

Gutachterliche Stellungnahme zur Verlagerung eines Getränke- marktes in Glatten

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
 Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, den 18.02.2021

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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 das Dokument 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

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**

1. Aufgabenstellung	4
2. Definition und ausgewählte Marktdaten	4
3. Einordnung der Planung	5
3.1 Ist-Situation	5
3.2 Planung	7
3.3 Untersuchungsstandort „Untere Ösch“	9
4. Rahmenbedingungen in Glatten	11
4.1 Makrostandort Glatten	11
4.2 Versorgungsstrukturen in Glatten	12
4.3 Angebotssituation im Umland	13
5. Einzugsgebiet des Getränkemarktes	14
6. Auswirkungen des Vorhabens	15
7. Zusammenfassung und abschließende Bewertung	16

1. Aufgabenstellung

Im Dezember 2020 erteilte die Gemeinde Glatten der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Bewertung der Verlagerung eines Getränkemarktes in Glatten.

In Glatten möchte das ortsansässige Unternehmen Franz Fruchtsäfte auf einer bislang noch unbebauten Fläche im Südwesten der Ortslage eine moderne Betriebsstätte errichten. Das Vorhaben dient dazu, die bislang getrennt liegenden Betriebseinheiten (Fruchtsaftkelterei, Getränkeverkauf) am neuen Standort an der „Lombacher Straße 63“ zusammenzuführen und so die Weichen für die Zukunft des Unternehmens zu stellen. Das Vorhaben wird seitens der Gemeinde unterstützt.

Mit der Aufstellung des Bebauungsplans „Unterer Ösch I - 5. Änderung“ soll eine geordnete städtebauliche Entwicklung des Plangebietes sichergestellt werden.

Im Zuge der 4. Änderung des Bebauungsplans „Unterer Ösch I“ hat der Regionalverband Nordschwarzwald bereits der Erweiterung des örtlichen Netto-Lebensmittelmарktes im Gewerbegebiet „Unterer Ösch“ zugestimmt. Das Vorhaben wurde allerdings an die Vorgabe geknüpft, dass sich im Gewerbegebiet kein weiterer Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ansiedeln kann und die Bebauungspläne dementsprechend angepasst werden.

Das Sortiment Getränke zählt grundsätzlich zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die geplante Ansiedlung eines Getränkemarktes wäre damit von dem geforderten Ausschluss erfasst. Da es sich jedoch um die Verlagerung eines bereits bestehenden Betriebes handelt, ist in Abstimmung mit dem Regionalverband für diesen speziellen Einzelfall eine Ausnahmeregelung vorstellbar, sofern mit dem Vorhaben keine negativen Auswirkungen verbunden sind. Hierzu soll eine gutachterliche Stellungnahme vorgelegt werden, die das spezielle Vorhaben in Glatten untersucht und die Verlagerung und Erweiterung des Getränkemarktes auf die Vereinbarkeit mit den raumordnerischen Zielen überprüft.

Hierzu sind folgende Untersuchungsschritte erforderlich:

- /// Definitionen und ausgewählte Marktdaten
- /// Vorstellung des Unternehmens Franz Fruchtsäfte und Einordnung der Planung (Restriktionen am derzeitigen Standort, betriebliche Besonderheiten und Anforderungen)
- /// Einordnung des Standortes in das Einzelhandelsgefüge von Glatten
- /// Rahmenbedingungen in Glatten (einschließlich der aktuellen Versorgungsstrukturen)
- /// Einzugsgebiet des Getränkemarktes
- /// Auswirkungen des Vorhabens auf die Ortsmitte in Glatten bzw. auf Nachbargemeinden
- /// Darstellung der Auswirkungen i. V. mit dem am Standort bereits bestehenden Netto-Markt (mögliche Agglomerationswirkungen)
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Definition und ausgewählte Marktdaten

Als **Verkaufsfläche** (=VK) eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassen-

zone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang. Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Getränkemarkte werden in Deutschland entweder als eigenständige Getränkeabholmärkte (überwiegend Filialen) oder als in einem Lebensmittelmarkt integrierte Getränkeabteilung betrieben. Etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes von Getränken in Deutschland entfällt auf die knapp 10.000 Abholmärkte.¹ Getränkemarkte offerieren hauptsächlich Kistenware mit Mehrwegflaschen von Wasser, Erfrischungsgetränken und leicht-alkoholischen Getränken (Bier etc.). Außerdem gehören Getränkedosen und Einwegflaschen mit Wein und Spirituosen zum Standardsortiment. Das Kernsortiment wird zumeist ergänzt durch Tabakwaren sowie „Party-Artikel“ wie salzige Snacks, Einweggeschirr, Tischdekoration, Grillkohle etc.²

Inhabergeführte Betriebe profilieren sich teilweise zusätzlich durch Dienstleistungen (z. B. Abhol- und Liefersdienste, Vermietung von Zapfanlagen, Bierbänken / -tischen). Insgesamt besteht der größte Teil des Sortiments aber in allen Getränkemarkten aus nahversorgungsrelevanten Waren.

Getränkemarkte (sowohl filialisiert als auch integriert in Lebensmittelmärkten) umfassen, einschließlich Leergutannahme inzwischen 400 – 1.200 m² VK. Je nach Größe und Standortbedingungen sind für sie Flächenproduktivitäten von ca. 1.500 – 1.900 € / m² VK anzusetzen.³

3. Einordnung der Planung

3.1 Ist-Situation

Das Unternehmen Franz Fruchtsäfte wird in fünfter Generation in Glatten geführt. Aus einer Käferei entstand eine Mosterei, die sich schließlich zur heutigen Fruchtsaftkellerei weiterentwickelt hat. Das Unternehmen hat sich so im Laufe der Zeit von einem reinen Handwerksbetrieb zu einem Produktionsbetrieb mit Direktvertrieb weiterentwickelt.

Das Unternehmen betreibt das sogenannte **Lohnmostverfahren**, d. h. die Kunden bringen ihr Obst in die Kellerei und erhalten für 100 kg Äpfel eine Saftgutschrift über 60 Liter. Den abgefüllten Saft können sie dann im Laufe des Jahres gegen eine Verarbeitungsgebühr wieder abholen.

Das Sortiment umfasst zurzeit 27 Sorten, darunter auch die besondere Produktlinie „Schneewittchen“. Für den Anbau dieser Früchte werden besonders hohe Maßstäbe angelegt: Die Obstbäume dürfen weder gespritzt noch chemisch gedüngt werden. Zusätzlich verpflichten sich die Besitzer der Obstwiesen, die Bäume zu pflegen und zu erhalten. Durch diese Erzeugungsrichtlinie wird nicht nur eine hohe Saftqualität gewährleistet, sondern auch **langfristig zum Erhalt der Kulturlandschaft Streuobstwiese** beigetragen.⁴

Die Fruchtsäfte werden in Glas-Mehrwegflaschen abgefüllt, um die Qualität bestmöglich zu erhalten, aber auch aus dem ökologischen Aspekt, da Glas-Mehrwegflaschen bei kurzen Transportwegen effizienter sind als andere Verpackungsarten. Im Laufe der Zeit hat sich die für die Produktion benötigte technische Infra-

¹ Quelle: Bundesverband des deutschen Getränkegroßhandels e. V.: Gemeinsame Presseerklärung vom 20. März 2020: Getränkeversorgung ist gesichert.

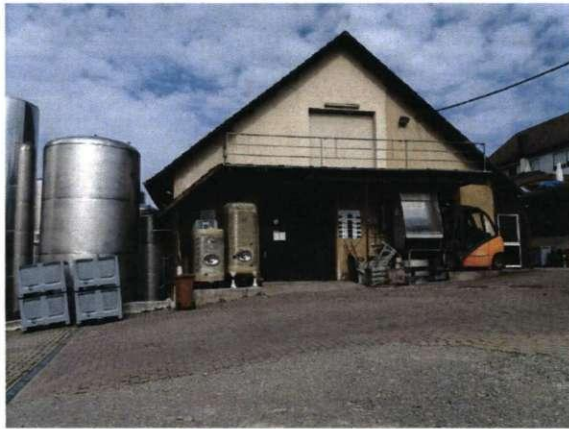
² In Getränkemarkten, die als Fachabteilung von Lebensmittelmärkten betrieben werden, sind diese ergänzenden Sortimente i. d. R. in den übrigen Bereichen des Lebensmittelmarktes integriert.

³ Quelle: IHK Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019, S. 17.

⁴ Quelle: Franz Fruchtsäfte <https://franz-fruchtsaeft.de/>

struktur weiterentwickelt. Dem Betrieb sind in seiner jetzigen Form bei steigenden Anforderungen (Mehrweg-Abfüllanlagen etc.) deutliche Grenzen gesetzt. Um auch langfristig einen wirtschaftlichen Betrieb sicherzustellen, ist der **Aufbau einer modernen Produktionsstätte** rd. 150 m neben der ursprünglichen **Fruchtsaftkellerei** geplant. In diesem Zuge sollen auch die bislang getrennt liegenden Betriebseinheiten (Fruchtsaftkellerei, Verkauf) zusammengeführt werden.

Die **Kellerei und Obstannahme** befindet sich derzeit noch am Küferweg 3, nur etwa 150 m vom Planstandort an der Lombacher Straße entfernt. Die Säfte werden bislang in einem kleinen **Getränk Laden** in der Schappachstraße verkauft. Neben dem Direktvertrieb der Fruchtsäfte wird hier ergänzend auch eine Auswahl an Spirituosen, Wein, Bier sowie Wasser in Kistenwaren angeboten. Ebenso besteht die Möglichkeit, einen Kühlanhänger sowie Garnituren, Gläser und anderes Inventar für Festveranstaltungen auszuleihen.



Kellerei, Küferweg 3



Fruchtsaftverkauf, Schappachstraße 10



Fruchtsaftverkauf ergänzendes Sortiment (Wein, Spirituosen)

Quelle: GMA-Aufnahme und Franz Fruchtsäfte <https://franz-fruchtsaeften.de/>

Die **Produktion** ist inzwischen auch räumlich an die **Kapazitätsgrenze** angelangt. Neue Maschinen, die für das Abfüllen in Glas-Meerwegflaschen benötigt werden, können am jetzigen Standort nicht aufgestellt werden. Gleichzeitig kommt es am Produktionsstandort in den Stoßzeiten der Obstanlieferung regelmäßig zu verkehrlichen Problemen an der Lombacher Straße. Mit der Betriebsverlagerung könnte dies künftig vermieden werden. An der Rückseite des Neubaus ist eine längere Anlieferungsstrecke geplant.

Auch die **Trennung von Produktionsstätte und Verkauf ist aus betrieblicher Sicht nicht optimal** und mit einem hohen Arbeits- und Kostenaufwand verbunden. Nach Auskunft des Betreibers müssen im Schnitt 3 – 4 Arbeitstage im Monat aufgewendet werden, um die Fruchtsäfte vom Produktionsstandort an der Küferstraße in den Getränkeverkauf in der Ortsmitte zu bringen. Die Lieferung der Kistenwaren erfolgt mit Paletten, muss vor Ort aber wegen der beengten räumlichen Situation mit Hilfe von Sackkarren in den Verkaufsraum gebracht werden. Gleichzeitig bietet die begrenzte Verkaufsfläche kaum Möglichkeiten zur Vorratslagerung. Der Getränkeladen (< 100 m² VK) liegt deutlich unter der gängigen Betriebsgröße in der Branche (vgl. hierzu Kap. 2).

Mit der vorliegenden Planung sollen daher die Voraussetzungen für einen langfristigen Fortbestand des Unternehmens geschaffen werden.

3.2 Planung

Die Planung sieht vor, an der Lombacher Straße 63 eine moderne Produktionshalle mit Getränkemarkt zu errichten. Es handelt sich hierbei um ein rd. 0,4 ha großes Grundstück (Flurst.-Nr. 225, 226) welches aktuell noch unbebaut ist. Das zweigeschossige Gebäude mit ebenerdig vorgelagerten Stellplätzen (insgesamt 15 Pkw-Stellplätze 10 Fahrradstellplätze) wird zur Straße ausgerichtet sein. Eine eigenständige Zufahrt wird von der Lombacher Straße aus eingerichtet.

Das Gebäude lässt sich in folgende Funktionsbereiche unterteilt (vgl. Tabelle 1):

- /// **Untergeschoss:** Produktion, Lager, Sozialräume (u. a. WC, Umkleide, Aufenthaltsraum)
- /// **Erdgeschoss:** Getränkemarkt mit Leergutannahme, Leergutsortierung, Lager
- /// **Obergeschoss:** Büro

Gemäß Antragsunterlagen ist davon auszugehen, dass innerhalb des Gebäudes maximal 20 % der Nutzfläche bzw. rd. 345 m² für den Getränkemarkt (inkl. Kasse, Leergutannahme, Eingangsbereich) genutzt werden, die damit als Verkaufsfläche im eigentlichen Sinne anzusehen ist. Mindestens 80 % der Nutzfläche sind für die Produktion, Lager, Büro- und Aufenthaltsräumen eingeplant (vgl. Tabelle 1). Damit ist der Betrieb in erster Linie als produzierendes und weiterverarbeitendes Gewerbe einzustufen. Der Getränkehandel wird nur auf deutlich untergeordneter Fläche stattfinden, weshalb der Betrieb seiner primären Funktion entsprechend auch in einem Gewerbegebiet untergebracht werden sollte.

Zusammenfassend lässt sich festhalten:

- /// Der Schwerpunkt des Betriebes liegt in der Verarbeitung des heimischen Streuobstes (sog. „Lohnmostverfahren“, d. h. Tauschgeschäft Äpfel gegen Saft, Cidre oder Schwäbischen Most zu einem vergünstigten Lohnmostpreis). Der Verkauf über den Getränkemarkt wird nur eine untergeordnete Funktion einnehmen (= klassischer Annexhandel, d. h. Einzelhandel als zweiter Vertriebsweg, deutlich untergeordnet zum eigentlichen Hauptzweck der gewerblichen Nutzung)
- /// Es werden ganz überwiegend selbst produzierte Produkte verkauft, d. h. der Verkauf steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Produktion in Glatten.
- /// Es handelt sich um ein eng umgrenztes Warensortiment (überwiegend Fruchtsäfte sowie ergänzendes Getränkesortiment), d. h. mögliche Überschneidungen mit anderen Betrieben in Glatten sind minimal.
- /// Das Vorhaben dient der Sicherung eines ortsansässigen Unternehmens und damit auch der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe sowie dem Erhalt der Kulturlandschaft „Streuobstwiese“.

Abbildung 1: Planskizze Erdgeschoss (Getränkemarkt)

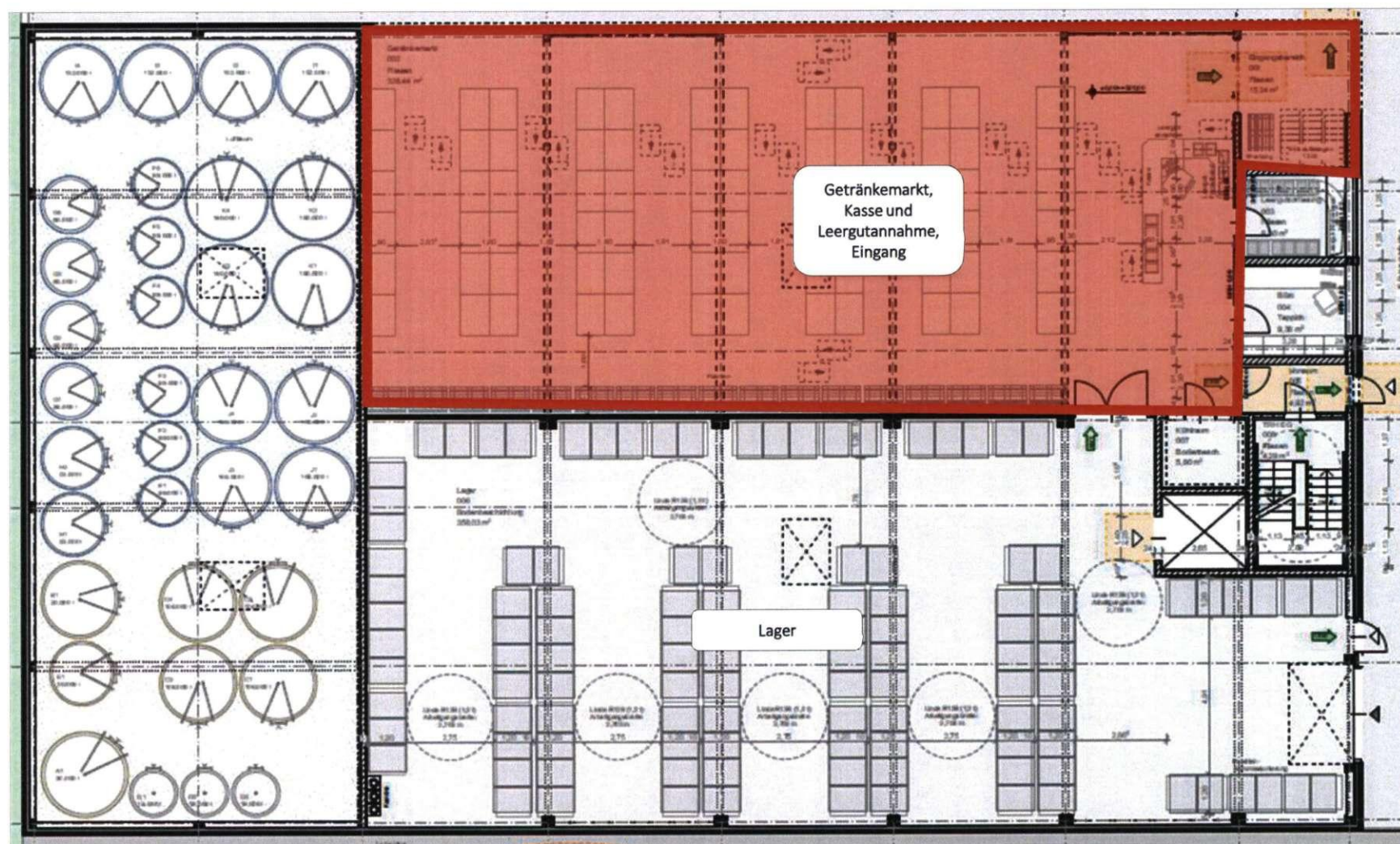


Tabelle 1: Flächenaufteilung

Funktion	Nutzfläche (NUF) in m ²	Anteil in %
Untergeschoss		
Tanklager	249,09	14,6
Kessel +BHKW + Wasser.	32,49	1,9
Werkstatt	12,50	0,7
Büro / Labor	14,92	0,9
Produktion	537,16	31,5
Lager 026	52,84	3,1
Lager 021	11,07	0,6
WC-Herren	4,10	0,2
WC-Damen	5,28	0,3
Umkleide	5,58	0,3
Aufenthaltsraum	19,31	1,1
Summe UG	944,34	55,3
Erdgeschoss		
Getränkemarkt	328,44	19,2
Lager 006	358,03	21,0
Kühlraum	5,80	0,3
Büro	9,38	0,5
Leergutsortierung	8,30	0,5
Eingangsbereich	15,24	0,9
Summe EG	725,19	42,5
Obergeschoss		
Chefbüro	32,15	1,9
Abstellkammer	5,80	0,3
Summe OG	37,95	2,2

Quelle: Auftraggeber

GMA-Zusammenstellung 2021, ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich

3.3 Untersuchungsstandort „Untere Ösch“

Der Planstandort befindet sich im Südwesten der Ortslage von Glatten, siedlungsstrukturell in das Gewerbegebiet an der Lombacher Straße eingebunden (vgl. hierzu Karte 1).

Im **direkten Umfeld** sind überwiegend gewerbliche Nutzungen prägend (u. a. Hans Eisele GmbH, Kabelmat Wickeltechnik, Old Toys Automobile, Fa. Wissinger). Mit dem Netto-Markt ist zudem ein wichtiger Träger der Nahversorgung im Standortumfeld zu finden. Etwas weiter Richtung Westen hat die Metzgerei Wiedmaier ihren Produktionsstandort (mit Direktverkauf). In Richtung Süden folgt Wiesen- bzw. Waldbestand (inkl. Lauter mit ökologischem Schutzstatus).

Karte 1: Lage des Standort und Standortumfeld



Quelle: © Microsoft, Nokia; GMA-Bearbeitung 2021

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort durch seine günstige Lage unmittelbar an der Lombacher Straße geprägt. Der Standort ist aus dem gesamten Ortsgebiet gut mit dem Pkw zu erreichen. Darüber hinaus wird die Verbindung aus dem Umland (die Äpfel und Birnen stammen von Obstwiesen im Umkreis von ca. 25 km) sichergestellt. Am jetzigen Produktionsstandort kommt es in den Stoßzeiten der Obstanlieferung regelmäßig zu verkehrlichen Problemen an der Lombacher Straße. Die Zufahrt am neuen Standort wird deutlich optimiert. An der Rückseite des Neubaus ist zudem eine längere Anlieferungsstrecke geplant, so dass ein Rückstau bis auf die Lombacher Straße zukünftig vermieden werden kann. Für die Kunden des Getränkemarktes, ist am Standort eine ausreichende Zahl an Stellplätzen eingeplant. Damit ergeben sich auch hier im Vergleich zum Getränkeladen in der Schappachstraße deutliche Vorteile.

Der Standort ist durch eine gute Erreichbarkeit von den westlichen Wohngebieten des als Straßendorf konzipierten Orts geprägt. Hier wird aktuell ein neues Wohnbaugebiet (Birkenstraße II) umgesetzt. Somit ist auch perspektivisch eine zusätzliche unmittelbar fußläufig erreichbare Einwohnerschaft zu versorgen, wenngleich an dieser Stelle anzumerken bleibt, dass das Sortiment Getränke (große Gebinde, Kistenwaren) bevorzugt mit dem Auto eingekauft wird.

Die wesentlichen Standorteigenschaften sind wie folgt zusammenzufassen:

- /// Gewerbegebietsstandort in baulich verdichteten Siedlungszusammenhang
- /// gute Erreichbarkeit im Straßenverkehr aus dem gesamten Gemeindegebiet bzw. aus dem Umland
- /// Lage an leistungsfähigen innerörtlichen Hauptverkehrsachsen, keine Störung von Wohngebieten durch Kunden- und Lieferverkehr (v. a. bei der Obstanlieferung)
- /// Lage im Umfeld eines etablierten Versorgungsstandortes (Netto), damit Möglichkeit zur Kopplung der Versorgungseinkäufe (Reduzierung der CO₂-Emissionen)
- /// Vorhaben fügt sich in die umliegende Bebauungs- und Nutzungsstruktur ein (gewerbliche Betriebe und großflächiger Einzelhandel im Nahumfeld).

4. Rahmenbedingungen in Glatten

4.1 Makrostandort Glatten

Die Gemeinde Glatten liegt im Regierungsbezirk Karlsruhe und gehört dem Landkreis Freudenstadt an. Im Hinblick auf mögliche Einkaufsbeziehungen auch in der Nah- und Grundversorgung ist die Gemeinde Glatten durch die Nähe zum Mittelzentrum Freudenstadt und insbesondere Dornstetten im Norden geprägt. Die unmittelbar südwestlich angrenzende Nachbargemeinde Loßburg ist aktuell noch kein ausgeprägter Versorgungsstandort für Glatten.

Die Gemeinde Glatten zählt aktuell ca. **2.432 Einwohner**⁵. Zwischen 2011 und 2020 hat sich die Einwohnerzahl leicht erhöht (+ 34 Einwohner bzw. + 1,4 %)⁶. Im regionalen Vergleich liegt die Gemeinde Glatten damit leicht unter dem Durchschnitt des Landkreis Freudenstadt (vgl. Tabelle 2).

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2020.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.09 des Jahres.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich

Kommune / Landkreis / Region	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2020	
	2011	2020	absolut	in %
Glatten	2.398	2.432	34	1,4
Landkreis Freudenstadt	115.531	118.502	2.971	2,6
Region Nordschwarzwald	573.446	604.984	31.538	5,5
Land Baden Württemberg	10.509.263	11.111.496	602.233	5,7

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.09. des Jahres

GMA-Berechnungen 2021, ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich

Bezüglich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen ist in den kommenden Jahren von einer stabilen bis positiven Entwicklung auszugehen. Ein Baugebiet wird derzeit am westlichen Ortsrand der Gemeinde oberhalb des Gewerbegebiets „Unterer Ösch“ erschlossen (Baugebiet „Birkenstraße“ II. Bauabschnitt mit 29 Bauplätzen). Die Prognose des Statistischen Landesamtes (2030: 4.232 Einwohner) wird schon heute erfüllt.

Die Gemeinde ist über Landes- und Kreisstraßen an die B 28a im Norden bzw. B 294 im Westen angebunden. Darüber hinaus bestehen Busanbindungen in Richtung Freudenstadt und Oberndorf.

Die **Wirtschaftsstandort** Glatten ist stark durch das Produzierende Gewerbe geprägt. Auf diesen Sektor entfallen rd. 92 % aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Mit Sitz der beiden „Hidden champions“ J. Schmalz GmbH, Spezialist für Vakuumtechnik und Woodward l'Orange, Spezialist für Einspritztechnologien verfügt Glatten über eine hohe Arbeitsplatzfunktion und zeichnet die Bedeutung der Gesamtregion Nordschwarzwald als hoch attraktiver Wirtschaftsstandort nach. Aktuell sind in der Gemeinde 2.220 Beschäftigte⁷ registriert, bei nach wie vor guter Dynamik (+ 744 Arbeitsplätze bzw. + 50,4 % seit 2011). Dabei weist Glatten einen deutlich positiven Pendlersaldo auf; ca. 1.906 Einpendlern stehen ca. 784 Auspendler gegenüber (+ 1.122). Größter Hemmschuh der Entwicklung ist der Fachkräftemangel; optimale Standortrahmenbedingungen auch für die Belegschaft sind daher eine unabdingbare Grundvoraussetzung zur Arbeitskräftegewinnung sowohl aus der Region selbst als auch von außerhalb.

4.2 Versorgungsstrukturen in Glatten

Im Umfeld des Planstandortes an der Lombacher Straße befindet sich der „Netto-Markt“ mit angeschlossener Bäckerei (Bäckerei Saur). Bei diesem Betrieb handelt es sich um den einzigen und damit strukturprägenden Lebensmittelmarkt in der Gemeinde. Des Weiteren befindet sich weiter westlich an der Lauterbrücke die Produktionsstätte der Metzgerei Wiedmaier mit dazugehörigem Direktverkauf „Kilomarkt“⁸. Die Hauptverkaufsstelle der Metzgerei befindet sich in der Ortsmitte Glatten an der Durchgangsstraße (Neunecker Straße 5). Zusammen mit der direkt daneben liegenden Bäckerei Ziegler's Backstube sowie weiteren Betrieben und Einrichtungen (u. a. Apotheke, Volksbank) bilden sie die Versorgungslage in der Ortsmitte Glatten. Ein Avia-Tankstellenshop an der Dornstetter Straße rundet das Angebot ab.

Der Getränkeladen der Fa. Franz Fruchtsäfte liegt aktuell noch an der der Schappachstraße. Mit Blick auf die **Wettbewerbsfähigkeit** des Marktes ist jedoch festzustellen, dass der Betrieb für einen Getränkeladen nach heutigen Maßstäben eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße aufweist (vgl. hierzu Kapitel 2). Hinzu kommt die ungünstige Lage abseits der Haupteinfahrungsstraße, die die Erreichbarkeit für den Kunden (eingeschränkte Stellplatzzahl) aber v. a. die interne Logistik (Belieferung mit Kistenwaren) stark erschwert.

⁷ Quelle: Agentur für Arbeit, Stand: 30. Juni 2020

⁸ Der Direktverkauf „Kilomarkt“ ist derzeit wegen der Corona-Maßnahmen bis auf weiteres geschlossen.

Der Saftverkauf der Fruchtsaftkelterei Franz ist für die Ortsmitte Glatten nicht von besonderer Relevanz:

- /// Der Getränkemarkt kann für die Ortsmitte keine bestimmte Funktion erfüllen, vielmehr wirkt er sich kontraproduktiv auf die Ortsmitte aufgrund seines erheblichen Kunden- und Lieferverkehrs aus (ausschließlich Pkw-Kunden, Lieferverkehr mit Lkw, sperrige Kistenwaren auf Paletten).
- /// Das Sortiment Getränke (überwiegend Kistenware) ist nicht für einen einfachen Transport geeignet (kein Handtaschensortiment). Für Kistenware nach dem Mehrwegssystem ist eine fußläufige Nahversorgung irrelevant, da sie ausschließlich per Pkw abtransportiert werden.
- /// Der Getränkeladen in seiner jetzigen Form weist für die Ortsmitte keine Magnetfunktion auf und trägt somit auch nicht zu einer Attraktivitätssteigerung der Ortsmitte bei.
- /// Ein Getränkemarkt weist hohe Flächenansprüche auf, die in der kleinstrukturierten Ortsmitte nicht bedient werden können.



Netto-Markt, Lombacher Straße 69



Metzgerei Wiedmaier, Ortsmitte



Ziegler's Bäckerei Café, Ortsmitte

GMA-Aufnahmen



Ortsdurchfahrt Neunecker Straße (L409)

4.3 Angebotssituation im Umland

Wesentliche Standorte mit Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Glatten sind das Mittelzentrum Freudenstadt, in Richtung Norden Dornstetten und bereits stark in der Bedeutung eingeschränkt im Südwesten der Standort Loßburg:

- Im **Mittelzentrum Freudenstadt** sind sämtliche Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels vertreten. Dort ist mit den Anbietern Kaufland, dem neuen Rewe-Center im Schwarzwald-Center sowie einem weiteren Rewe-Lebensmittelvollsortimenter ein starkes Angebot im Vollsortimentsbereich vorhanden. Das Angebot wird darüber hinaus ergänzt durch einen Lidl-Lebensmitteldiscounter, zwei Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie die Anbieter nah & gut Rentschler und Norma. Insgesamt übt das Mittelzentrum Freudenstadt im Lebensmitteleinzelhandel eine hohe Anziehungskraft in Richtung der südlich gelegenen Städte und Gemeinden aus. **Im für die Untersuchung relevanten Getränkesortiment sind in Freudenstadt mehrere Fachmärkte (u. a. REWE Getränkemarkt, Streb Wein & Getränkemarkt, Getränke Traub) zu finden.**
- Auch in **Dornstetten** ist mit den Anbietern Norma, Edeka, Lidl und Netto ein für die Einwohnerstärke der Gemeinde sehr gutes Angebot vorhanden. **Auch hier wird das Getränkesortiment durch Fachanbieter ergänzt. Zu nennen sind hier der Getränke-Abholmarkt Noppel (Getränkemarkt und Futterhandlung Mostäpfel-Annahme) sowie Getränke Sailer.**
- In **Loßburg** wird die Angebotssituation geprägt durch einen Edeka-Lebensmittelvollsortimenter im Gewerbegebiet im südlichen Siedlungsbereich des Kernorts (in der Nähe der Fa. Arburg). Des Weiteren befindet sich direkt gegenüber des Rathauses ein kleiner Netto-Lebensmitteldiscounter. Aktuell ist die Angebotsergänzung durch die Entwicklung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters (rd. 1.000 m² VK zzgl. Drogeriemarkt) in Vorbereitung. **Im speziellen Getränkesortiment wird die Angebotssituation durch einen Getränkemarkt (Getränke Klumpp) dargestellt.**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbssituation im Umland als ausgeprägt einzustufen ist. Im Getränkesortiment sind Fachmärkte in Freudenstadt, Dornstetten und Loßburg zu finden.

5. Einzugsgebiet des Getränkemarktes

Vor dem Hintergrund der dargelegten Wettbewerbsstrukturen im Umland sowohl im Lebensmittel- als auch im Getränkebereich i. V. mit den topografischen Bedingungen in der Region ist nicht davon auszugehen, dass sich das regelmäßige Einzugsgebiet des Getränkemarktes deutlich über das Gemeindegebiet Glatten hinaus erstrecken wird. Demnach bleibt das Einzugsgebiet auf die Gemeinde Glatten selbst mit gut 2.430 Einwohnern begrenzt.

Damit deckt sich das Einzugsgebiet i. W. mit dem des in der Nachbarschaft liegenden Netto-Marktes. Am Standort sind gelegentlich Arbeitspendler sowie Kunden von den jedoch z. T. räumlich stark abgesetzten und entfernt liegenden Ortsteilen der Stadt Freudenstadt bzw. Loßburg anzutreffen (v. a. Dietersweiler, Lombach und Ursental, Wittendorf aber auch die östlich gelegene Gemeinde Schopfloch); alle angeführten Orte verfügen nur noch über ein rudimentäres Angebot, können jedoch ebenfalls Alternativstandorte günstig erreichen (z. B. Richtung Dornstetten, Freudenstadt bzw. Loßburg). Festzuhalten bleibt, die geplante Verlagerung des Getränkemarktes wird zu keinen grundsätzlichen Verschiebungen des heute bereits vorhandenen Einzugsgebietes führen. Mit einer geplanten Verkaufsfläche von rd. 345 m² (inkl. Kasse, Leergutannahme, Eingangsbereich) wird der neue Getränkemarkt in Glatten auch im Vergleich zu anderen Getränkemärkten in der Region keine Wettbewerbsvorteile erringen können.

Das Unternehmen Franz Fruchtsäfte betreibt das sogenannte Lohnmostverfahren, d. h. die Kunden bringen ihr Obst in die Kelterei und können den abgefüllten Saft dann im Laufe des Jahres gegen eine Verarbeitungsgebühr abholen. Hierbei handelt es sich aber um einen sehr speziellen bzw. nicht näher zu definierenden Kundenkreis (Streuobstwiesenbesitzer aus einem Umkreis von rd. 25 km). Die Produktion wird daher wie schon heute einen Kundenkreis erschließen, der über das Einzugsgebiet des Getränkemarktes hinausgeht.

Fazit: Das Betriebskonzept steht auf zwei Beinen. Die Saftkellerei (Produktion) wird unabhängig vom Getränkeverkauf auf einen Kundenkreis aus einem 25 km Radius (= Streuobstwiesenbesitzer) zurückgreifen. Der Getränkemarkt wird dagegen in erster Linie der Versorgung der Gemeinde Glatten dienen. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was sich mit der Angebots- und Wettbewerbssituation in Freudenstadt, Loßburg und Dornstetten begründen lässt.

6. Auswirkungen des Vorhabens

Derzeit wird der Fruchtsaftverkauf in der Ortsmitte auf einer kleineren Verkaufsfläche (> 100 m²) betrieben. Eine Erweiterung der Verkaufsfläche auf 345 m² (inkl. Kasse, Leergutannahme, Eingangsbereich) wird allerdings nicht automatisch zu einem flächenproportionalen Zuwachs des Umsatzes führen. Vielmehr werden großzügigere Bewegungsflächen für die Kunden, Rangierflächen für die Bestückung der Mehrwegsysteme usw. erforderlich. Bei einer optimistischen Perspektive wird sich die Umsatzleistung allenfalls um 50 % erhöhen. Der Umsatzzuwachs wird auf max. 0,2 Mio. € geschätzt.

In Glatten selbst werden sich mögliche Umsatzrückgänge durch den zu erwartenden (Mehr-)Umsatz des Getränkemarktes höchstens gegenüber dem Netto-Markt bemerkbar machen. Es bleibt anzunehmen, dass der überwiegende Teil der Kunden, die ihre Getränke regelmäßig im Discounter erwerben, dies aus Bequemlichkeit (One-Stopp-Einkauf) auch in Zukunft so weiter handhaben werden. Der Umsatzrückgang würde sich zudem nur auf ein Teilsortiment beziehen, weshalb negative Auswirkungen an dieser Stelle auszuschließen sind.

Darüber hinaus sind in Glatten keine direkten Wettbewerber zum Vorhaben vorhanden. Konkrete Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen in Glatten sind durch die Verlagerung und Erweiterung des Getränkemarktes demnach nicht erkennbar. Gleichzeitig sind mit der Schließung des Getränkeladens an der Schapbachstraße auch keine negativen Auswirkungen auf die Ortsmitte verbunden. Der Getränkehandel kann für die Ortsmitte keine besondere Funktion erfüllen, vielmehr wirkt er sich wegen seines erheblichen Kunden- und Lieferverkehrs (in erster Linie Pkw-Kunden, Lieferverkehr mit großvolumigen Lkw) kontraproduktiv auf die Ortsmitte aus. Der Getränkemarkt bedarf keiner zentralen Lage und ist nicht auf Frequenzbringer angewiesen. Gleichzeitig kann er auch nicht als Frequenzbringer für andere Betriebe und Einrichtungen in der Ortsmitte dienen. Vielmehr handelt es sich um einen stark spezialisierten Vertriebskanal (Direktvermarktung, auch in Verbindung mit Lohnmostverfahren). Der Betrieb ist in erster Linie als produzierendes und weiterverarbeitendes Gewerbe einzustufen. Die Verkaufsstelle, d. h. der Getränkemarkt wird nur eine deutlich untergeordnete Funktion einnehmen, weshalb eine Unterbindung des Betriebs der primären Funktion entsprechend im Gewerbegebiet entsprechend sinnvoll ist. Größere Entwicklungsflächen, die den Anforderungen eines Getränkemarktes entsprechen, sind in der Ortsmitte ohnehin nicht vorhanden.

Auch auf die **Nachbarkommunen** wird sich das Vorhaben allenfalls geringfügig auswirken. In Freudenstadt, Dornstetten und Loßburg verteilen sich die Auswirkungen auf zahlreiche Anbieter, in erster Linie zu Lasten von größeren Getränkefachmärkten und Lebensmittelmärkten. Die Umverteilungen liegen hier auf einem sehr geringen Niveau (< 2%). Negative Auswirkungen auf die Strukturen im Umland können demnach ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus soll an dieser Stelle geprüft werden, ob i. V. mit dem bereits ansässigen Netto-Markt am Standort „Unterer Ösch“ eine sog. Agglomeration entsteht.

2.9.3 Agglomerationen

- Z Mehrere selbständige, jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe sind bei einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang als Agglomeration anzusehen und wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu behandeln, sofern raumordnerische Wirkungen wie bei einem Einzelhandelsgroßprojekt zu erwarten sind. Plansatz 2.9.2 gilt entsprechend.*

Zur Definition einer Agglomeration wurde durch die 3. Änderung des Regionalplans 2015, Plansatz 2.9.3 anstelle einer konkreten räumlichen Distanz zwischen den Gebäudeeingängen (sogenannte 150-Meter-Regelung) nun auf den räumlichen und funktionalen Zusammenhang der Einzelhandelsbetriebe abgestellt.

In der Begründung zu 2.9.3 wird hierzu ausgeführt:

„Der räumliche Zusammenhang wird durch die Nähe der Baukörper zueinander hergestellt. Der funktionale Zusammenhang wird im raumordnerischen Sinne unabhängig von der städtebaulichen Beurteilung einer Funktionseinheit im Hinblick auf § 11 (3) BauNVO bewertet. Die Frage der Möglichkeit der selbständigen Nutzung der Betriebsstätte (eigene Eingänge, Anlieferung und eigene Personalräume) spielt bei der raumordnerischen Beurteilung einer Funktionseinheit keine Rolle. Vielmehr ergibt sich der funktionale Zusammenhang im raumordnerischen Sinne unter dem Gesichtspunkt eines gemeinsamen Nutzungskonzeptes, Ergänzung der Sortimente, der Nutzung von Synergieeffekten (bspw. enge räumliche Beziehung, gemeinsame Zufahrt und Stellplätze) und dem dadurch erhöhten überörtlichen Kundenaufkommen. Solche Agglomerationen werden wie ein einheitliches Vorhaben behandelt, wenn sie die Schwelle der Regionalbedeutsamkeit überschreiten und im Hinblick auf Größe und Zusammenwirken in der Summe schädliche Auswirkungen hervorrufen.“

Die Fruchtsaftkelterei Franz mit Getränkemarkt und der Netto-Markt bilden keine Agglomeration i. S. des Plansatz 2.9.3. Folgende Punkte sprechen dagegen:

- Ein **räumlicher Zusammenhang** ist nicht gegeben. Die Baukörper (Netto, Fruchtsaftkelterei mit Getränkemarkt) liegen mind. 250 m (= Luftlinie) voneinander entfernt. Dazwischen befindet sich mit der Fa. Eisele GmbH noch ein größerer Gewerbebetrieb, der die räumliche Trennung zusätzlich verstärkt.
- Ein **funktionaler Zusammenhang** ist ebenfalls nicht zu erkennen. Der Netto-Markt als auch die Fruchtsaftkelterei mit Getränkemarkt werden über ein eigenes Stellplatzangebot verfügen. Die Zufahrten liegen rd. 250 m auseinander. Eine enge räumliche Beziehung bzw. besondere Synergieeffekte, die ein erhöhtes überörtliches Kundenaufkommen zur Folge hätten, sind insofern am Standort nicht gegeben. Bei der Fruchtsaftkelterei Franz handelt es sich zudem um einen stark spezialisierten Anbieter (Direktvermarkter von Fruchtsäften), der nur sehr eingeschränkt eine Überschneidung zum Sortiment von Netto hat. Gleichzeitig weist das Unternehmen Franz auch eine sehr spezielle Kundenzielgruppe auf. Der Schwerpunkt des Betriebs liegt in der Verarbeitung des heimischen Streuobstes, das aus einem Umkreis von rd. 25 km stammt.

7. Zusammenfassung und abschließende Bewertung

Das Vorhaben in Glatten ist abschließend wie folgt einzuordnen:

- Das Vorhaben dient der Sicherung eines ortsansässigen Unternehmens und damit auch der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe sowie dem Erhalt der Kulturlandschaft „Streuobstwiese“.

- /// Die Fruchtsaftkellerei Franz besteht in Glatten bereits in fünfter Generation. Der Betrieb hat an seinem jetzigen Standort bei steigenden Anforderungen (Mehrweg-Abfüllanlagen etc.) seine Kapazitätsgrenze erreicht. Um auch langfristig einen wirtschaftlichen Betrieb sicherzustellen, ist daher nun der Aufbau einer neuen Produktionsstätte geplant. In diesem Zuge sollen auch die bislang getrennt liegenden Betriebseinheiten (Fruchtsaftkellerei, Verkauf) am neuen Standort an der Lombacher Straße zusammengeführt werden. Die Trennung von Produktion und Verkauf ist mit einem hohen Arbeits- und damit auch Kostenaufwand verbunden ist. Gleichzeitig entspricht der kleine Verkaufsladen in der Ortsmitte nicht mehr den betrieblichen Anforderungen an einen Getränkemarkt.
- /// Der Schwerpunkt des Betriebes liegt in der Verarbeitung des heimischen Streuobstes. Der Direktvertrieb über den geplanten Getränkemarkt wird nur eine untergeordnete Funktion einnehmen (= klassischer Annexhandel, d. h. Einzelhandel als zweiter Vertriebsweg, deutlich untergeordnet zum eigentlichen Hauptzweck der gewerblichen Nutzung). Es werden ganz überwiegend selbst produzierte Produkte verkauft, d. h. der Verkauf steht in unmittelbarem Zusammenhang mit der Produktion in Glatten.
- /// Der Betrieb ist in erster Linie als produzierendes und weiterverarbeitendes Gewerbe einzustufen. Der Getränkemarkt wird nur eine deutlich untergeordnete Funktion (max. 20 % der Nutzfläche) einnehmen. Der Betrieb sollte daher der primären Funktion entsprechend im Gewerbegebiet untergebracht werden.
- /// Das Betriebskonzept steht auf zwei Beinen. Die Saftkellerei (Produktion) wird unabhängig vom Getränkeverkauf auf einen Kundenkreis aus einem 25 km Radius (= Streuobstwiesenbesitzer) zurückgreifen. Der Getränkemarkt wird dagegen in erster Linie der Versorgung der Gemeinde Glatten dienen. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen.
- /// Es handelt sich um ein eng umgrenztes Warensortiment (überwiegend Fruchtsäfte sowie ergänzendes Getränkesortiment), d. h. mögliche Überschneidungen mit anderen Betrieben in Glatten sind minimal und betreffen nur den Netto-Markt, der Getränke im Teilsortiment führt.
- /// Es ist nicht erkennbar, dass sich die Verlagerung des Getränkehandels negativ auf die Entwicklung der Ortsmitte auswirken wird. Der kleine Getränkeladen liegt aktuell in einer Nebenstraße und übernimmt mit seinem speziellen Sortiment für die Ortsmitte keine besondere Funktion. Vielmehr wirkt sich der Getränkeladen aufgrund seines Kunden- und Lieferverkehrs (sperrige Kistenware daher überwiegend Pkw-Kunden, Lieferverkehr mit Lkw) negativ auf die Ortsmitte aus. Größere Entwicklungsflächen, die den Anforderungen eines Getränkemarktes entsprechen sind in der kompakten eng umgrenzten Ortsmitte nicht zu finden.
- /// Auch auf die Nachbarkommunen wird sich das Vorhaben allenfalls geringfügig auswirken. In Freudstadt, Dornstetten und Loßburg verteilen sich die Auswirkungen auf zahlreiche Anbieter, in erster Linie zu Lasten von Getränkefachmärkten und Lebensmittelmärkten. Negative Auswirkungen auf die Strukturen im Umland sind nicht erkennbar.
- /// Die Entstehung einer Agglomeration (i. V. mit dem Netto-Markt) kann ebenfalls ausgeschlossen werden. Für das Vorhaben lässt sich weder ein räumlicher noch funktionaler Zusammenhang mit dem Netto-Markt bestimmen. Negative raumordnerische Wirkungen sind daher auszuschließen.

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage des Standortes und Standortumfeld	10
----------	--	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Flächenaufteilung	9
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich	12

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Planskizze Erdgeschoss (Getränkemarkt)	8
--------------	--	---