



Auswirkungsanalyse zum Neubau eines Penny-Lebensmitteldiscounters in Rottenburg-Wurmlingen

Auftraggeber: Penny-Markt GmbH, Wiesloch

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

Ludwigsburg, am 07.12.2018

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	7
4. Vorhabenbeschreibung	8
5. Makrostandort Rottenburg a. N.	9
6. Mikrostandort „Hirschauer Straße“	12
II. Einzugsgebiet und Kaufkraft	15
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	15
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	16
III. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel	18
1. Die Situation in Rottenburg a. N.	18
2. Die Situation im weiteren Umfeld	20
IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen	22
1. Umsatzprognose für den geplanten Penny-Lebensmitteldiscounter	22
2. Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	23
V. Zusammenfassung	26

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

Die Penny-Markt GmbH erteilte der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für den Neubau eines Marktes am Standort Hirschauer Straße im Rottenburger Stadtteil Wurmlingen. Der Markt soll dort eine Lücke in der Nahversorgung schließen und das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel außerhalb der Kernstadt von Rottenburg a. N. stärken.

Geplant ist die Ansiedlung eines Marktes inkl. Backshop mit insgesamt 799 m² Verkaufsfläche. Damit liegt der Markt unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO können aber auch unterhalb dieser Grenze Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, den Verkehr und die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich vorliegen.

Vor dem Hintergrund der Ausgangslage konzentriert sich die vorliegende Auswirkungsanalyse auf die Beurteilung der mit dem Vorhaben verbundenen Auswirkungen. In der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden daher folgende Punkte bearbeitet:

- /// Bewertung des Makrostandortes Rottenburg a. N.
- /// Bewertung des Mikrostandortes „Hirschauer Straße“
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung der Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Einzugsgebiet
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für Penny
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Rottenburg a. N.
- /// Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und zentralen Versorgungsbereiche in den Nachbargemeinden.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Dezember 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und auf EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:¹

- „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:

- 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 m² der Fall sein wird.²
- Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

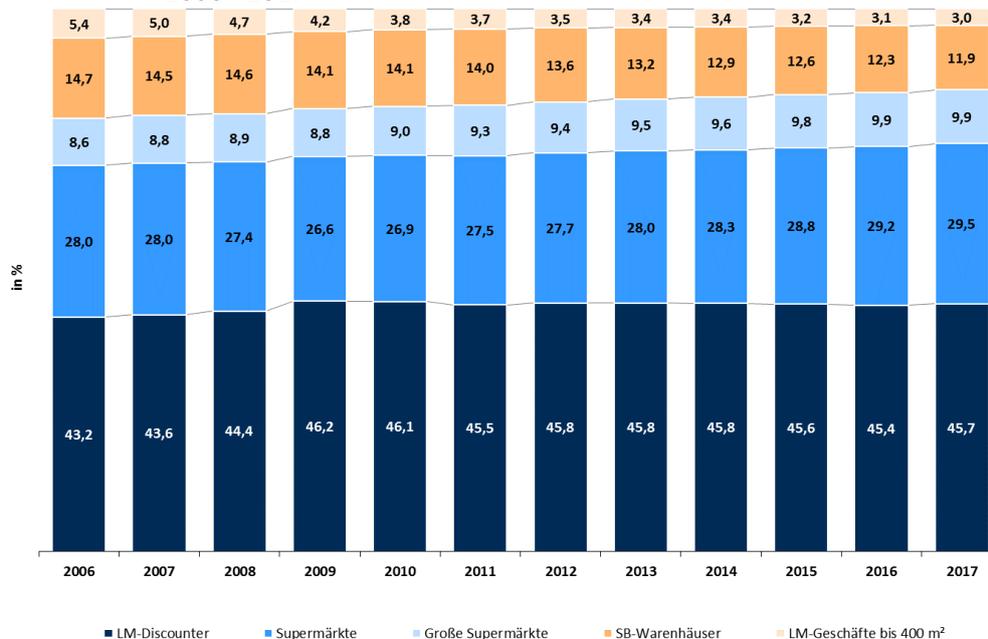
² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche 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).

3. Marktentwicklungen 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 aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt, ohne hierbei den Sortimentsumfang bzw. die Sortimentsstruktur zu verändern.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmittelvollsortimenter 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 2006 - 2017



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

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:³

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁴ anbietet.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁵ führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

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

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. 780 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen von über 1.000 m² angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

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).

³ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2017, S. 365.

⁴ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁵ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.027 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 24 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 12 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %).⁶ Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.⁷

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

4. Vorhabenbeschreibung

Bei dem Planobjekt in Rottenburg-Wurmlingen handelt es sich um eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Penny. Der Markt soll einschließlich des ebenfalls geplanten Backshops eine Verkaufsfläche von max. 799 m² haben und am Standort „Hirschauer Straße“ realisiert werden. Geplant ist die Errichtung südlich der Straße mit Anschluss an die westliche Wohnbebauung. Gemeinsam mit dem Markt entstehen rd. 70 Parkplätze, die ebenerdig über die Hirschauer Straße angefahren werden.

⁶ Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 - 90 %.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten 2016.

5. Makrostandort Rottenburg a. N.

Die Stadt Rottenburg a. N. übernimmt nach dem Regionalplan Neckar-Alb aus dem Jahr 2013 die Funktion eines Mittelzentrums. Damit ist die Stadt neben der Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung auch für den Verflechtungsbereich zuständig. Dies sind die Gemeinden Hirrlingen, Neustetten und Starzach. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Kreisstadt Tübingen. Diverse Teilorte von Rottenburg, u.a. der Vorhabenstandort Wurmlingen, grenzen unmittelbar an Stadtteile von Tübingen an.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt ist als gut zu bewerten, sie befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Autobahn A 81, die das Gemeindegebiet durchschneidet. Zudem besteht Anschluss an die Bundesstraße B 28a, die sich im Bereich direkt um die Kernstadt derzeit noch im Bau befindet und damit nicht durchgängig ausgebaut ist. Die einzelnen Teilorte sind über diverse Landesstraßen an die Kernstadt angebunden bzw. miteinander verbunden.

Mit gegenwärtig rd. **44.436 Einwohnern**⁸ ist die Stadt Rottenburg a. N. nach Tübingen die zweitgrößte Stadt des Landkreises. Die Einwohnerentwicklung in den vergangenen zehn Jahren verlief dabei leicht positiv (+ 1 %). Damit blieb die Stadt jedoch leicht hinter dem Wachstum des Gesamtlandkreises zurück (+ 2,5 %). Dieser profitiert jedoch stark von der positiven Einwohnerentwicklung in der Stadt Tübingen. Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** in Rottenburg a. N. hat sich in den letzten zehn Jahren deutlich positiv entwickelt und liegt hinsichtlich des Zuwachses sogar über der des Landkreises. Insgesamt arbeiten in Rottenburg a. N. ca. 9.200 Beschäftigte. Dennoch ist die Stadt, bedingt durch die gute verkehrliche Anbindung und die Nähe zur Stadt Tübingen als beliebter Wohnort in der Region eine durch ein deutlich negatives Pendlersaldo geprägte Gemeinde.

Siedlungsstrukturell gliedert sich die Stadt Rottenburg a. N. in 18 Stadt- bzw. Ortsteile. Diese sind rund um die Kernstadt, die mit ca. 18.400 Einwohnern klar der bevölkerungsreichste Teil ist, angeordnet. Wurmlingen ist nach der Kernstadt sowie dem deutlich abgesetzten Ergenzingen mit rd. 2.600 Einwohnern der drittgrößte Stadtteil von Rottenburg a. N. und befindet sich rd. 3 km nördlich der Kernstadt.

Einzelhandelsstruktur und zentrale Versorgungsbereiche in Rottenburg a. N.

Im Hinblick auf die **Einzelhandelsstruktur** in Rottenburg a. N. ist v. a. auf die für ein Mittelzentrum geringe Verkaufsflächenausstattung⁹ im Lebensmittelbereich hinzuweisen. Diese liegt mit 275 m² VK / 1.000 Einwohner weit unter dem bundesweiten Durchschnitt von 432 m². Da es sich in anderen Sortimenten ähnlich verhält, sind für den Einzelhandelsstandort Rottenburg a. N. deutliche

⁸ Stadt Rottenburg a. N. (Stand: 31.10.2017).

⁹ Berücksichtigt werden Einzelhandelsbetriebe < 400 m² Verkaufsfläche. Spezialanbieter, wie Biomärkte oder Reformhäuser aber auch ethnische Supermärkte finden keinen Eingang in die Berechnung.

Entwicklungspotenziale vorhanden.¹⁰ Im Vergleich zu anderen Mittelzentren in Baden-Württemberg hat die Stadt als Einzelhandelsstandort eine unterdurchschnittliche Funktion. Räumlich gliedert sich die Einzelhandelsstruktur in Rottenburg a. N. gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 wie folgt:

Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich/Zentraler Versorgungsbereich

Die Haupteinkaufslagen befinden sich innerhalb der historischen Altstadt von Rottenburg a. N. um den Marktplatz, entlang der Königstraße sowie der Marktstraße und der Bahnhofstraße. Weite Teile sind dabei als Fußgängerzone ausgewiesen. Neben diversen Betrieben aus dem Bekleidungs- bzw. Drogeriesegment und öffentlichen Einrichtungen befinden sich dort auch Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich. Mit Ausnahme der Anbieter Kaufland (südlich des Neckars) und Norma handelt es sich dabei um Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk oder ethnische Supermärkte.

Gewerblich geprägte Lagen

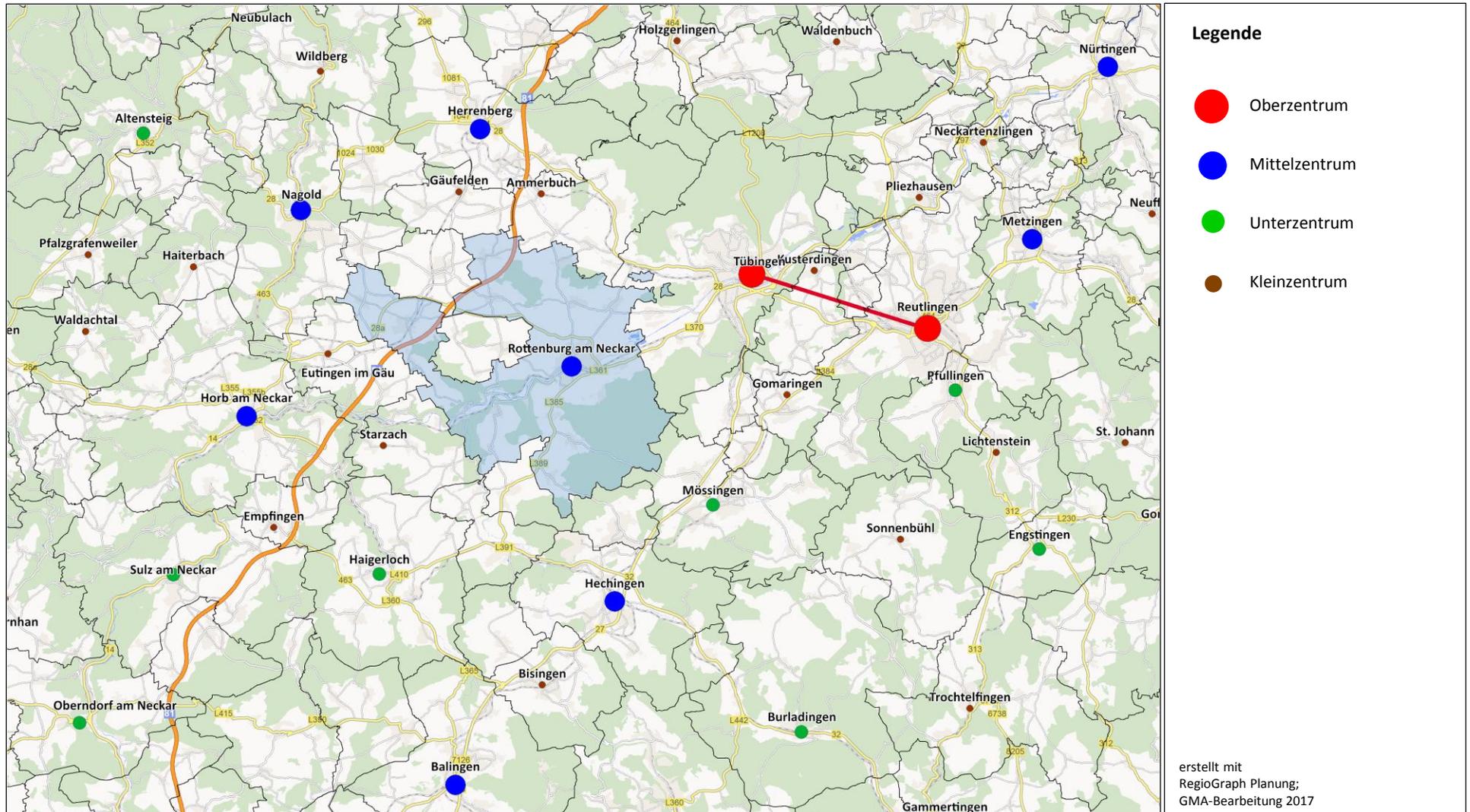
Darunter sind die außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befindlichen Einzelhandelslagen zu verstehen. Dazu zählen sowohl die im Gewerbegebiet östlich der Innenstadt gelegenen Einzelhandelsbetriebe wie Globus-Baumarkt oder Intersport, als auch die Lebensmittelanbieter Edeka und Lidl, sowie Aldi. Qualitativ ist dabei zwischen diesen beiden Lagen zu unterscheiden. Während die im Gewerbegebiet befindlichen Betriebe mittel- und langfristige Sortimente führen, sind die Lebensmittelmärkte Aldi, Edeka und Lidl aufgrund ihres Sortiments und der siedlungsräumlich an die Wohngebiete angrenzenden Lage für die Nahversorgung in der Kernstadt von hervorgehobener Bedeutung.

Streulagen

Über die zuvor angeführten Einzelhandelslagen hinaus bestehen innerhalb der Kernstadt lediglich einzelne Betriebe in Streulagen. Neben diversen Ladenhandwerksbetrieben ist v. a. auf den Netto-Markt im Wohngebiet „Kreuzerfeld“ hinzuweisen. Dieser nimmt für das direkte Standortumfeld ebenfalls eine wichtige Rolle in der Nahversorgung ein. Außerhalb der Kernstadt weist lediglich der Teilort Ergenzingen einen wesentlichen Einzelhandelsbesatz auf. Neben einem kleinflächigen Netto-Markt in der Ortsmitte sind dort in Gewerbegebietslage die beiden Anbieter Lidl und Aldi vorhanden.

¹⁰ Sortimentskonzept für den Einzelhandel der Stadt Rottenburg am Neckar, GMA 2010

Karte 1: Lage von Rottenburg a.N. und zentralörtliche Struktur der Region



6. Mikrostandort „Hirschauer Straße“

Der **Standort** des geplanten Penny-Marktes befindet sich am östlichen Rand von Wurmlingen. Geplant ist, den Markt südlich der Hirschauer Straße im Gewann Vogelswiese zu errichten. Die Erschließung des vor dem Markt befindlichen Parkplatzes erfolgt entsprechend über die Hirschauer Straße. Eine eigene Abbiegespur ist dabei nicht geplant.

Das **unmittelbare Standortumfeld** wird in westlicher Richtung durch Wohnnutzungen geprägt. Direkt nördlich der Hirschauer Straße befindet sich zudem noch ein Parkplatz für die örtliche Veranstaltungshalle, die Uhlandhalle, sowie für Wanderungen zur Wurmlinger Kapelle. Durch die Nähe zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen aufgrund der geringen Größe des Stadtteils Wurmlingen kann dem Standort eine Nahversorgungsfunktion i. S. einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zugeschrieben werden (vgl. Karte 2). Das gilt insbesondere dann, wenn im Rahmen des Vorhabens ein straßenbegleitender Fußweg errichtet wird.

Foto 1: Standortumfeld Ost I



Foto 2: Ortsteingang Wurmlingen



Foto 3: Standortumfeld Nord



Foto 4: Standortumfeld Ost II

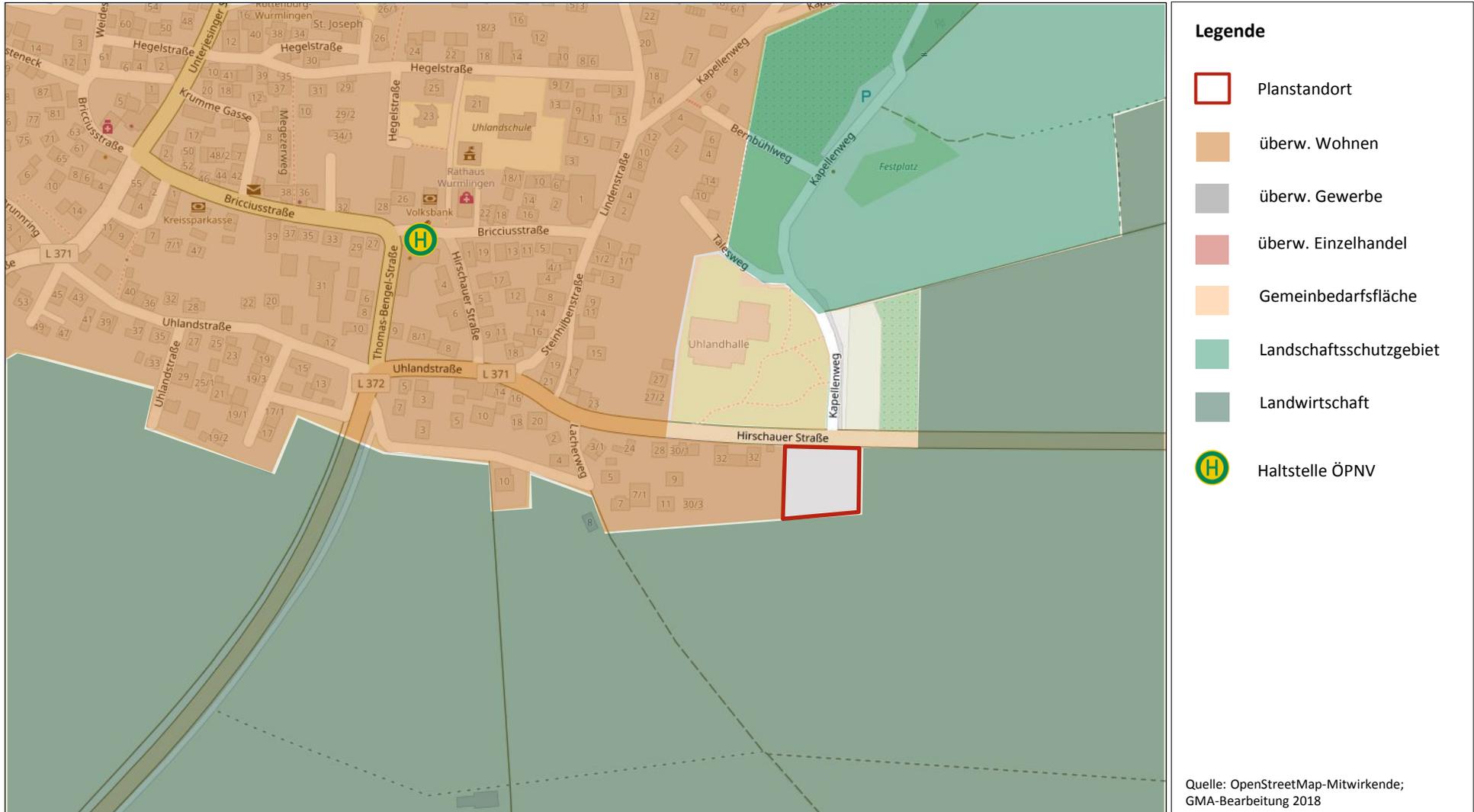


GMA-Aufnahmen 2018

Die verkehrliche **Erreichbarkeit** des Standortes wird – wie oben erwähnt – über die Hirschauer Straße gewährleistet. Als Landesstraße und de facto Hauptstraße des Stadtteils besitzt sie eine Haupterschließungsfunktion für Wurmlingen. Der nächste ÖPNV-Haltepunkt befindet sich in der Ortsmitte von Wurmlingen, die ca. 400 m entfernt liegt. Damit ist der Markt grundsätzlich auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Aufgrund seiner stadtteilbezogenen Versorgungsfunktion (vgl. Kap. II.1) ist es aber unwahrscheinlich, dass Kunden von außerhalb Wurmlingens den Standort mit den öffentlichen Verkehrsmitteln aufsuchen.

Zusammenfassend lässt sich der Standort demnach trotz seiner mit Blick auf den Stadtteil Wurmlingen randlichen Lage noch als wohnortnaher Grundversorgungsstandort beschreiben. So liegen weite Teile des Siedlungsgebiets des Stadtteils innerhalb einer fußläufig erreichbaren Entfernung (ca. 700 m Radius bzw. ca. 10 Gehminuten). Eine überörtliche Versorgungsfunktion übernimmt der geplante Markt aufgrund seiner Entfernung zu Wettbewerbsstandorten und der siedlungsstrukturellen Gliederung der nördlichen Stadtteile von Rottenburg a. N. mit Ausnahme von Hirschau nicht. Dabei ist im speziellen auf die besondere topographische Situation hinzuweisen, die dadurch gekennzeichnet ist, dass Wurmlingen oberhalb des Neckartals liegt.

Karte 2: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen



II. Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden folgende Kriterien herangezogen (vgl. Karte 3):

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Rottenburg a. N., in den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen (z. B. Rottenburg a. N., Ammerbuch, Tübingen, Reutlingen, Mössingen) bzw. das Einzelhandelskonzept Region Neckar-Alb

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beschränkt sich das Einzugsgebiet auf Wurmlingen selbst sowie die beiden angrenzenden Orte Wendelsheim (Rottenburg a. N.) und Hirschau (Tübingen). Die umliegenden Stadtteile von Tübingen, sowie die Kernstadt von Rottenburg a. N. verfügen selbst über Lebensmittelmärkte oder orientieren sich an verkehrsgünstiger gelegene Standorte (v.a. Pfäffingen, Weilheim). Folglich ist davon auszugehen, dass die Einwohner den als Nahversorger ausgelegten Standort in Wurmlingen nur in Ausnahmefällen aufsuchen und keine wesentlichen Kaufkraftzuflüsse aus diesen Orten bestehen. Das Einzugsgebiet des Penny-Lebensmitteldiscounters gliedert sich wie folgt:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------|
| /// Zone I (Rottenburg-Wurmlingen): | rd. 2.600 Einwohner |
| /// Zone II (Rottenburg-Wendelsheim): | rd. 1.650 Einwohner |
| /// Zone III (Tübingen-Hirschau) | rd. 3.300 Einwohner |

Das Einzugsgebiet des Penny-Lebensmitteldiscounters in Wurmlingen umfasst damit insgesamt rd. 7.550 Einwohner.¹¹ Davon leben rd. 4.250 Einwohner oder rd. 56 % im Kerneinzugsgebiet (Zone I und II), d. h. in der Stadt Rottenburg a. N.

¹¹ Quelle: Stadt Rottenburg am Neckar (Stand: 31.06.2018) und Stadt Tübingen (Stand: 31.12.2017).

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 aktuell

ca. € 6.035.¹²

Bezogen auf Vorhaben, deren Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland

ca. 2.210 €.¹³

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁴ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Rottenburg a. N. bei 101,5 und in Tübingen bei 101,6 und damit auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel damit auf ca. **16,8 Mio. €**.

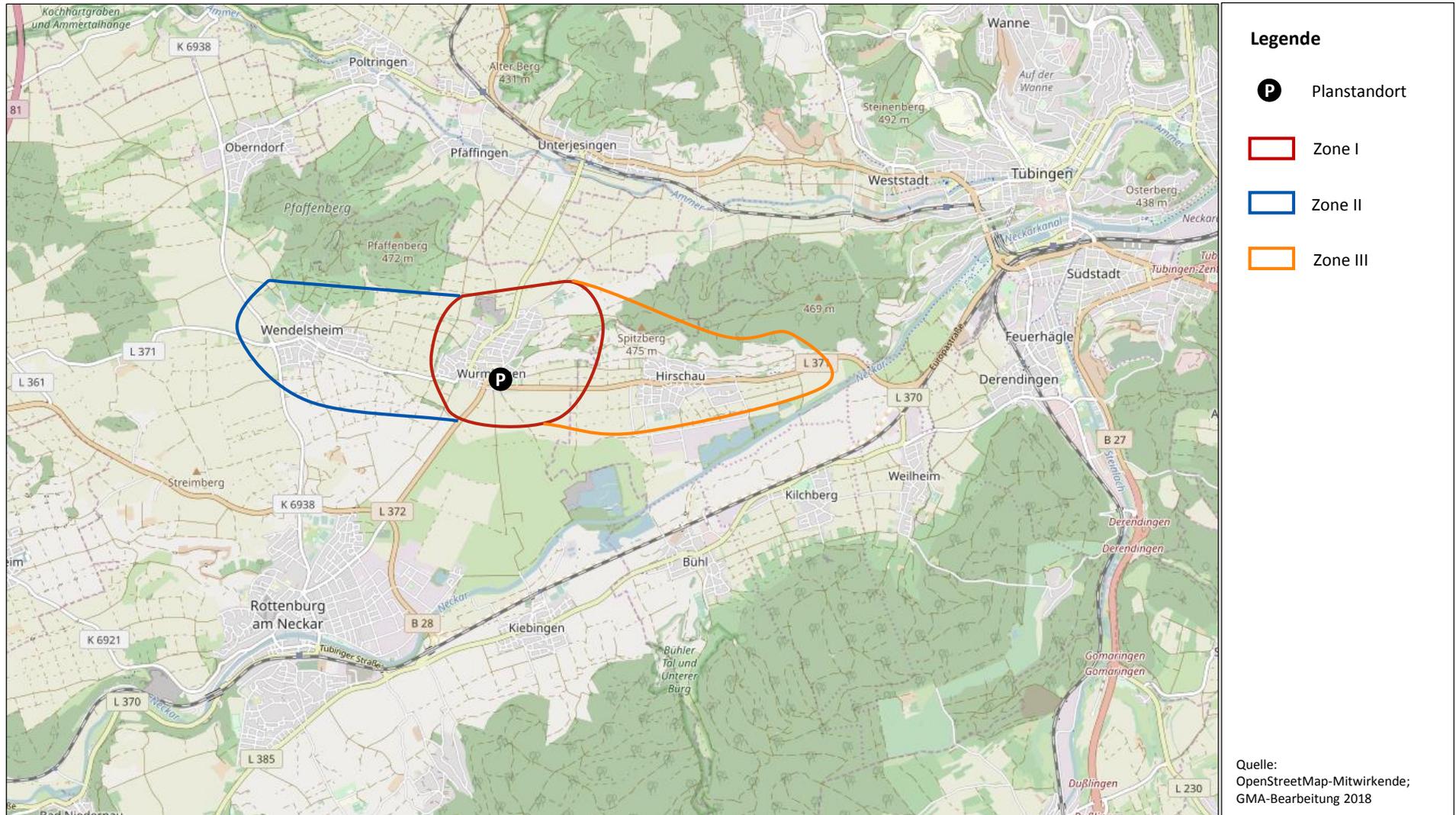
Ergänzend ist bei Lebensmittelmärkten ein Umsatzanteil mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich zu berücksichtigen, der bei ca. 15 % liegt. Ein großer Teil davon entfällt jedoch auf das sog. Nearfood-Sortiment (i. W. Drogerie, Blumen, Tiernahrung).

¹² Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹³ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁴ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Penny-Lebensmitteldiscounters in Rottenburg-Wurmlingen



III. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation wurde von der GMA im Dezember 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Penny gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden.

1. Die Situation in Rottenburg a. N.

In der Kernstadt von Rottenburg a. N. wird die Versorgung im Lebensmitteleinzelhandel neben diversen Betrieben aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger), Spezialgeschäften, Bio- und Hofläden oder sog. ethnischen Supermärkten von folgenden strukturprägenden Anbietern bereitgestellt.

- /// **Kaufland** (SB-Warenhaus), Tübinger Straße, integrierter Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in direkter Nähe zum Bahnhof, eingeschränkte Erreichbarkeit trotz der Lage in der Innenstadt, Modernisierungsbedarf, bedingt leistungsfähiger Wettbewerber.
- /// **Edeka neukauf** (Supermarkt), Graf-Wolfegg-Straße, Verbundstandort mit KiK, gute verkehrliche Erreichbarkeit, zeitgemäßer Marktauftritt, sehr leistungsfähiger Wettbewerber.
- /// **Lidl**¹⁵ (Discounter), Graf-Bentzel-Straße, integrierter Standort, Standort mit unmittelbarem Anschluss an die Wohnbebauung, gute verkehrliche Erreichbarkeit, leistungsfähiger Wettbewerber.
- /// **Aldi**¹⁶ (Discounter), Gartenstraße, integrierter Standort, trotz Lage in einem faktischen Gewerbegebiet mit unmittelbarem Anschluss an die Wohnbebauung, eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit, leistungsfähiger Wettbewerber.
- /// **Netto** (Discounter), Gebhard-Müller-Straße, integrierter Standort im Wohngebiet Kreuzerfeld-Süd, Nahversorgungsfunktion für das direkte Standortumfeld, gute verkehrliche Erreichbarkeit, leistungsfähiger Wettbewerber.
- /// **Norma** (Discounter), Königstraße, integrierter Standort in der Altstadt bzw. im zentralen Versorgungsbereich, Nahversorgungsfunktion für die Innenstadt, schlechte verkehrliche Erreichbarkeit mit dem PKW, durch Immobilie beschränkte Entwicklungsmöglichkeiten, nicht zeitgemäßer Marktauftritt, kaum leistungsfähiger Wettbewerber.

¹⁵ Es bestehen seitens des Betreibers konkrete Planungen den bestehenden Markt am Standort durch einen Neubau zu ersetzen.

¹⁶ Eine Erweiterung des Marktes durch den Betreiber Aldi ist derzeit in Planung.

Im Nahrungs- und Genussmittelbereich ist damit in der Kernstadt von Rottenburg a. N. aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.900 m² vorhanden. Insgesamt erwirtschaften diese Betriebe einen Umsatz in der Größenordnung von ca. 35 Mio. €. Wie einleitend beschrieben, sind die Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich in Rottenburg a. N. ausbaufähig, v. a. auch in den Stadtteilen.

Foto 5: Kaufland, Tübinger Straße



Foto 6: Edeka, Graf-Wolfegg-Straße



Foto 7: Lidl, Graf-Bentzel-Straße



Foto 8: Netto, Gebhard-Müller-Straße



GMA-Aufnahmen 2017

Außerhalb der Kernstadt von Rottenburg a. N. bestehen weitere Lebensmittelanbieter. Diese sind Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk oder Spezialanbieter. Eine Ausnahme stellt dabei der Stadtteil Ergenzingen dar, welcher ca. 13 km westlich der Kernstadt liegt. Dort sind in Gewerbegebietslage die beiden Anbieter Aldi und Lidl angesiedelt. Zudem besteht im Ortskern ein Netto-Markt. Aufgrund der erheblichen Entfernung zur Kernstadt und zum Vorhabenstandort spielen diese im Hinblick auf das hier diskutierte Vorhaben keine Rolle.

In **Wurmlingen** selbst besteht mit der Bäckerei Leins lediglich ein Anbieter. Ein größerer Lebensmittelmarkt oder weitere Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk sind nicht vorhanden. Im weiteren Einzugsgebiet, den beiden Orten Wendelsheim und Hirschau, liegt eine vergleichbare Situation vor. Während der Rottenburger Stadtteil Wendelsheim über eine Metzgerei verfügt, existieren in Hirschau eine Metzgerei sowie zwei Bäckereien, jedoch ebenfalls kein größerer Lebensmittelanbieter.

Foto 9: Lidl, Ergenzingen**Foto 10: Aldi, Ergenzingen**

GMA-Aufnahmen 2017

2. Die Situation im weiteren Umfeld

Wie in Kap. II beschrieben wird das Einzugsgebiet des geplanten Penny-Marktes u.a. durch die Wettbewerbssituation im Umfeld begrenzt. Diese gestaltet sich wie folgt:

- /// Die östlich des Standortes befindliche Kreisstadt Tübingen verfügt über ein vielfältiges und der Größe der Stadt angemessenes Angebot an Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben. Aufgrund der Bedeutung der Stadt als wichtiger Arbeitsplatzstandort fließt auch ein Teil der Rottenburger Kaufkraft dorthin.
- /// In nördlicher Richtung ist auf die Einzelhandelsagglomeration im Ammerbucher Orts-
teil Pfäffingen hinzuweisen. Dort befinden sich entlang der Nagolder Straße in Bahn-
hofsnahe die Anbieter Aldi, Lidl und Edeka.
- /// Darüber hinaus ist auf das ausgeprägte Angebot im Lebensmittelbereich im Unterzent-
rum Mössingen hinzuweisen.

Die Analyse der Angebots- und Versorgungsstrukturen im Umfeld von Rottenburg a. N. zeigt, dass die umliegenden Gemeinden und Städte durchweg über leistungsfähige und verkehrlich gut erreichbare Anbieter verfügen. Wesentliche Einkaufsbeziehungen aus dem Umfeld von Rottenburg a. N. an den Standort in Wurmlingen sind folglich nicht zu erwarten. Vielmehr handelt es sich tatsächlich um einen Nahversorgungsstandort im engeren Sinne.

Karte 4: Wettbewerber und Versorgungssituation in Rottenburg a. N. und dem Umland



IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen

1. Umsatzprognose für den geplanten Penny-Lebensmitteldiscounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept¹⁷ 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.¹⁸ 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 im Folgenden ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich geplanten Penny-Lebensmitteldiscounter mit ca. 799 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,8	35	2,0	0,3	2,3	65
Zone II	3,7	10	0,4	0,1	0,5	13
Zone III	7,3	10	0,7	0,1	0,8	22
Insgesamt			3,1	0,5	3,6	100

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

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

Somit lässt sich für den neu gebauten Penny-Lebensmitteldiscounter mit 799 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 3,6 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nonfoodbereich.

¹⁷ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

¹⁸ 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.

Die Umsätze stammen dabei zu etwa zwei Drittel aus Wurmlingen selbst. Für diesen übernimmt der Markt nach der Ansiedlung die Funktion eines wohnortnahen Grundversorgers. Einschließlich des Stadtteils Wendelsheim, aus dem rd. 13 % der Umsätze stammen, generiert der Markt damit rd. 78 % seines Umsatzes aus dem Mittelzentrum Rottenburg a. N.. Die restlichen Umsätze stammen aus dem benachbarten Tübinger Stadtteil Hirschau. Aufgrund der dort schwach ausgeprägten Angebotssituation (vgl. Kap. III.2) stärkt der geplante Neubau auch dort die wohnortnahe Versorgung.

2. Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen 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 einzelnen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen ergibt.

Für die Bewertung des Vorhabens in Rottenburg-Wurmlingen werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der Penny-Lebensmitteldiscounter wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 799 m² eine Umsatzleistung von ca. 3,6 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 3,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Da es sich um eine Neuansiedlung handelt, werden die Umsätze des Penny-Lebensmitteldiscounters gegenüber Wettbewerbern im Umfeld umverteilungswirksam. Das heißt, sie werden durch eine Kaufkraftrückholung generiert. Dabei werden überwiegend unmittelbare Systemwettbewerber (Lebensmitteldiscounter) tangiert.

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

Tabelle 3: Umsatzumlenkungen durch den Neubau des Penny-Marktes

		Umsatz in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumlenkung gegenüber Anbietern in Rottenburg a. N.	2,2
	▪ <i>davon zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt)</i>	0,6
	▪ Umsatzumlenkung gegenüber Anbietern in Tübingen	0,4
	▪ Umsatzumlenkung gegenüber Anbietern in Ammerbuch	0,4
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber sonstigen Anbietern	< 0,1
	▪ Umsatz Markt im Lebensmittelbereich	3,1
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,5
	▪ Umsatz Markt im Nichtlebensmittelbereich	0,5
▪ Umsatz Penny insgesamt		3,6

GMA-Berechnungen 2018

Folgende Kaufkraftbewegungen werden durch den Neubau des Penny-Marktes in Rottenburg-Wurmlingen ausgelöst:

Die höchsten absoluten Umverteilungseffekte im **Lebensmittelbereich** werden die Anbieter in Rottenburg a. N. (Kernstadt) selbst zu erwarten haben. Die größten Umverteilungen werden erfahrungsgemäß zu Lasten von vergleichbaren Anbietern gehen. Im vorliegenden Fall sind dies die beiden Märkte der Anbieter Lidl und Aldi im Osten der Kernstadt. Beide Märkte planen derzeit die Modernisierung ihres Standortes und eine Erweiterung der Verkaufsfläche. Zudem halten sich die betrieblichen Umsatzumverteilungen mit max. 5 – 6 % im Rahmen. Beide Märkte sind bereits heute modern aufgestellt und leistungsfähig. Folglich kann ausgeschlossen werden, dass die Versorgungsfunktion dieser Anbieter negativ beeinträchtigt wird.

Mit Blick auf die örtliche Einzelhandelsstruktur gilt ein besonderes Augenmerk möglichen Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich der Stadt Rottenburg a. N. Innerhalb dieses Bereichs befinden sich mit Kaufland und Norma zwei größere Lebensmittelmärkte sowie diverse Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk oder Spezialanbieter. Bei einer Umverteilungsquote von max. 4 % im Lebensmittelbereich durch das Neubauvorhaben ist nicht von einer Schwächung der Versorgungsfunktion auszugehen.

Der Norma-Markt dient durch seine zentrale Lage innerhalb der historischen Altstadt hauptsächlich als fußläufig erreichbarer Nahversorger für die Bewohner im Umfeld und wird nur unwesentlich vom Vorhaben in Wurmlingen betroffen sein. Für den Anbieter Kaufland ist dagegen mit einer leicht höheren Umverteilungsquote zu rechnen.

Diese bewegt sich jedoch in einem verträglichen Rahmen (3 – 4 %). Aufgrund seiner herausgehobenen Stellung als größter Anbieter von Lebensmitteln in Rottenburg a. N. ist die Leistungs- bzw. Wettbewerbsfähigkeit nicht gefährdet.

- Die übrigen Lebensmittelanbieter innerhalb des Einzugsgebietes werden nur geringfügig vom Neubau des Penny-Marktes betroffen sein, da diese entweder einem anderen Betriebstyp zuzuordnen sind (Edeka) oder aufgrund der Entfernung und siedlungs-räumlichen Lage eine andere Kundenorientierung haben (Netto). Die wohnungsnah Versorgung durch die beiden Anbieter wird durch das Vorhaben nicht negativ beeinflusst.
- Weitere Anbieter oder Einzelhandelslagen in Rottenburg a. N., z. B. im Stadtteil Ergenzingen, sind aufgrund der Entfernung zum Planstandort nicht von dem Vorhaben betroffen. Die Umverteilungseffekte, so überhaupt vorhanden, sind für einzelne Betriebe nicht nachzuweisen.
- Da es in Wurmlingen bisher keinen größeren Lebensmittelanbieter gibt, wird es durch das Vorhaben zu einer Rückholung von Kaufkraft kommen, die bisher an Standorten im Umland gebunden wird. Vor dem Hintergrund der durch das Vorhaben gestärkten Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Wurmlingen und Wendelsheim sowie dem benachbarten Hirschau ist dies grundsätzlich positiv zu sehen. Zudem halten sich die überörtlichen Umverteilungseffekte in Grenzen und sind aufgrund der Vielzahl an leistungsfähigen Anbietern auf einzelbetrieblicher Ebene kaum nachweisbar.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen in Höhe von max. 0,5 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.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Wettbewerbseffekte in erster Linie gegenüber Anbietern in Rottenburg a. N. sowie in einem geringen Umfang in Tübingen und Ammerbuch wirksam werden. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden gegenüber den Hauptwettbewerbern Aldi und Lidl in Rottenburg a. N. wirksam. Eine Beeinträchtigung bestehender (Nah-)Versorgungsstrukturen oder eine Gefährdung der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und damit negativen städtebaulichen Folgen in Rottenburg selbst oder dem Umland sind auszuschließen.

V. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens												
Grundlagen												
Planvorhaben	/	Neubau eines Penny-Lebensmitteldiscounters inkl. Backshop im Rottenburger Stadtteil Wurmlingen mit insgesamt 799 m ² Verkaufsfläche.										
Planstandort	/	Der Standort des geplanten Penny-Marktes befindet sich am östlichen Ortsrand von Wurmlingen in Richtung Hirschau. Das Standortumfeld wird in Richtung Westen durch Wohngebäude geprägt, ansonsten aber überwiegend landwirtschaftlich genutzt. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist durch die Lage an der Hirschauer Straße gut. Ein fußläufiges Einzugsgebiet besteht durch die geringe Größe der Standortkommune für weite Teile von Wurmlingen.										
Aufgabenstellung	/	Im Rahmen der vorliegenden Analyse sollen die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche die Nahversorgungslagen und die sonstigen Betriebe in Rottenburg a. N. und den Nachbarkommunen untersucht werden.										
Standortrahmenbedingungen	/	<p>Makrostandort: Rottenburg a. N. ausgewiesen als Mittelzentrum</p> <p>Einzelhandelsstrukturen: zentraler Versorgungsbereich im Bereich um die historische Innenstadt und den Bahnhof. Ergänzende Nahversorgungsstrukturen im Siedlungsgebiet verteilt. Schwerpunkt bildet dabei die nord-östliche Kernstadt. Mit Ausnahme von Ergenzingen keine größeren Lebensmittelanbieter in den Stadtteilen.</p>										
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	/	<p>Das Einzugsgebiet beschränkt sich im Wesentlichen auf die beiden Rottenburger Stadtteile Wurmlingen und Wendelsheim, sowie das angrenzende Hirschau (Tübingen). Eine weitergehende Ausdehnung des Einzugsgebietes wird durch die umliegenden Wettbewerber und die räumliche bzw. verkehrliche Lage des Marktes ausgeschlossen.</p> <p>/ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 7.550 Personen</p> <p>/ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor im Einzugsgebiet: ca. 16,8 Mio. €</p>										
Umsatzerwartung	/	Gesamtumsatzleistung bei ca. 799 m ² VK: ca. 3,6 Mio. €, davon ca. 3,1 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 0,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich										
Umsatzumverteilungseffekte in %		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Rottenburg a. N.</td> <td style="text-align: right;">max. 4 %</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ davon zentraler Versorgungsbereich</td> <td style="text-align: right;">max. 4 %</td> </tr> <tr> <td>Tübingen</td> <td style="text-align: right;">< 1 %</td> </tr> <tr> <td>Ammerbuch</td> <td style="text-align: right;">2 %</td> </tr> <tr> <td>sonstige Einzelhandelslagen im Umfeld</td> <td style="text-align: right;">< 1 %</td> </tr> </table>	Rottenburg a. N.	max. 4 %	▪ davon zentraler Versorgungsbereich	max. 4 %	Tübingen	< 1 %	Ammerbuch	2 %	sonstige Einzelhandelslagen im Umfeld	< 1 %
Rottenburg a. N.	max. 4 %											
▪ davon zentraler Versorgungsbereich	max. 4 %											
Tübingen	< 1 %											
Ammerbuch	2 %											
sonstige Einzelhandelslagen im Umfeld	< 1 %											

Auswirkungen des Vorhabens

- Die höchsten absoluten Umverteilungseffekte im **Lebensmittelbereich** werden die Anbieter in Rottenburg a. N. in der Kernstadt zu erwarten haben. Die größten Umverteilungen werden erfahrungsgemäß zu Lasten von vergleichbaren Anbietern gehen. Im vorliegenden Fall sind dies die beiden Märkte der Anbieter Lidl und Aldi im Osten der Kernstadt. Beide Märkte planen derzeit die Modernisierung ihres Standortes und eine Erweiterung der Verkaufsfläche. Zudem halten sich die betrieblichen Umsatzumverteilungen mit max. 5 – 6 % im Rahmen. Beide Märkte sind bereits heute modern aufgestellt und leistungsfähig. Folglich kann ausgeschlossen werden, dass die Versorgungsfunktion dieser Anbieter negativ beeinträchtigt wird.
- Mit Blick auf die örtliche Einzelhandelsstruktur gilt ein besonderes Augenmerk möglichen Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich der Stadt Rottenburg a. N. Innerhalb dieses Bereichs befinden sich mit Kaufland und Norma zwei größere Lebensmittelmärkte sowie diverse Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk oder Spezialanbieter. Bei einer Umverteilungsquote von max. 4 % im Lebensmittelbereich durch das Neubauvorhaben, ist nicht von einer Schwächung der Versorgungsfunktion auszugehen.
- Der Norma-Markt dient durch seine zentrale Lage innerhalb der historischen Altstadt hauptsächlich als fußläufig erreichbarer Nahversorger für die Bewohner im Umfeld und wird nur unwesentlich vom Vorhaben in Wurmlingen betroffen sein. Für den Anbieter Kaufland ist dagegen mit einer höheren Umverteilungsquote zu rechnen. Diese bewegt sich jedoch in einem verträglichen Rahmen. Aufgrund seiner herausgehobenen Stellung als größter Anbieter von Lebensmitteln in Rottenburg a. N. ist die Leistungs- bzw. Wettbewerbsfähigkeit nicht gefährdet.
- Die übrigen Lebensmittelanbieter innerhalb des Einzugsgebietes werden nur geringfügig vom Neubau des Aldi-Marktes betroffen sein, da diese entweder einem anderen Betriebstyp zuzuordnen sind (Edeka) oder aufgrund der Entfernung und siedlungsräumlichen Lage eine andere Kundenorientierung haben (Netto). Die wohnungsnah Versorgung durch die beiden Anbieter wird durch das Vorhaben nicht negativ beeinflusst.
- Weitere Anbieter oder Einzelhandelslagen in Rottenburg a. N., z. B. im Stadtteil Ergenzingen, sind aufgrund der Entfernung zum Planstandort nicht von dem Vorhaben betroffen. Die Umverteilungseffekte, so überhaupt vorhanden, sind für einzelne Betriebe nicht nachzuweisen.
- Da es im Stadtteil Wurmlingen bisher keinen größeren Lebensmittelanbieter gibt, wird es durch das Vorhaben zu einer Rückholung von Kaufkraft kommen, die bisher an Standorten im Umland gebunden wird. Vor dem Hintergrund der durch das Vorhaben gestärkten Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Wurmlingen und Wendelsheim sowie dem benachbarten Hirschau 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. 0,5 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.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Wettbewerbswirkungen in erster Linie gegenüber Anbietern in Rottenburg a. N. sowie in einem geringeren Umfang in Tübingen und Ammerbuch wirksam werden. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden gegenüber den Hauptwettbewerbern Aldi und Lidl in Rottenburg a. N. wirksam. Eine Beeinträchtigung bestehender (Nah-)Versorgungsstrukturen oder eine Gefährdung der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und damit negativen städtebaulichen Folgen in Rottenburg selbst oder dem Umland ist auszuschließen.

Verzeichnisse		Seite
Kartenverzeichnis		
Karte 1:	Lage von Rottenburg a. N. und zentralörtliche Struktur der Region	11
Karte 2:	Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen	14
Karte 3:	Einzugsgebiet des geplanten Penny-Lebensmitteldiscounters in Rottenburg-Wurmlingen	17
Karte 4:	Wettbewerber und Versorgungssituation in Rottenburg a. N. und dem Umland	21
Tabellenverzeichnis		
Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	22
Tabelle 3:	Umsatzumlenkungen durch den Neubau des Penny-Marktes	24
Fotoverzeichnis		
Foto 1:	Standortumfeld Ost I	12
Foto 2:	Ortsteingang Wurmlingen	12
Foto 3:	Standortumfeld Nord	12
Foto 4:	Standortumfeld Ost II	12
Foto 5:	Kaufland, Tübinger Straße	19
Foto 6:	Edeka, Graf-Wolfegg-Straße	19
Foto 7:	Lidl, Graf-Bentzel-Straße	19
Foto 8:	Netto, Gebhard-Müller-Straße	19
Foto 9:	Lidl, Ergenzingen	20
Foto 10:	Aldi, Ergenzingen	20