



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in

ENGEN

Auftraggeber: Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG,
Neckarsulm

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Projektbearbeitung: M.Sc. Wi.-Geogr. Franziska Duge

Ludwigsburg, August 2014

GMA 
Beratung und Umsetzung

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

Vorbemerkung

Im August 2014 erteilte die Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Neckarsulm, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Gutachtens zur geplanten Erweiterung einer Lidl Filiale in Engen.

Mit einer Verkaufsfläche (VK) von ca. 1.400 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 August 2014 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 August 2014
BE DEF skh

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
I.	Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	1
1.	Aufgabenstellung und Vorhabensbeschreibung	1
2.	Definitionen und ausgewählte Marktdaten	2
3.	Makrostandort Engen	5
II.	Bewertung der raumordnerischen Kernregelung/des Konzentrationsgebotes	9
III.	Bewertung des Integrationsgebotes	11
1.	Mikrostandort „Hegastraße“	11
2.	Rechtliche Vorgaben und Bewertung	14
IV.	Bewertung des Kongruenzgebotes	16
1.	Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	16
2.	Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
3.	Umsatzprognose für den erweiterten Lidl Markt	20
4.	Rechtliche Vorgaben und Bewertung	21
V.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	23
1.	Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	23
2.	Umsatzumlenkungen/Wettbewerbliche Wirkungen	27
3.	Rechtliche Vorgaben und Bewertung	30
VI.	Zusammenfassung	33

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabensbeschreibung

In der Stadt Engen ist die Erweiterung des Lidl Marktes in der Hegaustraße geplant. Der Lebensmitteldiscounter mit derzeit 1.200 m² VK soll am selben Standort um 200 m² VK auf 1.400 m² VK erweitert werden, womit das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² VK) 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.

Da das Gesamtvorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** in der Fassung von 2013 zur Bewertung des Vorhabens heranzuziehen¹:

- „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

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Januar 1990, die durch Artikel 2 des Gesetzes vom 11. Juni 2013 geändert worden ist.

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.“

So sind im Rahmen der vorliegenden Untersuchung die möglichen wirtschaftlichen, versorgungsstrukturellen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf die Stadt Engen sowie die Umlandkommunen zu analysieren.

Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie den Festsetzungen der Landes- und Regionalplanung durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zu bearbeiten, d. h. raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot.

2. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

Zur Einordnung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter und zur Abgrenzung gegenüber den anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels 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.

¹ Quelle: EHI, Handel aktuell 2014, S. 317.

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

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-Sortiment¹ sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II² führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel¹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II² aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I¹ und Nonfood II-Artikel² führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel¹ sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot² 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 800 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 800 m² angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscountmarkt ca. 25 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln.

¹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

² Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discountmarkt (durchschnittlich 745 m ² VK)		Supermarkt (durchschnittlich 960 m ² VK)		Großer Supermarkt (durchschnittlich 3.415 m ² VK)	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.584	75	8.760	75	15.740	63
Lebensmittelnahe Sortimente (u. a. Gesundheit, Körper- pflege, Tiernahrung)	273	13	2.010	18	4.810	19
Nichtlebensmittelsortimente (u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen)	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	25	9.290	37
Einzelhandel insgesamt	2.121	100	11.610	100	25.030	100

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 89 – 100.

Darüber hinaus bieten Lebensmitteldiscounter 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 Lidl (Lebensmitteldiscounter) 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 Lidl 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 nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Standorte von Lidl in der Region.

3. Makrostandort Engen

Die ca. **10.100 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 **Entwicklungsbahn** Konstanz – Radolfzell a. B. – Singen – Engen (- Donaueschingen). Zur Stadt Engen gehören die siedlungsstrukturell abgesetzten **Stadtteile** Anselmingen, Barga, Biesendorf, Bittelbrunn, Neuhausen, Stetten, Welschingen und Zimmerholz.

Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den vergangenen Jahren leicht positiv. Zwischen 2011 und 2013 hat sich die Einwohnerzahl um ca. 1 % erhöht. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung in Engen leicht unter der Entwicklung im Landkreis Konstanz (+ rd. 2 %)². Für die Zukunft wird eine leicht steigende Bevölkerungsentwicklung prognostiziert³.

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 Schienenverkehr.⁴

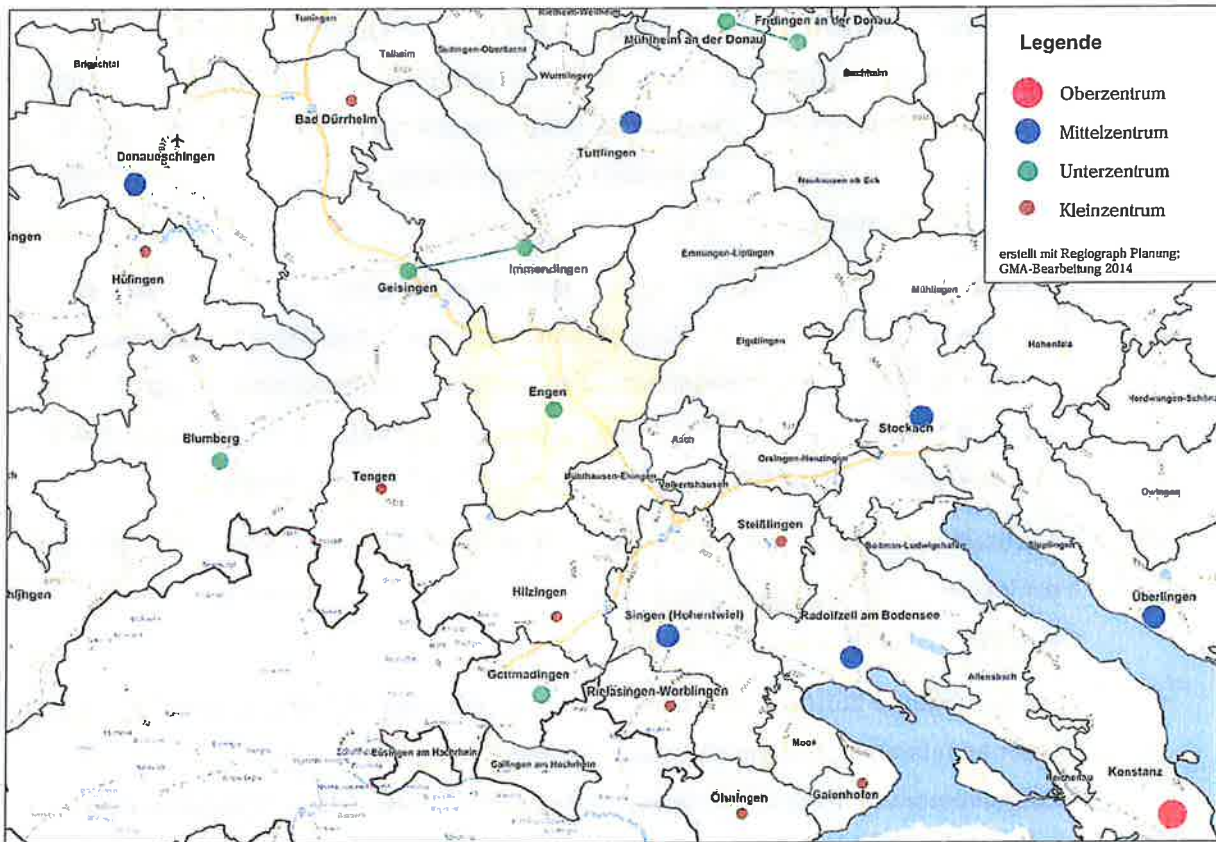
¹ Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zum 30.09.2013.

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

³ Ein weiter zurückreichender Vergleich der Bevölkerungsentwicklung ist aufgrund der Veränderungen nach dem Basis Zensus 09.05.2011 nicht sinnvoll.

⁴ 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: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



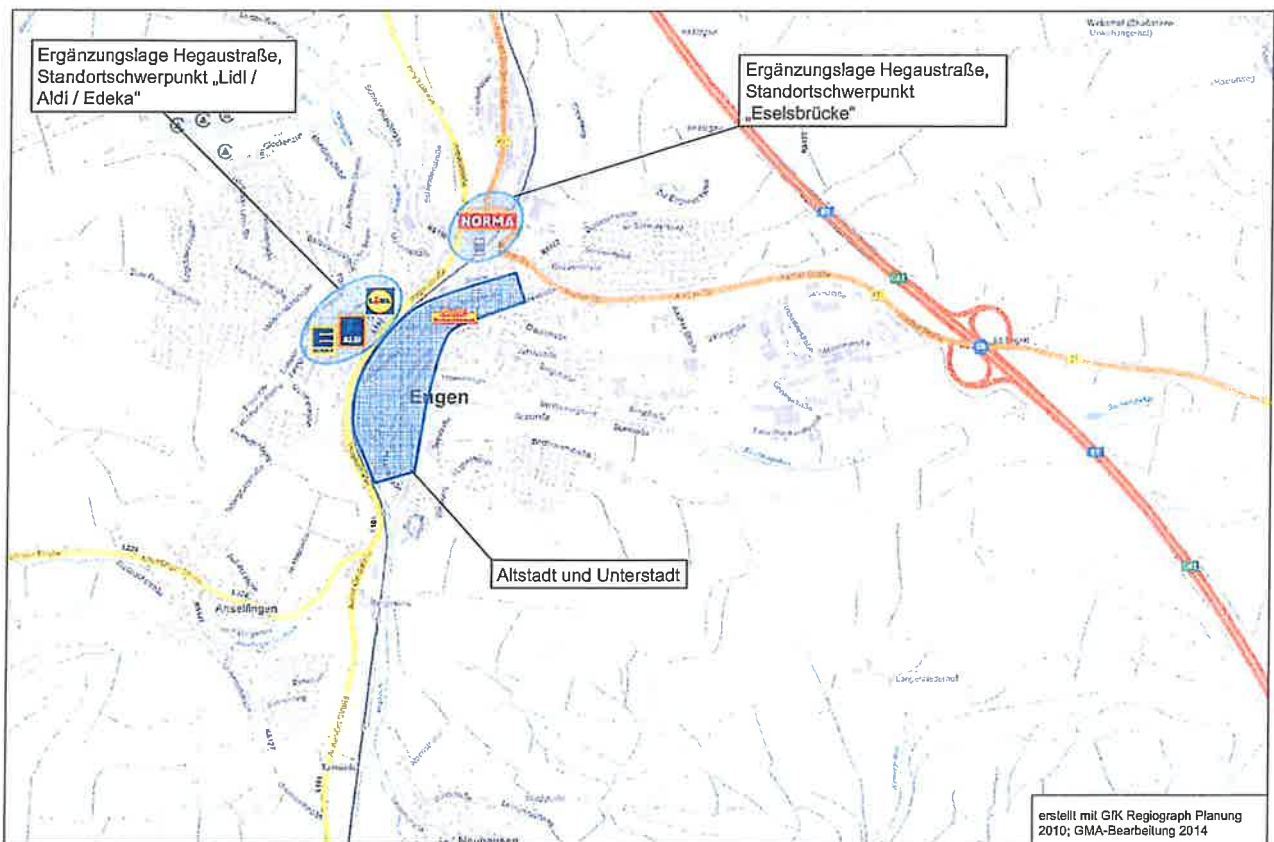
Im Jahr 2013 waren in Engen rd. 2.500 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte** am Arbeitsort registriert, davon ca. 38,6 % im Produzierenden Gewerbe; 29,4 % im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr und 30,9 % im Bereich der sonstigen Dienstleistungen. Für Engen ist ein negativer Pendlersaldo von - 1.144 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 in Verbund mit einem Rossmann Drogeriemarkt und weiterem umliegenden Einzelhandel einen wichtigen Standort in der erweiterten Innenstadt dar (Unterstadt).
- Moderne und meist filialisierte Betriebe, insbesondere aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. E aktiv, 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 Lebensmittelfachgeschäfte (Bäckerei, Metzgerei) sichergestellt.

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

Karte 2: Nahversorgungsstandorte und Hauptwettbewerber in Engen



II. Bewertung der raumordnerischen Kernregelung/des Konzentrationsgebotes

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

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

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

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

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

Auch im Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee¹ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg² wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen.

Gemäß **Regionalplan Hochrhein-Bodensee** (2000)³ kommt Engen die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zu. Der Regionalplan führt zum großflächigen Einzelhandel folgendes aus:

¹ Quelle: Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee, 2000.

² Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung

³ 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.

„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 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.“

Im vorliegenden Fall kann die raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot wie folgt bewertet werden:

Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort Engen erfüllt. Durch die Ausweisung als Unterzentrum mit Entwicklungsperspektive als Mittelzentrum (vgl. Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee, S. 36) liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

III. Bewertung des Integrationsgebotes

Für die Prüfung des Integrationsgebotes ist die detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrliche Erreichbarkeit, Lage zu den Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort „Hegastraße“

Der bestehende Lidl Markt befindet sich direkt westlich der historischen Altstadt von Engen, welche durch die sich in Nord-Süd-Richtung erstreckende Bahnlinie und durch die topografisch erhöhte Lage vom Standort getrennt ist. Neben Lidl ist in dem Standortbereich ebenfalls der Lebensmittelvollsortimenter E aktiv markt Holzky sowie ein Aldi Lebensmitteldiscounter vorzufinden. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Engen (2007) wurde der Standortbereich als „Ergänzungslage Hegastraße, Standortschwerpunkt 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

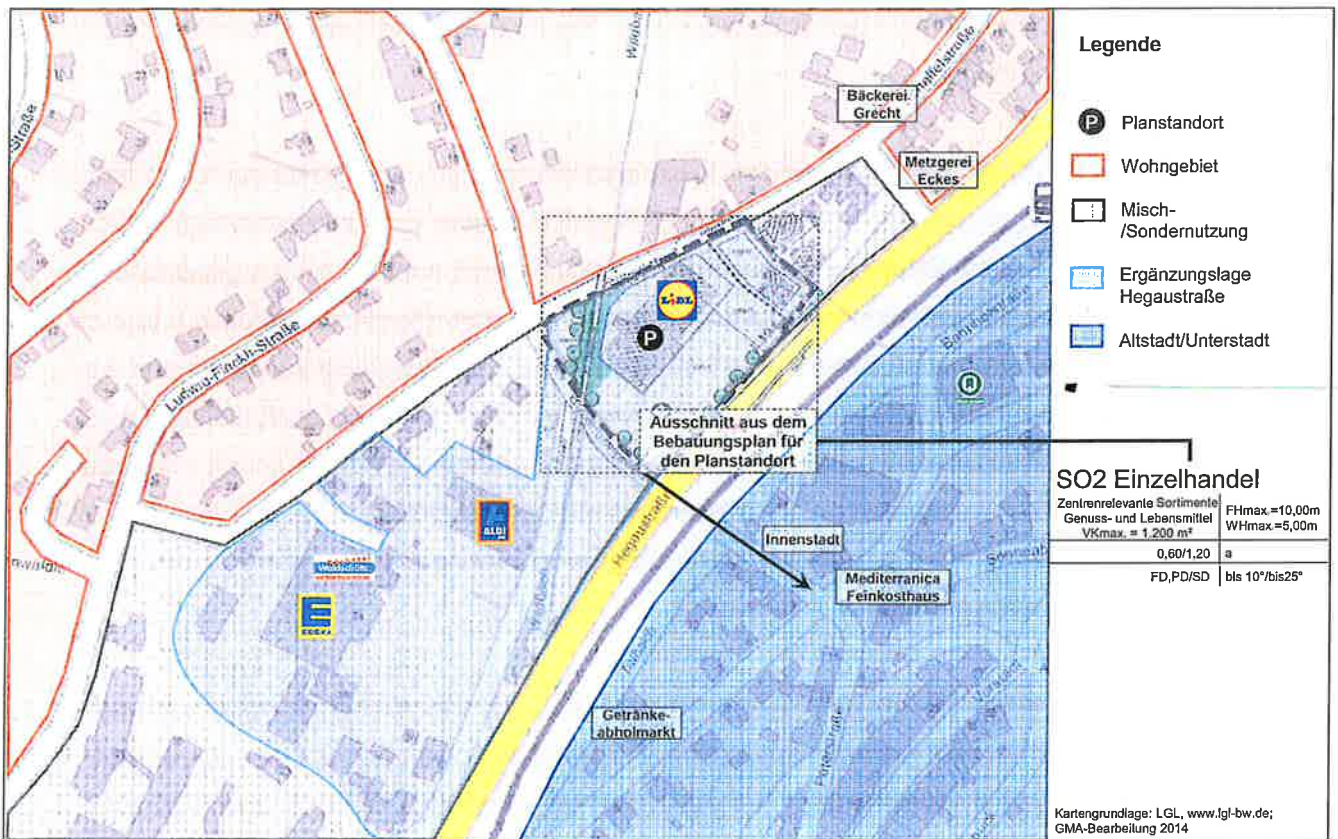
Fotos: Lidl Filiale Engen



Quelle: GMA-Aufnahmen 2014

¹ vgl. GMA-Einzelhandelskonzept 2007, S. 38 – 40.

Karte 3: Mikrostandort des Erweiterungsvorhabens



Das **Standortumfeld** des Lidl 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. 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 sind des Weiteren 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.

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 Haupteerschließungsfunktion 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. 200 m nordöstlich des Standortareals. In Richtung der umliegenden Wohngebiete ist der Standort über mehrere Fußwege sehr gut zu erreichen.

Zusammenfassend ist darauf hinzuweisen, dass der Standort 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.

2. Rechtliche Vorgaben und Bewertung

Das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen.

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

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Des Weiteren formuliert der Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee (2000) das Integrationsgebot weiter aus.

„2.6.4 Einzelhandelsgroßprojekte

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

[...] Einzelhandelsbetriebe sind als zentrale Bestandteile städtischer Siedlungsformen baulich integriert in den Siedlungsgebieten der Zentralen Orte zuzulassen.

Eine städtebauliche Integration bei Einzelhandelsprojekten mit größerem Anteil an innenstadtrelevanten Warensortimenten wird erreicht, wenn diese in traditionellen oder auch in geplanten innerstädtischen / -örtlichen Zentren (auch Quartierszentren) angesiedelt werden sollen. [...]

Für vorhandene Einzelhandelsgroßbetriebe besteht Bestandssicherung; sie können auf Bedarfsnachweis erweitert werden, wenn die angestrebte Größenordnung raumordnerisch vertretbar ist.“

Zur **Bewertung** des Integrationsgebotes sind folgende Standortfaktoren an der Hegaustraße von Bedeutung:

- in der „Ergänzungslage Hegaustraße, Standortschwerpunkt Lidl / Aldi, Edeka“ gemäß Einzelhandelskonzept 2007 gelegen
- etablierter und für die Nahversorgung vorgesehener Standort
- umgeben von fußläufig angebundenen Wohngebieten
- sehr gute Verkehrsanbindung mit Pkw & ÖPNV
- Anbindung an Altstadt und Unterstadt (100 – 400 m).

Zusammenfassend ist aus den Standortfaktoren abzuleiten, dass es sich bei dem Planstandort Hegaustraße um einen gemäß dem Integrationsgebot vorbildlich integrierten Standort handelt. Alle rechtlichen Vorgaben werden erfüllt. Besonders die hier planerisch definierte Versorgungsfunktion sowie die Wohngebietslage sind dafür ausschlaggebend.

IV. Bewertung des Kongruenzgebotes

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes ist zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

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

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen 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. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens

- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Engen und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Engen und der Region.

Demnach kann unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren im vorliegenden Fall das Stadtgebiet Engen als Haupteinzugsgebiet (Zone I) für den Lidl Markt abgegrenzt werden. Darüber hinaus sind weitere stärkere Kundeneinkaufsbeziehungen aus den süd-östlich angrenzenden Gemeinden bzw. Städten Mühlhausen-Ehingen und Aach zu erwarten. An der Kundenherkunft und dem durch den Markt erschließbaren Einzugsgebiet werden sich im Vergleich zum bestehenden Markt keine wesentlichen Änderungen ergeben. Durch die Lage an der L 522/B 27 ist weiterhin mit einem gewissen Anteil von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes zu rechnen. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als Streukunden berücksichtigt.

Zusammenfassend lässt sich für den erweiterten Lidl Markt in Engen am Standort „He-gaustraße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

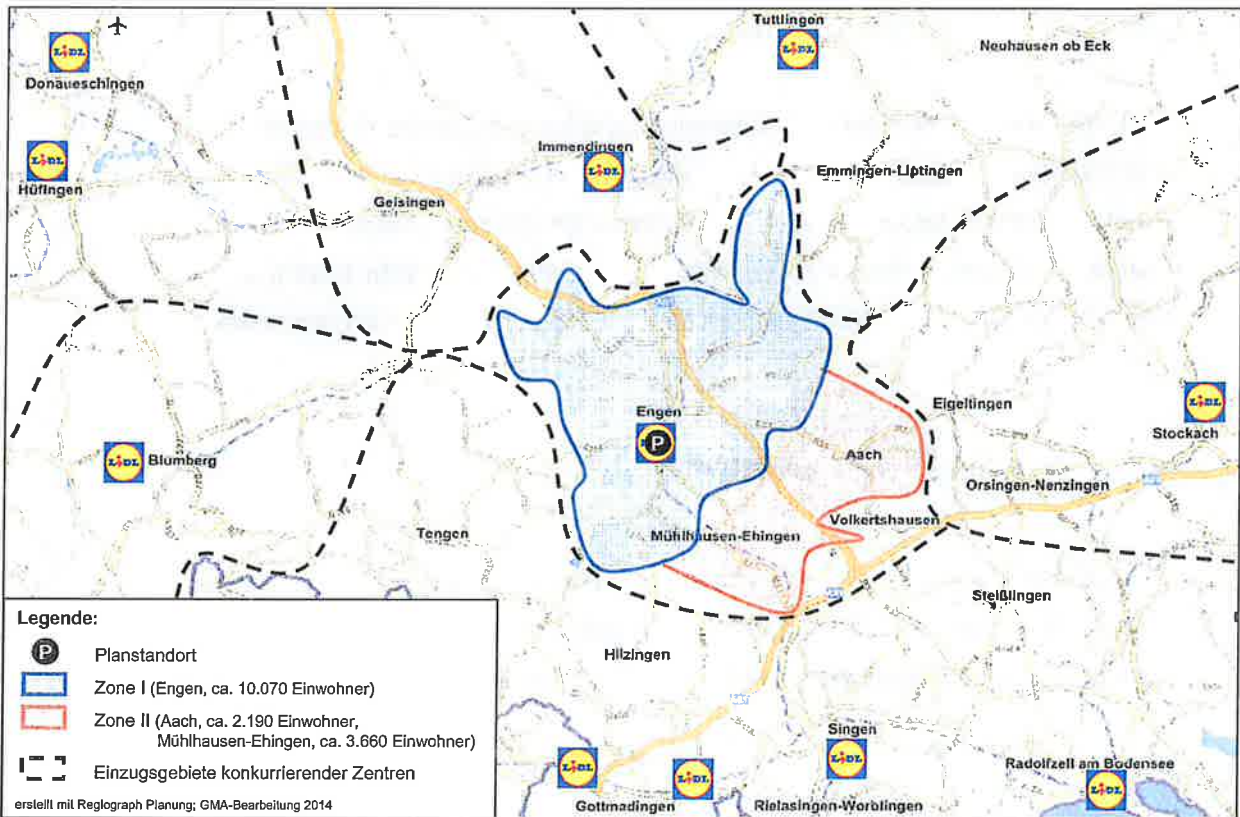
▪	Zone I	Engen	ca. 10.070 Einwohner
▪	Zone II	Aach, Mühlhausen-Ehingen	ca. 5.850 Einwohner
▪	Zone I – II		ca. 15.920 Einwohner

Das Einwohnerpotenzial für den erweiterten Lidl Markt umfasst ca. 15.920 Einwohner¹.

Das **Einzugsgebiet** des Lidl Marktes in Engen wird v. a. begrenzt durch die Einzugsgebiete anderer Lidl Märkte in der Region. In Richtung Norden ist der nächste Lidl Lebensmitteldiscounter in Immendingen oder Tuttlingen zu finden, so dass insbesondere die nördlich gelegenen Kommunen Geisingen, Immendingen und Emmingen-Liptingen auf die Einzelhandelsstandorte Tuttlingen oder Immendingen orientiert sind. Die östlich des Einzugsgebiets gelegenen Kommunen Eigeltingen und Orsingen-Nenzingen sind hingegen bereits stark auf den Standort Stockach ausgerichtet.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand 30.09.2013).

Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl Marktes in Engen



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 Lidl Standorte in Blumberg, Hüfingen und Donaueschingen begrenzt, 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 Lidl Marktes in Engen zu keiner Ausweitung des Einzugsgebiets kommen wird. Dies ist aufgrund der Wettbewerbssituation und des Vorhandenseins von Lidl in mehreren umliegenden Kommunen nicht zu erwarten. Das Einzugsgebiet geht nicht über den regional-planerisch definierten Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen hinaus.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 5.247.

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

ca. € 1.870.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer der MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Engen bei 101,3 und damit auf leicht überdurchschnittlichem Niveau (100,0 = Bundesdurchschnitt)¹.

¹ Quelle: MB Research 2012. MBR berechnet das Kaufkraftniveau auf Basis der amtlichen Steuerstatistik.

Die Stadt Aach weist ein Kaufkraftniveau von 100,4 und die Gemeinde Mühlhausen-Ehingen von 99,0 auf. Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für **Nahrungs- und Genussmittel** auf **ca. 30,0 Mio. €**.

Davon entfallen auf:

- Zone I: 19,1 Mio. € (64 %)
- Zone II: 10,9 Mio. € (36 %).

Zusätzlich wird bei Lebensmitteldiscountern ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Lidl bei ca. 20 %.

3. Umsatzprognose für den erweiterten Lidl Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.¹ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind

¹ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabensstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich demnach für den Lidl-Lebensmitteldiscounter mit ca. 1.400 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:¹

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	19,1	17 – 18	3,4	0,9	4,3	66
Zone II	10,9	12 – 13	1,4	0,3	1,7	26
Einzugsgebiet	30,0	15	4,8	1,2	6,0	92
Streuumsätze			0,4	0,1	0,5	8
Insgesamt			5,2	1,3	6,5	100
* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Lidl mit ca. 20 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.						
Quelle: GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)						

Somit lässt sich für das Vorhaben mit ca. 1.400 m² VK eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 6,5 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,2 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 1,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** (Tabelle 2) zeigt, dass mit ca. 66 % der überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Engen generiert wird. Ca. 26 % des Umsatzes fließen aus dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen zu. Etwa 8 % der Umsätze werden von außerhalb des Einzugsgebietes erwartet (Streuumsätze).

4. Rechtliche Vorgaben und Bewertung

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist die raumordnerische Kernregelung (vgl. Kapitel II.) zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandels-

¹ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

großprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

„Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“

Die Verflechtungsbereiche sind auf Ebene der Landesplanung für die Mittel- und Oberzentren in Baden-Württemberg als sog. Mittelbereiche definiert (vgl. LEP BW, 2.5). Eine weitere Ausformung für Unterzentren kann ggf. der sog. Nahbereich einnehmen. Für das Unterzentrum Engen umfasst der zugeordnete Verflechtungsbereich die Stadt Engen selbst sowie die südöstlich angrenzende Stadt Aach und die Gemeinde Mühlhausen-Ehingen¹.

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wie folgt **bewerten**:

- Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst die Stadt Engen sowie dessen Verflechtungsbereich. Eine darüber hinausgehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten.
- Es lässt sich festhalten, dass ca. 92 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus dem Verflechtungsbereich Engens stammen. Lediglich 8 % fließen von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu. Somit stammen deutlich weniger als 30 % des Umsatzes von außerhalb des relevanten Verflechtungsbereiches.

Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Es stammen ca. 92 % des Umsatzes aus dem regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich von Engen. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht überschritten.

¹ Quelle: Regionalplan Region Hochrhein-Bodensee (2000), S. 39.

V. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Für die Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Planvorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Engen und im Umland wurde von der GMA im August 2014 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Lidl gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche Betriebe (Lebensmitteldiscounter) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

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

- **E aktiv markt Holzky** (Supermarkt), Hegaustraße, ca. 1.700 m² VK, Bäckerei im Vorkassenbereich, Lage im Standortumfeld von Lidl, moderner und zeitgemäßer Lebensmittelmarkt mit marktgängiger Verkaufsfläche und Warenpräsentation, gute Erreichbarkeit, fußläufige Erreichbarkeit aus Richtung der umliegenden Wohngebiete, ausreichendes Stellplatzangebot.
- **Aldi** (Lebensmitteldiscounter), Hegaustraße, ca. 1.050 m² VK, direkt südlich von Lidl gelegen, insgesamt leistungsfähiger und zeitgemäßer Wettbewerber mit marktgängiger Verkaufsfläche und ausreichender Stellplatzkapazität, insgesamt gute Erreichbarkeit, fußläufige Erreichbarkeit aus Richtung der Wohnlagen.
- **Norma** (Lebensmitteldiscounter), Am Bahndamm, ca. 750 m² VK, Lage im Ergänzungsstandort Hegaustraße Standortschwerpunkt Eselsbrücke, im Standortverbund mit Fristo Getränkemarkt und Kik Textilfachmarkt, gute verkehrliche Erreichbarkeit, interne Erschließung und Einsehbarkeit mit Defiziten.

- **Netto** (Lebensmitteldiscounter), ca. 850 m² VK, Breitestraße, Lage nördlich der historischen Altstadt, Verbund mit Rossmann, weiterer Einzelhandel im Umfeld, zeitgemäße Verkaufsfläche, gute Erreichbarkeit aus Wohngebieten und Innenstadt, beschränktes Stellplatzangebot.

Neben den o. g. Hauptwettbewerbern sind im Stadtgebiet von Engen noch weitere 5 kleinflächige Anbieter aus dem Lebensmittelbereich ansässig (z. B. Reformhaus Klink, Mediterranea Feinkosthaus und Dielenhof). Im Bereich Getränke operieren 6 Anbieter, darunter 2 Tankstellenshops und 4 Getränkemarkte. Der Lebensmittelfachhandel ist durch insgesamt 8 Bäckereien und 3 Metzgereien vertreten. Im Nahrungs- und Genussmittelsektor ist somit aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.900 m² vorhanden. Insgesamt wird in Engen derzeit ein Umsatz im Nahrungs- und Genussmittelsektor in einer Größenordnung von ca. 27,7 Mio. € erzielt.¹

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

- In der östlich von Engen gelegenen Stadt **Aach** sichert der Anbieter Nahkauf durchschnittsweise in der Längenbergstraße auf ca. 100 m² VK die Grundversorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln. Zudem ist auf eine Bäckerei sowie eine Metzgerei hinzuweisen, welche das Angebot in Aach ergänzen².
- In der südlich von Engen gelegenen Gemeinde **Mühlhausen-Ehingen** ist insbesondere auf den in dezentraler Standortlage gelegenen Netto Lebensmitteldiscounter am Standort Hohenkräher Brühl mit ca. 900 m² VK hinzuweisen. Im Ortskern von Mühlhausen hat der Lebensmittelmarkt „Ihr Kaufmann“ mit ehem. rd. 100 m² VK geschlossen, sodass die Angebotssituation derzeit durch mehrere Bäckereien sowie Metzgereien ergänzt wird. Jeweils ein Bäckerei- und Metzgereibetrieb befindet sich in Ehingen und eine Bäckerei sowie zwei Metzgereien in Mühlhausen. Außerdem ist im Bereich Getränke auf einen Getränkemarkt nahe dem Netto sowie einen Obstsäftenanbieter in der Ortsmitte Mühlhausens hinzuweisen. Am nördlichen Rand von Mühlhausen ist darüber hinaus ein Raiffeisen-Markt an-

¹ Unter Bereinigung der Lebensmittelmärkte um ihre Nonfood-Umsätze (inkl. Umsatz des bestehenden Lidl Marktes).

² In Aach ist zudem eine Netto Filiale in Planung, welche zukünftig die wohnortnahe Nahversorgung sichern wird.

sässig, welcher auf ca. 140 m² VK Getränke und Lebensmittel (Reformwaren) anbietet.

Insgesamt sind damit im **überörtlichen Einzugsgebiet** des Lidl Marktes ca. 1.680 m² VK im Nahrungs- und Genussmittelsegment vorzufinden. Diese Anbieter erwirtschaften einen jährlichen Gesamtumsatz im Lebensmittelbereich von ca. 6,1 Mio. €.

Außerhalb des Einzugsgebiets sind in einem Großteil der Kommunen leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen vorhanden. Hierbei stellen insbesondere die Angebotsstandorte 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 Bevölkerung¹. In Engen selbst ist der Großteil der vorhandenen Wettbewerber als leistungsfähig einzuordnen. Lediglich der Anbieter Norma weist hinsichtlich des schlecht einsehbaren Standortes leichte Defizite auf.

¹ Zukünftig wird ein Netto Markt zusätzlich die Nahversorgung sichern.

Karte 5: Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland



2. Umsatzzumlenkungen/Wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells¹ basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

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

Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Lidl Marktes am Standort „Hegaustraße“ werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- Der Lidl Markt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt 1.400 m² eine Umsatzleistung von ca. 6,5 Mio. € erzielen.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Lidl bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.200 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 6,0 Mio. €. Davon entfallen rd. 4,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und rd. 1,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Engen generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.

¹ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

- Im Folgenden wird daher von einer Neuansiedlung eines Lidl Marktes mit rd. 1.400 m² VK unter Berücksichtigung des derzeit bereits vorhandenen Marktes ausgegangen. Die gewählte Vorgehensweise wird auch in der Rechtsprechung dokumentiert, welche primär die Erweiterungsfläche als Gegenstand der Prüfung zu möglichen Umsatzzumlenkungen bzw. schädlichen Auswirkungen ausmacht. Dies wird dadurch begründet, dass der Betrieb als solcher bereits am Markt etabliert und ein Bestandteil des bereits vorhandenen Einzelhandelsangebotes ist. Jedoch ist gemäß aktueller Rechtsprechung zu prüfen, ob der Standort durch die Erweiterung eine neue Qualität erreicht, durch die der Gesamtstandort so aufgewertet wird, dass die städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dabei ist bei der Prognoseentscheidung von der „gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen, die nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt wird.“¹
- Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Gesamtprojekt von Lidl am neuen Standort mit 1.400 m² VK bewertet. So wurde etwa im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach einer vollzogenen Erweiterung betrachtet. Jedoch ist nach aktueller Rechtsprechung für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen der bereits bestehende Lidl Markt zu berücksichtigen. Dieser ist bereits seit Jahren in Engen ansässig. Dementsprechend gilt für die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzzumlenkungen, dass sich jeweils nur der durch das Vorhaben generierte Zusatzumsatz nach der Neuaufstellung des Marktes i. S. wettbewerblichen Wirkungen bzw. ggf. städtebaulichen Auswirkungen bemerkbar machen wird.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzzumlenkungen** durch den Lidl markt zu erwarten:

¹ Vgl. Entscheidung des OVG NRW 10 A 1417/07 und OVG NRW 10 A 2601/07.

Tabelle 3: Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben

Lidl mit 1.400 m ² VK		Umsatz in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	4,8
	▪ Umsatzzumlenkungen gegenüber Anbietern in Engen	0,3
	▪ Umsatzzumlenkungen gegenüber Anbietern in Aach und Mühlhausen-Ehingen	<< 0,1
	▪ Umsatzzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes	< 0,1
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nahrungs- und Genussmittelbereich	5,2
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nichtlebensmittelbereich	1,2
	▪ Umsatzzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,3
▪ Umsatz insgesamt		6,5
Quelle: GMA-Berechnungen 2014		

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

- Ein Großteil des neuen Umsatzes im Lebensmittelbereich wird gegenüber den in Engen ansässigen Lebensmittelanbietern umverteilt werden. Als Hauptwettbewerber zum Lidl Lebensmitteldiscounter sind die Lebensmitteldiscounter Aldi (Hegaustraße), Netto (Breitestraße) und Norma (Am Bahndamm) zu nennen. Darüber hinaus werden auch der E aktiv markt Holzky (Hegaustraße) und sonstige Lebensmittelmärkte mit Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen haben. Jedoch sind sämtliche in Engen vorhandenen Lebensmittelmärkte als leistungsfähige Wettbewerber einzustufen, so dass auch aufgrund der geringen Umsatzumverteilungseffekte von max. 1 – 2 % nicht mit Betriebsschließungen gerechnet werden muss. Eine Schädigung des zentralen Versorgungsbereichs „Altstadt und Unterstadt“, ist aufgrund der geringen Umsatzumverteilungseffekte ebenfalls nicht zu erwarten. Insofern ist von keiner Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Engen auszugehen.

- Gegenüber den Anbietern im überörtlichen Einzugsgebiet von Engen sind rechnerisch Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 1 % zu erwarten. 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 Nonfood-Waren wurde ein Gesamtumsatz von ca. 1,3 Mio. € ermittelt; auf der Erweiterungsfläche ist ein Umsatz im Nonfood-Bereich von max. 0,1 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.
- Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der modernisierte Lidl Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandene städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies ist im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach einer Modernisierung von Lidl von stabilen Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich auszugehen.

3. Rechtliche Vorgaben und Bewertung

Das Beeinträchtungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
 - die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens
- nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee (2000), 2.6.4 aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtigungsverbotes ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

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

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

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

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Lidl hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sind im vorliegenden Fall nicht zu erwarten. Zwar werden durch das Vorhaben in geringfügigem Umfang Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, diese bewegen sich jedoch auf einem Niveau von

- max. 1 – 2 %, so dass gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich in Engen keine Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes ausgelöst werden.
- In den Gemeinden bzw. Städten des Verflechtungsbereiches von Engen sind derzeit keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden. Hier sind demnach keine städtebaulichen Rückwirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche festzuhalten. Im weiteren Umland sind Rückwirkungen gegenüber den dortigen zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen.
 - Bezüglich der Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet bleibt festzuhalten, dass sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in der Stadt Engen selbst auf einem Niveau von max. 1 – 2 % bewegen werden. Die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungseffekte werden sich insbesondere gegenüber den wesentlichen Lebensmittelmärkten bemerkbar machen. In einer Gesamtbetrachtung ist jedoch wegen der geringen Höhe der Umsatzumverteilungseffekte nicht mit städtebaulichen Auswirkungen i. S. eines Marktaustritts von Anbietern und damit einer Schwächung der Nahversorgung zu rechnen. In den Umlandkommunen bewegen sich die ausgelösten Umsatzumlenkungen auf einem nicht nachweisbaren Niveau. Vor diesem Hintergrund sind Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Nahversorgung auszuschließen.
 - Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen, da diese sich auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen und in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden. Auch hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot eingehalten wird. So bewegen sich die ausgelösten Umsatzumlenkungen mit max. 1 – 2 % in Engen auf einem geringen Niveau. Gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen sind ebenfalls nur geringe Rückwirkungen zu erwarten. Der im Einzelhandelserlass genannte kritische Schwellenwert von 10 %-Umsatzumverteilung wird bei Weitem nicht erreicht. Auch im Nichtlebensmittelbereich sind allenfalls geringe Umsatzumlenkungen zu erwarten, so dass in einer Zusammenschau keine schädlichen städtebauliche Auswirkungen sowohl in Engen als auch im weiteren Umland zu erwarten sind. Das Beeinträchtigungsverbot wird somit deutlich eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modernisierung und Erweiterung eines bestehenden Lidl Marktes zur Sicherung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit ▪ Der bestehende Markt hat derzeit eine Verkaufsfläche von 1.200 m² ▪ Geplant ist eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.400 m² ▪ Standort in der planerisch definierten „Ergänzungslage Hegaustraße, Standortsschwerpunkt Lidl / Aldi / Edeka“ gemäß Einzelhandelskonzept 2007, integrierte Wohngebietslage nahe dem Bahnhof
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Bauleitplanung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ derzeit Sondergebiet (SO) mit „VK max. = 1.200 m² für zentrenrelevante Sortimente Genuss- und Lebensmittel“ ▪ Begrenzung der VK soll auf 1.400 m² angehoben werden
Standortrahmenbedingungen Engen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Unterzentrum Engen mit rd. 10.070 Einwohnern ▪ Verflechtungsbereich: Engen, Aach, Mühlhausen-Ehingen ▪ Einzelhandelsstrukturen: Innenstadt im Bereich der historischen Altstadt mit dem Versorgungsstandort Hegaustraße als Ergänzungslage mit wichtigster Nahversorgungsaufgabe
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet erstreckt sich auf das Stadtgebiet Engens und den Verflechtungsbereich (Aach und Mühlhausen-Ehingen) ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 15.900 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 30,0 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung bei 1.400 m² VK: ca. 6,5 Mio. €, davon 5,2 Mio. € im Lebensmittelbereich und 1,3 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich
Umsatzumverteilungseffekte	
	Lidl mit 1.400 m² VK
Engen	1 – 2 %
Verflechtungsbereich	max. 1 %
außerhalb des Einzugsgebiets	< 1 %

Raumordnerische Bewertungskriterien	
raumordnerische Kernregelung	Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort Engen erfüllt. Durch die Ausweisung als Unterzentrum (vgl. Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee, S. 36) liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.
Integrationsgebot	Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg und die regionalplanerischen Regelungen durch das Vorhaben erfüllt werden. Der Standort Hegaustraße ist v. a. aufgrund der planerisch im Einzelhandelskonzept definierten Versorgungsfunktion sowie durch die Wohngebietslage als vorbildlich integriert zu bewerten.
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Ca. 92 % des Umsatzes stammen aus dem Verflechtungsbereich des Unterzentrums Engen. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht überschritten.
Beeinträchtungsverbot	Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten. So bewegen sich die ausgelösten Umsatzzumlenkungen mit max. 1 – 2 % in Engen auf einem geringen Niveau. Gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen sind ebenfalls nur geringe Rückwirkungen zu erwarten. Der im Einzelhandelserlass genannte kritische Schwellenwert von 10 %-Umsatzumverteilung wird bei Weitem nicht erreicht. Auch im Nichtlebensmittelbereich sind allenfalls geringe Umsatzzumlenkungen zu erwarten, so dass in einer Zusammenschau keine schädlichen städtebauliche Auswirkungen sowohl in Engen als auch im weiteren Umland zu erwarten sind. Das Beeinträchtungsverbot wird somit deutlich eingehalten.
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2014	

Karten- und Tabellenverzeichnis

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsgebiet	6
Karte 2:	Nahversorgungsstandorte und Hauptwettbewerber in Engen	8
Karte 3:	Mikrostandort des Erweiterungsvorhabens	12
Karte 4:	Einzugsgebiet des erweiterten Lidl Marktes in Engen	18
Karte 5:	Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	4
Tabelle 2:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	21
Tabelle 3:	Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben	29