



# Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma-Lebensmitteldiscounters in Gammertingen

AUFTRAGGEBER: Norma Lebensmittelfilialbetrieb  
Stiftung & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Geogr. Stefanie Geßmann-Reichert

Ludwigsburg, den 19.03.2021

## Urheberrecht

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



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

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
II. Konzentrationsgebot	9
1. Makrostandort Gammertingen	9
2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	12
III. Integrationsgebot	13
1. Mikrostandort „Sigmaringer Straße 75“	13
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	16
3. Bewertung des Integrationsgebotes	19
IV. Kongruenzgebot	20
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale	20
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Umsatzprognose	23
4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	24
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
V. Beeinträchtigungsverbot	26
1. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet	26
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	27
3. Umsatzzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen	30
3.1 Methodik	30
3.2 Umsatzzumlenkungen	30
3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	31
4. Beeinträchtigungsverbot	32
4.1 Landesplanerische Vorgaben	32
4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	33
VI. Zusammenfassung	35

## I. Grundlagen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die Fa. Norma betreibt einen Markt an der Sigmaringer Straße (B 75) in Gammertingen. Es handelt sich um eine Standortlage direkt angrenzend an die Wohngebiete der Kernstadt. Der Markt besitzt aktuell eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>. Um den Markt zukunftsfähig aufzustellen, ist vorgesehen, die Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> auf 1.000 m<sup>2</sup> zu erhöhen. Die Zufahrt soll auch weiterhin über den Kreisverkehr im Kreuzungsbereich Sigmaringer Straße / Europastraße erfolgen.

In der geplanten Dimensionierung ist der Norma-Markt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer Auswirkungsanalyse zu untersuchen. Im Fokus steht dabei die Ermittlung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Gammertingen bzw. im Umland sowie auf die Nahversorgung der Bevölkerung. Für die Bewertung des Vorhabens sind darüber hinaus die landes- und regionalplanerischen Prüfkriterien zu berücksichtigen.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- Darstellung des Rechtsrahmens
- Beurteilung der Rahmenbedingungen am Makrostandort Gammertingen sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Sigmaringer Straße 75“
- Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Gammertingen und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- Umsatzprognose und -herkunft für den modernisierten Lebensmittelmarkt
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum sowie Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Bodensee-Oberschwaben<sup>1</sup> (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot).

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

<sup>1</sup> Der Regionalplan Bodensee-Oberschwaben befindet sich derzeit in der Fortschreibung. Die 2. Anhörung der Träger öffentlicher Belange sowie die Öffentlichkeitsbeteiligung wurde im Februar 2021 abgeschlossen.



## 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung<sup>2</sup> aus:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.
- Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet.
- Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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 bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> der Fall sein wird.<sup>3</sup>
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> anzunehmen ist (= Regelvermutung).

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786).

<sup>3</sup> 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 m<sup>2</sup> erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> 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).

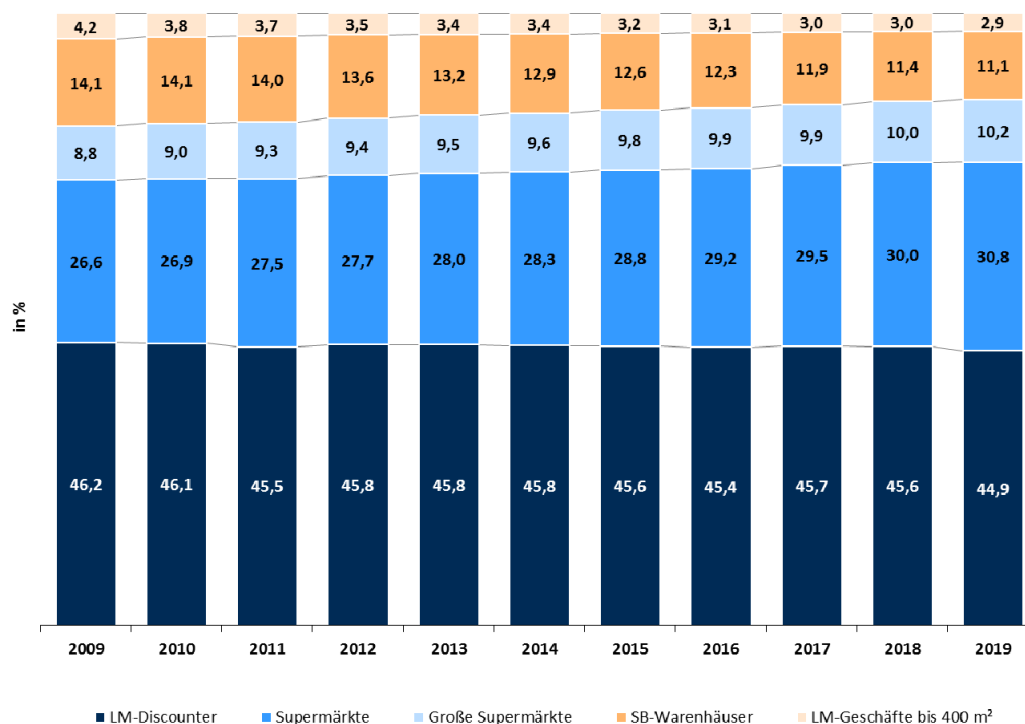
Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

### 3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

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

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

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



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2019, GMA-Darstellung 2021

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

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:<sup>4</sup>

#### **Kleines Lebensmittelgeschäft**

*Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment<sup>5</sup> anbietet.*

#### **Discounter**

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>6</sup> führt.*

#### **Supermarkt**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.*

#### **Großer Supermarkt**

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

#### **SB-Warenhaus**

*Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.*

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Lebensmitteldiscounter die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von rd. 793 m<sup>2</sup> auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen von über 1.000 m<sup>2</sup> angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

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

<sup>4</sup> Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

<sup>5</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>6</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Tabelle 1: Sortimentangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 793 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl			
	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17
Nonfood II	275	12	805	7
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24
Insgesamt	2.295	100	11.830	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2019.



## II. Konzentrationsgebot

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

### 1. Makrostandort Gammertingen

Die Stadt Gammertingen liegt im Landkreis Sigmaringen und zählt aktuell 6.318 Einwohner.<sup>7</sup> Gemäß Regionalplan Bodensee-Oberschwaben<sup>8</sup> übernimmt Gammertingen die zentralörtliche Funktion eines **Unterzentrums**. Selbst ist sie dem Mittelbereich der Stadt Sigmaringen zugeordnet. Der Verflechtungsbereich von Gammertingen umfasst die Nachbargemeinden Hettingen, Neufra und Veringenstadt.<sup>9</sup> Demnach soll Gammertingen für seinen Verflechtungsbereich Angebote des wiederkehrenden überörtlichen Bedarfs sowie ausreichend qualifizierte Arbeitsplätze bereitstellen. Nördlich (ca. 9 km entfernt) befindet sich das Kleinzentrum Trochtelfingen. Die nächstgelegenen Mittelzentren Albstadt und Sigmaringen liegen etwa 18 km westlich bzw. 23 km südlich von Gammertingen entfernt.

Das Stadtgebiet erstreckt sich am südlichen Rand der Schwäbischen Alb, topographisch bewegt, auf einer weitläufigen Fläche und umfasst neben der Kernstadt Gammertingen noch fünf weitere siedlungsräumlich abgetrennte Stadtteile. Die Lage Gammertingens ist durch das Tal der Lauchert bzw. durch die Hochebene der Alb zu charakterisieren. Die Stadtteile Harthausen, Feldhausen und Kettenacker im Westen der Stadt liegen auf der Albhochfläche, Gammertingen, Mariaberg und Bronnen im Tal. Die Kernstadt Gammertingen wird von der B 313 als Haupterschließungsachse durchzogen. In der Innenstadt geht von der B 313 die B 32 ab. Des Weiteren dient die Europastraße im Westen als wichtige Erschließungsachse der Kernstadt.

Zwischen 2011 und 2019 bewegte die Einwohnerzahl auf einem konstanten Niveau (+ 0,2 %). Damit lag die Bevölkerungsentwicklung in Gammertingen unter dem Durchschnitt des Landkreises Sigmaringen (+ 2,7 %). Perspektivisch ist von einer positiven Bevölkerungsentwicklung auszugehen. So rechnet das Statistische Landesamt Baden-Württemberg in seiner aktuellen prognose im Jahr 2035 mit ca. 6.600 Einwohnern in Gammertingen.<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (Stand: 31.12.2019).

<sup>8</sup> Regionalplan Bodensee-Oberschwaben nach der Verbindlicherklärung vom 04. April 1996 ebenso wie im Entwurf zur Fortschreibung des Regionalplans.

<sup>9</sup> Veringenstadt ist gem. Regionalplan jedoch von der Verbindlichkeit ausgenommen.

<sup>10</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035, Hauptvariante, Basis 2017.

Karte 1: Lage der Stadt Gammertingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum

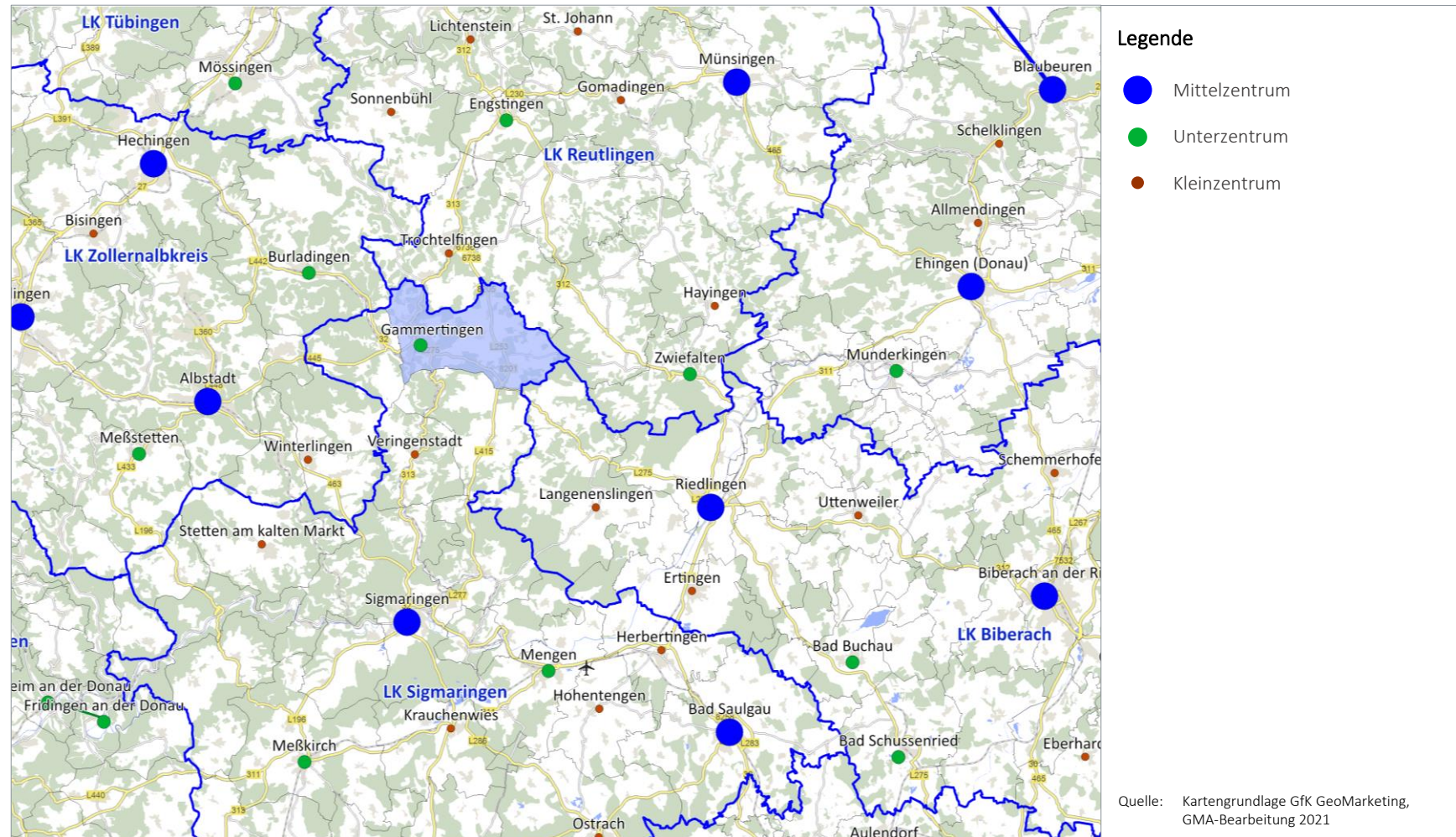


Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in der Region



Gemeinde / Kreis	Daten	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2019	
		2011	2019	absolut	relativ in %
<b>Gammertingen</b>		6.308	6.318	+ 10	+ 0,2
Trochtelfingen		6.271	6.354	+ 83	+ 1,3
Albstadt		44.273	45.465	+ 1.192	+ 2,7
Sigmaringen		15.379	17.125	+ 1.746	+ 11,4
<b>Landkreis Sigmaringen</b>		<b>127.409</b>	<b>130.849</b>	<b>+ 3.440</b>	<b>+ 2,7</b>
<b>Baden-Württemberg</b>		<b>10.512.441</b>	<b>11.100.394</b>	<b>+ 587.953</b>	<b>+ 5,6</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Datenstand: jeweils 31.12. des Jahres.



**Verkehrstechnisch** ist Gammertingen über die Bundesstraßen 32 und 313 mit Hechingen (Anschluss an B 27) im Westen, Reutlingen im Norden und Sigmaringen im Süden verbunden. Die nächstgelegene Autobahn ist die A 81, welche in nord-südlicher Ausrichtung Würzburg mit Singen (Hohentwiel) verbindet. Sie liegt ca. 40 Kilometer westlich von Gammertingen entfernt und ist über die B32, B27 und B 463 in ca. 50 Minuten Fahrtentfernung zu erreichen. Der Bahnhof Gammertingen bindet die Kernstadt mit den Bahnlinien der Zollern-Alb-Bahn an die Städte Sigmaringen und Hechingen an. Darüber hinaus verkehren mehrere Buslinien, welche sowohl die Kernstadt innerörtlich als auch die Ortsteile sowie weitere Nachbargemeinden an das ÖPNV-Netz anschließen.

Im Jahr 2020 waren in Gammertingen **3.441 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsplatz registriert. Den 2.249 Einpendlern standen etwa 1.586 Auspendler gegenüber. Somit verfügt die Stadt über einen positiven Pendlersaldo von 663 Beschäftigten.<sup>11</sup> Zusammenhängende Gewerbegebiete befinden sich in der Kernstadt südlich und südwestlich. Das südliche Gewerbegebiet erstreckt sich zwischen Europastraße, Schelmengartenstraße und Hochbergstraße. Das südwestliche Gewerbegebiet liegt topographisch bereits oberhalb im Bereich Europastraße, Herdleäcker und Burladinger Straße.

Die **Einzelhandelsstruktur** der Stadt Gammertingen lässt sich wie folgt charakterisieren:

-  Der Hauptanteil der Einzelhandelsbetriebe liegt in der Kernstadt Gammertingen selbst. Im Stadtteil Marienberg ist auf den Marktplatz (Bioladen mit Lokal- und Regionalprodukten, Restaurant, Café) hinzuweisen. Dieser hat jedoch stark eingeschränkte Öffnungszeiten. In den Ortsteilen Bronnen, Harthausen, Feldhausen und Kettenacker sind keine Lebensmittelanbieter vorhanden.
-  Die Innenstadt von Gammertingen erstreckt sich entlang der Sigmaringer Straße und Hohenzollernstraße zwischen Friedhofstraße und Römerweg / Hechinger Straße. An der Sigmaringer Straße, im Bereich zwischen der Bahnhofstraße und dem Kreuzungsbereich Hohenzollernstraße konzentrieren sich mehrere Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen sowie weitere ergänzende Nutzungen (Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen).

<sup>11</sup> Quelle: GMA-Berechnungen nach Angabe der Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2019.

-  Am südöstlichen Ortseingang der Kernstadt befindet sich eine Einzelhandelsagglomeration mit den Anbietern Lidl, Rossmann und Takko, welche über eine Stichstraße von der Sigmaringer Straße (B 313) erreicht werden können. Etwas weiter nördlich davon liegen direkt an der Sigmaringer Straße am Kreisverkehr eine Tankstelle sowie der Norma-Lebensmitteldiscounter.
-  Im Bereich des südlichen Gewerbegebiets an der Europastraße liegt ein Verbundstandort mit den modern aufgestellten Anbietern Netto und Edeka.

## 2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Stadt Gammertingen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist die sog. „raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

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

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

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

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

Auch in der Fortschreibung des Regionalplans Bodensee-Oberschwaben<sup>12</sup> und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg<sup>13</sup> wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen. Durch die Ausweisung als Unterzentrum liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

**Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort Gammertingen erfüllt.**

<sup>12</sup> Quelle: Regionalplan Bodensee-Oberschwaben, Fortschreibung des Regionalplans. Entwurf zur 2. Anhörung gemäß Beschluss der Verbandsversammlung vom 23. Oktober 2020, Kapitel 2.7 Schwerpunkt für Einzelhandelsgroßprojekte.

<sup>13</sup> Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung.



### III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten (= Nahversorgungsfunktion) sowie verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seiner städtebaulichen Integration und seiner Nahversorgungsfunktion zu beurteilen.

#### 1. Mikrostandort „Sigmaringer Straße 75“

Der Standort des bestehenden Norma-Marktes befindet sich am südöstlichen Siedlungsrand der Kernstadt Gammertingen, direkt nordöstlich des Kreisverkehrs im Bereich Sigmaringer Straße (B 313)/ Europastraße (vgl. Fotos 1 – 2). Die Innenstadt von Gammertingen befindet sich in einer Entfernung von 600 – 700 m (Kreuzungsbereich Sigmaringer Straße / Hohenzollernstraße)<sup>14</sup>.

Das **Standortumfeld** ist durch eine gemischte Nutzungsstruktur aus Wohnen, Einzelhandels- und Gewerbebetrieben gekennzeichnet, wobei die Wohnnutzung deutlich überwiegt (vgl. Karte 2). Im Südosten schließt sich direkt eine Autowerkstatt an den Markt an. Im Norden, Osten, Südosten und Westen befinden sich Wohngebäude. Östlich des Norma-Marktes verläuft die Bahnlinie, die das östlich der Neckentalstraße gelegene Wohngebiet vom Standort trennt. Vis-à-vis der Norma-Filiale, auf der südlichen Straßenseite der B 313, befinden sich eine Tankstelle sowie weitere gewerbliche Einheiten. Etwas weiter im Süden liegt ein Fachmarktstandort mit den Betrieben Lidl, Rossmann und Takko.

Der **fußläufige Nahbereich**<sup>15</sup> des Standortes umfasst weite Teile der Kernstadt Gammertingens (vgl. Karte 3). Damit kann der Norma-Markt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die Kernstadt Gammertingen übernehmen.

Die fußläufige **Erreichbarkeit** des Projektstandortes für **Fußgänger** ist über beidseitige Gehwege entlang der Sigmaringer Straße sichergestellt. Nach Osten hin wirken die dort verlaufenden Bahngleise als Barriere, da im Umfeld des Marktes keine Überquerungsmöglichkeit vorhanden ist. Vom dem östlich der Bahnlinie situierten Wohngebiet besteht daher keine direkte Anbindung an den Markt. Er kann jedoch über die Friedhofstraße und die Sigmaringer Straße erreicht werden. Die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad ist über dieselben Straßenverbindungen möglich. An das Netz des **ÖPNV** ist der Standort derzeit nicht direkt angebunden. Etwa 200 m südwestlich des Projektstandortes befindet sich jedoch die Bushaltestelle „Untere Europastraße“, an der die Buslinie 400, 6 und 9 des Verkehrsverbundes Neckar-Alb-Donau verkehren.

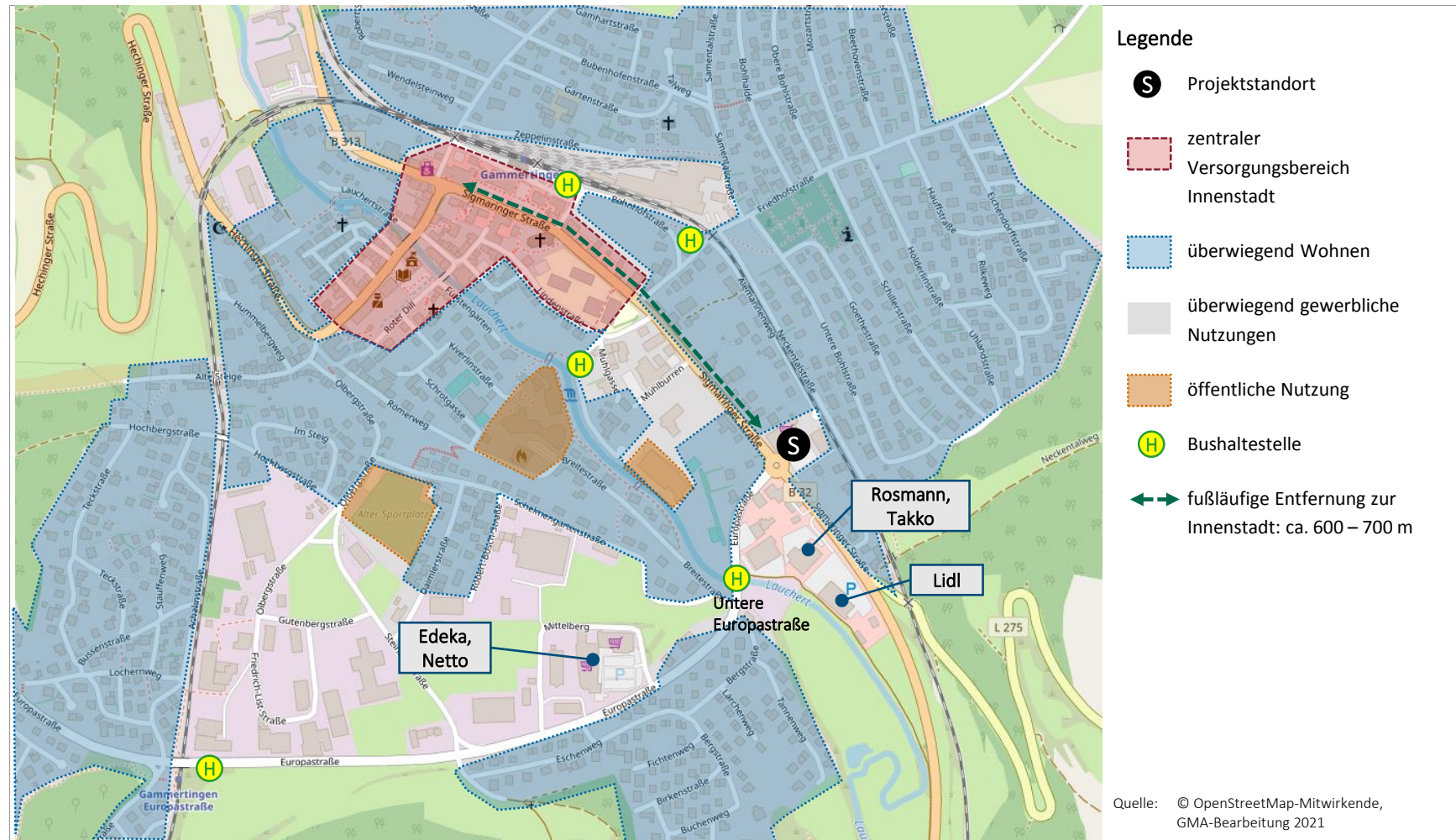
Die Erreichbarkeit für den **Individualverkehr** ist insgesamt als sehr gut zu bewerten. Der Standort liegt direkt an der Bundesstraße 313 (Sigmaringer Straße), welche als Haupterschließungsachse der Kernstadt sowie der gesamten Stadt in Nord-Süd-Richtung fungiert. Der Standort ist somit durch eine sehr gute Erreichbarkeit aus allen Richtungen des Stadtgebietes gekennzeichnet.

<sup>14</sup> Die Gehzeit zwischen der Innenstadt und dem Norma-Markt beträgt ca. 8 Minuten.

<sup>15</sup> Die Bezirksregierung Köln geht in ihrem Merkblatt „Regelung für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung“ von einem fußläufigen Einzugsgebiet von 700 m (= Radius). In der Fachliteratur werden entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert. Diese liegen bei rd. 10 Min. bzw. zwischen einem Radius von 500 bis 1000 m, je nach städtebaulichen und topografischen Bedingungen.



Karte 2: Mikrostandort „Sigmaringer Straße 75“



### Karte 3: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes an der Sigmaringer Straße 75

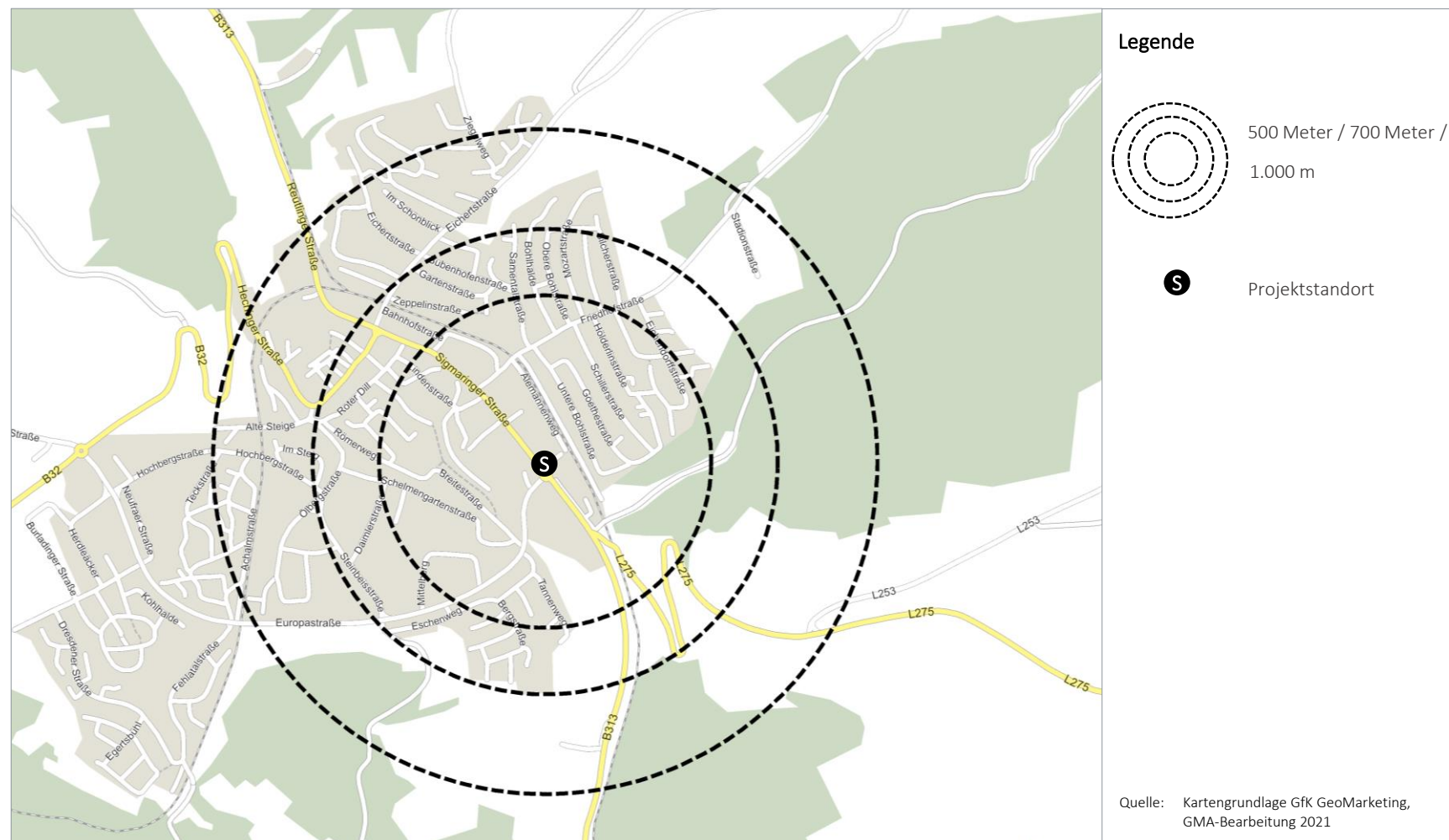




Foto 1: Projektstandort Norma am Kreisverkehr



Foto 2: Blick vom Projektstandort in Richtung Tankstelle und Fachmarktstandort

GMA-Aufnahmen

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

#### Positive Standortfaktoren

- + fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen und der Innenstadt
- + Standort ist bereits als Nahversorgungsstandort etabliert
- + ÖPNV-Anschluss in fußläufiger Distanz (200 m) vorhanden
- + sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit für den Individualverkehr durch Lage an einer Haupteinfahrungsachse / Bundesstraße
- + weitere Einzelhandelsnutzungen im Umfeld (u. a. Lidl, Rossmann, Takko).

#### Negative Standortfaktoren

- Trennwirkung östlich des Projektstandortes verlaufenden Bahnlinie.

**Zusammenfassend** lässt sich festhalten, der Norma-Markt aufgrund der im Umfeld vorhandenen Wohnbebauung eine Nahversorgungsfunktion für weite Teile des Gammertinger Kernstadtgebietes übernehmen kann. Von allen vier in der Kernstadt vorhandenen Lebensmittelmärkten weist der Norma-Markt die kürzeste Distanz zur Innenstadt sowie zu den angesiedelten Wohnlagen östlich der Bahnlinie auf. Aufgrund der kleinteiligen Bebauung in der Innenstadt steht in diesem Bereich zudem keine Fläche für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Verfügung.

## 2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

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

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



Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet, 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 [...].“*

Die Vorgaben werden auch seitens des **Regionalplans Bodensee-Oberschwaben**<sup>16</sup> (Plansatz 2.7.0) aufgegriffen:

*„(7) Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht-zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage [...].“*

Darüber hinaus heißt es ergänzend in der Begründung des Plansatzes:

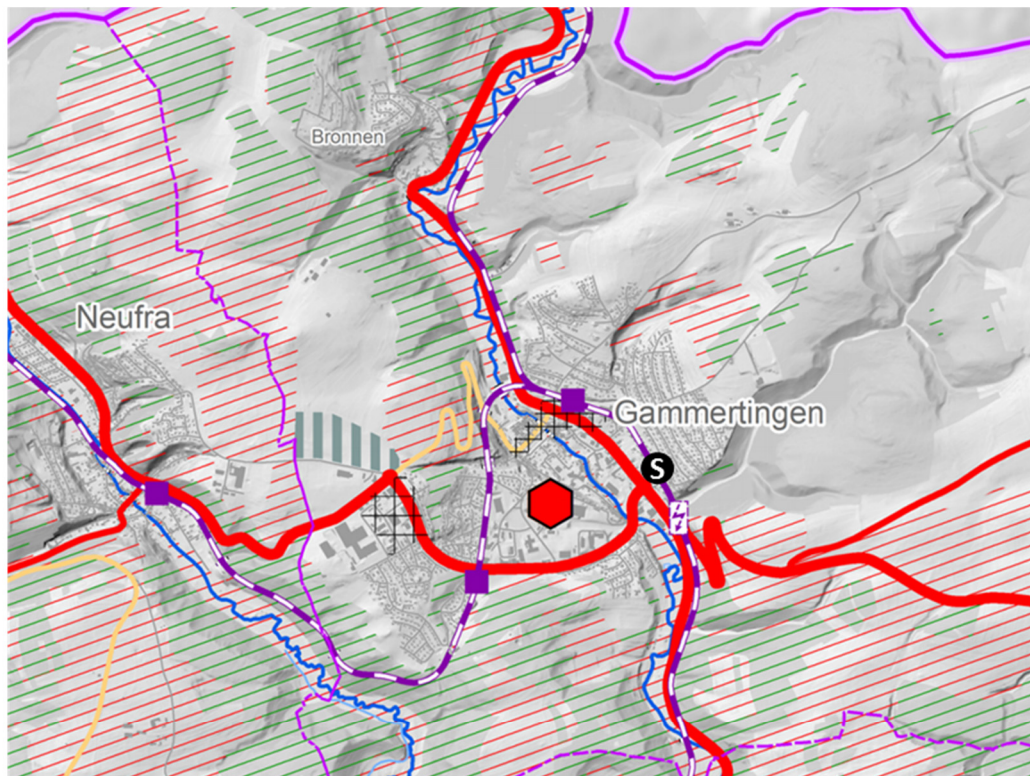
*„Städtebaulich integrierte Standorte sind innerhalb des baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs gelegene Bereiche mit wesentlichem Wohnanteil. Sie zeichnen sich durch gute verkehrliche Erreichbarkeit, insbesondere für Fußgänger, den Radverkehr sowie im ÖPNV, aus.“*

Im Rahmen der Zuordnung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten zu den Versorgungskernen wurden für Ober-, Mittel und Unterzentren gebietsscharf die Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten konzentriert und angesiedelt werden sollen, abgegrenzt. Außerhalb der Versorgungskerne sind regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen.<sup>17</sup> Für die Stadt Gammertingen wurde folgender Bereich als Versorgungskern abgegrenzt:

<sup>16</sup> Fortschreibung des Regionalplans Bodensee-Oberschwaben – Entwurf zur 2. Anhörung 2020.

<sup>17</sup> Vgl. hierzu Regionalplan 2009 Stuttgart. Plansatz 2.4.3.2.3 (Z).

Abbildung 2: Festlegungen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte in Gammertingen



**S** Projektstandort

Siedlungsbereich (Z) (PS 2.4.2)

Quelle: Fortschreibung des Regionalplans Bodensee-Oberschwaben – Entwurf zur 2. Anhörung 2020;  
GMA-Bearbeitung 2021

Vorranggebiet für Industrie und Gewerbe (Z) (PS 2.6.1)

Vorranggebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (Z) (PS 2.7.1)

Vorbehaltsgebiet für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (G) (PS 2.7.2)

Der Projektstandort an der Sigmaringer Straße befindet sich demnach nicht in einem von der Regionalplanung festgesetzten Vorranggebiet für Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten.

In der Erläuterung zum Plansatz 2.7.1 heißt es jedoch mit Bezug auf großflächige Nahversorgungsbetriebe:

*„Für Einzelhandelsgroßprojekte, die zur Sicherung der Grundversorgung erforderlich sind (mit vorwiegend nahversorgungsrelevantem Sortiment), kommen ausnahmsweise auch integrierte und verbrauchernahe Standorte außerhalb der Vorranggebiete in Frage.“*



### 3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Mikrostandortes und den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Norma-Lebensmitteldiscounters befindet sich am südöstlichen Siedlungsrand der Kernstadt Gammertingen, im Kreuzungsbereich der Sigmaringer Straße mit der Europastraße. Von allen vier Lebensmittelmärkten weist der Norma-Markt die kürzeste Distanz zur Innenstadt sowie zu den ausgedehnten Wohnlagen östlich der Bahnlinie auf.
- Das Standortumfeld des Marktes wird durch Wohnnutzungen und gewerbliche Nutzungen geprägt, wobei die Wohngebäude dominieren. So ist das Projektareal an vier Seiten von Wohnbebauung umgeben, wenngleich das östlich gelegene Wohngebiet durch eine Bahnlinie vom Standort getrennt ist. Insgesamt kann der Norma-Markt eine Nahversorgungsfunktion für weite Teile der Gammertinger Kernstadt übernehmen.
- Die Erreichbarkeit des Projektstandortes für Fußgänger und Radfahrer insbesondere aus Richtung Stadtmitte sowie dem östlich der Bahnlinie gelegenen Wohngebiet ist gegeben. Auch mit dem Pkw ist die Erreichbarkeit sichergestellt. Der Standort ist aktuell nicht an das Netz des ÖPNV angebunden. Allerdings ist eine Bushaltestelle in fußläufiger Distanz erreichbar.
- Bei dem Norma-Markt handelt es sich um einen langjährig etablierten Versorgungsstandort. Ihm kommt eine wichtige Stellung im Hinblick auf Nahversorgung der in der Kernstadt lebenden Bevölkerung sowie hinsichtlich der Sicherung der Grundversorgung für die Gesamtstadt zu. Die Verkaufsflächenerweiterung trägt wesentlich dazu bei, den Markt an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen und zukunftsfähig aufzustellen. Dadurch kann die Grundversorgung in der mittel- und langfristigen Perspektive in Gammertingen gesichert werden.

**Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass der Projektstandort, an dem der Norma-Markt erweitert werden soll, als integrierte Lage zu bewerten ist. Bereits seit vielen Jahren stellt der Lebensmittelmarkt die Nahversorgung der in der Kernstadt lebenden Bevölkerung sowie die Grundversorgung der Gesamtstadt sicher.

**Das Integrationsgebot gemäß Regionalplan wird eingehalten.**

## IV. Kongruenzgebot

Zur Prüfung des Kongruenzgebotes ist das erschließbare Einzugsgebiet und das dort vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial zu ermitteln. Über das Marktanteilkonzept ist in einem weiteren Schritt die Berechnung Umsatzprognose und letztlich die Berechnung der Umsatzherkunft vorzunehmen. Dies ist Grundlage zur Einordnung und Bewertung des Kongruenzgebotes.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenziale

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den neu gebauten und erweiterten Norma-Markt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

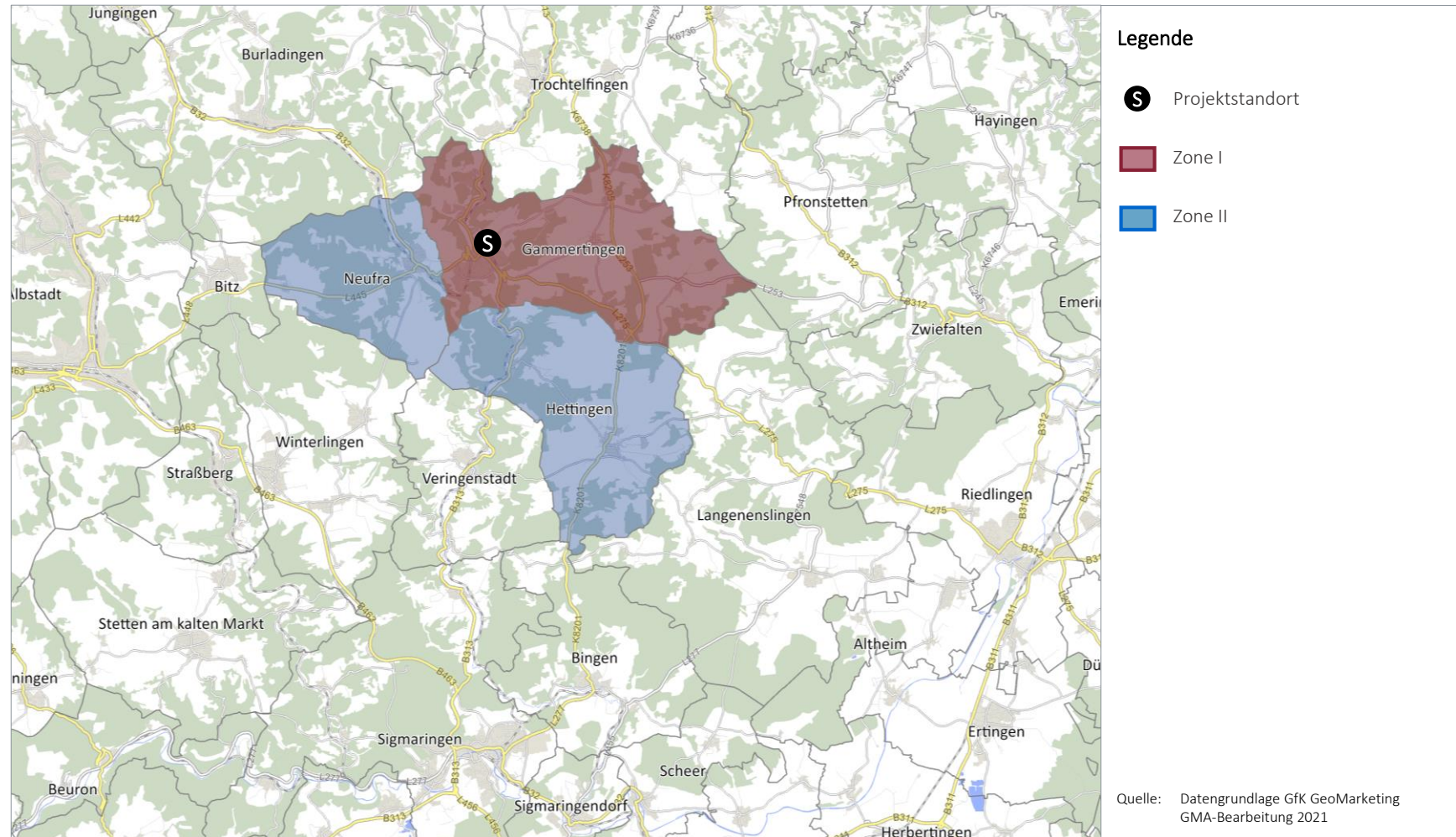
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes sowie der Wettbewerbskonstellation im Raum ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// die verkehrliche Erschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in der Stadt Gammertingen bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel IV. 1.)
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Aufgrund der Präsenz anderer Lebensmittelmärkte im Umland wird das Einzugsgebiet des Norma-Marktes im Wesentlichen auf das Stadtgebiet von Gammertingen beschränkt bleiben. Darüber hinaus sind weitere Kundenanteile aus der westlich angrenzenden Gemeinde Neufra sowie aus der südlich angrenzenden Stadt Hettingen zu erwarten (= Verflechtungsbereich). Hierbei ist jedoch darauf zu verweisen, dass sich zwar die Kernorte dieser Kommunen in direkter Nachbarschaft und verhältnismäßig schneller Erreichbarkeit zum Vorhabenstandort befinden (insbesondere die Kernstadt Hettingen südlich des Vorhabenstandortes), die weiteren

**Karte 4: Einzugsgebiet des neu gebauten und erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounters in Gammertingen**



Stadt- / Ortsteile dieser Kommunen aufgrund der siedlungsräumlichen Trennung sowie der topographischen Gegebenheiten jedoch bereits auch anderweitige Einkaufsorientierungen aufweisen (z. B. Hettingen-Inneringen nach Sigmaringen bzw. Neufra-Freudenweiler nach Bitz / Albstadt).

Zusammenfassend lässt sich für den neu gebauten und erweiterten Norma-Markt in Gammertingen am Standort „Sigmaringer Straße 75“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

<b>Zone I:</b>	Gammertingen	ca. 6.320 Einwohner
<b>Zone II:</b>	Neufra, Hettingen	ca. 3.600 Einwohner
<b>Gesamt:</b>		<b>ca. 9.920 Einwohner.<sup>18</sup></b>

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten. Ursächlich hierfür ist neben der zunehmenden Entfernung in erster Linie die Kundenorientierung an andere Wettbewerbsstandorte in der Region. Darunter fallen insbesondere die größeren Versorgungsstandorte wie Sigmaringen, Albstadt und Burladingen. Aber auch die westlich gelegene Gemeinde Bitz verfügt über zwei eigene Lebensmitteldiscounter. In der nördlich gelegenen Stadt Trochtelfingen sind ein Lebensmitteldiscounter sowie ein Lebensmittelvollsortimenter ansässig.

Ergänzend werden aus den umliegenden Kommunen gelegentlich Einkaufsbeziehungen zum Planstandort auftreten (z. B. durch Arbeitspendler oder Zufallskunden). Dies ist auf die direkte Lage an der Bundesstraße 313 sowie die räumliche Nähe des Marktes zur Fachmarktagglomeration mit Lidl, Rossmann und Takko zu begründen. Diese werden im weiteren Verlauf der Analyse als sog. Streukunden berücksichtigt.

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

**ca. € 6.210.<sup>19</sup>**

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Gammertingen, dessen Sortimentsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

**ca. 2.285 €.<sup>20</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>21</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in der Stadt Gammertingen bei 95,6 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In der Gemeinde Neufra (= 102,1) ebenso wie in der Stadt Hettingen (= 102,7) werden leicht überdurchschnittliche Werte erzielt. Für das Einzugsgebiet beläuft sich

<sup>18</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2019.

<sup>19</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>20</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und Nonfood II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>21</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel damit auf ca. **22,2 Mio. €**. Davon entfallen auf

 Gammertingen	ca. 13,8 Mio. €
 Neufra, Hettingen	ca. 8,4 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Norma bei ca. 15 %; davon entfallen ca. 10 % auf das sog. „Nearfood“-Segment (Drogeriewaren, Tiernahrung) bzw. 5 % auf das Nonfood II-Segment (sog. Aktionswaren).

### 3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.<sup>22</sup> 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 Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den neu gebauten erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln.<sup>23</sup>

**Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes**  
(Norma mit rd. 1.000 m<sup>2</sup> VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	13,8	15	2,1	0,4	2,5	75
Zone II	8,4	5	0,4	0,1	0,5	15
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>22,2</b>	<b>11</b>	<b>2,5</b>	<b>0,5</b>	<b>3,0</b>	<b>90</b>
Streuumsätze			0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	10
<b>Insgesamt</b>			<b>2,8</b>	<b>0,5 – 0,6</b>	<b>3,3 – 3,4</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Norma ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

<sup>22</sup> In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

<sup>23</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.



Somit lässt sich für den Norma-Markt mit rd. 1.000 m<sup>2</sup> VK eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 3,3 – 3,4 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 2,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nearfood-Bereich bzw. auf das Nonfood-Segment (Aktionswaren).

Die Flächenleistung liegt mit rd. 3.350 € / m<sup>2</sup> VK unter Berücksichtigung der großzügigeren Verkaufsfläche auf einem weiterhin guten Niveau. Die Filialleistung des Norma-Marktes in Gammertingen wird aufgrund der Verkaufsflächengröße etwas überdurchschnittlich ausfallen. Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2020 / 2021 liegt die durchschnittliche Filialleistung einer Norma-Filiale bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rd. 741 m<sup>2</sup> bei rd. 2,6 Mio. €. Höhere Umsatzleistungen als die 3,3 – 3,4 Mio. € in Gammertingen sind aufgrund der Wettbewerbssituation nicht zu erwarten.<sup>24</sup>

Etwa 91 % und damit der überwiegende Teil des Umsatzes wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet des Marktes und damit aus der Stadt Gammertingen (rd. 75 %) bzw. der angrenzenden Gemeinde Neufra und der Stadt Hettingen (rd. 15 %) generiert. In etwa 10 % des Umsatzes fließt von außerhalb des Einzugsgebietes in Form von Streuumsätzen an den Standort zu.

#### 4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das Konzentrationsgebot zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP Baden-Württemberg 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.“*

#### 5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des neu gebauten und erweiterten Norma-Marktes am Standort Sigmaringer Straße 75 umfasst in der Zone I die Stadt Gammertingen. Das überörtliche

<sup>24</sup> Der in der Praxis häufig Verwendung findende Ansatz durchschnittlicher Flächenleistungen zur Bewertung eines Vorhabens ist i. d. R. nicht zielführend. So können diese durchschnittlichen Flächenleistungen nicht an jedem Standort gleichermaßen angesetzt werden. Vielmehr bedarf es immer der Erstellung einer standortspezifischen Umsatzprognose, bei der – je nach Standort – mit einer Streuung der Umsatzleistung zu rechnen ist. Die Umsatzprognose für den Norma-Standort in Gammertingen wurde auf Basis der Standortrahmenbedingungen und Wettbewerbssituation vor Ort ermittelt und ausführlich begründet. Entsprechend wurde gemäß den rechtlichen Anforderungen eine standortbezogene Umsatzleistung ermittelt.

Einzugsgebiet erstreckt sich auf die benachbarten Gemeinden Neufra und Hettingen (Zone II).

- Basierend auf der Umsatzprognose bleibt festzuhalten, dass ca. 75 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Gammertingen selbst stammen werden. Weitere 15 % werden mit Kunden aus der Zone II (Neufra, Hettingen) generiert. Ca. 10 % fließen in Form von Streuumsätzen an den Standort zu. Dabei handelt es sich in erster Linie um Arbeitspendler und Zufallskunden. Der im Kongruenzgebot genannte Schwellenwert (mind. 70 % aus der Standortkommune bzw. dem Verflechtungsbereich) wird damit eindeutig eingehalten.

**Die Vorgaben des Kongruenzgebotes werden erfüllt.**

## V. Beeinträchtigerungsverbot

Zur Prüfung des Beeinträchtigerungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umfeld darzustellen und hinsichtlich ihrer städtebaulichen und nahversorgungsbezogenen Relevanz und Leistungsfähigkeit zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

### 1. Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet

Als Wettbewerber des zur Modernisierung geplanten Norma-Marktes gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps, gekoppelt mit dem spezifischen Einkaufsverhalten der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (= Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) die Hauptwettbewerber darstellen.

Die Angebotssituation in **Gammertingen** ist im Lebensmittelsegment durch die Standorte der großen Lebensmittelanbieter geprägt. Dabei ist auf die Anbieter im Gewerbegebiet an der Europastraße sowie auf die Einzelhandelsagglomeration am südlichen Ortseingang hinzuweisen:

- / **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, Sigmaringer Straße, rd. 1.050 m<sup>2</sup> VK (vgl. Fotos 3 – 6); Fachmarkttagglomeration am südlichen Stadteingang, im direkten Umfeld weitere Einzelhandelsbetriebe (Rossmann, Takko), etwas weiter nördlich Norma; vor kurzem modernisierter, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber.
- / **Edeka**, Supermarkt, Mittelbergstraße, rd. 1.600 m<sup>2</sup> VK; Bäckerei im Vorkassenbereich, verhältnismäßig neuer Standortverbund mit Netto; Lage im Gewerbegebiet, insgesamt sehr moderner, großer, leistungs- und wettbewerbsfähiger Anbieter.
- / **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Sigmaringer Straße, rd. 1.000 m<sup>2</sup> VK; verhältnismäßig neuer Standortverbund mit Edeka; Lage im Gewerbegebiet, insgesamt moderner, leistungs- und wettbewerbsfähiger Anbieter.



Foto 3: Fachmarktstandort südlicher Stadteingang



Foto 4: Lidl, Fachmarktstandort



Foto 5: Netto, Mittelbergstraße



Foto 6: Edeka, Mittelbergstraße

GMA-Aufnahmen

Neben den genannten Hauptwettbewerbern sind in der Kernstadt Gammertingen weitere Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln ansässig, darunter vier Bäckereien, drei Metzgereien, und ein Tankstellenshop. Abgesehen von dem Tankstellenshop und einer Metzgerei befinden sich die restlichen Anbieter des Lebensmittelhandwerks in zentraler Lage in der Innenstadt von Gammertingen.

In den übrigen **Stadtteilen von Gammertingen** ist nur auf den Anbieter Marktplatz in Marienberg hinzuweisen. Dabei handelt es sich um einen Bioladen mit Lokal- und Regionalprodukten, Restaurant und Café. Dieser verfügt jedoch über stark eingeschränkte Öffnungszeiten.

Insgesamt beläuft sich die **Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich** in Gammertingen (inkl. Norma) auf **ca. 4.820 m<sup>2</sup> VK**, auf der eine **bereinigte Umsatzleistung von ca. 21,2 Mio. €<sup>25</sup>** erwirtschaftet wird. Auf Betriebe im zentralen Versorgungsbereich entfallen hiervon ca. rd. 200 m<sup>2</sup> und eine Umsatzleistung im Lebensmittelbereich von ca. 2,2 Mio. €.

In Zone II des Einzugsgebiets bzw. in der benachbarten Stadt **Hettingen** sowie der Gemeinde **Neufra** ist auf vereinzelte Betriebe des Lebensmittelhandwerks hinzuweisen (Bäckereien und Metzgerei). Größere Anbieter aus dem Lebensmittelsegment sind hier nicht vorzufinden.

## 2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Die Möglichkeit zur Erschließung eines über die Stadt Gammertingen sowie dem dazugehörigen Verflechtungsbereich hinausgehenden Einzugsgebietes wird neben der zunehmenden Distanz maßgeblich durch die Wettbewerbsstrukturen im Umland beeinflusst. Als nächstgelegene größerer Handelsstandorte, zu denen engere Einkaufsverflechtungen bestehen, ist auf die Mittelzentren Sigmaringen und Albstadt hinzuweisen. Aber auch die umliegenden Städte und Gemeinden weisen eigenständige Versorgungsstrukturen auf, sodass insgesamt von einem verhältnismäßig starken Wettbewerbsumfeld zu sprechen ist, auch wenn teilweise nicht unerhebliche Distanzen zwischen den Kommunen vorliegen.

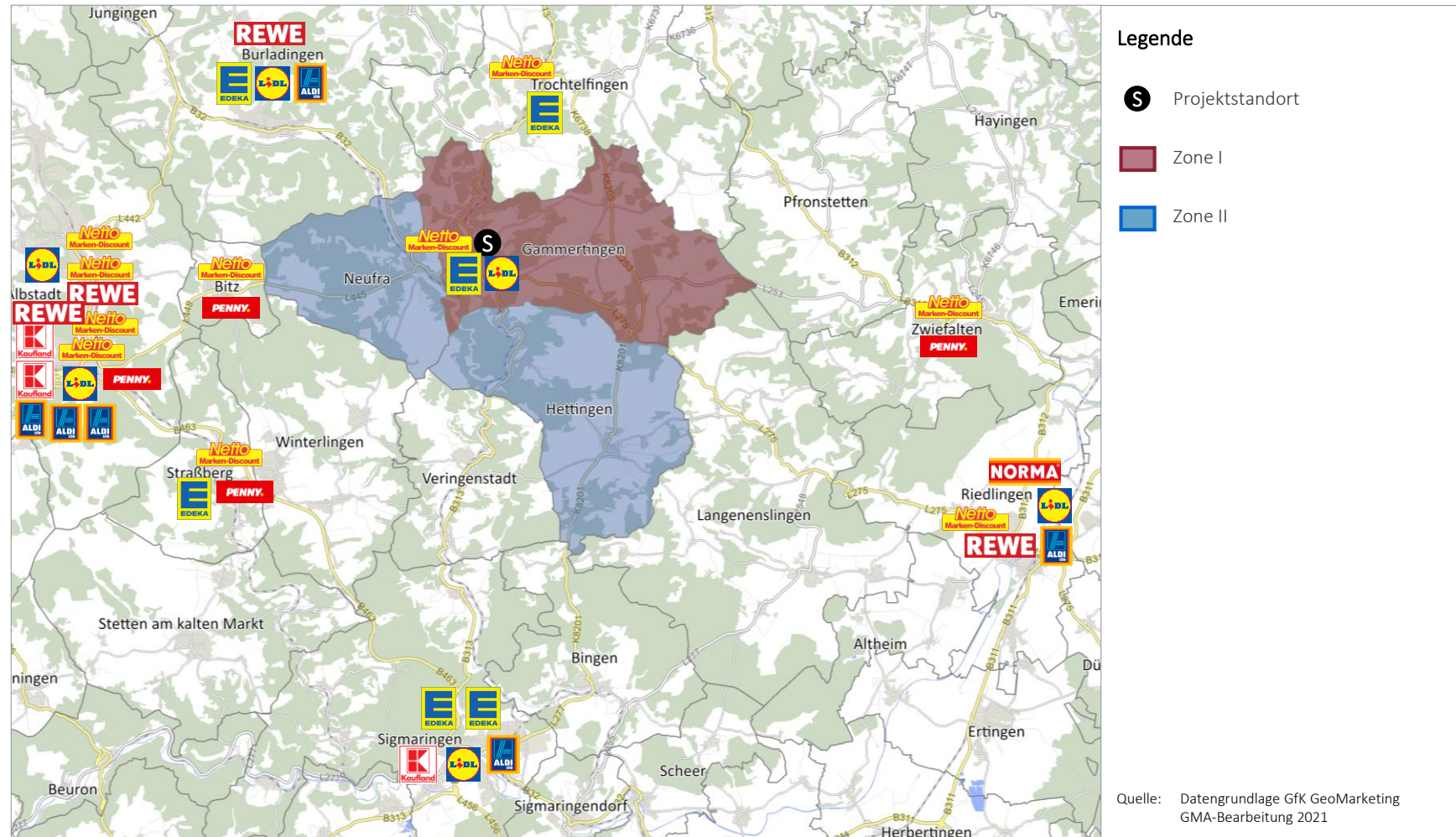
<sup>25</sup> Um Nonfood-Anteile bereinigter Umsatz.

- Die Stadt **Albstadt** mit rd. 44.000 Einwohnern umfasst dementsprechend ein ausdifferenziertes Angebot an Lebensmittelanbietern. Darunter fallen neben zwei großen Supermärkten der Fa. Kaufland drei Aldi-Märkte, zwei Lidl-Discounter, vier Netto-Märkte auch ein Norma sowie ein Penny Lebensmitteldiscounter und zwei Rewe Lebensmittelvollsortimenter.
- Das rd. 15.500 Einwohner zählende Mittelzentrum **Sigmaringen** umfasst einen großen Supermarkt der Fa. Kaufland in der Innenstadt, im Discountsegment einen Aldi- und Lidl-Markt sowie im Bereich des Vollsortiments zwei Edeka-Supermärkte.
- Die Stadt **Burladingen** beherbergt zwei Discounter (Aldi, Lidl) sowie zwei Vollsortimenter (Edeka, Rewe), die Gemeinde **Bitz** einen Penny- und einen Netto-Lebensmitteldiscounter. In **Trochtelfingen** befinden sich Edeka und Netto als Nahversorger.

Die genannten Angebotsstrukturen können insgesamt als moderne, attraktiv aufgestellte Wettbewerbsstandorte charakterisiert werden. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbsstrukturen im Umland die Möglichkeit von erhöhten Kundenzuflüssen deutlich begrenzen. Hier ist nahezu flächendeckend auf zeitgemäße Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel hinzuweisen. Die Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben von Norma konzentrieren sich daher in hohem Maße auf die Stadt Gammertingen selbst und hier insbesondere auf den Discounter Lidl im direkten Standortumfeld sowie den Netto-Markt.



### Karte 5: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)



### 3. Umsatzzumlenkungen und wettbewerbliche Wirkungen

#### 3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des 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.

#### 3.2 Umsatzzumlenkungen

Für die Bewertung des modernisierten Norma-Marktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der erweiterte Norma-Markt wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 3,3 – 3,4 Mio. € erzielen. Dabei entfallen ca. 2,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Bei der Bewertung der ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ist zu berücksichtigen, dass der Norma-Markt bereits seit Jahren am Standort ansässig ist. Die Umsatzleistung des Marktes beläuft sich heute auf mind. 2,7 Mio. €, wovon ca. 2,3 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen. Dieser Umsatz wird bereits heute am Standort in Gammertingen generiert und wird auch nach der Erweiterung am Standort gebunden bleiben, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- /// Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Norma Lebensmitteldiscounters erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben des Lebensmitteldiscounters mit 1.000 m<sup>2</sup> VK bewertet, d. h. es wurden im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgeösten Umsatzumverteilungen der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist in Abzug zu bringen.
- /// Insofern verbleibt beim Netto-Markt ein **umverteilungsrelevanter Umsatz** i. H. v. ca. 0,6 – 0,7 Mio. €. Davon entfallen ca. 0,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 – 0,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum daher folgende Umsatzumverteilungen durch die geplante Erweiterung des Norma-Marktes zu erwarten:

**Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von Norma in Gammertingen**

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	■ Umsatz des bestehenden Norma-Marktes im Lebensmittelbereich	2,3
	■ Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern im Einzugsgebiet	0,4
	– davon ggü. Anbietern in Gammertingen (Zone I)	0,3 – 0,4
	– davon ggü. Anbieter in Neufra und Hettingen (Zone II)	<< 0,1
	■ Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes	0,1
	■ <b>Umsatz neu gebauter und erweiterter Norma-Markt im Lebensmittelbereich</b>	<b>2,8</b>
Nonfood-bereich	■ Umsatz des bestehenden Marktes im Nichtlebensmittelbereich	0,4
	■ Umsatzzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1 – 0,2
	■ <b>Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich</b>	<b>0,5 – 0,6</b>
	■ <b>Umsatz insgesamt</b>	<b>3,3 – 3,4</b>

GMA-Berechnungen 2021; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

### 3.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzzumlenkungen sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch die geplante Erweiterung des Norma-Marktes zu erwarten:

Von den Umsatzumverteilungseffekten durch die Erweiterung des Norma-Marktes sind in erster Linie die in **Gammertingen (Zone I)** ansässigen Wettbewerbsbetriebe betroffen. Gegenüber ihnen wird ein Umsatzanteil von knapp 0,4 Mio. € umverteilt, was einer Umverteilungsquote von ca. 2 % entspricht. Von den Umsatzumverteilungseffekten sind überwiegend die anderen großen Lebensmittelmärkte (Lidl, Netto und Edeka) betroffen. Durch die stärkere Sortimentsüberschneidung sind dabei der Lidl-Markt und der Netto-Markt, welche dem selben Betriebstyp (= Lebensmitteldiscounter) angehören, im Vergleich zum Edeka-Markt tendenziell etwas stärker betroffen.

Gegenüber Anbietern in der **Gammertinger Innenstadt** (= zentraler Versorgungsbereich) wird nur ein äußerst geringer Umsatzanteil umverteilt. Die daraus resultierende Umsatzumverteilungsquote liegt in einem Bereich von maximal 2 %. Bei den dort vorhandenen Anbietern handelt es sich ausschließlich um Lebensmittelhandwerker, deren Sortimente sich mit dem erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounters nur in sehr geringem Umfang überschneiden. In der Gesamtbetrachtung sind in Gammertingen daher nur sehr geringe wettbewerbliche Wirkungen durch das Vorhaben der Fa. Norma zu

erwarten, die zu keiner Schädigung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen und des zentralen Versorgungsbereiches führen werden.

- / In der **Zone II** (Neufra, Hettingen) sind ebenfalls nur kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks ansässig, die nur in sehr untergeordneter Form von dem Vorhaben tangiert werden. Die Umsatzumverteilungswirkungen durch das Vorhaben der Fa. Norma sind hier so gering, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind. Vor diesem Hintergrund können auch in der Zone II des Einzugsgebietes städtebauliche Effekte und damit eine Beeinträchtigung der Nahversorgungsstruktur ausgeschlossen werden.
- / Gegenüber Lebensmittelanbietern **außerhalb des Einzugsgebietes** (insbesondere Lebensmitteldiscounter in Sigmaringen, Albstadt, Burladingen, Bitz und Trochtelfingen) werden nur äußerst geringe Umsatzumverteilungen ausgelöst, die aus den Pendlerverflechtungen resultieren. Diese verteilen sich auf eine Vielzahl von Betrieben, so dass in der Einzelbetrachtung keine Auswirkungen feststellbar sind. Die Umsatzrückgänge liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze. Auch hier ist keinesfalls mit Marktaustritten einzelner Anbieter in der direkten Folge des Vorhabens in Gammertingen zu rechnen.
- / Im **Nichtlebensmittelbereich** wurde ein Gesamtumsatz von ca. 0,5 – 0,6 Mio. € ermittelt. Durch die Erweiterung der Verkaufsfläche des Norma-Marktes resultiert ein Mehrumsatz im Nonfood-Bereich von max. 0,1 – 0,2 Mio. €. Dieser Wert verteilt sich auf zahlreiche Branchen, so dass die evtl. auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen in der Einzelbetrachtung sehr gering ausfallen und mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind. Es ist zudem davon auszugehen, dass hierbei überwiegend Betriebe mit ähnlichen Angebotskonzepten, v. a. großflächige Lebensmittelmärkte betroffen sein werden.

**Zusammenfassend** lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Betriebsschließungen in Gammertingen (Zone I) sowie in Neufra und Hettingen (Zone II) und in den umliegenden Städten und Gemeinden als direkte Folge des Vorhabens können daher ausgeschlossen werden.

## 4. Beeinträchtigungsverbot

### 4.1 Landesplanerische Vorgaben

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 werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtigungsverbotes ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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


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

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

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

## 4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

-  Die Umsatzumverteilungswirkung des geplanten Vorhabens der Fa. Norma gehen überwiegend zu Lasten der in Gammertingen ansässigen Wettbewerbsbetriebe. Die Umsatzumverteilungsquote liegt mit ca. 2 % deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, ab dem mit städtebaulichen Beeinträchtigungen (= Betriebsschließungen) zu rechnen ist.

- In der Zone II des Einzugsgebietes (= Neufra, Hettingen) resultieren aus dem Vorhaben so geringe Umsatzumverteilungswirkungen, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind. Negative städtebauliche Auswirkungen durch das Vorhaben sind hier ebenfalls auszuschließen.
- Außerhalb des Einzugsgebietes resultieren gegenüber den in Sigmaringen, Albstadt, Burladingen, Bitz und Trochtelfingen ansässigen Wettbewerbsbetrieben ebenfalls so geringe Umsatzumverteilungseffekte, dass sie mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind. Negative städtebauliche Auswirkungen durch das Vorhaben sind daher auch für die Kommunen außerhalb des Einzugsgebietes auszuschließen.
- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umverteilungseffekte im **Nichtlebensmittelbereich** werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungswirkungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in eine Gesamtbetrachtung geringe Ausmaße annehmen werden.

In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass sowohl in Gammertingen (Zone I) als auch im überörtlichen Einzugsgebiet (Zone II) und in den Nachbarkommunen die verbraucher-nahe Versorgung durch das Vorhaben der Firma Norma nicht gefährdet wird. Des Weiteren sind schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges auszuschließen.

**Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.**

## VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erweiterung des bestehenden Norma-Marktes am bisherigen Standort; genehmigte Verkaufsfläche bisher: 800 m<sup>2</sup>; Erweiterung auf 1.000 m<sup>2</sup> VK geplant</li> <li>Ziel der Maßnahme: langfristige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Norma-Marktes</li> <li>Standort am südöstlichen Stadteingang der Kernstadt Gammertingen im Kreuzungsbereich Sigmaringer Straße / Europastraße</li> </ul>
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Unterzentrum Gammertingen:</b> ca. 6.320 Einwohner; Nahbereich Gemeinde Neufra: ca. 1.830 Einwohner, Stadt Hettingen: ca. 1.780 Einwohner.</li> <li><b>Einzelhandelsstrukturen:</b> <b>Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich)</b> mit vorwiegend kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen. Außer vier Bäckereien und drei Metzgereien keine weiteren Lebensmittelanbieter.</li> <li><b>Fachmarktagglomeration am südöstlichen Stadtrand:</b> über die Sigmaringer Straße zu erreichen: Lidl, Rossmann, Takko</li> <li><b>Nahversorger im südlichen Gewerbegebiet an der Europastraße:</b> moderner Edeka-Markt im Verbundstandort mit Netto.</li> </ul>
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Einzugsgebiet umfasst die Stadt Gammertingen sowie die südlich angrenzende Stadt Hettingen und die westlich liegende Gemeinde Neufra (= Verflechtungsbereich gemäß Regionalplan)</li> <li>Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 22,2 Mio. € (davon Gammertingen: ca. 13,8 Mio. € bzw. Verflechtungsbereich: 8,4 Mio. €)</li> </ul>
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK: ca. 3,3 – 3,4 Mio. €, davon ca. 2,8 Mio. € Food und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € Nonfood</li> </ul>
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gammertingen (Zone I) ca. 2 %</li> <li>Neufra, Hettingen (Zone II) n. n.</li> <li>Sonstige Orte n. n.</li> </ul>
Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrationsgebot	<p><b>Das Konzentrationsgebot wird am Standort Gammertingen erfüllt.</b> Durch die Ausweisung als Unterzentrum (vgl. Regionalplan Bodensee-Oberschwaben) liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.</p>
Integrationsgebot	<p>Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Norma-Lebensmitteldiscounters befindet sich am südöstlichen Siedlungsrand der Kernstadt Gammertingen. Das Standortumfeld wird durch Wohnnutzungen und gewerbliche Nutzungen geprägt, wobei Wohngebäude dominieren. Die Erreichbarkeit des Standortes für Fußgänger und Radfahrer insbesondere aus Richtung Stadtmitte sowie dem östlich der Bahnlinie gelegenen Wohngebiet ist als gut einzustufen. Bei dem Standort handelt es sich um einen langjährig etablierten Versorgungsstandort. Ihm kommt eine wichtige Stellung im Hinblick auf die Sicherung der Grundversorgung der in der Kernstadt lebenden Bevölkerung zu. Vor diesem Hintergrund ist der Projektstandort an der Sigmaringer Straße 75 als <b>integrierte Lage</b> zu bewerten.</p>

<b>Kongruenzgebot</b>	Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten. Das Einzugsgebiet des Lebensmittelmarktes erstreckt sich auf die Stadt Gammertingen sowie Neufra und Hettlingen, welche dem Nahbereich der Stadt entsprechen. Basierend auf den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass 75 % des Umsatzes aus Gammertingen selbst stammen wird. Ca. 15 % werden mit Kunden aus der dem Verflechtungsbereich generiert. Weitere 10 % fließen in Form von Streuumsätzen an den Standort (u. a. Arbeitspendler) zu. Damit wird der definierte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten.
<b>Beeinträchtungsverbot</b>	Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Beeinträchtungsverbot durch das Vorhaben eingehalten wird. Es werden sowohl gegenüber zentralen Versorgungsbereichen als auch gegenüber bestehenden Nahversorgungsstrukturen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst.

GMA-Zusammenstellung 2021



## Verzeichnisse

## Seite

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Gammertingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	10
Karte 2:	Mikrostandort „Sigmaringer Straße 75“	14
Karte 3:	Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes an der Sigmaringer Straße 75	15
Karte 4:	Einzugsgebiet des neu gebauten und erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounters in Gammertingen	21
Karte 5:	Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)	29

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung in der Region	11
Tabelle 3:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Norma mit rd. 1.000 m² VK)	23
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von Norma in Gammertingen	31

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2009 – 2019	6
Abbildung 2:	Festlegungen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte in Gammertingen	18

### Fotoverzeichnis

Foto 1:	Projektstandort Norma am Kreisverkehr	16
Foto 2:	Blick vom Projektstandort in Richtung Tankstelle und Fachmarktstandort	16
Foto 3:	Fachmarktstandort südlicher Stadteingang	26
Foto 4:	Lidl, Fachmarktstandort	26
Foto 5:	Netto, Mittelbergstraße	27
Foto 6:	Edeka, Mittelbergstraße	27