unterschiedlichen Ebenen zu untersuchen:

- **Szenario 1:** Umzug des Norma-Lebensmitteldiscounters mit derzeit rd. 650 m² VK von der Altstadt an den alten Penny-Standort mit max. 800 m² VK.
- **Szenario 2:** Ansiedlung eines neuen Discounters im alten Penny-Markt mit max. 800 m² VK.

Lassen Sie uns die beiden Szenarien kurz bewerten:

Szenario 1: Verlagerung Norma an den Penny-Standort

Norma ist bereits seit Jahren am Rand der Altstadt in einem gemischt genutzten Objekt mit einer Verkaufsfläche von 650 m² angesiedelt. In den Obergeschossen befinden sich Wohnnutzungen. Bereits seit Jahren ist Norma mit dem Standort wirtschaftlich unzufrieden und möchte diesen verlagern. Durch den Standortwechsel von Penny besteht für Norma die Möglichkeit einer Verlagerung und damit einhergehenden deutlichen Verbesserung der Standortlage und Erweiterung von 650 m² auf max. 800 m² VK am derzeitigen Penny-Standort. Die Auswirkungen dieses möglichen Szenarios sind aus unterschiedlichen Perspektiven wie folgt einzuordnen:

- **Auswirkungen auf Ihre Planung im Fachmarktzentrum:** Die mögliche Verlagerung von Norma wird in großen Teilen dazu führen, dass Umsatz vom bisherigen Standort Altstadt an den neuen Standort in der Nähe des geplanten Fachmarktzentrums „mitgenommen" wird. Jedoch verspricht sich Norma durch den Standortwechsel und die deutlich bessere Lage ebenfalls eine höhere Umsatzleistung. In (geringen) Teilen wird diese höhere Umsatzleistung durch Umsatzverluste der Wettbewerbsstandorte wie beispielsweise dem Rewe-Lebensmittelvollsortimenter und dem Biomarktes Beeren Bauer realisiert werden. In Teilen ist jedoch davon auszugehen, dass auch Ihr Mieter Penny auf der neuen Fläche geringere Umsätze erzielen wird. Für die Auswirkungsanalyse und die damit einhergehende Bewertung haben diese Umsatzverschiebungen jedoch gegenüber den sonstigen Bestandsstandorten keine Relevanz, so dass bei diesem Szenario aus unserer Sicht ein „Nullsummenspiel" zu erwarten ist.

- **Raumordnerische Bewertung:** Da sich sowohl der bisherige Norma-Standort als auch der Altstandort von Penny innerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte befinden, die Verkaufsfläche am neuen Standort nicht großflächig ist und die Agglomerationsregel aufgrund der Lage des Standortes im Vorranggebiet nicht greift, handelt es sich bei einer möglichen Verlagerung von Norma um eine Verlagerung innerhalb des Vorranggebietes, welche aus raumordnerischer Perspektive nicht von Relevanz ist. Auch hinsichtlich der Bestands-Baugenehmigungen bestehen in raumordnerischer Hinsicht bei einer Verkaufsfläche von < 800 m² keine Eingriffsmöglichkeiten.

- **Baurechtliche Bewertung:** Aus baurechtlicher Perspektive ist – ohne die genaue Baugenehmigung im Detail zu kennen – bei einem reinen Umzug von Norma ohne eine Überschreitung der Verkaufsfläche der derzeitigen Bestands-Baugenehmigung keine Eingriffsmöglichkeit vorhanden. Auch die kommunalpolitische Möglichkeit einer Veränderungssperre und einer Änderung des Bebauungsplans mit einem Ausschluss von Lebensmitteln am Standort wird rechtlich nicht haltbar sein, da sich der Standort in der planerisch definierten Innenstadt von Lauda-Königshofen befindet. Aus baurechtlicher Perspektive wird somit ein Leerstand innerhalb des Innenstadtbereichs geschlossen und ein anderer an anderer Stelle entstehen. Auch hier besteht dann grundsätzlich eine Nachnutzungsmöglichkeit für einen Lebensmittelmarkt, wenngleich durch die Lage des Standortes, die nach Realisierung aller Vorhaben starke Wettbewerbssituation und die noch geringere Verkaufsfläche am Altstadtstandort eine Wiedervermietung im Lebensmittelbereich unwahrscheinlich ist.

- **Kommunalpolitische Bewertung:** Aus kommunalpolitischer Sicht hat sich die Stadt Lauda-Königshofen bereits positioniert und möchte am Altstandort von Penny keinen Lebensmittelmarkt, da der Norma-Lebensmitteldiscounter insbesondere für den Standort Altstadt einen wichtigen Magneten und Frequenzbringer darstellt. Mit einer möglichen Verlagerung von Norma würde ein weiterer Bedeutungsverlust der Altstadt westlich der Bahnlinie entstehen. Jedoch ist unabhängig von der möglichen Verlagerung von Norma zu konstatieren, dass der Standort am Rand der Altstadt in langfristiger Perspektive nicht zukunftsfähig ist und eine Schließung auch in Anbetracht der anstehenden Wettbewerbsveränderung ggf. zu erwarten wäre. Wie bereits zuvor skizziert, sind auch eine Veränderungssperre und ein Ausschluss von Lebensmitteln am Altstandort aus unserer Sicht rechtlich nicht haltbar.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass es sich bei einer raumordnerischen Perspektive bei der Verlagerung des Norma-Marktes unter Beibehaltung der Kleinflächigkeit um eine Verlagerung innerhalb der Innenstadt von Lauda-Königshofen handelt, welche raumordnerisch nicht von Belang ist. Für Ihr konkretes Vorhaben hätte dieses Szenario aus raumordnerischer und genehmigungsseitiger Perspektive keine Nachteile, wenngleich der Mieter Penny in Ihrem Fachmarktzentrum mit etwas geringeren Umsätzen zu rechnen hätte, was sich sicherlich auch auf die Mietvertragsverhandlungen mit dem Anbieter auswirken würde.

Szenario 2: Neuansiedlung eines Discounters im alten Penny-Markt

Die Neuansiedlung eines weiteren Discounters am Altstandort von Penny ist wie folgt einzuordnen:

- **Auswirkungen auf Ihre Planung im Fachmarktzentrum:** Bei der zumindest theoretisch denkbaren Neuansiedlung eines bisher noch nicht in Lauda-Königshofen vertretenen Anbieters wäre zum einen ein Marktaustritt des Norma-Lebensmitteldiscounters im Altstadtbereich aufgrund hoher Umsatzverluste wahrscheinlich. Darüber hinaus würde dies jedoch stärkere Rückwirkungen gegenüber dem Penny-Neustandort in Ihrem Fachmarktzentrum nach sich ziehen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit des neuen Standortes wäre hingegen aus unserer Sicht aufgrund der voraussichtlich zu erwartenden Schließung des Norma-Lebensmitteldiscounters noch verkraftbar, wenn auch nicht optimal.

  Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass für die Fläche am Altstandort von Penny als „neuer" Anbieter ausschließlich Aldi und Lidl in Frage kommen. Im Fall der möglichen Ansiedlung von Aldi und Lidl ist zunächst zu konstatieren, dass diese Anbieter eine Verkaufsfläche von 800 m² am Standort voraussichtlich nicht anmieten werden, da beide Anbieter eine deutlich größere Verkaufsfläche nachfragen.

- Aus **raumordnerischer Sicht** ist grundsätzlich auf die Ausführungen in Szenario 1 zu verweisen. Da sich der Standort innerhalb des Innenstadtbereichs befindet und Auswirkungen innerhalb des Innenstadtbereichs grundsätzlich raumordnerisch neutral zu bewerten sind, wäre bei einer Verkaufsfläche von < 800 m² aus raumordnerischer Perspektive keine Eingriffsmöglichkeit vorhanden. Anders wäre eine Verkaufsfläche von > 800 m² (Einzelhandelsgroßprojekt) zu bewerten. Durch die damit einhergehende notwendige Änderung des Bebauungsplans in ein Sondergebiet wären die Auswirkungen gegenüber dem Altstadtbereich im Detail zu bewerten. Da hier aktuell mit dem Norma-Lebensmitteldiscounter ein für die auch fußläufige Nahversorgung wichtiger Anbieter vorhanden ist, wäre voraussichtlich das Beeinträchtigungsverbot gegenüber der Altstadt gerissen. Nur bei einer Fallkonstellation wären aus raumordnerischer Perspektive Eingriffsmöglichkeiten vorhanden.

- Aus **baurechtlicher Perspektive** wäre bei diesem Szenario bei einer Verkaufsfläche von < 800 m² ebenfalls keine Handhabe am Standort vorhanden. Nur bei einer Änderung der Baugenehmigung durch eine Verkaufsfläche von > 800 m² und eine damit einhergehende Änderung des Bebauungsplans könnten in baurechtlicher Hinsicht Eingriffsmöglichkeiten bestehen.

- **Kommunalpolitische Bewertung:** Aus Sicht der Kommunalpolitik bleibt festzuhalten, dass wohl eine Ansiedlung von Aldi bei einem zeitgleichen Wegfall des Standortes in Königshofen nicht akzeptiert werden würde, da sonst der einzige Nahversorger in Königshofen schließen würde. Insofern würde die Ansiedlung von Aldi voraussichtlich kommunalpolitisch nicht durchsetzbar sein. Im Fall des Lidl-Lebensmitteldiscounters wäre aufgrund der dann zu erwartenden Rückwirkungen gegenüber dem Norma-Standort im Altstadtbereich voraussichtlich ebenfalls nicht mit einer Zustimmung zu rechnen.

Zusammenfassend lässt sich für dieses Szenario festhalten, dass nach unserer Ansicht eine kleinflächige Ansiedlung eines anderen Lebensmitteldiscounters wie der Fa. Norma bereits aufgrund der Standortanforderungen der beiden verbleibenden Anbieter scheitern würde. Für die baurechtliche bzw. raumordnerische Bewertung gelten jedoch die gleichen Ausführungen wie bei Szenario 1. Lediglich bei einem Überschreiten der Grenze von 800 m² Verkaufsfläche wäre aufgrund der dann vorliegenden raumordnerischen Bedeutung als regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt voraussichtlich das Beeinträchtigungsverbot gegenüber der Altstadt von Lauda-Königshofen „gerissen" und das Vorhaben am Standort nicht genehmigungsfähig.

Sehr geehrte Frau Roth, so viel zu Ihren Fragestellungen am Standort Tauberstraße in Lauda-Königshofen. Gerne können wir die Thematik auch nochmals telefonisch diskutieren.

Mit freundlichen Grüßen

GMA Gesellschaft für
Markt- und Absatzforschung mbH



ppa. Markus Wagner