



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Aldi-Marktes in

ENGEN

Auftraggeber: Aldi GmbH & Co. KG,
Donaueschingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Markus Wagner

Ludwigsburg, Juli 2011



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München | Salzburg
Hohenzollernstr. 12-14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
Telefon: 07141 / 9360-0 Telefax: 07141 / 9360-10
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im Juli 2011 erteilte die Aldi GmbH & Co. KG, Donaueschingen, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Gutachtens zur geplanten Erweiterung einer Aldi-Filiale in Engen.

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² nach Erweiterung liegt der Lebensmitteldiscounter über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, des Auftraggebers sowie der Stadt Engen zur Verfügung. Darüber hinaus wurde im Juli 2011 eine Standortbesichtigung sowie eine planobjektrelevante Erhebung der Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet und im näheren Umland vorgenommen.

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

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.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Ludwigsburg, im Juli 2011
BE WMA skh

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
I.	Grundlagen	1
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Rechtliche Grundlagen	1
3.	Definitionen und ausgewählte Marktdaten	4
II.	Standortbeschreibung und -bewertung	8
1.	Makrostandort Engen	8
2.	Mikrostandort „Hegaustraße“	10
III.	Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	14
1.	Einzugsgebiet und Bevölkerung	14
2.	Die Kaufkraft im Einzugsgebiet	17
IV.	Projektrelevante Angebotssituation	18
V.	Beurteilung der möglichen Auswirkungen	21
1.	Umsatzerwartung und Kaufkraftbewegungen	21
2.	Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen	23
VI.	Zusammenfassung	26

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Stadt Engen ist die Erweiterung des Aldi-Marktes in der Hegaustraße geplant. Der Lebensmitteldiscounter mit derzeit 800 m² VK soll am selben Standort um 300 m² Verkaufsfläche auf 1.100 m² Verkaufsfläche erweitert werden, womit das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² Verkaufsfläche) nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg und aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes liegt. Der Markt ist bereits in einem Sondergebiet ansässig, jedoch ist die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich begrenzt, so dass der Bebauungsplan geändert werden muss.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden die möglichen wirtschaftlichen, versorgungsstrukturellen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf die Stadt Engen und die Nachbarkommunen betrachtet. Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO sowie den Festsetzungen der Landes- und Regionalplanung durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zu bearbeiten, d. h. Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot.

2. Rechtliche Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie die, das Verwaltungshandeln präzisierende Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten („Einzelhandelserlass“) vom 21. Februar 2001 heranzuziehen.

Der für diesen Zusammenhang zentrale **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der Fassung von 1990 für großflächige Einzelhandelsbetriebe 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 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.“

Neben den Instrumentarien der BauNVO ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch eine landesplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten vorgesehen.

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg** legt in Bezug auf großflächige Einzelhandelsvorhaben als wesentliche Zielsetzungen fest:

„Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterebenen ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich deren zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe, noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Plansätze 3.3.7, 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des LEP).

Laut **Regionalplan Hochrhein-Bodensee** (2000)¹ kommt Engen die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zu. Der Regionalplan führt zum großflächigen Einzelhandel folgendes aus:

„2.6.4 Einzelhandelsgroßprojekte

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und andere großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) müssen sich hinsichtlich ihrer Größe und des Warensortiments in das zentralörtliche System und die Verflechtungsbereiche einfügen; dabei sind die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung am Zentralen Ort und im Einzugsbereich des Einzelhandelsgroßprojekts zu erhalten.

Einzelhandelsgroßprojekte sind städtebaulich in die Siedlungsgebiete der Zentralen Orte zu integrieren.

Einzelhandelsgroßprojekte können in den Zentralen Orten des Landesentwicklungsplanes und in den Unterzentren angesiedelt werden. Kleinzentren und Gemeinden ohne Zentralfunktion kommen als Standorte für solche Einzelhandelsgroßprojekte grundsätzlich nicht in Frage.“

Weiterhin sind die folgenden Prüfkriterien gemäß **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** zu beachten:

1. **Integrationsgebot** (der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein).

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

„Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

2. **Kongruenzgebot** (das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen)

¹ Die Verbandsversammlung des Regionalverbands Hochrhein-Bodensee hat in der Sitzung am 10.2.2009 die Einleitung des Verfahrens zur Teilfortschreibung des Kapitels „Großflächiger Einzelhandel“ beschlossen. Parallel dazu wird auch eine Gesamtfortschreibung des Regionalplans durchgeführt.

Grundsätzlich sind „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte)“ in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. „Sie dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (vgl. Nr. 3.2 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Nach dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg liegt

„eine Verletzung des Kongruenzgebots 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.“ (vgl. 3.2.1.4 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

3. **Beeinträchtungsverbot** (das Vorhaben darf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbraucher-nahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen)

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbraucher-nahen Versorgung im Einzugsbereich i. d. R. dann vor, wenn dort auf Grund 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“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

3. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

3.1 Betriebstyp Lebensmitteldiscounter

Zur Einordnung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter und zur Abgrenzung gegenüber den anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzel-

handels werden für ausgewählte Betriebsformen im Nachfolgenden die Definitionen kurz dargestellt:¹

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment² anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment² sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II³ führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel² führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II³ aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I² und Nonfood II-Artikel³ 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 i. d. R. eine Fläche von mindestens 700 – 800 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 800 m² angestrebt werden. Sowohl Aldi als auch der Hauptwettbewerber Lidl realisieren bei entsprechenden baurechtlichen Gegebenheiten inzwischen Filialen bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.2 Sortimentsstruktur

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Su-

¹ Quelle: EHI, Handel aktuell 2009 / 2010.

² Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung

³ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel und langfristigen Bedarfs wie z.B. Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher, Presseartikel usw.

permarkt im Mittel ca. 10.500 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt fast das Dreifache an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.000 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscountmarkt bereits ca. 29 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 75 – 80 %).

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discountmarkt (durchschnittlich 730 m ² VK)		Supermarkt (durchschnittlich 1.290 m ² VK)		Großer Supermarkt (durchschnittlich 3.450 m ² VK)	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.440	71,0	7.925	75,3	13.206	52,8
Lebensmittelnaher Sortimente (u. a. Gesundheit, Körper- pflege, Tiernahrung)	263	13,0	1.578	15,0	5.272	21,1
Nichtlebensmittelsortimente (u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen)	325	16,0	1.025	9,7	6.538	26,1
Nonfood insgesamt	588	29,0	2.603	24,7	11.810	47,2
Einzelhandel insgesamt	2.028	100,0	10.528	100,0	25.016	100,0

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: Handel aktuell 2009 / 2010.

Darüber hinaus bieten Lebensmittel-Discounter wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", an, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Entscheidend für die weitere Bewertung sind folgende Punkte:

- Die Aktionsartikel wechseln zweimal wöchentlich, ein kontinuierliches Angebot bestimmter Artikel ist nicht vorhanden.

- Alle Systemwettbewerber von Aldi (Lebensmitteldiscountmärkte) verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept stellt keine Sondersituation in Engen dar.
- Die Aktionsartikel werden überregional beworben, d.h., der spezielle Markt in Engen unterscheidet sich nicht von anderen Niederlassungen in der Region.

Insofern kann bei dem Aldi-Markt in Engen von keinen Besonderheiten gegenüber anderen Standorten ausgegangen werden. Es handelt sich vielmehr um eine für den Betreiber typische Niederlassung. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Engen nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Standorte von Aldi in Engen bzw. in der Region.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Engen

Die ca. **10.200 Einwohner**¹ zählende Stadt **Engen** (Landkreis Konstanz) ist im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg und im Regionalplan Hochrhein-Bodensee als **Unterzentrum** ausgewiesen; regionalplanerisch gehört Engen zum Mittelbereich Singen. Zum zentralörtlichen Verflechtungsbereich gehören die Gemeinden Aach und Mühlhausen-Ehingen. Dem wichtigen Stellenwert der Stadt Engen für ihr Umfeld wird auch der aktuelle Regionalplan Hochrhein-Bodensee gerecht, indem er Engen als künftiges Mittelzentrum einstuft.

Engen befindet sich des weiteren auf der **Entwicklungssachse** Konstanz – Radolfzell a. B. – Singen – Engen (- Donaueschingen). Zur Stadt Engen gehören die siedlungsstrukturell abgesetzten **Stadtteile** Anselfingen, Barga, Biesendorf, Bittelbrunn, Neuhausen, Stetten, Welschingen und Zimmerholz.

Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in der zurückliegenden Dekade leicht positiv. Zwischen 2000 und 2010 hat sich die Einwohnerzahl um ca. 2,8 % erhöht. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung in Engen leicht unter der Entwicklung im Landkreis Konstanz (+ ca. 4,8 %)². Für die Zukunft wird eine leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung prognostiziert.

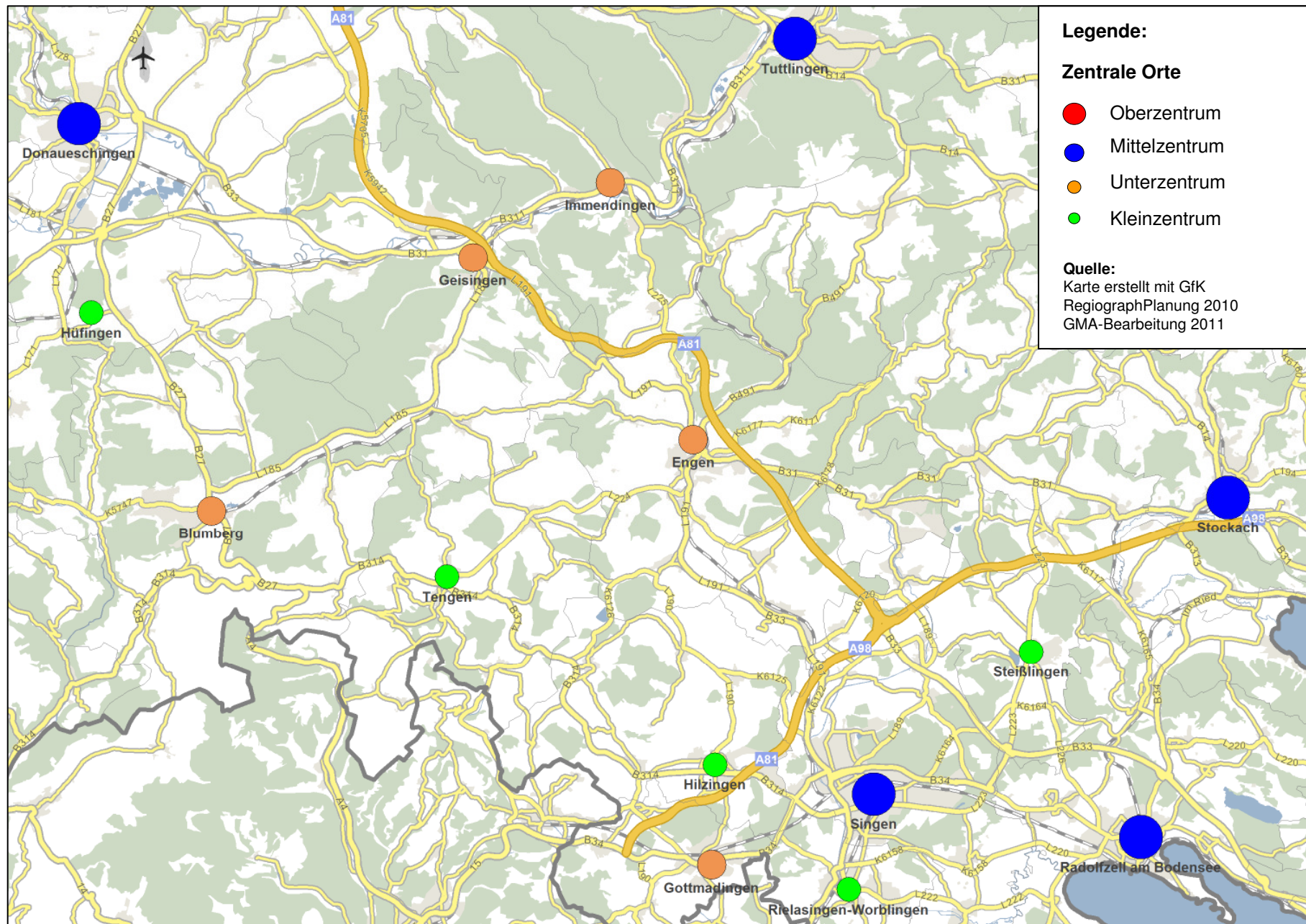
Die **verkehrliche Anbindung** von Engen an das regionale Verkehrsnetz ist über mehrere Bundes- und Landstraßen gewährleistet (B 31, 33 und 491 bzw. L 224). Engen besitzt über den unmittelbaren Autobahnanschluss zur A 81 (AS Engen) auch eine hervorragende überregionale Anbindung. Die Kernstadt Engen wird mit den verschiedenen Stadtteilen über Landes- und Kreisstraßen verbunden. Darüber hinaus verfügt Engen mit dem Bahnhof über eine Anbindung an den Schienenahverkehr.³

¹ Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zum 31.12.2010.

² GMA-Berechnungen auf Basis von Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg.

³ Bahnhof Engen mit der Anbindung der Bahnlinie Offenburg – Konstanz (Schwarzwaldbahn) bzw. Stuttgart – Singen – Zürich; bzw. der S-Bahn „Seehas“ im Halbstundentakt von und nach Singen – Konstanz – Schweiz.

Karte 1: Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Im Jahr 2010 waren in Engen ca. 2.358 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte** am Arbeitsort registriert, davon ca. 38,8 % im Produzierenden Gewerbe; 28,4 % im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr und 31,8 % im Bereich der sonstigen Dienstleistungen. Für Engen ist ein negativer Pendlersaldo von – 1.106 Erwerbstätigen festzustellen.¹

Für den **Einzelhandelsstandort Engen** können folgende **Einzelhandelslagen** festgehalten werden:

- In der **Innenstadt / Altstadt** sind relativ kleinteilige Strukturen festzustellen. Die meist inhabergeführten Fachgeschäfte sind insbesondere entlang der Hauptstraße / Peterstraße (Altstadt) zu finden. Im nördlichen Bereich der Breitestraße stellt der Discounter Netto einen wichtigen Standort in der erweiterten Innenstadt dar (Unterstadt).
- Moderne und meist filialisierte Betriebe, insbesondere aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. Edeka, Aldi, Lidl) sind vorwiegend entlang der **Hegastraße** zu finden. Dieser Bereich stellt derzeit den größten Versorgungsstandort in der Stadt Engen dar. Zudem ist in der Hegastraße im Bereich „Eselsbrücke“ eine Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben (Norma, Friso, KiK) ansässig.
- Am **südlichen Rand der Kernstadt** ist im Bereich der Außer-Ort-Straße (B 33) ist ein Möbelanbieter (Möbel Outlet Center) untergebracht. In mehreren Hallen werden Möbel, Küchen etc. angeboten.
- In den übrigen **Stadtteilen** konzentriert sich das Angebot fast ausschließlich auf Einzelhandelsbetriebe mit Nahversorgungsfunktionen. Das Angebot im Grundversorgungsbereich wird dabei überwiegend über kleinstrukturierte Handwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei) sichergestellt.

2. Mikrostandort „Hegastraße“

Der **bestehende Aldi Markt** befindet sich direkt westlich der historischen Altstadt von Engen, welche durch die sich in Nord-Süd erstreckende Bahnlinie und durch die topogra-

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2010)

fisch erhöhte Lage vom Standort von Aldi getrennt ist. Neben Aldi ist am Standort ebenfalls ein Edeka Lebensmittelvollsortimenter sowie im weiteren Standortumfeld ein Lidl Lebensmitteldiscounter anzutreffen. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Engen (2007) wurde der Standortbereich als „Ergänzungslage Hegaustraße, Standortsschwerpunkt Lidl / Aldi / Edeka“ definiert, an welchem die Nahversorgung der Bevölkerung von Engen gesichert werden soll. In der historischen Altstadt und auch im Bereich Unterstadt sind keine geeigneten Flächen zur Realisierung leistungsfähiger Nahversorgungsstrukturen vorhanden.¹

Foto 1: Aldi Filiale Engen**Foto 2: Standortbereich Edeka / Aldi**

Quelle: GMA-Aufnahmen 2011

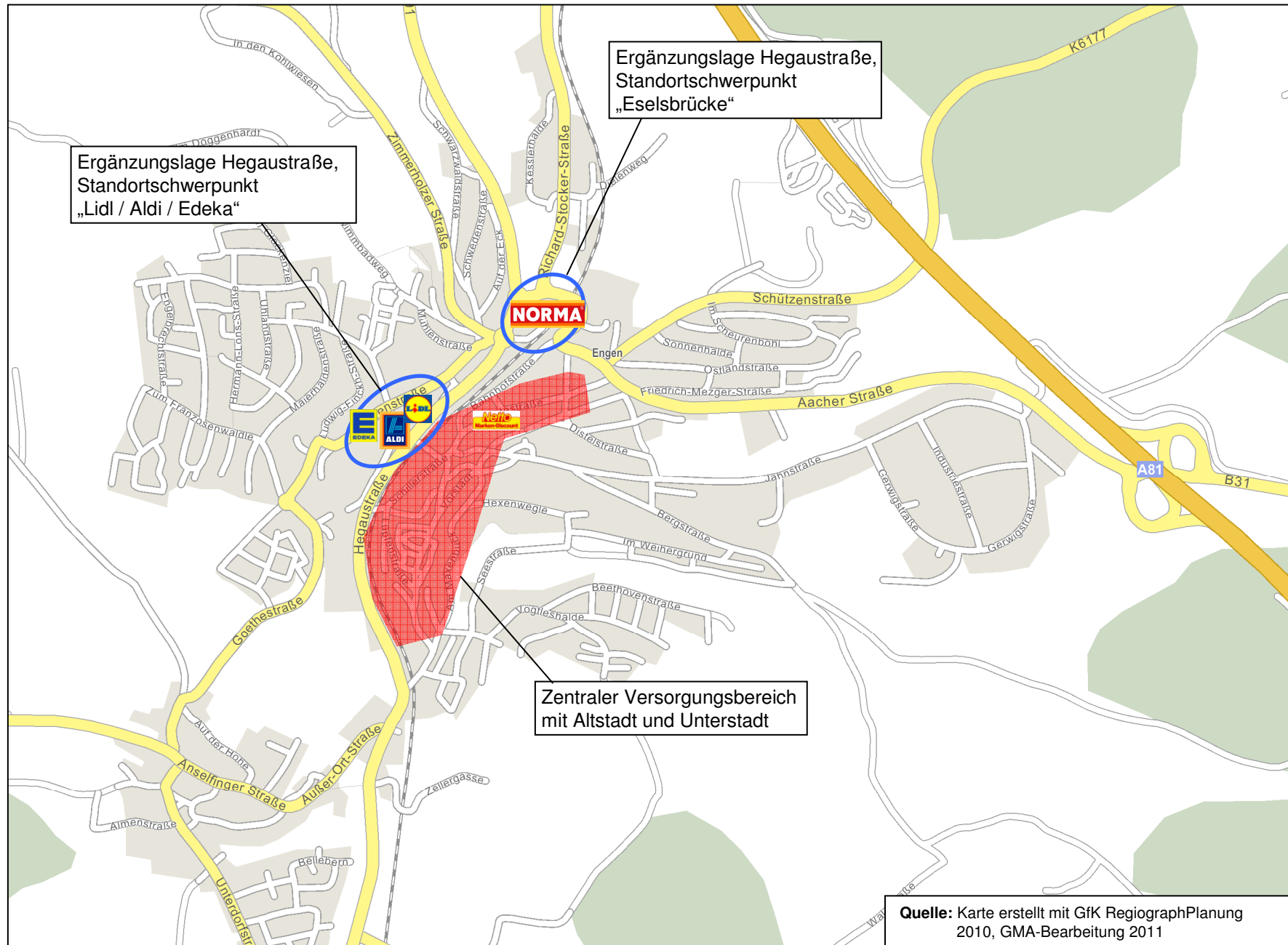
Das **Standortumfeld** des Aldi Marktes ist maßgeblich durch Wohnbebauung geprägt. So befinden sich direkt westlich an den Standort angrenzend ausgedehnte Wohngebiete, welche über Fußwege gut an den Nahversorgungsstandort angebunden sind. In Richtung Süden folgt ebenfalls Wohnbebauung und schließlich die Grenze des Siedlungsgebietes von Engen. Östlich der sich in Nord-Süd Richtung erstreckenden Bahngleise ist schließlich die Engener Altstadt in topografisch erhöhter Lage zu finden. Auch entlang der Schillerstraße und in den angrenzenden Straßen (z. B. Breitestraße) ist Einzelhandelsbesatz zu finden. In Richtung Norden ist zunächst ein Lidl Lebensmitteldiscounter angesiedelt, des weiteren sind in der Scheffelstraße mehrere kleinflächige Anbieter (Bäckerei, Metzgerei) anzutreffen. In der Hegaustraße am Kreuzungspunkt der L 191 und B 31 ist zudem ein weiterer Versorgungsstandort mit dem Lebensmitteldiscounter Norma und Fristo sowie einem KiK Textilfachmarkt vorhanden.

¹ vgl. GMA-Einzelhandelskonzept 2007.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Planstandortes ist aus allen Richtungen des Stadtgebiets sehr gut gegeben. Dabei liegt der Standort an der sich in Nord-Süd-Richtung erstreckenden Verkehrsachse Hegaustraße, welche eine Haupterschließungsfunktion in der Stadt Engen übernimmt und die Erreichbarkeit aus den Engener Stadtteilen und den umliegenden Kommunen sicherstellt. Auch aus Richtung der historischen Altstadt und der umliegenden Wohngebiete ist der Standort sowohl mit dem Pkw als auch fußläufig gut zu erreichen. Durch eine Bushaltestelle in fußläufiger Entfernung ist der Standort ebenfalls an den ÖPNV angeschlossen. Der Bahnhof von Engen befindet sich ca. 300 m nördlich des Standortareals. In Richtung der umliegenden Wohngebiete ist der Standort über mehrere Fußwege sehr gut zu erreichen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass v. a. die Verbindung mit den im direkten Standortumfeld ansässigen Lebensmittelanbietern Edeka und Lidl als positiv zur Generierung von Kopplungspotenzialen zu bewerten ist. Auch aufgrund der Lage an der Hauptdurchgangsstraße Hegaustraße ist die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes als gut zu bewerten. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass der Standort bereits heute als Nahversorgungsstandort etabliert ist und über eine entsprechenden Kundenakzeptanz und Bekanntheit verfügt. Auch im Einzelhandelskonzept der Stadt Engen wurde dieser Standortbereich (Ergänzungslage Hegaustraße, Standortschwerpunkt Lidl / Aldi / Edeka) als Standort zur Sicherung der Nahversorgung für Engen vorgesehen. Dies geschah vor dem Hintergrund der kleinteiligen Strukturen im historischen Stadtkern, welche eine Integration großflächiger Lebensmittelmärkte nicht möglich machen.

Karte 2: Standort von Aldi und wesentliche Hauptwettbewerber in Engen



Quelle: Karte erstellt mit GfK RegiographPlanung 2010, GMA-Bearbeitung 2011

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für den zur Erweiterung vorgesehenen Aldi Markt dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung und Einteilung des Einzugsgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- topographische und siedlungsstrukturelle Bedingungen im Untersuchungsraum
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- Ausstrahlung des Vorhabens aufgrund des Standortes, der Dimensionierung und Sortimentsgestaltung
- die Angebotssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Engen

Folgendes Einzugsgebiet lässt sich demnach für Aldi in Engen abgrenzen:

▪	Zone I	Engen	ca. 10.200 Einwohner
▪	Zone II	Aach, Mühlhausen-Ehingen	ca. 5.852 Einwohner
▪	Zone I – II		ca. 16.052 Einwohner

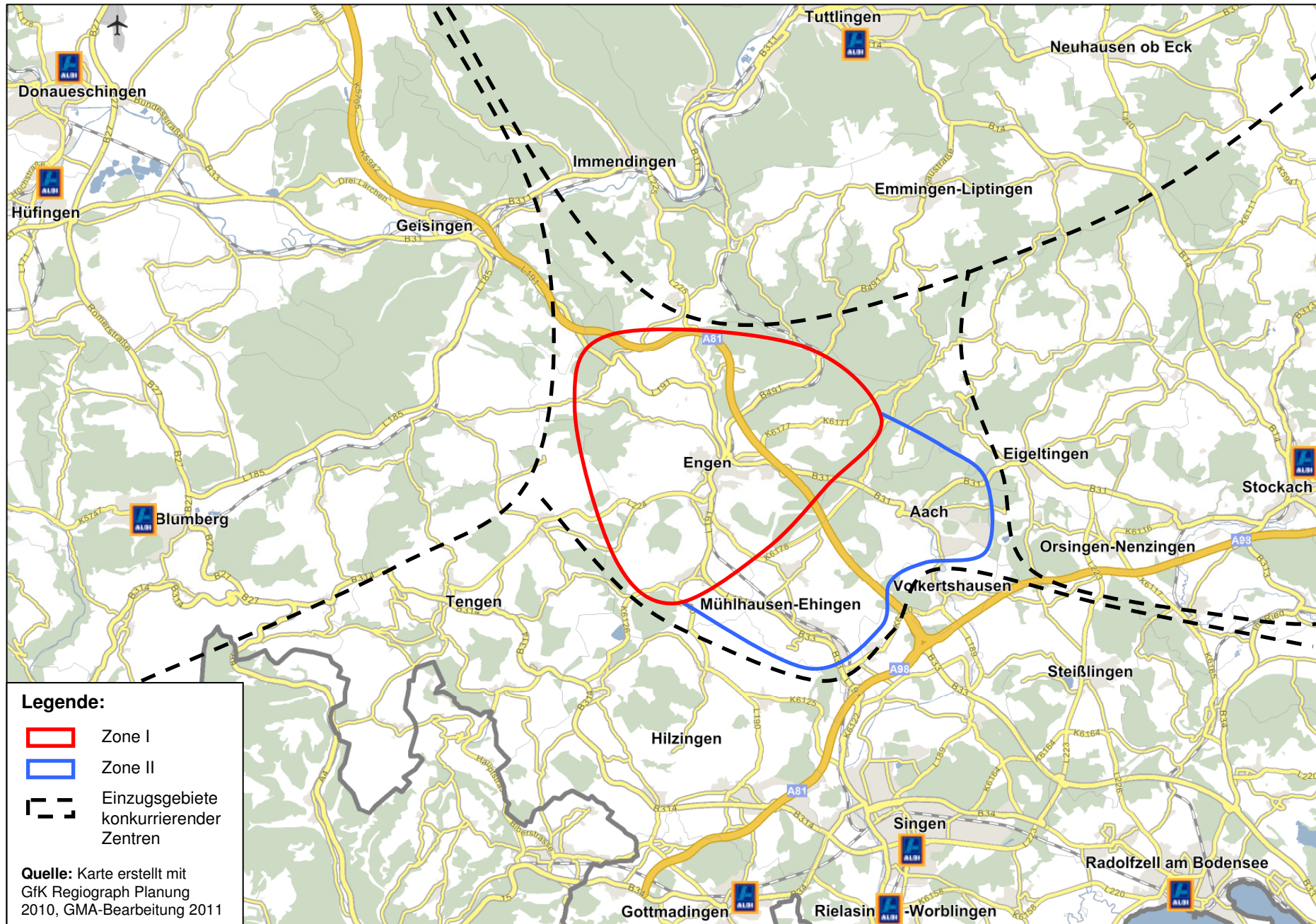
Das Einwohnerpotenzial für den erweiterten Aldi-Markt umfasst ca. 16.052 Einwohner¹.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand 31.12.2010).

Das **Einzugsgebiet** des Aldi Marktes in Engen wird v. a. begrenzt durch die Einzugsgebiete anderer Aldi Märkte in der Region. In Richtung Norden ist der nächste Aldi Lebensmitteldiscounter in Tuttlingen zu finden, so dass insbesondere die nördlich gelegenen Kommunen Immendingen und Emmingen-Liptingen auf den Einzelhandelsstandort Tuttlingen orientiert sind. Die östlich des Einzugsgebiets gelegenen Kommunen Eigeltingen und Orsingen-Nenzingen sind hingegen bereits stark auf den Standort Stockach ausgerichtet. In Richtung Süden ist auf den Einflussbereich der Mittelzentren Singen und Radolfzell sowie auf die im Einzelhandel starken Standorte Gottmadingen und Rielasingen-Worblingen hinzuweisen, so dass aus Richtung der südlich gelegenen Kommunen nur in begrenztem Umfang mit Einkaufsbeziehungen an den Standort Engen zu rechnen ist. In Richtung Westen wird das Einzugsgebiet durch die Aldi Standorte in Blumberg, Hüfingen und Donaueschingen begrenzt. Insbesondere Geisingen ist stark auf den Standort Donaueschingen orientiert, so dass auch aus Richtung Nordwesten keine wesentlichen Kundenzuführungseffekte zu erwarten sind. Jedoch werden in einem gewissen Umfang auch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets den Standort Engen aufsuchen. Diese sind jedoch räumlich nicht zu verorten, so dass diese Kunden als sog. Streukunden in die Untersuchung mit einfließen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es durch die geplante Erweiterung des Aldi Marktes in Engen zu keiner Ausweitung des Einzugsgebiets kommen wird. Dies ist aufgrund der Wettbewerbssituation und des Vorhandenseins von Aldi in mehreren umliegenden Kommunen nicht zu erwarten.

Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Aldi-Marktes in Engen



2. Die 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. € 5.264.

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

ca. € 1.810.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer der GfK liegt das Kaufkraftniveau in Engen bei 102,6 und damit auf leicht überdurchschnittlichem Niveau (100,0 = Bundesdurchschnitt)¹.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für **Nahrungs- und Genussmittel** auf **ca. 29,7 Mio. €**.

Davon entfallen auf:

- Zone I: 18,9 Mio. € (63 %)
- Zone II: 10,8 Mio. € (37 %).

¹ Quelle: GfK 2009. Die GfK berechnet das Kaufkraftniveau auf Basis der Steuerstatistik.

IV. Projektrelevante Angebotssituation

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Engen und im Umland wurde von der GMA im Juli 2011 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für die Untersuchungsobjekte gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmitteldiscounter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass sich die Marktwirkungen nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber verteilen werden. Vielmehr werden die Anbieter des gleichen Betriebstyps stärker betroffen sein, als andere. Die Erfassung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung.

In **Engen** ist im Nahrungs- und Genussmittelsektor auf folgende relevante strukturprägende Anbieter hinzuweisen:

- **Edeka aktiv Markt Holsky** (Supermarkt), Hegaustraße, ca. 1.650 m² Verkaufsfläche, Bäckerei im Vorkassenbereich, Lage im direkten Standortumfeld von Aldi, moderner und zeitgemäßer Lebensmittelmarkt mit marktgängiger Verkaufsfläche und Warenpräsentation, gute Erreichbarkeit, fußläufige Erreichbarkeit aus Richtung der umliegenden Wohngebiete, ausreichendes Stellplatzangebot.
- **Lidl** (Lebensmitteldiscounter), Hegaustraße, ca. 1.200 m² Verkaufsfläche, direkt nördlich von Aldi gelegen, insgesamt leistungsfähiger und zeitgemäßer Wettbewerber mit marktgängiger Verkaufsfläche und ausreichender Stellplatzkapazität, insgesamt gute Erreichbarkeit, fußläufige Erreichbarkeit aus Richtung der Wohnlagen gegeben.
- **Norma** (Lebensmitteldiscounter), Richard-Stocker-Straße, ca. 700 m² Verkaufsfläche, Lage im Ergänzungsstandort Hegaustraße Standortschwerpunkt Eselsbrücke, im Standortverbund mit Frito Getränkemarkt und KiK Textilfachmarkt, gute verkehrliche Erreichbarkeit, interne Erschließung mit Defiziten, geringe Verkaufsflächendimension und nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt, ausreichendes Stellplatzangebot, eingeschränkte Erreichbarkeit aus Richtung der Wohnlagen.

- **Netto** (Lebensmitteldiscounter), ca. 640 m² Verkaufsfläche, Breitestraße, Lage nördlich der historischen Altstadt, nicht mehr zeitgemäße Verkaufsfläche, beengtes Stellplatzangebot

Neben den o. g. Hauptwettbewerbern sind im Stadtgebiet von Engen noch weitere 5 kleinflächige Betriebe aus dem Lebensmittelbereich ansässig. Im Bereich Getränke operieren 6 Anbieter, darunter 2 Tankstellenshops und 4 Getränkemärkte. Das Lebensmittelhandwerk ist durch insgesamt 6 Bäckereien und 4 Metzgereien vertreten. Im Nahrungs- und Genussmittelsektor ist somit aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.050 m² vorhanden. Insgesamt wird in Engen derzeit ein Umsatz im Nahrungs- und Genussmittelsektor in einer Größenordnung von ca. 23,6 Mio. € erzielt.¹

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** des Lebensmitteldiscounters ist auf folgende Wettbewerbssituation hinzuweisen:

- In der östlich von Engen gelegenen Gemeinde **Aach** sichert der Anbieter Nahkauf Schamberger in der Lengenbergstraße auf ca. 100 m² Verkaufsfläche die Grundversorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln. Zudem ist auf eine Bäckerei sowie eine Metzgerei hinzuweisen, welche das Angebot in Aach ergänzen.
- Im südlich von Engen gelegenen **Mühlhausen-Ehingen** ist insbesondere auf den in dezentraler Standortlage gelegenen Netto Lebensmitteldiscounter am Standort Hohenkräher-Bühl mit ca. 900 m² Verkaufsfläche hinzuweisen. Zudem befindet sich im Ortskern von Mühlhausen ein „Ihr Kaufmann“-Lebensmittelmarkt mit rd. 100 m² Verkaufsfläche. Die Angebotssituation wird ergänzt durch mehrere Bäckereien sowie Metzgereien.

Insgesamt sind im **überörtlichen Einzugsgebiet** des Aldi Marktes ca. 1.400 m² Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich vorzufinden. Diese Anbieter erwirtschaften einen jährlichen Gesamtumsatz im Lebensmittelbereich von ca. 5,5 Mio. € p. a.

Außerhalb des Einzugsgebiets sind in einem Großteil der Kommunen leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen vorhanden. Hierbei stellen insbesondere die Angebotsstandor-

¹ Unter Bereinigung der Lebensmittelmärkte um ihre Nonfoodumsätze (incl. Umsatz des bestehenden Aldi-Marktes).

te Tuttlingen, Stockach, Singen, Gottmadingen, Blumberg, Hüfingen, Donaueschingen und Geisingen die wesentlichen Angebotsstandorte dar. Aber auch die kleineren Kommunen im Umfeld von Engen weisen in einem gewissen Umfang Nahversorgungsstrukturen auf.

Hinsichtlich der **Bewertung der Wettbewerbssituation** im Einzugsgebiet des Unterzentrums Engen bleibt festzuhalten, dass die Angebotsstrukturen stark auf das Unterzentrum Engen ausgerichtet sind. Hier befinden sich mehrere großflächige Lebensmittelanbieter, welche ebenfalls eine Versorgungsfunktion für die Kommunen im Umland übernehmen. Jedoch kann auch die Nahversorgungssituation in Mühlhausen-Ehingen und Aach derzeit als gesichert bewertet werden. In Mühlhausen-Ehingen ist der Anbieter Netto sowie ein kleinflächiger Lebensmittelanbieter im Ortskern zu finden. Auch in Aach sichert ein kleinflächiger Lebensmittelanbieter die Grundversorgung der Bevölkerung. In Engen selbst ist der Großteil der vorhandenen Wettbewerber als leistungsfähig einzuordnen. Lediglich die Anbieter Aldi, Norma und Netto weisen hinsichtlich ihrer Verkaufsfläche Defizite auf. Auch der Anbieter Aldi verfolgt mit der angestrebten Verkaufsflächenerweiterung das Ziel, seine Verkaufsfläche auf eine marktgängige Größenordnung zu erweitern und damit den Standort langfristig zu sichern.

V. Beurteilung der möglichen Auswirkungen

1. Umsatzerwartung und Kaufkraftbewegungen

Für die Umsatzermittlung **des projektierten Lebensmitteldiscounters mit ca. 1.100 m² VK** wurde das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt, das von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes des Untersuchungsobjektes mit dem für das Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen ausgeht. Für den **Lebensmittelsektor** lassen sich folgende Marktanteile und Umsätze ermitteln:

Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Anteil in %
Zone I	18,9	20	3,8	68
Zone II	10,8	10	1,1	20
Streuumsätze	---		0,7	12
Summe Food	---		5,6	100
Nonfood	---		1,9	---
Gesamt	---		7,5	---

--- Ausweis nicht sinnvoll
 Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte gerundet).

Insgesamt ergibt sich im Nahrungs- und Genussmittelsektor eine Umsatzleistung von ca. 5,6 Mio. €. Werden zudem die Umsätze im Nicht-Lebensmittelsektor (ca. 20 – 25 %) addiert, errechnet sich eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,5 Mio. €**. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² ergibt sich damit eine Flächenproduktivität von rd. 6.800 €/m² VK.

Die Betrachtung der Umsatzherkunft zeigt, dass mit ca. 68 % der überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Engen generiert wird. Ca. 20 % des Umsatzes fließen aus dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen zu. Etwa 12 % der Umsätze werden von außerhalb des Einzugsgebietes erwartet (Streuumsätze).

Zur Beurteilung möglicher Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters in Engen werden ergänzend die von der Ansiedlung ausgelösten Umsatzumverteilungen in Form der Kaufkraftbewegungen für den Lebensmittelbereich ermittelt. Da es sich bei dem Planvorhaben um die Erweiterung eines bestehenden Marktes handelt, sind die auf der bestehenden Fläche erzielten Umsatzleistungen bei der Bewertung der Wirkungen zu berücksichtigen. Erfahrungsgemäß steigt die Flächenleistung nicht proportional zur Verkaufsflächenentwicklung, da z. B. für die Warenpräsentation oder Vorhaltung von Frischeprodukten in neueren Betrieben mehr Fläche benötigt wird. Dennoch wird im Folgenden in einer **worst-case-Betrachtung** von proportional steigenden Flächenproduktivitäten ausgegangen.

In der Einzelkalkulation ergeben sich unter Zugrundelegung der Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet in einem Worst-case-Szenario¹ folgende Kaufkraftbewegungen im **Nahrungs- und Genussmittelsektor**:

– Umsatzbindung des Bestandsobjektes	ca. 4,1 Mio. €
– Umsatzumverteilung ggü. Wettbewerbern im Einzugsgebiet	ca. 1,0 Mio. €
– Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	ca. 0,5 Mio. €
Insgesamt	ca. 5,6 Mio. €

Durch das Planvorhaben werden somit voraussichtlich folgende **Kaufkraftbewegungen** ausgelöst:

- Im Sinne einer worst-case-Betrachtung wird der neu generierte Umsatz überwiegend gegenüber den Wettbewerbern im Einzugsgebiet umverteilt (1,0 Mio. €).
- Zudem ist eine geringe Steigerung der Streuumsätze zu erwarten (+ 0,2 Mio. €). Jedoch bewegen sich die Streuumsatzanteile mit ca. 12 % auf einem mit dem Bestandsobjekt vergleichbarem Niveau. Zudem wird mit einer geringen Zunahme der Einkaufsorientierung auf den Standort Engen durch die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung gerechnet (ca. 0,3 Mio. €). Die durch die Steigung der Streuumsätze und die verstärkte Einkaufsorientierung auf den Standort Engen ausgelösten Kauf-

¹ Für das Bestandsobjekt und die Erweiterungsfläche sind die gleichen Flächenproduktivitäten angesetzt worden. In der Praxis ist es jedoch unwahrscheinlich, dass der Umsatz linear zur Verkaufsflächenvergrößerung ansteigt.

kraftbewegungen werden gegenüber den Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden.

- Der überwiegende Teil des neuen Umsatzes im Lebensmittelbereich wird jedoch gegenüber den in Engen ansässigen Lebensmittelanbietern umverteilt werden. Als Hauptwettbewerber zum Aldi Lebensmitteldiscounter sind die Lebensmitteldiscounter Lidl (Hegaustraße), Norma (Hegaustraße) und Netto (Breitestraße) sowie der Lebensmittelvollsortimenter Edeka aktiv Markt Holsky (Hegaustraße) zu nennen. Die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bewegen sich jedoch mit max. 4 % auf einem geringen Niveau, sodass in Engen nicht mit Betriebsschließungen gerechnet werden muss. Eine Schädigung des zentralen Versorgungsbereichs ist aufgrund der geringen Überschneidungen mit den dort vorhandenen Anbietern ebenfalls nicht zu erwarten.
- Gegenüber den Anbietern im überörtlichen Einzugsgebiet von Engen werden rechnerisch Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 2 – 3 % ausgelöst werden. Faktisch wird sich gegenüber den kleinflächigen Lebensmittelanbietern in Aach und in Mühlhausen-Ehingen dies jedoch nicht bemerkbar machen, da diese eine andere Versorgungsfunktion übernehmen.
- Außerhalb des Einzugsgebiets werden nur sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst werden (< 1 %) die zu keinen Auswirkungen auf die dort bestehenden Nahversorgungsstrukturen oder zu einer Schädigung der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche führen werden.
- Mit Bezug auf die Nonfoodwaren wurde ein Gesamtumsatz von ca. 1,9 Mio. € ermittelt; auf der Erweiterungsfläche ist ein Umsatz im Nonfoodbereich von max. 0,5 Mio. € anzusetzen. Dieser verteilt sich auf zahlreiche Branchen, so dass die evtl. auftretenden Umsatzumverteilungsauswirkungen in der Einzelbetrachtung sehr gering ausfallen und mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind.

2. Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen

Hinsichtlich der Prüfkriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg ist das Vorhaben in Engen folgendermaßen zu bewerten:

- **Integrationsgebot:** Der Standort des bestehenden Aldi Lebensmitteldiscounters liegt direkt westlich der Altstadt in der „Ergänzungslage Hegaustraße, Standort-schwerpunkt Lidl / Aldi / Edeka“ gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Engen, an welchem die Nahversorgung der Bevölkerung in Engen aufgrund der in der Altstadt nicht zur Verfügung stehenden Flächen gesichert werden soll. Das Standortumfeld ist durch Wohnbebauung geprägt die bis an den Standort heranreicht, so dass der Standort auch fußläufig leicht aus allen Richtungen zu erreichen ist. Auch aufgrund der Nähe zu weiteren Lebensmittelmärkten (Edeka, Lidl) stellt der Standort an der Hegaustraße den wichtigsten Nahversorgungsstandort für die Stadt Engen dar. Insofern ist der Standort von Aldi bereits in die Einzelhandelsstruktur von Engen integriert. Aufgrund der Nahlage zu den umliegenden Wohngebieten und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit aus allen Richtungen des Stadtgebietes sowie der Lage innerhalb des im Einzelhandelskonzept der Stadt Engen abgegrenzten Standortbereichs zur Sicherung der Nahversorgung in Engen kann der Standort als städtebaulich integriert bewertet werden. Die angestrebte Betriebserweiterung dient vorwiegend der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit sowie der Optimierung der Warenpräsentation sowie der betrieblichen Abläufe des Anbieters Aldi.
- **Kongruenzgebot:** Im Hinblick auf das zu erwartende Einzugsgebiet des erweiterten Lebensmitteldiscounters stammen etwa 68 % der Umsätze aus dem Stadtgebiet Engen. Ca. 20 % fließen dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen zu. Ca. 12 % der durch den Aldi Lebensmitteldiscounter erzielten Umsätze werden von Kunden außerhalb des Verflechtungsbereiches generiert. Somit wird der im Kongruenzgebot festgelegte Schwellenwert (mindestens 70 %) erfüllt. Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.
- **Beeinträchtungsverbot:** Im Sinne einer Worst-case-Analyse wurde ein Großteil der durch das Vorhaben neu generierten Umsätze gegenüber den Anbietern in Engen umverteilt. Die Umsatzumverteilungseffekte werden hierbei vorrangig die weiteren in Engen angesiedelten größeren Systemwettbewerber (Lidl, Norma, Netto, Edeka Aktiv Markt Holsky) treffen. Jedoch bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte mit max. 4 % auf einem geringen Niveau, so dass Betriebsschließungen nicht zu erwarten sind. Mit den Anbietern in der Altstadt von Engen sind nur geringe Sortimentsüberschneidungen vorhanden. Im überörtlichen Einzugsgebiet bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem Niveau von max. 2 – 3 %. Betriebsabschmelzungen oder eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche

sind im überörtlichen Einzugsgebiet auszuschließen. Die Umsatzumverteilungsquoten liegen somit im gesamten Untersuchungsraum unter dem in der Rechtsprechung regelmäßig angeführten Schwellenwert von 10 %. Aufgrund des geringen zu erwartenden Umverteilungsniveaus sind durch die Erweiterung des Marktes in Engen von ca. 800 m² auf ca. 1.100 m² VK keine negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung im Untersuchungsraum zu erwarten. Auch im Umland bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte mit max. 1 % auf einem sehr geringen Niveau, sodass auch hier keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgung zu erwarten sind. Die durch die Nonfood-Sortimente ausgelösten Umverteilungswirkungen sind als minimal einzustufen. Städtebauliche Auswirkungen oder eine Beeinträchtigung der Nahversorgungsstrukturen sind auszuschließen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Gebote gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscounters in Engen eingehalten werden. Das Vorhaben dient der Anpassung und Modernisierung der Angebotsstrukturen und trägt damit zu einer langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Anbieters Aldi bei.

VI. Zusammenfassung

Die Erweiterung eines Aldi Lebensmitteldiscounters in Engen ist zusammenfassend folgendermaßen zu bewerten:

- Bei dem **Vorhaben** handelt es sich um die Erweiterung des am Standort „Hegaustraße“ angesiedelten Aldi-Lebensmitteldiscounters von 800 m² auf 1.100 m² Verkaufsfläche.
- Das **Einzugsgebiet** des Standortes umfasst neben der Stadt Engen die Kommunen Aach und Mühlhausen-Ehingen. Untergeordnet sind auch Kundenzuflüsse aus dem weiteren Umland zu erwarten. Im Einzugsgebiet leben derzeit ca. 16.052 Einwohner mit einem vorhabenrelevanten Kaufkraftpotenzial von ca. 29,8 Mio. €. Darüber hinausgehende, deutlich schwächer ausgeprägte Verflechtungen (z. B. Pendler) wurden im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt.
- Die **Stadt Engen** verfügt derzeit aufgrund ihrer Versorgungsbedeutung für die umliegenden Kommunen über eine durchschnittliche und überwiegend leistungsfähige Ausstattung im Lebensmittelbereich. Jedoch bestehen bei den in Engen angesiedelten Lebensmitteldiscountern, bis auf den Anbieter Lidl, Defizite hinsichtlich der vorhandenen Verkaufsflächen. Insofern besteht Modernisierungsbedarf im Bereich der Lebensmitteldiscounter zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch die Anpassung der Verkaufsflächen an aktuelle Marktanforderungen.
- Anhand des Marktanteilkonzeptes kann für den erweiterten Aldi-Lebensmitteldiscounter ein **Gesamtumsatz** von ca. 7,5 Mio. € errechnet werden, wobei 5,6 Mio. € auf den Lebensmittelsektor entfallen. Berücksichtigt man den bereits am Standort gebundenen Umsatz des bestehenden Aldi-Marktes i. H. v. ca. 5,4 Mio. € (davon ca. 4,1 Mio. € im Lebensmittelbereich) lässt sich ein umsatzumverteilungsrelevanter Umsatz von ca. 1,5 Mio. € im Food und ca. 0,5 Mio. € im Nonfoodbereich ermitteln.

Vor dem Hintergrund der Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO ist das Vorhaben am Standort „Hegaustraße“ in Engen wie folgt zu beurteilen:

- Das **Integrationsgebot** wird durch den Vorhabenstandort erfüllt. Der Standort liegt in einer integrierten Standortlage im Ergänzungsstandort Hegaustraße mit den wesentlichen Anbietern Edeka, Lidl und Aldi. Der Standort des Aldi Marktes weist ein fußläufiges Einzugsgebiet auf. Unmittelbar an den Standort anschließend sind ausgedehnte Wohngebiete zu finden. Auch die Nähe zur historischen Altstadt mit seinen überwiegend kleinteiligen Gebäudestrukturen ist positiv hervorzuheben.
- Das **Kongruenzgebot** gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wird durch das Vorhaben eingehalten. Ca. 88 % des Umsatzes stammen aus dem regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen. Somit wird der im Kongruenzgebot festgelegte Schwellenwert (mind. 70 %) erfüllt. Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.
- Auch das **Beeinträchtigungsverbot** wird durch das geplante Vorhaben eingehalten. So belaufen sich die Umsatzumverteilungseffekte in Engen selbst auf max. 4 %. Im überörtlichen Einzugsgebiet ist mit Umsatzverlusten in einer Größenordnung von max. 2 – 3 % zu rechnen. Außerhalb des Einzugsgebiets verteilen sich die geringen Umsatzumverteilungseffekte (max. 1%) auf eine Vielzahl von Wettbewerber und Standorte. Aufgrund der insgesamt als sehr gering einzuschätzenden Umsatzumverteilungseffekte sind im gesamten Untersuchungsraum keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgung der Bevölkerung zu erwarten. Städtebauliche Auswirkungen oder eine Beeinträchtigung der Nahversorgungsstrukturen sind auszuschließen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Gebote gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscounters in Engen eingehalten werden. Das Vorhaben dient der Anpassung und Modernisierung der Angebotsstrukturen und trägt damit zu einer langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Anbieters Aldi bei.

Karten- und Tabellenverzeichnis

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsgebiet	9
Karte 2:	Standort von Aldi und wesentliche Hauptwettbewerber in Engen	13
Karte 3:	Einzugsgebiet des erweiterten Aldi Marktes in Engen	16

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	6
Tabelle 2:	Marktanteile und Umsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters	21