Anlage 2 zur Drucksache Nr. 37/2021

Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters in Pliezhausen

Auftraggeber: Aldi GmbH & Co. KG, Aichtal

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
M. Sc. Wirtschaftsgeographie
Markus Hertner

Ludwigsburg, am 01.03.2019

GMA Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

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

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

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Im Februar 2018 erteilte die Aldi GmbH & Co. KG, Aichtal, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur gutachterlichen Bewertung der geplanten Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters in Pliezhausen. Die Filiale, die bislang über eine Verkaufsfläche (VK) von 800 m² verfügt, soll auf ca. 1.074 m² VK erweitert werden.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, der Gemeinde Pliezhausen sowie des Auftraggebers zur Verfügung. Außerdem wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) zurückgegriffen. In Ergänzung der sekundärstatistischen Daten wurde im Februar 2018 der projektrelevante Wettbewerb vor Ort erfasst sowie eine Standortbesichtigung des bestehenden Anbieters, des Planareals und der wesentlichen Einzelhandelslagen durchgeführt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und –findung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Gemeinde Pliezhausen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 01.03.2019
BE HMA

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Aufgabenstellung und Grundlagen**	**5**
1.	Aufgabenstellung	5
2.	Definitionen	6
3.	Rechts- und Planungsrahmen	6
4.	Untersuchungsschema	9
II.	**Überprüfung des Vorliegens einer Atypik**	**11**
1.	Prüfung der Funktion des Aldi-Lebensmitteldiscounters als Nahversorger	11
2.	Auswirkungen auf den Verkehr	12
3.	Städtebauliche Integration	13
4.	Sicherung der verbrauchernahen Versorgung	16
4.1	Rahmenbedingungen in Pliezhausen	16
4.2	Angebots- und Wettbewerbssituation in Pliezhausen	18
4.3	Wettbewerbssituation im Umland	19
4.4	Abgrenzung des zu versorgenden Bereichs	23
4.5	Vorhabenspezifische Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	24
4.6	Umsatzprognose für den erweiterten Aldi-Markt	26
4.7	Zusammenfassende Bewertung einer städtebaulichen Atypik	27
III.	**Auswirkungsanalyse**	**29**
1.	Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens	29
2.	Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur	31
3.	Auswirkungen des Vorhabens auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche	32
4.	Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 Bau NVO	32
5.	Fazit der Auswirkungsanalyse	33
IV.	**Zusammenfassung**	**35**
1.	Überprüfung einer atypischen Fallgestaltung	38
2.	Auswirkungsanalyse	38
Verzeichnisse		**39**

I. Aufgabenstellung und Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Fa. Aldi plant die Verkaufsflächenerweiterung ihres seit vielen Jahren am Standort Jusistraße in Pliezhausen etablierten Marktes. Aktuell besitzt dieser eine Verkaufsfläche von 800 m² und soll durch einen seitlichen Anbau auf eine Größe von ca. 1.074 m² erweitert werden. Ziel der Erweiterung ist, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraumes und eine optimierte Warenpräsentation, die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen und seine Rolle als Nahversorger für die Ortsteile nördlich des Kernortes weiter zu stärken. Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist hingegen nicht vorgesehen.

Da ein Markt mit einer Geschossfläche ab 1.200 m² bzw. einer Verkaufsfläche ab 800 m² als großflächig gilt, wird das Vorhaben die sog. Regelvermutung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen. So wird bei Einzelhandelsvorhaben regelmäßig vermutet, dass ein großflächiges Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben negative Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung und auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung nach sich ziehen kann. Als Rechtsfolge hieraus wäre der Markt nur in einem Kerngebiet oder in einem ausgewiesenen Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel zulässig, aber nicht in einem Gewerbegebiet. Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO ist die Regelvermutung widerlegbar, wenn im konkreten Fall Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass eine Atypik vorliegt.

Mit diesem Gutachten soll untersucht werden, ob Anhaltspunkte für eine sog. „atypische Fallgestaltung“ vorliegen, die die Regelvermutung widerlegen, sodass der vorliegende großflächige Einzelhandelsbetrieb auch im Gewerbegebiet zulässig wäre. Hierzu sind v. a. seine Nahversorgungswirkung und das kleinräumige Standortumfeld des Aldi-Markts dezidiert zu untersuchen, außerdem die Größe und Siedlungsstruktur der Standortkommune Pliezhausen. Weiterhin sind die zu erwartenden versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens darzulegen.

Im Einzelnen werden in der Untersuchung folgende Schritte vorgenommen:

- Darlegung des Rechtrahmens
- Überprüfung des Vorliegens einer Atypik hinsichtlich städtebaulicher Gegebenheiten:
  - Größe und Gliederung der Standortkommune Pliezhausen
  - gegenwärtigen Versorgungssituation in Pliezhausen
  - mögliche Marktdurchdringung des Vorhabens (= Abgrenzung des erschließbaren betrieblichen Einzugsgebiets, Ermittlung der vorhabenspezifischen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale)

- Auswirkungsanalyse:
  - Berechnung der Umsatzerwartung des Vorhabens (anhand des Marktanteilkonzepts)
  - Von dem Vorhaben ausgelöste Umsatzumverteilungen
  - zu erwartende Auswirkungen auf die Nahversorgungsstruktur
  - zu erwartende Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
  - sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 Bau NVO (Immissionen, infrastrukturelle Ausstattung, Verkehr, Orts- und Landschaftsbild, Naturhaushalt)
- Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Definitionen

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, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.[1] Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der in dem Vorhaben zu erwartenden **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind.

3. Rechts- und Planungsrahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zu beachten.

[1] Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2017, Köln 2017, S. 367. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

Der für diesen Zusammenhang zentrale **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:[2]

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

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

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

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

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb. Dies ist bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall.[3]

   ➔ **Der Aldi-Lebensmitteldiscounter hat mit 1.074 m² VK eine Verkaufsfläche von über 800 m². Es handelt sich somit um ein großflächiges Vorhaben.**

2. Die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung). Diese Ausnahme ist im konkreten Einzelfall jedoch widerlegbar.

   ➔ **Es ist im Folgenden zu prüfen, ob der verlagerte Aldi-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 1.074 m² die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen auslöst. Kann die Regelvermutung wiederlegt werden, ist der Aldi-**

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

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

Lebensmitteldiscounter auch mit 1.074 m² VK ohne die Ausweisung eines Sondergebiets zulässig.

Soweit Lebensmittelmärkte mehr als 800 m² Verkaufsfläche aufweisen, sind sie nach der eindeutigen Rechtsprechung des BVerwG als großflächige Einzelhandelsbetriebe anzusehen, für deren Ansiedlung und Erweiterung der § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) von besonderer Bedeutung ist. Danach sind diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe einem bauplanungsrechtlichen Sonderregime unterstellt und grundsätzlich nur in Kerngebieten im Sinne des § 7 BauNVO oder in förmlich durch B-Plan festgesetzten Sondergebieten zulässig, soweit sie sich nicht nur unwesentlich auf raumordnerische und städtebauliche Belange nachteilig auswirken können.

Solche Negativauswirkungen sind in der Regel anzunehmen, wenn das Vorhaben die Geschossfläche von 1.200 m² überschreitet. Die Regelvermutung kann aber nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO widerlegt werden. V. a. wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass solche Auswirkungen trotz Überschreitung von mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen.

Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere

- das Warenangebotes des Betriebes (=Nahversorgungsfunktion) und / oder
- die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile und die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung (=städtebauliche Atypik)

zu berücksichtigen. Bereits an dieser Stelle ist hervorzuheben, dass für Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels v. d. der städtebaulichen Atypik eine entscheidende Rolle zukommt.

In diesem Zusammenhang stellt das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 24. November 2004 in Rückgriff auf den Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vom 30.04.2002 fest: [4]

> „Ob die Vermutung widerlegt werden kann, hängt maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb angelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hervorgerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr herauf beschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind. […] Dabei kann allerdings die jeweilige Siedlungsstruktur nicht außer Betracht bleiben. Je größer die Gemeinde oder der Ortsteil ist, in dem der Einzelhandelsbetrieb angesiedelt werden soll, desto eher ist die Annahme gerechtfertigt, dass sich die potenziellen negativen städtebaulichen Folgen relativieren.

Dies wird im 2017 neu aufgelegten Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels im selben Wortlaut aufgegriffen. [5]

---

4 Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

5 Vgl. v. a. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels; beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28.09.2017.

„Für den Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ist die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ zu dem Ergebnis gelangt, dass es insbesondere auf die Größe der Gemeinde / des Ortsteil, auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs ankommt. Bei der gebotenen Einzelfallprüfung könne es an negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und dem Verkehr insbesondere dann fehlen, wenn

- der Nonfood-Anteil weniger als 10 v.H. der Verkaufsfläche beträgt und
- der Standort verbrauchernah und
- hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich
- sowie städtebaulich integriert ist. […]“

4. Untersuchungsschema

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Fragen zu beantworten:

- Wie ist das Sortiment des Vorhabens einzuordnen? (= fungiert der Betrieb als **Nahversorger**?)
- Sind aufgrund der siedlungsstrukturellen Situation am Standort im nördlichen Teil des Kernortes von Pliezhausen Anhaltspunkte für eine **städtebauliche Atypik**[6] zu erkennen, so dass der Lebensmittelmarkt auch bei einer Überschreitung der Geschossfläche von 1.200 m² nicht der Vermutungsregel unterworfen wäre?

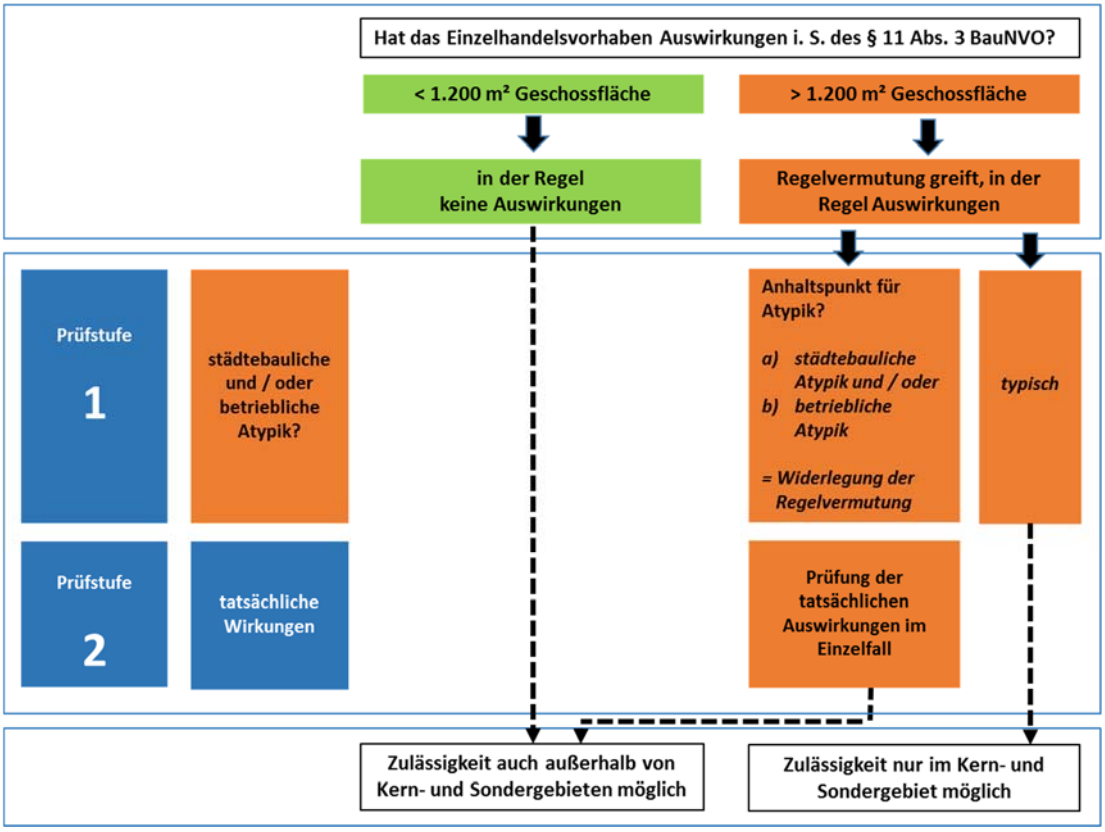
Daran anschließend erfolgt – eine positive Bewertung in Prüfstufe 1 vorausgesetzt – eine Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO:

- schädliche Umweltwirkungen
- Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung
- Auswirkungen auf den Verkehr
- Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
- Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und den Naturhaushalt.

Abschließend wäre das Vorhaben, eine positive Beurteilung vorausgesetzt, nicht kern- bzw. sondergebietspflichtig, sondern könnte auch innerhalb des bestehenden Bebauungsplans, der ein Gewerbegebiet gemäß § 8 BauNVO festsetzt, realisiert werden.

6 eine betriebliche Atypik liegt offensichtlich nicht vor, da es sich um einen „normalen“ Lebensmittelmarkt handelt.

Abbildung 1: Prüfschema nach § 11 Abs. 3 BauNVO

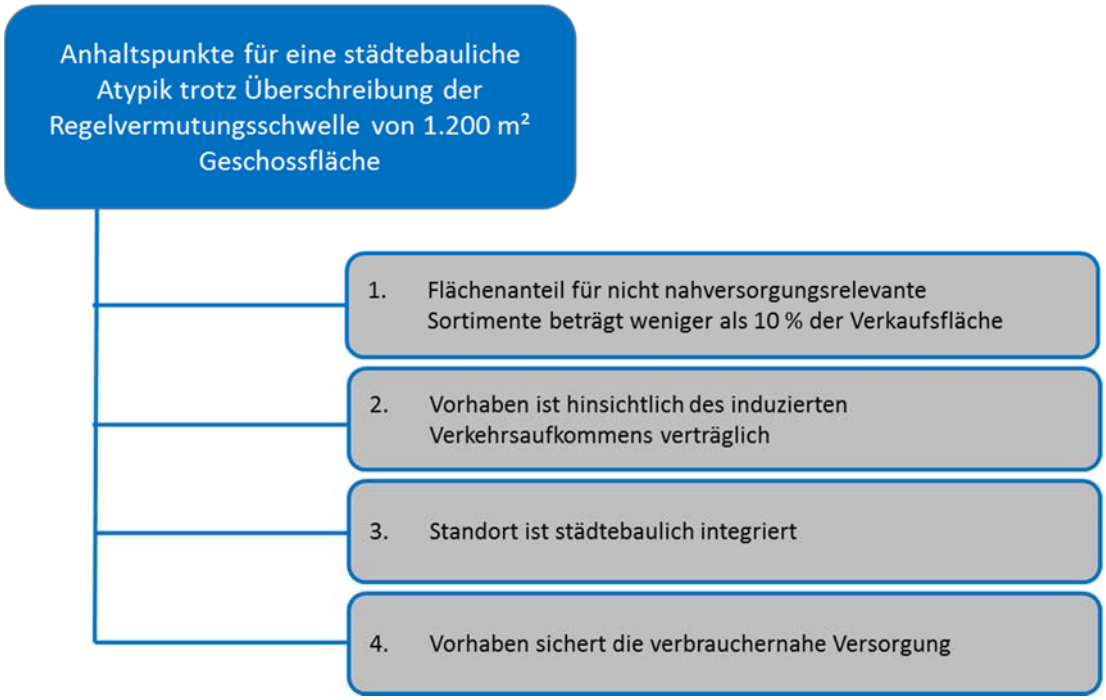


GMA-Zusammenstellung 2018

II. Überprüfung des Vorliegens einer Atypik

In Anlehnung an den „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“ (beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017) ist folgendes Prüfschema abzuarbeiten:

Abbildung 2: Prüfschema städtebauliche Atypik bei Nahversorgern



GMA-Darstellung 2018; in Anlehnung an „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“ 2017

1. Prüfung der Funktion des Aldi-Lebensmitteldiscounters als Nahversorger

Am Standort Jusistraße in Pliezhausen ist die **Modernisierung eines bestehenden Lebensmittelmarkts des Betreibers Aldi** geplant. Der Markt ist in dieser Immobilie schon seit Jahren mit ca. 800 m² VK ansässig. Der Markt soll nun auf ca. 1.074 m² VK erweitert werden. Das Vorhaben ist damit als **großflächig** einzustufen.

Eine Sortimentsveränderung oder -erweiterung soll mit der Verkaufsflächenveränderung nicht einhergehen. Auch weiterhin wird der Markt an der Jusistraße das typische Sortimentsspektrum von Aldi anbieten. Aldi-Märkte sind Filialbetriebe, deren Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch bei dem Markt in Pliezhausen wird es sich um eine solche für den Konzern typische Filiale handeln.

Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Pliezhausen nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Märkte.

Die Fa. Aldi Süd betreibt in Süd- und Westdeutschland derzeit rd. 1.890 Filialen.[7] Das spezielle Vertriebskonzept des Unternehmens Aldi Süd ist wie folgt zu skizzieren:

- Lebensmitteldiscounter mit begrenztem Sortimentsspektrum (ca. 1.500 Basisartikel) mit deutlichem Schwerpunkt auf dem Lebensmittelbereich, konzentriert auf umschlagsstarke Artikel bei konsequenter Niedrigpreispolitik
- dreimal wöchentlich wechselnde Nonfood-Aktionsartikel (ca. 5 – 6 % der Gesamtartikelzahl)[8], Verkaufsflächenanteil unter 10 %
- hoher Anteil an Eigenmarken, aber auch Markenprodukte
- durchschnittlicher Aldi-Umsatz je Filiale ca. 8,3 Mio. € (brutto), durchschnittliche Filialgröße ca. 970 m² VK.[9]

Dabei ist Aldi als Lebensmitteldiscounter einzuordnen, der sowohl hinsichtlich des Sortiments als auch des Umsatzes einen eindeutigen Schwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten hat. Der Flächenanteil nicht nahversorgungsrelevanter Sortimente beträgt sowohl im Bestand als auch in der Planung deutlich unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche.

Letztendlich dient die vorgesehene Erweiterung und Modernisierung von Aldi im Wesentlichen einer Sicherung der Sicherstellung einer Grundversorgung in Pliezhausen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es sich bei dem Aldi-Lebensmitteldiscounter eindeutig um einen Nahversorger im Lebensmittelbereich handelt, der nur in sehr begrenztem Umfang (deutlich weniger als 10 % der Verkaufsfläche) nicht nahversorgungsrelevante Artikel umfassen wird. Insofern ist der Aldi-Lebensmitteldiscounter eindeutig als Nahversorger einzuordnen.

2. Auswirkungen auf den Verkehr

Auswirkungen auf den Verkehr sind anzunehmen, wenn vorhandene Verkehrseinrichtungen durch den vom Vorhaben ausgehenden zusätzlichen Verkehr überlastet bzw. ihrer bestimmungsgemäßen Nutzung entzogen werden oder wenn Verkehrsbehinderungen auftreten. Dies ist z. B. der Fall, wenn Wohnstraßen wesentlich zusätzlich belastet und dadurch zu Durchgangsstraßen werden, Straßenquerschnitte nicht mehr ausreichen, Linksabbieger den Geradeausverkehr behindern oder sich an Verkehrsknoten Staus entwickeln können.

7 Quelle: Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG, Unternehmensgruppe Aldi Süd: Daten und Fakten, Stand: 2/2018.

8 Rd. 80 Aktionsartikel pro Woche. Entspricht einem Anteil an der Gesamtartikelzahl (Basisartikel und Aktionsartikel) von 5 – 6 % (Quelle: Unternehmensauftritt Aldi Süd).

9 Quelle: Hahn Retail Estate Report Germany 2017 / 2018; S. 38 und Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG, Unternehmensgruppe Aldi Süd: Daten und Fakten, Stand: 2/2018.

Die Erschließung des Vorhabengrundstücks ist über den Kreisverkehr an der Jusistraße gesichert. Eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt zum Grundstück, eine ausreichende Anzahl von Kundenstellplätzen und eine problemlose Möglichkeit zur Anlieferung sind bereits auf dem Grundstück vorhanden. Sie werden durch das Vorhaben nicht verändert. Mit Auswirkung auf den Verkehr im Sinne einer steigenden Verkehrsbelastung oder mit Beeinträchtigungen im Standortumfeld ist im vorliegenden Fall nicht zu rechnen. Außerdem ist der Vorhabenstandort auch mit dem ÖPNV, mit dem Fahrrad und zu Fuß aus den umliegenden Wohngebieten gut erreichbar. Im Sinne der Nahversorgung dient der Standort somit auch der Verkehrsvermeidung.

Durch die Erweiterung von 800 auf 1.074 m² wird in keinem Fall ein proportionaler Verkehrszuwachs erfolgen. Negative Auswirkungen auf den Verkehr sind angesichts der Leitungsfähigkeit der Bachenbergstraße daher nicht zu erwarten.

3. Städtebauliche Integration

Der **Standort** des Aldi-Marktes befindet sich im Nordwesten des Ortsteils Pliezhausen, an der zentralen Verkehrsachse Bachenbergstraße und ist über die Jusistraße und einen Kreisverkehr an diese angeschlossen. Das Grundstück wird nach Westen und Norden durch ebenjene Straßen begrenzt.

Der Aldi-Markt stellt mit seiner Lage eine Art städtebauliches Scharnier zwischen dem nördlich gelegenen Gewerbegebiet und der unmittelbar südlich angrenzenden Wohnbebauung dar. Aus beiden Gebieten, insbesondere aber aus dem Wohngebiet Baumsatz ist der Standort fußläufig schnell zu erreichen und hat damit eine hohe Bedeutung für die Nahversorgung.

Grundsätzlich ist die **Erreichbarkeit** als sehr gut zu bewerten. Die Bachenberg- bzw. Bachstraße stellt die zentrale Ortsdurchfahrt und Verbindungsstraße zwischen den Ortsteilen dar. Zudem ist der Standort über die Bushaltestelle „Pliezhausen Baumsatz/Gewerbegebiet“, die sich in ca. 200 m Entfernung befindet und über einen Fußweg erreichbar ist, an den ÖPNV angeschlossen. Die **Sichtbarkeit** bzw. Exposition des Marktes ist durch die Lage direkt am Kreisverkehr als sehr gut zu bewerten.

Die spezifischen Eigenschaften des Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Als wesentliche Eigenschaften des Planstandortes sind anzuführen:

+ siedlungsräumlich integrierter Standort mit Anschluss an gewachsene Wohnlagen

+ Nahversorgungsfunktion des Standortes für die umliegenden Wohnlagen sowie als Grundversorger für die gesamte Gemeinde, insbesondere die nördlich und westlich gelegenen Ortsteile.

+ gute Anbindung an das ÖPNV-Netz

+ gute fußläufige Erreichbarkeit

+ günstige Grundstückseigenschaften (ausreichende Größe, gute Sichtbarkeit, Lage an einer innerörtlichen Hauptverkehrsachse)

Foto 1: Aldi-Markt

Foto 2: Standortumfeld West

Foto 3: Standortumfeld Ost

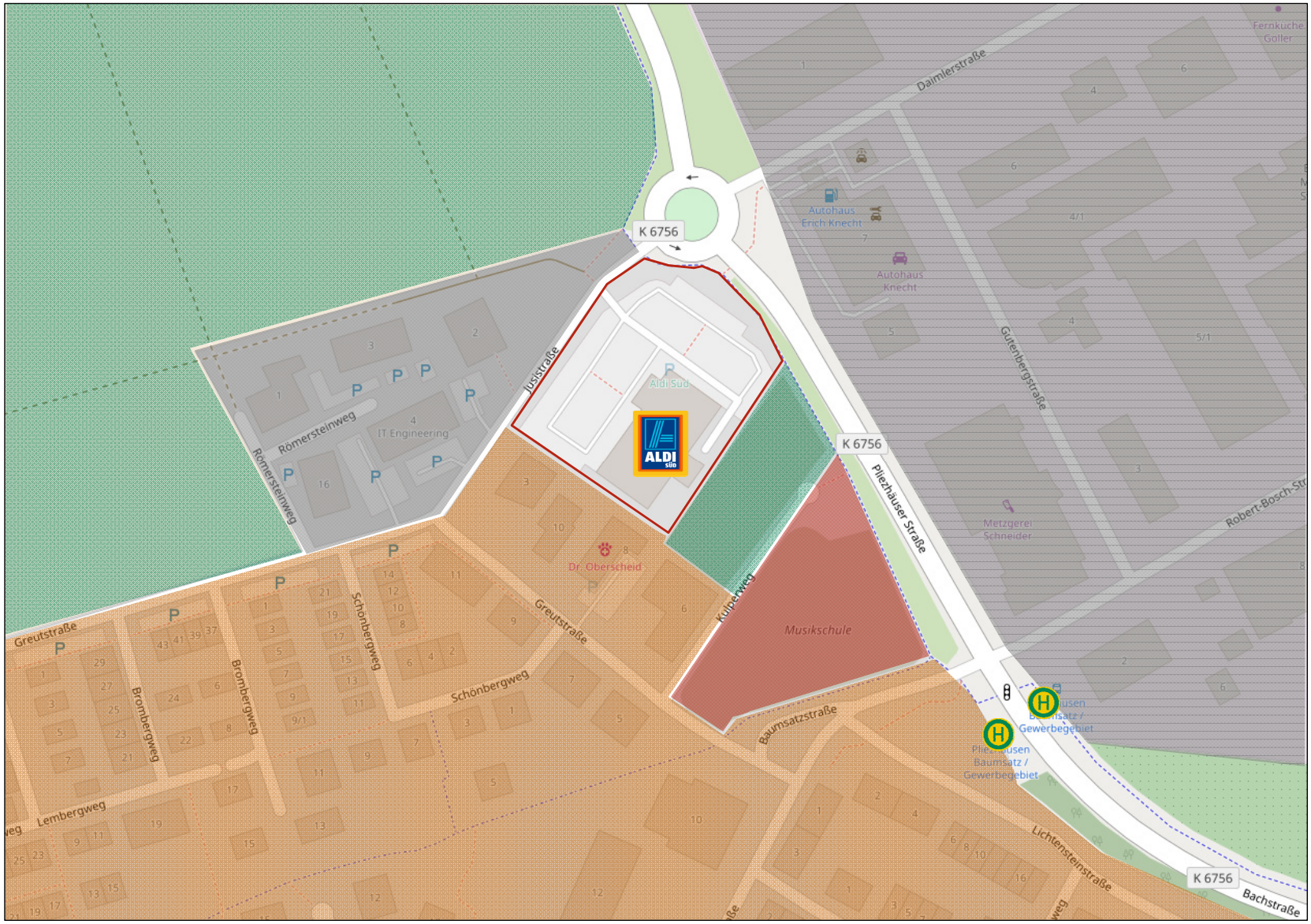
Foto 4: Wohngebiet Baumsatz

Foto 5: Zufahrt Jusistraße

Foto 6: Wegeverbindung ÖPNV

GMA-Aufnahmen 2018

Karte 1: Mikrostandort Jusistraße



Legende

- Planstandort
- überw. Wohnen
- überw. Gewerbe
- Frei-, Landwirtschaftliche Flächen
- öffentliche Einrichtungen
- Haltstelle ÖPNV

Quelle: OpenStreetMap; GMA-Bearbeitung 2018

4. Sicherung der verbrauchernahen Versorgung

4.1 Rahmenbedingungen in Pliezhausen

Die **Gemeinde Pliezhausen** liegt nördlich des Oberzentrums Reutlingen zu dessen Nahbereich sie zählt. Von den Reutlinger Stadtteilen Altenburg, Oferdingen und Mittelstadt ist der Ort durch den Fluss Neckar getrennt ist. Aktuell leben in der Gemeinde ca. 9.651 Einwohner[10]. Die Gemeinde ist gemäß Regionalplan als Kleinzentrum ausgewiesen zu dessen Verflechtungsbereich die angrenzende Gemeinde Walddorfhäslach zählt.

Siedlungsstrukturell gliedert sich die Gemeinde neben dem Kernort Pliezhausen in die Ortsteile Dörnach, Gniebel und Rübgarten. Diese befinden sich mit Ausnahme von Rübgarten unmittelbar nördlich des Hauptortes und sind mit diesem über die Pliezhäuser Straße verbunden. Grundsätzlich ist die **verkehrliche Anbindung** des Ortes als sehr gut zu bewerten. Im Gemeindegebiet verlaufen mit den Bundesstraße B 27, B 464 und B 297 drei überregional bedeutsame Verkehrswege, über welche die umliegenden Mittel- und Oberzentren schnell zu erreichen sind. An den öffentlichen Nahverkehr ist die Gemeinde über den Verkehrsverbund Neckar-Alb bzw. den Reutlinger Stadtverkehr angebunden.

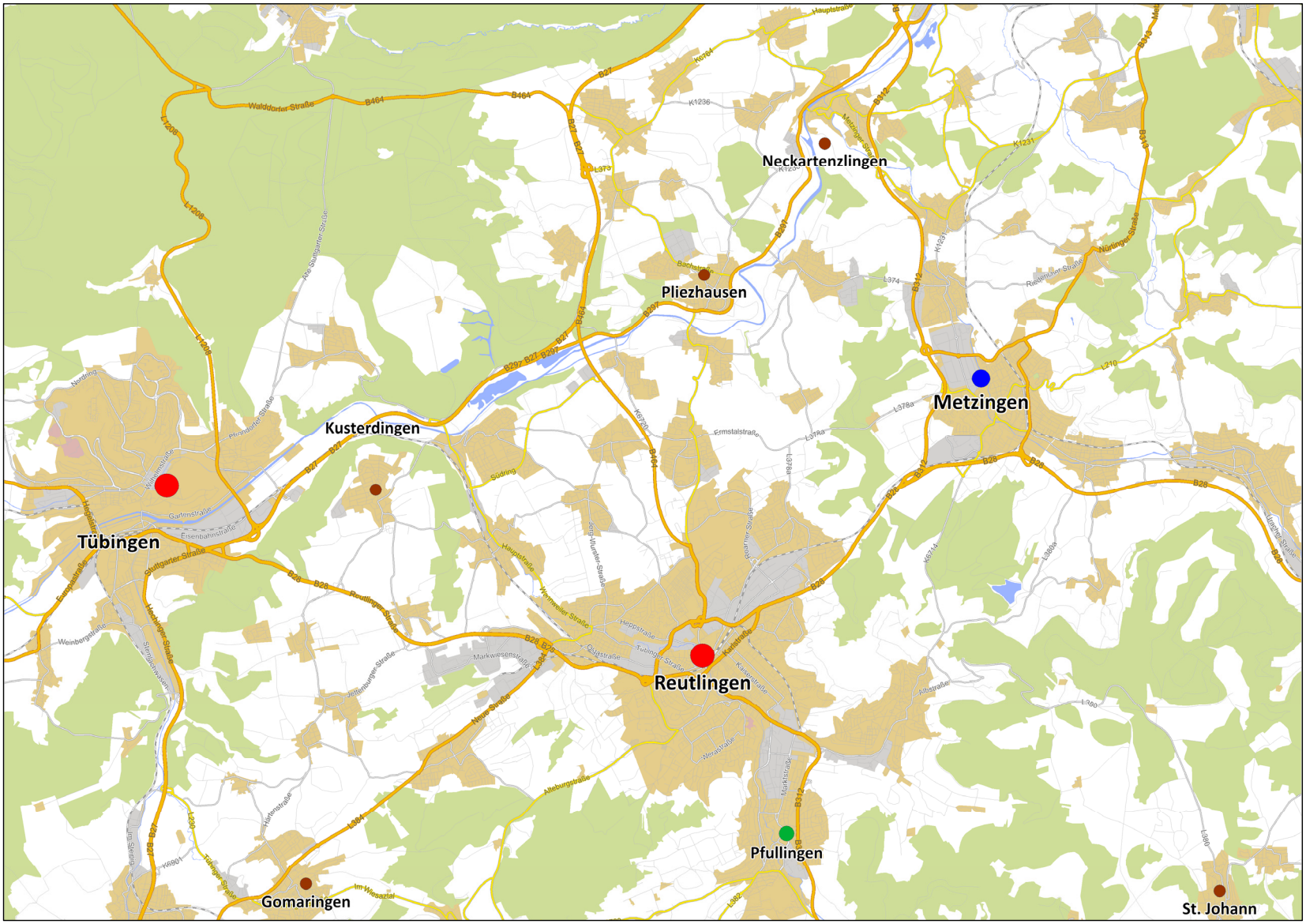
Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den letzten Jahren leicht positiv (+ 0,3 %). Damit unterscheidet sich die Gemeinde leicht von den umliegenden größeren Gemeinden im Landkreis Reutlingen, die im selben Zeitraum einen geringen Bevölkerungsverlust hinnehmen mussten.

Der Blick auf die **Beschäftigtenzahl** in Pliezhausen zeigt, dass die Gemeinde u.a. aufgrund ihrer Nähe zur Stadt Reutlingen eine unterdurchschnittliche Anzahl der Beschäftigten pro 1.000 Einwohner aufweist. Diese liegt unterhalb der des Gesamtlandkreises (354 zu 398). Die Gemeinde weist zudem einen negativen Pendlersaldo (ca. - 787) auf. Beide Indikatoren spiegeln die Rolle der Gemeinde als beliebter Wohnort innerhalb der Region wieder.

Der **Einzelhandel** in der Gemeinde beschränkt sich weitgehend auf den Ortskern von Pliezhausen. Dort befinden sich neben diversen öffentlichen Einrichtungen kleinere Ladengeschäfte sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe. Aufgrund der Kleinteiligkeit sind dort keine größeren Einzelhandelsbetriebe angesiedelt bzw. ist eine Ansiedlung dort nicht möglich. In den Teilorten bestehen darüber hinaus weitere Einzelhandelsbetriebe, ohne dass ein zentraler Versorgungsbereich ausgeprägt wäre. Wesentliche Angebote der Grundversorgung konzentrieren sich auf den Hauptort und die umliegenden Gemeinden, die über die gute verkehrliche Infrastruktur zu erreichen sind.

10 Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand 31.12.2017)

Karte 2: Lage und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2018

4.2 Angebots- und Wettbewerbssituation in Pliezhausen

Als **Hauptwettbewerber** des Vorhabens ist im Einzugsgebiet der Edeka-Markt in der Ortsmitte von Pliezhausen zu nennen (vgl. Karte 5):

- **Edeka** (Supermarkt), Marktplatz, integrierter Standort, Lage in der Ortsmitte von Pliezhausen, eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit, Nahversorgungsstandort für die umliegenden Wohnquartiere.

Neben dem genannten Lebensmittelmarkt bestehen im Einzugsgebiet diverse kleinteilige Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien), die überwiegend im Ortskern der von Pliezhausen angesiedelt sind. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich besteht damit in Pliezhausen derzeit eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.300 m². Insgesamt erwirtschaften diese Betriebe einen Umsatz in der Größenordnung von ca. 6 – 7 Mio. €.

Die Angebots- und Wettbewerbsanalyse zeigt, dass die Angebotsstrukturen in Pliezhausen weiteres Entwicklungspotenzial bieten. So verfügt die Gemeinde, trotz ihrer Größe und Funktion als Kleinzentrum lediglich über eine Verkaufsflächenausstattung[11] von 184 m² VK / 1.000 Einwohner. Damit liegt der Wert deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt von 432 m² VK / 1.000 Einwohner. Besonders schwach ausgeprägt sind die Angebotsstrukturen in den Ortsteilen Rübgarten, Gniebel und Dörnach, die aufgrund ihrer niedrigen Einwohnerzahl auch perspektivisch über keinen größeren Lebensmittelmarkt verfügen. Die Schließung des Nachbarschaftsladens im Ortsteil Rübgarten verdeutlicht, dass eine tragfähige Nahversorgung in den Ortsteilen von Pliezhausen nicht möglich ist[12]. Die Einwohner dieser Gemeinden orientieren sich entsprechend auf die größeren Lebensmittelmärkte im Kernort. Um die Erreichbarkeit der (Einkaufs-)Infrastruktur, gerade für Bewohner der Gemeinde ohne PKW, zu verbessern wurde in der Vergangenheit eigens ein sog. Bürgerbus (Linie 33) eingerichtet, der im 40-Minuten-Takt die Ortsteile verbindet.

11 nur Lebensmittelanbieter < 400 m², ohne Spezialanbieter wie Getränke- oder Biomärkte

12 In Rübgarten wurde bis 2014 ein Nahversorgungsstandort mit Bäcker und Metzger betrieben. Nach der Schließung wurden erhebliche Anstrengungen unternommen, diesen Nahversorgungsstandort zu reaktivieren. Unter Beteiligung der GMA sowie einer breiten Bürgerbeteiligung ist dies tatsächlich gelungen. Mittlerweile hat sich jedoch gezeigt, dass für den Nahversorgungsstandort kein ausreichendes Potenzial in Rübgarten vorhanden ist. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sämtliche Bemühungen der Gemeinde Pliezhausen zur Sicherung der Nahversorgung in Rübgarten nicht zum Erfolg geführt haben.

Foto 7: Edeka, Pliezhausen

Foto 8: Ortsmitte Pliezhausen

GMA-Aufnahmen 2018

4.3 Wettbewerbssituation im Umland

Außerhalb des Einzugsgebietes besteht durch die Nähe zu den Städten Reutlingen und Metzingen aber auch den Orten Neckartenzlingen und Kirchentellinsfurt eine Vielzahl von leistungsfähigen Anbietern im Lebensmittelbereich. Wesentlicher Wettbewerbsstandort ist dabei, neben diversen Streulagen im Stadtgebiet von Reutlingen und Metzingen, die Einzelhandelsagglomeration im an der Bundestraße B 297 gelegenen Gewerbegebiet von Neckartenzlingen. Dort sind neben dem Vollsortimenter Rewe die beiden Discounter Lidl und Aldi sowie ein Markt des Anbieters Netto vorhanden. Insgesamt verzeichnet die Gemeinde Umsätze von rd. 20 – 21 Mio. € im Lebensmittelbereich.

Darüber hinaus verfügt das nördlich von Pliezhausen gelegene Walddorfhäslach neben diversen Lebensmittelhandwerksbetrieben über ein kleinflächiger Netto-Markt, der die Nahversorgung vor Ort gewährleistet. Damit werden in Walddorfhäslach rd. 3 – 4 Mio. € im Lebensmittelbereich gebunden. Mit 5.200 Einwohnern und einem Kaufkraftpotenzial in Höhe von rd. 12,6 Mio. € (Lebensmittel) wird auch in Walddorfhäslach nur ein Bruchteil (ca. 32 %) der lokalen Kaufkraft gebunden.

Foto 9: Aldi, Neckartenzlingen

Foto 10: Lidl, Neckartenzlingen

Foto 11: Netto, Neckartenzlingen

Foto 12: Rewe, Neckartenzlingen

GMA-Aufnahmen 2018

Während Pliezhausen und Walddorfhäslach vergleichsweise schwach aufgestellt sind, sind insbesondere die Nachbargemeinde Neckartenzlingen (Aldi, Lidl, Netto, Rewe) und Kirchentellinsfurt (real, Aldi, Penny) überdurchschnittlich stark im Lebensmittelbereich. Entsprechend sind die Kaufkraftströme ausgerichtet:

- Walddorfhäslach und Pliezhausen sind durch Kaufkraftabflüsse geprägt
- Kirchentellinsfurt und Neckartenzlingen verzeichnen Kaufkraftzuflüsse.

Diese unausgewogene regionale Situation könnte u.a. durch die Modernisierung der bestehenden Märkte in Pliezhausen und Walddorfhäslach zumindest teilweise ausgeglichen werden.

Foto 13: Aldi, Kirchentellinsfurt

Foto 14: real, Kirchentellinsfurt

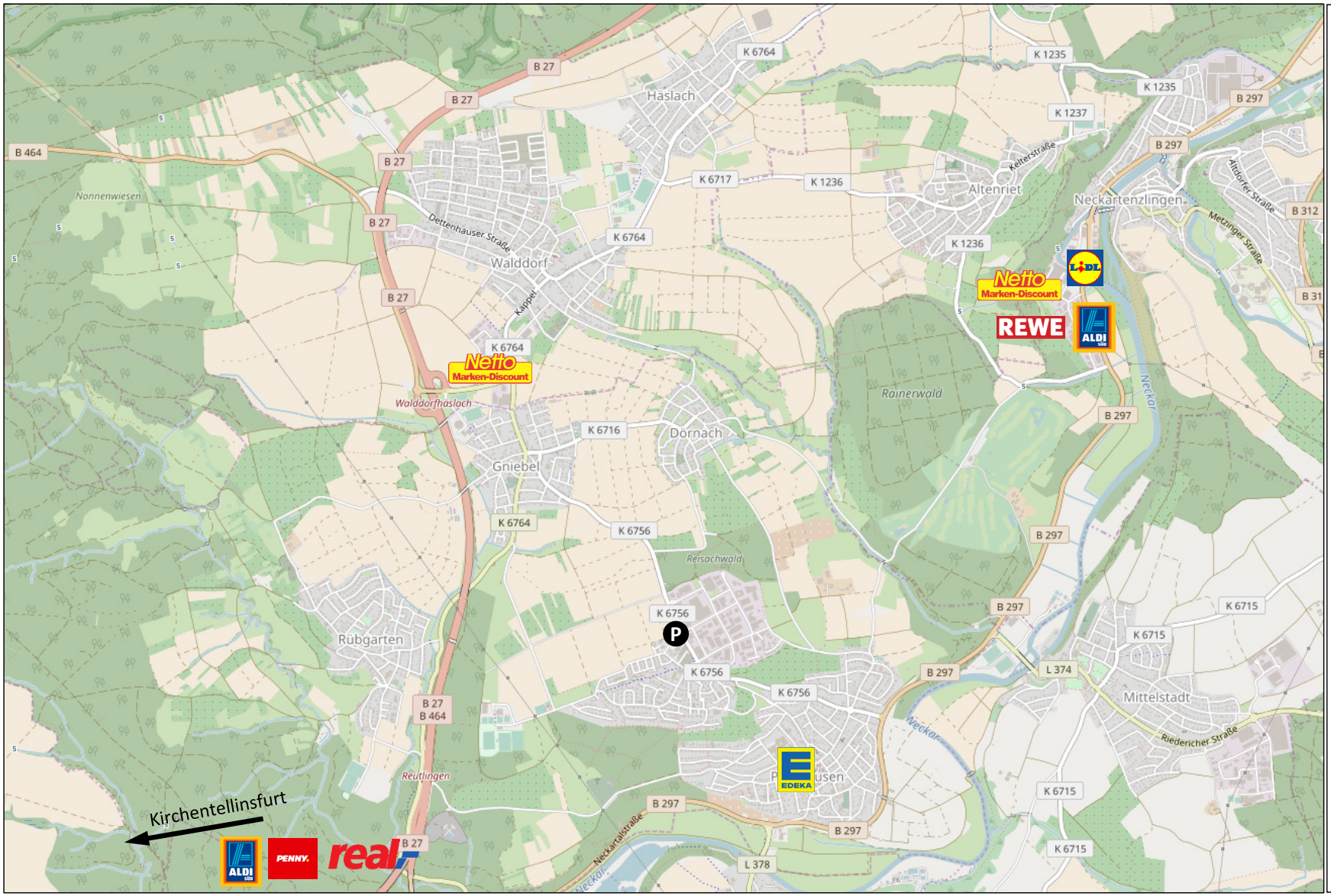
GMA-Aufnahmen 2018

Folgende wesentliche Erkenntnisse lassen sich aus der Angebotsanalyse festhalten:

- Der Anbieter Aldi hat für Pliezhausen eine erhebliche Bedeutung für die Nahversorgung bzw. Grundversorgung.

- Die Angebotsstrukturen in Pliezhausen sind im Hinblick auf die Einwohnerzahl deutlich unterentwickelt. Die Verkaufsflächenausstattung liegt weit unterhalb des bundesweiten Durchschnitts. Entsprechend gering ist die Kaufkraftbindung im Lebensmittelbereich vor Ort.
- Die Wettbewerbsstandorte im Umfeld liegen überwiegend in dezentralen, nicht integrierten Gewerbegebietslagen und sind als leistungsfähig einzustufen.

Karte 3: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum



Legende

- Planstandort
- Einzugsgebiet

Quelle: OpenStreetMap; GMA-Bearbeitung 2018

4.4 Abgrenzung des zu versorgenden Bereichs

Bei der Abgrenzung des zu versorgenden Bereichs („Nahbereich“ in der Terminologie des o. g. Leitfadens)[13] stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und die damit zur Verfügung stehende Kaufkraft für den vorliegenden Aldi-Markt dar. Als „Nahbereich“ wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, der innerhalb einer Entfernung maximal 2.500 m um der Vorhabenstandort liegt[14].

Da es sich bei dem Aldi-Markt um einen Filialisten mit standardisiertem Sortiment handelt, dessen Vertriebskonzept sich kaum von anderen Lebensmitteldiscountern unterscheidet, wird die Marktreichweite des Planobjektes in erster Linie durch die zunehmende Distanz begrenzt. Einschränkend wirken sich unter anderem Standorte von anderen Aldi-Filialen im Umland aus, darunter Filialen in Neckartenzlingen und Kirchentellinsfurt. Ohnehin ist das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel in den umliegenden Gemeinden stark ausgeprägt, insbesondere Neckartenzlingen verfügt in verkehrsgünstiger Lage an der Bundesstraße über mehrere Lebensmittelmärkte. Diese sind v.a. aus dem Kernort von Pliezhausen schnell zu erreichen.

Zu berücksichtigen ist zudem, dass sich das Sortimentsspektrum der Aldi-Filiale durch die Verkaufsflächenerweiterung nicht verändern wird. Somit ist nicht zu erwarten, dass sich die Marktbedeutung der Filiale in Pliezhausen durch die geplante Erweiterung vergrößern wird. **Daher entspricht das Einzugsgebiet des erweiterten Marktes dem des Betriebs in seiner bisherigen Größe.**

Unter Berücksichtigung der Vorgaben des Leitfadens zum Umgang mit großflächigen Betrieben des Lebensmittelhandels ist ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches sich auf die Gemeinde Pliezhausen (ohne den Ortsteil Rübgarten) mit insgesamt rd. 7.350 Einwohnern begrenzt. Aufgrund der dort schwach ausgeprägten Versorgungsstrukturen (vgl. Kap. 4.2) übernimmt der Anbieter eine wichtige Funktion als Grundversorger. Dieser Bereich liegt vollständig im 2.500 m Radius um den Standort (vgl. Karte 4).

Darüber hinaus ist mit Umsätzen von Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes auszugehen (v.a. aus Walddorfhäslach und durch Pendler aus den nördlichen Stadtteilen von Reutlingen, Zufallskunden). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

13 Hiermit ist nicht der Nahbereich gemäß Regionalplan gemeint.

14 vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels, S. 10

4.5 Vorhabenspezifische Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Das Bevölkerungspotenzial in der Gemeinde Pliezhausen beläuft sich derzeit auf insgesamt ca. 9.650 Einwohner[15]. **Davon leben rd. 7.350 Einwohner im Nahbereich des Aldi-Marktes** (2.500 m Radius). Der Vollständigkeit wegen wird im Folgenden außerdem der Ortsteil Rübgarten betrachtet. Rübgarten liegt außerhalb des 2.500 m Radius um den Aldi-Standort (rd. 3.000 m entfernt). Allerdings gibt es für Rübgarten keine Einkaufsalternative. Wie eingangs dargestellt sind alle Versuche in Rübgarten eine eigene Nahversorgung zu installieren zum Erliegen gekommen (trotz erheblicher Anstrengungen der Gemeinde Pliezhausen). Da in Rübgarten vor Ort keine Versorgung möglich ist, ist der Aldi-Standort der nächstgelegene Markt in Pliezhausen.

Bei der **Kaufkraftberechnung** gehen außer den Einwohnerzahlen auch aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte mit ein, die mit dem örtlichen Kaufkraftniveaus gewichtet werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.035 €. Hiervon entfallen ca. 2.210 € auf Nahrungs- und Genussmittel. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Pliezhausen liegt mit einem Wert von 114,4 deutlich über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0).[16]

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens aktuell ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 24,4 Mio. €** (vgl. Tabelle 3). Davon befinden sich rd. 76 % im Nahbereich und rd. 24 % im westlich gelegenen Ortsteil Rübgarten.

Tabelle 1: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens

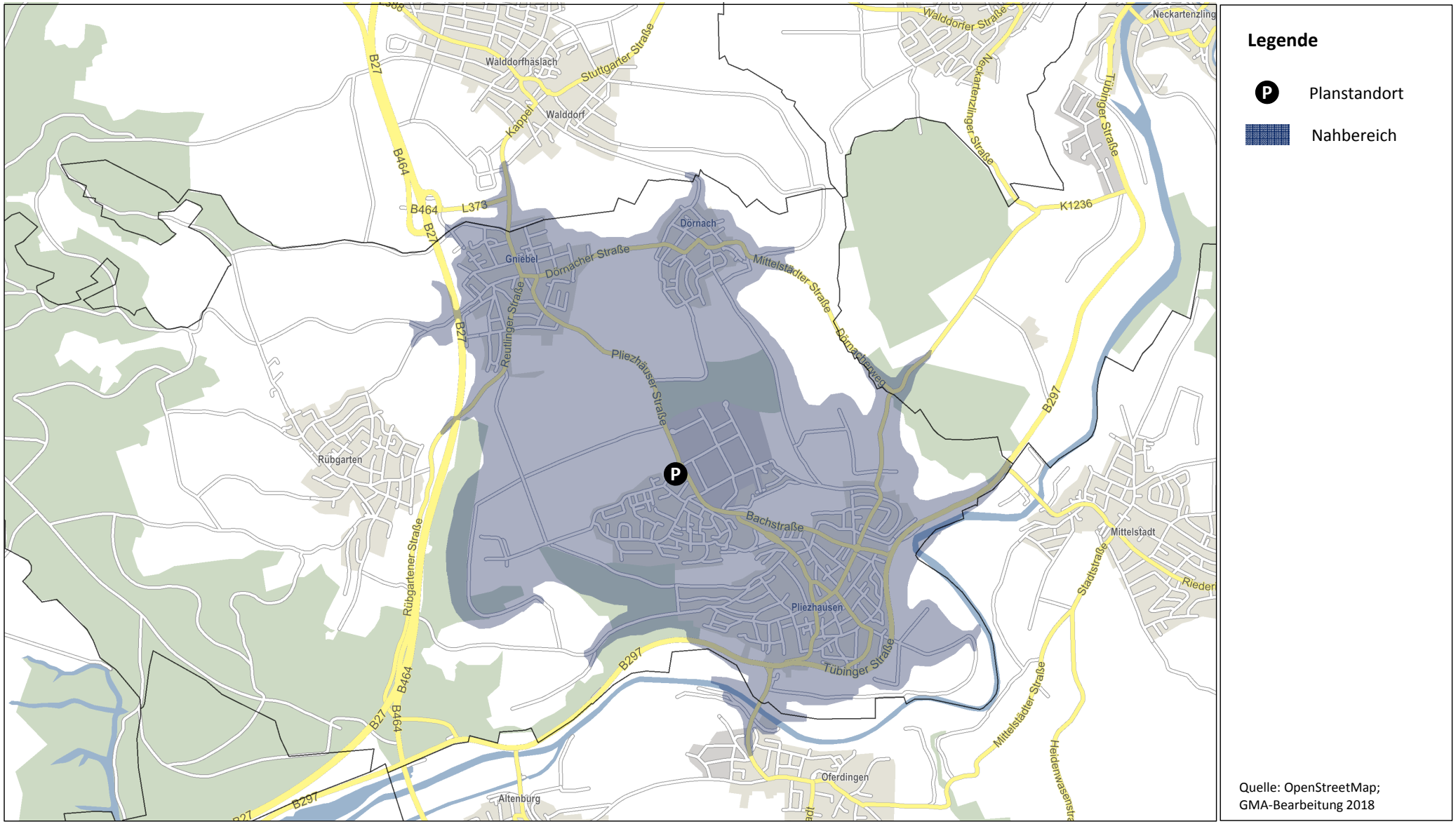
Einzugsgebiet	Einwohner	Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) in Mio. €
Nahbereich (2.500 m)	rd. 7.350	18,6
Rübgarten	rd. 2.300	5,8

GMA-Berechnung 2018 auf Basis von ermittelten Einwohnerzahlen nach Datengrundlage GfK GeoMarketing, ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich

15 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand 2017)

16 Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, 2018.

Karte 4: Versorgungsbereich des Erweiterungsvorhabens



4.6 Umsatzprognose für den erweiterten Aldi-Markt

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.[17] Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

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

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den erweiterten Aldi-Lebensmitteldiscounter mit ca. 1.074 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:[18]

Tabelle 2: Marktanteile und Umsätze des erweiterten Aldi-Marktes

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Zone I (2.500 m)	**18,6**	**25**	**4,6**	**1,2**	**5,8**	**72**
Zone II (Rübgarten)	**5,8**	**10**	**0,6**	**0,1**	**0,7**	**9**
Streuumsätze (v.a. Walddorfhäslach)			1,2	0,3	1,5	19
Insgesamt			**6,4**	**1,6**	**8,0**	**100**

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Aldi ca. 20 % (davon 10 % Drogeriewaren und andere nahversorgungsrelevante Sortimente)

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet

Somit lässt sich für den erweiterten Aldi-Markt mit ca. 1.074 m² VK nach gutachterlicher Einschätzung eine **Gesamtumsatzleistung von max. 8,0 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,4 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood I und II). Insgesamt entfallen ca. 81 % des Umsatzes auf die Gemeinde Pliezhausen, wovon **ca. 72 % aus**

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

18 Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens. Dabei handelt es sich im Sinne einer worst-case-Betrachtung um die rechnerisch maximale Umsatzerwartung).

dem Nahbereich (2.500 m) stammen. Damit dient das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung. Mit einer Umsatzleistung von rd. 5,8 Mio. € wird auch ohne Berücksichtigung des Ortsteils Rübgarten die Nahversorgungsfunktion deutlich.

Bei einem Gesamtumsatz von max. 8,0 Mio. € und einer Verkaufsfläche von ca. 1.074 m² erreicht der erweiterte Aldi-Markt eine Flächenproduktivität von rd. 7.450 €/m² VK. Damit liegt der Wert unterhalb des bundesweiten Durchschnitts des Anbieters Aldi[19] aber deutlich über der seitens der IHK Baden-Württemberg[20] für Lebensmitteldiscounter ausgewiesenen maximalen Raumleistung von 6.000 €/m². Bedingt durch die überdurchschnittliche Verkaufsfläche des Marktes, sein begrenzten Einzugsgebiet und der Wettbewerbssituation im Umfeld von Pliezhausen nicht von einer höheren Flächenproduktivität auszugehen und die vorliegende Umsatzprognose im Sinne einer worst-case-Betrachtung zu verstehen.

4.7 Zusammenfassende Bewertung einer städtebaulichen Atypik

Angelehnt an das Prüfschema gemäß des durch die Fachkommission Städtebau beschlossenen Leitfadens zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels, wird nachfolgend überprüft ob es sich bei der Erweiterung an der Jusistraße um ein städtebaulich atypisches Vorhaben handelt.

Tabelle 3: Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik

Anhaltspunkt	Ausprägung	Bewertung
Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente	Der Flächenanteil nicht nahversorgungsrelevanter Sortimente beträgt sowohl im Bestand als auch in der Planung deutlich unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche.	✓
ist hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich	Die Bachenbergstraße und der Kreisverkehr, über den die Anbindung des Marktes erfolgt ist leistungsfähig und gleichzeitig Verbindungsstraße zu den nördlichen Ortsteilen. Zudem ist nicht davon auszugehen, dass durch die Verkaufsflächenerweiterung eine wesentliche Steigerung des Verkehrsaufkommens im Standortumfeld eintritt.	✓
ist städtebaulich integriert	Der Vorhabenstandort grenzt unmittelbar an Wohngebiete an. Über einen Fuß- und Radweg ist er auch für nicht motorisierte Kunden schnell zu erreichen. Im Standortumfeld befindet sich zudem eine Haltestelle des ÖPNV.	✓

19 Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018;

Die Flächenproduktivität eines Einzelhandelsbetriebs ist direkt abhängig von der Größe der Verkaufsfläche. Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Marktes der Fa. Aldi wird mit 850 m² angegeben und ist damit deutlich kleiner als Markt in Pliezhausen nach der geplanten Erweiterung.

20 Quelle: Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag. Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019

sichert die verbrauchernahe Versorgung	Der Markt hat eine wichtige Versorgungsfunktion für Pliezhausen, insbesondere für die Ortsteile im Nahbereich. Die Gemeinde hat, gerade im Vergleich zu den umliegenden Kommunen, eine sehr unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung und deutliche Entwicklungspotenziale im Lebensmittelbereich. Durch eine Erweiterung des Marktes wird Kaufkraft in der Standortkommune gebunden und die Versorgung der Bevölkerung langfristig gestärkt.	✓

GMA-Zusammenstellung 2019

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass alle Prüfkriterien einer städtebaulichen Atypik erfüllt werden. Den Vorgaben des Leitfadens der Fachkommission Städtebau wird damit Rechnung getragen.

III. Auswirkungsanalyse

1. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Mit der Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

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

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Aldi-Lebensmitteldiscounters erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse das Vorhaben des erweiterten Aldi-Marktes mit ca. 1.074 m² Verkaufsfläche bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist wettbewerbsneutral. Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Aldi-Marktes in Pliezhausen werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Aldi-Markt wird an seinem Standort auf einer zukünftigen Verkaufsfläche von ca. 1.074 m² eine Umsatzleistung von ca. 8,0 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 6,4 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass die Aldi-Filiale in Pliezhausen bereits langjährig am Standort etabliert. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung

von insgesamt ca. 7,2 Mio. €. Davon entfallen ca. 5,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,4 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.

- Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Aldi-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von ca. 0,8 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind für den erweiterten Aldi-Markt im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 4: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben mit ca. 1.074 m² VK

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	5,8
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Pliezhausen	0,2
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Walddorfhäslach	0,1
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in den sonstigen Kommunen	0,3
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Nahrungs- und Genussmittelbereich**	**6,4**
Nonfood-bereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nonfoodbereich	1,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,2
	▪ **Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich**	**1,6**
▪ **Umsatz insgesamt**		**8,0**

GMA-Berechnungen 2018, n. n. = nicht nachweisbar

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch das Vorhaben von Aldi zu erwarten:

- Die höchsten absoluten Umverteilungseffekte im **Lebensmittelbereich** werden aufgrund der schwach ausgeprägten Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets wirksam. In Pliezhausen wird eine absolute Umsatzumverteilungsquote von max. 3 % erreicht. Davon ist als einziger großflächiger Lebensmittelmarkt der Anbieter Edeka in der Ortsmitte am stärksten betroffen. Dieser ist aber nicht in seinem Bestand gefährdet. Die Versorgungsfunktion v.a. für den Kernort ist damit nicht beeinträchtigt.

- Mit Blick auf die örtliche Einzelhandelsstruktur und die Prüfkriterien gemäß der Ergänzung des entsprechenden Plansatzes im Regionalplan (vgl. Kap. I), gilt ein besonderes Augenmerk dieser Untersuchung möglichen **Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche**. Ein solcher besteht in Pliezhausen im Bereich um den Marktplatz und das Rathaus. Dort sind neben dem Edeka-Markt diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und öffentliche Einrichtungen angesiedelt. Aufgrund seiner Funktion als Nahversorger für den Kernort Pliezhausen und seines abweichenden Betriebstypus als Vollsortimenter ist, wie bereits erläutert, nicht mit negativen Auswirkungen auf den Edeka-Markt als Magnetbetrieb der Ortsmitte zu rechnen.

- Aufgrund der regionalen Siedlungsstruktur ist ein besonderer Fokus auf die Nahversorgung in der Gemeinde Walddorfhäslach zu legen. Mögliche Umsatzumverteilungen betreffen hier hauptsächlich den dortigen Netto-Markt. Dieser ist als leistungsfähig einzustufen. Durch die Verkaufsflächenerweiterung des Aldi-Marktes ist lediglich mit geringen wettbewerblichen Wirkungen zu rechnen (max. 3 – 4 %).

- Wesentliche Teile des erwarteten (Mehr-)Umsatzes werden durch eine Rückholung von Kaufkraft generiert, die bisher an Standorten (v.a. Neckartenzlingen, Kirchentellinsfurt und Reutlingen) im Umland gebunden wird. Vor dem Hintergrund der geringen Verkaufsflächenausstattung und Zentralität im Lebensmitteleinzelhandel ist dies jedoch positiv zu sehen. Zudem halten sich die überörtlichen Umverteilungseffekte in Grenzen und sind aufgrund der Vielzahl an leistungsfähigen Anbietern auf einzelbetrieblicher Ebene nicht nachweisbar.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen in Höhe von max. 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

2. Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur

Die vorangegangene Analyse der Umverteilungswirkungen bei bestehenden Wettbewerbern hat deutlich gemacht, dass das Vorhaben an der Jusistraße in Pliezhausen **keine erheblichen Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand und die Nahversorgungsstrukturen** nach sich ziehen wird. Zwar wird der Anbieter Edeka in der Ortsmitte Umsatzeinbußen verzeichnen, es ist aber nicht mit negativen betrieblichen Auswirkungen zu rechnen.

Insgesamt wird durch eine Erweiterung des Aldi-Marktes die Nahversorgung in der Gemeinde verbessert. Das gilt insbesondere für die nördlich der Ortsmitte gelegenen Wohngebiete und Ortsteile. Wie bereits ausgeführt, sind diese aufgrund ihrer Größe derzeit deutlich unterversorgt und verfügen über keinen großflächigen Lebensmittelanbieter. Bis auf einzelne Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk sowie den Nachbarschaftsladen in Rübgarten, die vom Vorhaben aber nicht negativ betroffen sein werden, bestehen keine wesentlichen Versorgungsstrukturen. Der Markt an der Jusistraße stellt den nächstgelegenen größeren Anbieter dar.

3. Auswirkungen des Vorhabens auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche

Auf den Anbieterbestand und die Entwicklungsmöglichen im zentralen Versorgungsbereich von Pliezhausen wird das Vorhaben an der Jusistraße keinen maßgeblichen Einfluss nehmen. Wie bereits geschildert ist der Fortbestand des Edeka-Marktes nicht gefährdet. Mit den übrigen Lebensmittelanbietern im zentralen Versorgungsbereich bestehen nur geringfügige Konzeptüberschneidungen, sie sind entweder dem Lebensmittelhandwerk zuzuordnen. Sie stehen damit in keinem direkten Wettbewerb zum Anbieter Aldi. Somit sind aus dem Vorhaben **keine Beeinträchtigungen des zentralen Versorgungsbereichs von Pliezhausen** abzuleiten.

Dies trifft erst recht auf die zentralen Versorgungsbereiche der umliegenden zentralen Orte zu. Die dortige Bevölkerung strebt zudem ganz überwiegend zu ihren eigenen leistungsstarken Lebensmittelmärkten und nicht zum Vorhabenstandort in Pliezhausen. **Zudem liegen die Wettbewerber in Walddorfhäslach und Neckartenzlingen sowie Kirchentellinsfurt dezentral außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.**

4. Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 Bau NVO

Als weitere zu beachtende Auswirkungen, außer den bereits abgeprüften Auswirkungen auf die Nahversorgung und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, benennt der § 11 Abs. 3 Satz 3 Bau NVO schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Da der Aldi-Lebensmittelmarkt bereits länger am Standort ansässig ist und das Grundstück bereits überbaut ist, sind durch das Erweiterungsvorhaben **keine schädlichen Umwelteinwirkungen, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt zu erwarten**. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse werden gewahrt, da der Markt als Einzelhandelsbetrieb ohnehin keine erheblichen Emissionen ausstrahlen dürfte und kaum direkte Anrainer (keine Wohngebäude) aufweist. Die bestehende Einzelhandelsimmobilie wird bei dem Vorhaben lediglich durch einen Anbau vergrößert und im Inneren weiter modernisiert.

Die Erschließung des Vorhabengrundstücks ist seit Langem gesichert. Eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt zum Grundstück, eine ausreichende Anzahl von Kundenstellplätzen und problemlose Möglichkeiten zur Anlieferung sind bereits auf dem Grundstück vorhanden, sie werden durch das Vorhaben nicht verändert. Mit Auswirkungen auf den Verkehr im Sinne einer steigenden Verkehrsbelastung oder mit Beeinträchtigungen anderer Betriebe im Standortumfeld ist im vorliegenden Fall nicht zu rechnen. Der Vorhabenstandort ist auch mit dem Bus, mit dem Fahrrad und zu Fuß aus den umliegenden Wohngebieten gut erreichbar. Sein Erhalt dient somit auch der Verkehrsvermeidung. Von dem Vorhaben werden also auch **keine negativen Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung und auf den Verkehr** ausgehen.

5. Fazit der Auswirkungsanalyse

Durch die geplante Erweiterung des bestehenden Lebensmittelmarkts Aldi an der Jusistraße in Pliezhausen werden **keine schädlichen Auswirkungen auf die die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungsbereichs der Gemeinde Pliezhausen oder anderer zentraler Orte** ausgelöst.

Der Aldi-Markt an der Jusistraße ist in der Pliezhausener Versorgungsstruktur bereits etabliert, sodass die Auswirkungen auf die übrigen Anbieter deutlich geringer sein werden als etwa bei einer Neuansiedlung. Zudem soll bei dem Erweiterungsvorhaben die Sortimentsbreite und -struktur des bestehenden Lebensmittelmarkts nicht verändert werden. Ohnehin führt Aldi nur ein relativ schmales Sortiment an gängigen Lebensmitteln und ergänzenden Nahversorgungsartikeln. Aus dem Vorhaben sind daher nur geringfügige Auswirkungen auf andere Anbieter abzuleiten. Versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Folgen sind nicht zu erwarten.

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen des Erweiterungsvorhabens bei Wettbewerbern in Pliezhausen treffen v.a. den Anbieter Edeka. Die Umverteilungsquote liegt mit ca. 3 % jedoch in einem Bereich weit unterhalb des Anhaltswerts für städtebauliche Beeinträchtigungen (10 %) und lässt keine Bestandsbeeinträchtigungen erwarten. Somit sind weder Gefährdungen der Nahversorgungsstruktur noch städtebauliche Auswirkungen im zentralen Versorgungsbereich absehbar. Die übrigen angrenzenden Kommunen verfügen selbst über leistungsstarke Lebensmittelmärkte oder liegen günstiger zu anderen Wettbewerbsstandorten im regionalen Umfeld, sodass wesentliche Auswirkungen im Umland ausgeschlossen werden können. Die Umsatzverluste in Folge des Erweiterungsvorhabens von Aldi in Pliezhausen bewegen sich in allen zentralen Orten in einem gutachterlich nicht mehr nachweisbaren Bereich von ebenfalls max. 3 %.

Schädliche Umwelteinwirkungen oder negative Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt sind bei dem Vorhaben ebenfalls nicht zu erwarten.

Die Verträglichkeitsanforderungen werden von dem Vorhaben vollständig eingehalten. Schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von integrierten Geschäftszentren und auf die verbrauchernahe Versorgung sind nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist zur geplanten Erweiterung des Aldi-Lebensmittelmarkts in Pliezhausen an der Jusistraße, von 800 m² auf 1.074 m² Verkaufsfläche festzuhalten, dass besondere städtebauliche Gründe im Sinne einer atypische Fallgestaltung vorliegen. Von schädlichen Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO ist nicht auszugehen.

IV. Raumordnerische Prüfung

Zusätzlich zur Prüfung möglicher Auswirkungen durch die Verkaufsflächenerweiterung des Aldi-Marktes werden nachfolgend, die Gebote bzw. Verbote der Raumordnung und Landesplanung geprüft. Da eine Neuaufstellung des Bebauungsplans im Sinne eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel derzeit nicht geplant ist, ist diese Prüfung grundsätzlich nur ergänzend zu verstehen.

1. Konzentrationsgebot

Maßgeblich für die Bewertung des „Konzentrationsgebots" 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 für die Region Neckar-Alb und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg[21] wird die o. g. Regelung aufgegriffen.

Landesplanerisch ist die Gemeinde Pliezhausen als Kleinzentrum ausgewiesen. Als solches ist die Gemeinde für die Deckung wiederkehrender Bedarfe der zentralörtlichen Grundversorgung ausgewiesen. Wie der Regionalplan festhält geht die Ausstattung in Pliezhausen über die eines Kleinzentrums hinaus, wodurch die Gemeinde Funktionen auf der Stufe eines Unterzentrums erfüllt[22]. Da zudem der Landesentwicklungsplan ausführt, dass auch in Kleinzentren großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, sofern sie der Sicherung der Grundversorgung dienen[23], kann vor dem Hintergrund der geringen Verkaufsflächenausstattung in der Gemeinde und fehlenden Nahversorgungsstrukturen in den Ortsteilen von Pliezhausen ist das Vorhaben in diesem Sinne zu bewertet werden.

Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.

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

22 Quelle: Regionalplan Neckar-Alb 2013, PS 2.3.4 Z(2), Z (3).

23 Quelle: Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg, PS 3.3.7

2. Integrationsgebot

Das sog. Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen.

> „[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage."

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, sodass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Der Markt liegt in direkter Anbindung an das Wohngebiet Baumsatz und ist als integriert zu betrachten (vgl. Kap. II.3).

Das Integrationsgebot wird eingehalten.

3. Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das sog. 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."

Wie Kapitel II.4 aufzeigt, beschränkt sich das Einzugsgebiet auf die Gemeinde Pliezhausen selbst. Aufgrund der starken Wettbewerbssituation in den umliegenden Kommunen bestehen keine wesentlichen Kundenströme von außerhalb des Stadtgebiets. Im Rahmen der Umsatzerwartung wird deutlich, dass ca. 81 % des Umsatzes aus Pliezhausen (davon rd. 72% aus dem Nahbereich) stammen. Der im Einzelhandelserlass definierte Schwellenwert (mindestens 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) wird deutlich eingehalten.

Das Kongruenzgebot wird eingehalten.

4. Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO 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. Diese Vorgaben wurden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen.

Wie im Rahmen der Auswirkungsanalyse (Kapitel III) ausführlich aufgezeigt, ergeben sich durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung keine negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und in Folge dessen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung. Die Umsatzumverteilungen bewegen sich auf einem unkritischen Niveau oder sind in den umliegenden Kommunen auf einzelbetrieblicher Ebene nicht nachweisbar.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

V. Zusammenfassung

1. Überprüfung einer atypischen Fallgestaltung

Im Hinblick auf eine möglicherweise vorliegende atypische Fallgestaltung ist folgende Frage zu beantworten:

- **Sind die Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik zu erkennen, so dass auch bei einer Überschreitung der Geschossfläche von 1.200 m² von der Vermutungsregel abgesehen werden kann?**

  Bei dem Aldi-Lebensmitteldiscounter handelt es sich um einen „normalen" Lebensmittelmarkt. Der Verkaufsflächenanteil von nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt nicht mehr als 10 %. Der Markt ist damit als Nahversorger einzuordnen. Über 90 % der Verkaufsfläche entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel, Tiernahrung und andere nahversorgungsrelevante Sortimente.

  Sämtliche Anhaltspunkte werden erfüllt. Der Markt nimmt aufgrund der siedlungsräumlichen und versorgungsstrukturellen Besonderheiten von Pliezhausen (grundsätzliche Unterversorgung der Kommune im Lebensmittelbereich, topographische Situation, Lage der Ortsteile) eine wichtige Versorgungsfunktion ein. Durch den Anschluss an die Wohnbebauung und die gute verkehrliche Erreichbarkeit zu Fuß oder mit dem Rad ist er als integriert zu anzusehen. Darüber hinaus wird durch die Erweiterung der Verkaufsfläche kein wesentliches zusätzliches Verkehrsaufkommen induziert. Die Verkehrsinfrastruktur im Standortumfeld ist zudem als leistungsfähig zu bewerten.

In der Gesamtschau ergeben sich somit erhebliche Ansatzpunkte dafür, dass das betrachtete Vorhaben als atypische Fallgestaltung einzustufen ist.

2. Auswirkungsanalyse

Die Untersuchung der konkreten Auswirkungen (insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich in der Ortsmitte, die Nahversorgung, aber auch die Nachbargemeinden) zeigt, dass keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauGB vorliegen. Vielmehr sichert die Modernisierung des Standortes langfristig die verbrauchernahe Versorgung.

Aufgrund der Funktion als Nahversorger, standörtlichen und städtebaulichen Besonderheiten des vorliegenden Falls ist absehbar, dass die beantragte Erweiterung nicht zu wesentlichen Auswirkungen auf die örtliche oder überörtliche Versorgungsstruktur, die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs oder sonstige Belange führen wird.

Verzeichnisse

		Seite
Abbildungsverzeichnis		
Abbildung 1:	Prüfschema nach § 11 Abs. 3 BauNVO	10
Abbildung 2:	Prüfschema städtebauliche Atypik bei Nahversorgern	11
Kartenverzeichnis		
Karte 1:	Mikrostandort Jusistraße	15
Karte 2:	Lage und zentralörtliche Struktur	17
Karte 3:	Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum	22
Karte 4:	Versorgungsbereich des Erweiterungsvorhabens	25
Tabellenverzeichnis		
Tabelle 1:	Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens	24
Tabelle 2:	Marktanteile und Umsätze des erweiterten Aldi-Marktes	26
Tabelle 3:	Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik	27
Tabelle 4:	Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben mit ca. 1.074 m² VK	30
Fotoverzeichnis		
Foto 1:	Aldi-Markt	14
Foto 2:	Standortumfeld West	14
Foto 3:	Standortumfeld Ost	14
Foto 4:	Wohngebiet Baumsatz	14
Foto 5:	Zufahrt Jusistraße	14
Foto 6:	Wegeverbindung ÖPNV	14
Foto 7:	Edeka, Pliezhausen	19
Foto 8:	Ortsmitte Pliezhausen	19
Foto 9:	Aldi, Neckartenzlingen	19
Foto 10:	Lidl, Neckartenzlingen	19
Foto 11:	Netto, Neckartenzlingen	20
Foto 12:	Rewe, Neckartenzlingen	20
Foto 13:	Aldi, Kirchentellinsfurt	20
Foto 14:	real, Kirchentellinsfurt	20