



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters in Bad Rappenau-Zimmerhof

Auftraggeber: Stadt Bad Rappenau

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

Ludwigsburg, am 30.06.2021

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklungen	5
4. Vorhabenbeschreibung	8
5. Makrostandort Bad Rappenau	10
6. Mikrostandort Zimmerhof	13
II. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel	16
1. Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet	16
2. Versorgungsstrukturen im restlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau	16
3. Versorgungsstrukturen im Umland	18
III. Einzugsgebiet und Kaufkraft	19
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen	23
1. Umsatzprognose	23
2. Umsatzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen	25
V. Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens	28
VI. Raumordnerische Prüfung	30
1. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	30
2. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.3 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	30
3. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	31
4. Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg	32
VII. Zusammenfassung	35

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

Im Bad Rappenaues Ortsteil Zimmerhof soll zur Sicherung der Grundversorgung für den Stadtteil selbst sowie den nordöstlichen Kernstadtbereich und den Stadtteil Heinsheim ein Lebensmitteldiscounter mit 1.100 m² Verkaufsfläche (inkl. Backshop)¹ realisiert werden. Es soll ein moderner Lebensmitteldiscounter entstehen, welcher zukünftig als einziger Lebensmittelmarkt für diesen Teil der Stadt Bad Rappenau eine Versorgung sichern soll. Parallel hierzu ist direkt angrenzend die Entwicklung eines Wohngebiets mit einer Zielgröße von rd. 250 Einwohnern geplant. Der Aufstellungsbeschluss ist bereits erfolgt.

Das Vorhaben liegt über der allgemein anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² VK) nach § 11 Abs. 3 BauNVO und aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes. Vor dem Hintergrund einer sachgerechten Abwägung ist daher eine Beurteilung der mit dem Vorhaben verbundenen Auswirkungen erforderlich. In der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden daher folgende Punkte bearbeitet:

- /// Bewertung des Makrostandortes Bad Rappenau
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes in Bad Rappenau-Zimmerhof
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Standort
- /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Bad Rappenau und im Umland
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Heilbronn-Franken 2020
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) und aus dem aktuellen Einzelhandelskonzept von Bad

¹ Der Lebensmitteldiscounter soll 1.000 m² VK umfassen. Für den Backshop sind 100 m² vorgesehen.

Rappenau der GMA² sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und auf EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Da das Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, ist § 11 Abs. 3 BauNVO in der aktuellsten Fassung zur Bewertung des Vorhabens heranzuziehen³:

- „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.“

3. Marktentwicklungen

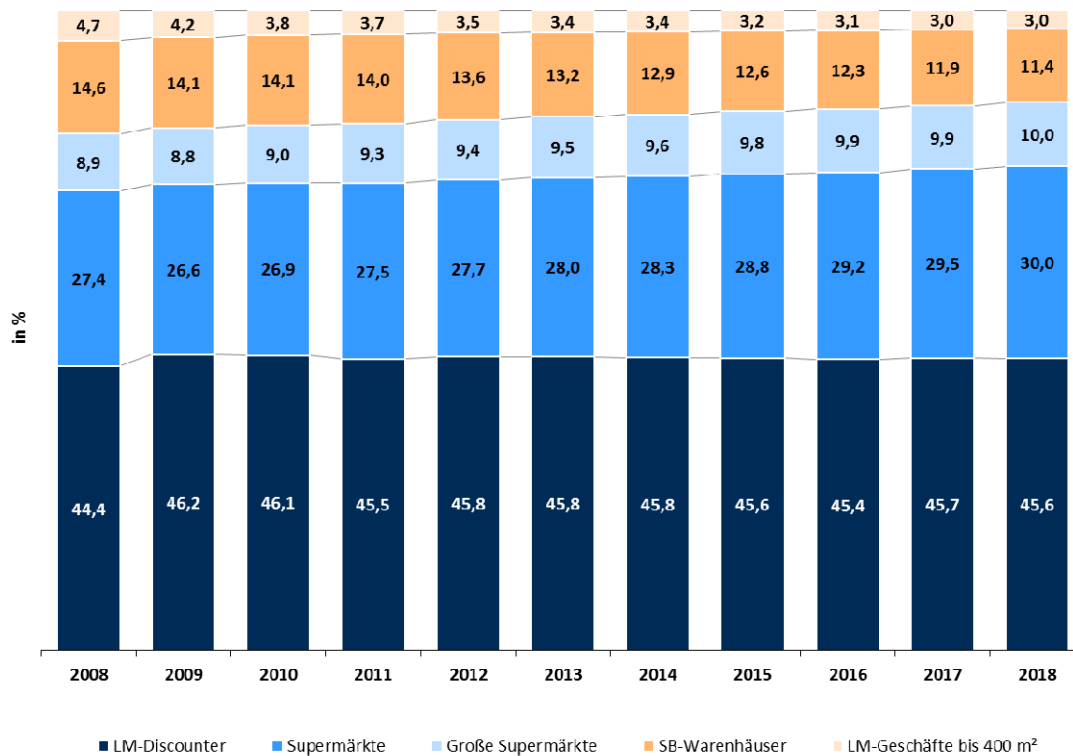
Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an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

² Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bad Rappenau, GMA, April 2019.

³ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

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

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018



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

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

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen wie folgt lauten:⁴

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁵ anbietet.

⁴ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

⁵ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁶ führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

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

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

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

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

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfoodbereichs ausdrückt (max. 15 %).

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionsware“, zu nennen, 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.

4. Vorhabenbeschreibung

Bei dem Vorhaben in Bad Rappenau-Zimmerhof handelt es sich um die Realisierung eines Lebensmitteldiscounters mit 1.100 m² (inkl. Backshop). Als Standort ist ein Areal südlich des bestehenden Kreisels im Stadtteil Zimmerhof vorgesehen. Daneben soll der Markt i. R. Süden durch Wohnbebauung auf einer Nettowohnbaufläche von rd. 16.600 m² arrondiert werden. Es wird mit einer Einwohnerzahl von rd. 250 Einwohnern im direkten Standortumfeld gerechnet, was einer Bruttowohndichte von rd. 90 – 100 entspricht.⁷

Die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters dient i. W. der Sicherung der Grund- bzw. Nahversorgung für den nordöstlichen Stadtbereich von Bad Rappenau mit insg. 6.852 Einwohnern, wo derzeit kein Lebensmittelangebot vorhanden ist und Kunden heute mehrheitlich den aus diesem Teil des Stadtgebiets vergleichsweise schwer zu erreichenden Versorgungsstandort südwestlich der Bad Rappenauer Innenstadt für ihre Einkäufe aufsuchen. Damit dient die Realisierung von stadtteilbezogenen Nahversorgungsstrukturen in Zimmerhof ebenfalls einer Verkehrsverminderung innerhalb des Stadtgebiets von Bad Rappenau. Auf diesen Umstand wird bereits im Einzelhandelskonzept von Bad Rappenau hingewiesen und empfohlen die Nahversorgungsstrukturen in diesem Teilbereich der Stadt auszubauen.⁸

⁷ Die geplanten Wohnbauflächen werden in den Flächennutzungsplan eingebracht. Ebenfalls wurde bereits ein Aufstellungsbeschluss für das Wohngebiet beschlossen.

⁸ Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bad Rappenau, GMA, April 2019, S. 52, 55ff.

Bei dem am Standort vorgesehenen Markt handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter:

- /// Markt mit begrenztem Sortimentsspektrum (ca. 1.000 Artikel) mit deutlichem Schwerpunkt auf dem Lebensmittelbereich, konzentriert auf umschlagsstarke Artikel bei konsequenter Niedrigpreispolitik
- /// wöchentlich wechselnde Nonfood-Artikel (ca. 10 % der Gesamtartikelzahl), Verkaufsflächenanteil deutlich unter 10 %
- /// hoher Anteil an Eigenmarken, aber auch Markenprodukten

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

Insgesamt wird mit der Filiale mit 1.000 m² VK (exkl. Bäckerei mit 100 m²) v. a. dem Ziel einer Schaffung großzügigerer Verkehrs- und Gangflächen Rechnung getragen. Damit wird eine Kundenfreundlichkeit des Marktes geschaffen, sodass eine an die demografische Entwicklung angepasste, alten- und behindertengerechte Ladeneinrichtung entsteht.

Hinzu kommen bei Lebensmitteldiscountern der Wunsch nach einer optimierten Warenpräsentation und -logistik (um durch eine fast durchgängig sortenreine Palettierung im Verkaufsraum Kostensenkungen zu erzielen). Die Bestückungsmöglichkeit des Verkaufsraums mit Hubwagen und Paletten führt zu einer Reduzierung der Lieferintervalle und vereinfacht die Arbeitsabläufe für das Personal erheblich (durch Verringerung von Einräumvorgängen in die Regale).

Lebensmitteldiscounter sind Filialbetriebe, deren Ursachen für den wirtschaftlichen Erfolg und die Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch bei dem Markt in Bad Rappenau-Zimmerhof handelt es sich um einen typischen Discounter. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Bad Rappenau nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Discounter im Umfeld.

Anhand der obigen Daten kann der Lebensmitteldiscounter als Anbieter eingeordnet werden, dessen Angebotsschwerpunkt eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt.

5. Makrostandort Bad Rappenau

Die Stadt **Bad Rappenau** liegt im Landkreis Heilbronn und übernimmt gemäß Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 die Funktion eines Unterzentrums für den nordwestlichen Teil der Region zwischen Sinsheim im Westen, Bad Friedrichshall / Bad Wimpfen im Osten, Mosbach im Norden und Heilbronn / Leingarten / Schwaigern in Richtung Süden. Die Stadt liegt dabei im wirtschaftlich starken Großraum Heilbronn, was sich insbesondere auch in den intensiven Wettbewerbsstrukturen sowohl im Einzelhandel als auch in wirtschaftlicher Hinsicht zeigt.

Hinsichtlich der **Siedlungsstrukturen** besteht die Stadt Bad Rappenau zum einen aus der Kernstadt, welche sich am Ostrand des Gemarkungsgebietes in Richtung Bad Wimpfen befindet und den teilweise weit von der Kernstadt abgesetzten Stadtteilen Babstadt, Bonfeld, Fürfeld, Grombach, Heinsheim, Obergimpfern, Treschklingen und Wollenberg.

Insgesamt leben in der Stadt Bad Rappenau derzeit rd. 21.868 Einwohner. Dabei entfällt mit einem Anteil von rd. 42 % der Großteil auf die Bad Rappenauer Kernstadt; die Stadtteile weisen jeweils für sich nur vergleichsweise geringe Einwohnerzahlen auf, welche zwischen 443 Einwohnern in Wollenberg und 1.930 Einwohnern in Bonfeld schwanken.⁹

In **verkehrlicher Hinsicht** ist die Stadt gut an das überregionale Verkehrsnetz angeschlossen. Über die Anschlussstelle „Bad Rappenau“ wird eine Anbindung an die Autobahn A 6 (Mannheim – Bad Rappenau – Nürnberg) sichergestellt. Darüber hinaus bestehen ebenfalls enge verkehrliche Verbindungen in die umliegenden Städte und Gemeinden über mehrere Landes- und Kreisstraßen. Insgesamt ist somit die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes Bad Rappenau mit dem **MIV** als sehr gut zu bewerten. Darüber hinaus wird eine **ÖPNV**-Anbindung an den regionalen Bahnverkehr und über mehrere Haltestellen an das S-Bahn-Liniennetz in Richtung Heilbronn sowie i.R. Sinsheim / Mannheim hergestellt. Insgesamt besteht in der Kernstadt über die Haltepunkte „Kurpark“ und „Bahnhof“ auch in den Stadtteilen Babstadt und Grombach eine Anbindung an die Stadtbahn. Daneben ist ein Busliniennetz vorhanden, welches die Stadtteile mit der Kernstadt bzw. auch regional verbindet. Insofern ist die verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Bad Rappenau mit dem ÖPNV ebenfalls als sehr gut zu bewerten.

⁹ Quelle: Daten der Stadt Bad Rappenau (Stand: 31.12.2018). Daten können von denen des Statistischen Landesamtes abweichen.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Strukturen im Untersuchungsraum

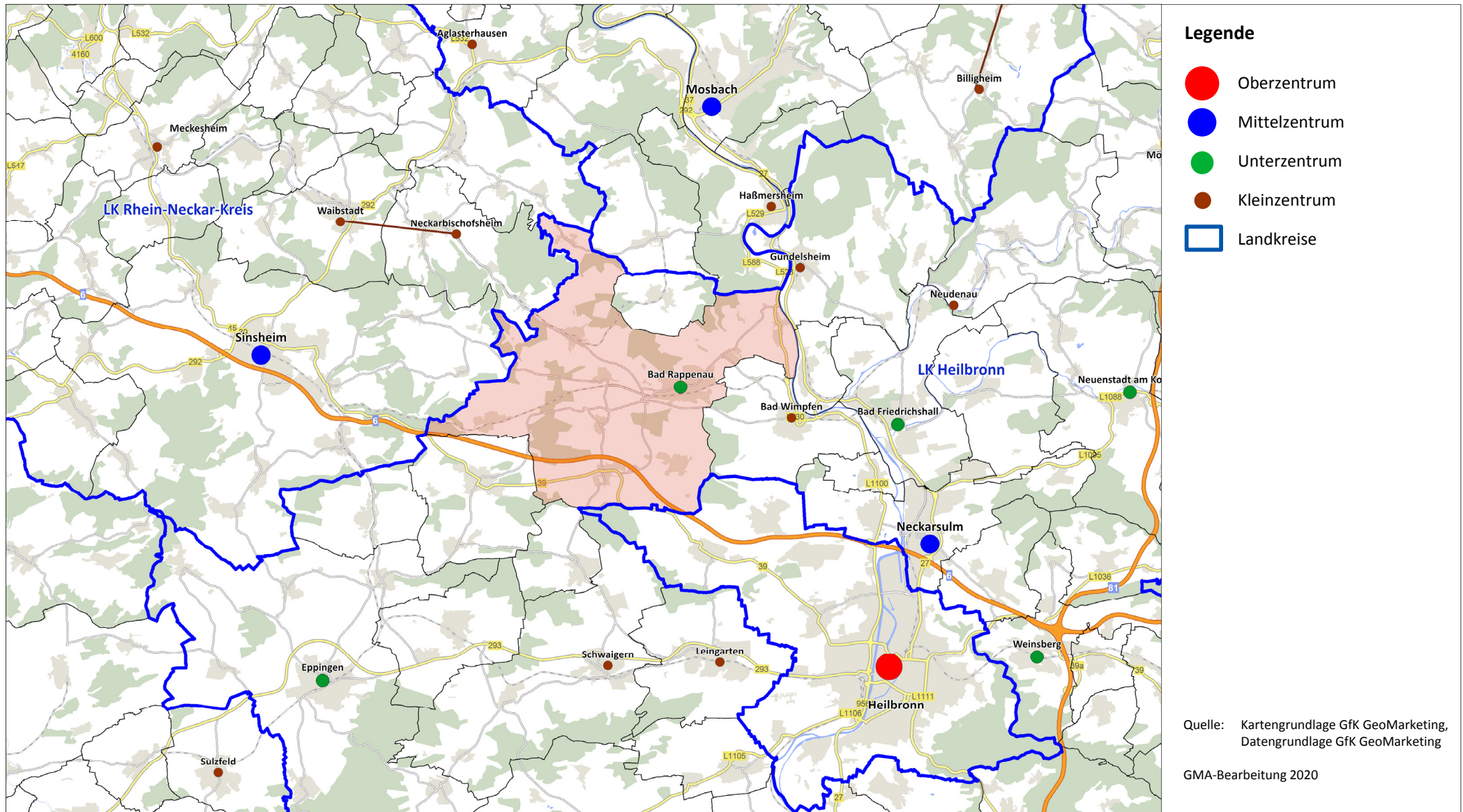


Tabelle 2: Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich

	2012	2018	abs.	relativ in %
Bad Rappenau	20.142	21.380	+ 1.238	+ 6,1
Bad Wimpfen	6.784	7.280	+ 496	+ 7,3
Bad Friedrichshall	18.274	19.369	+ 1.095	+ 6,0
Eppingen	20.769	21.814	+ 1.045	+ 5,0
Neckarsulm	25.754	26.544	+ 790	+ 3,1
Sinsheim	34.791	35.463	+ 672	+ 1,9
Mosbach	22.913	23.336	+ 423	+ 1,8
Heilbronn	117.531	125.805	+ 8.274	+ 7,0

GMA-Aufstellung 2019

Hinsichtlich der **Einwohnerentwicklung** war in der Stadt Bad Rappenau in den letzten Jahren eine deutlich positive Entwicklung zu verzeichnen. So stiegen die Einwohnerzahlen in der Stadt Bad Rappenau auf 21.380 Personen um 1.238 Einwohner bzw. 6,1 % an.¹⁰

Damit lag die Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich auf einem ähnlichen Niveau wie in den umliegenden Städten vergleichbarer Größenordnung. Einzig die im Umfeld gelegenen Mittelzentren Sinsheim und Mosbach sowie Neckarsulm verbuchten eine deutlich niedrigere Dynamik in ihrer Einwohnerentwicklung. Für die Zukunft geht das Statistische Landesamt Baden-Württemberg in seiner aktuellen Bevölkerungsvorausrechnung bis zum Jahr 2030 von einer gleichbleibenden Einwohnerentwicklung aus. Es ist somit auch in der Zukunft von einer stabilen Nachfrage auszugehen.

In der Stadt Bad Rappenau arbeiten derzeit 6.062 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte**.¹¹ Dabei entfallen rd. 28 % der Beschäftigten auf das produzierende Gewerbe, rd. 26 % auf den Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe sowie rd. 46 % auf den Bereich der sonstigen Dienstleistungen. Hinsichtlich einer Entwicklung der Beschäftigtenzahlen war in den vergangenen zehn Jahren ein deutlicher Anstieg der Beschäftigten um rd. 34 % zu verzeichnen, was insbesondere auch auf die Ausweisung weiterer Gewerbeflächen zurückzuführen war. Dennoch ist in der Stadt Bad Rappenau ein deutlicher Auspendlerüberschuss mit 3.291 Beschäftigten festzuhalten. Dies verdeutlicht auch die besondere Rolle der Stadt Bad Rappenau als Wohnstandort im wirtschaftlich starken Großraum Heilbronn.

Die größten **Gewerbegebiete** befinden sich im südwestlichen Teil der Kernstadt von Bad Rappenau zwischen der L 530 im Süden und der Babstadter Straße in Richtung Norden. Dort ist in den Gewerbegebieten entlang der Riemenstraße bzw. der Raiffeisenstraße überwiegend Kleingewerbe vorhanden. Ein weiterer gewerblicher Schwerpunkt befindet sich nördlich und südlich der Autobahnanschlussstelle Bad Rappenau im Logistikbereich bzw. aus dem produzierenden Gewerbe. Darüber hinaus ist in Bonfeld ein kleineres Gewerbegebiet vorzufinden. Weitere größere

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2018.

¹¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2018.

gewerbliche Schwerpunkte sind in Bad Rappenau nicht vorhanden. Punktuell sind jedoch auch in den Ortsteilen kleinere gewerblich geprägte Lagen festzuhalten.

Als Besonderheit in der Stadt Bad Rappenau ist auf den **Kurbetrieb** hinzuweisen. So ist Bad Rappenau als Sole- und Heilbad mit zahlreichen unterschiedlichen Kliniken ausgestattet. Insgesamt waren dadurch im Jahr 2018 rd. 336.300 Übernachtungen zu verzeichnen. Die Aufenthaltsdauer der Gäste betrug kurtypisch über acht Tage und die Bettenauslastung lag mit rd. 69 % auf einem vergleichbar hohen Niveau. Insofern lässt sich festhalten, dass der Kurbetrieb und die Kurgäste auch für den Wirtschaftsstandort Bad Rappenau und insbesondere auch für den Einzelhandel eine wichtige Einnahmequelle darstellen.¹² Es ist davon auszugehen, dass rd. 4 – 5 % des Umsatzes im Einzelhandel in Bad Rappenau auf Kurgäste zurückzuführen sind. Der Umsatzanteil schwankt hierbei in den einzelnen Branchenbereichen.

6. Mikrostandort Zimmerhof

Der für die Bebauung mit einem Lebensmitteldiscounter und Backshop vorgesehene Standort (inkl. der zudem im Umfeld geplanten Wohnflächen) befindet sich südlich des bestehenden Siedlungskörpers des Stadtteils Zimmerhof und der sich in Nordwest-Südost Richtung erstreckenden Erschließungsstraße „Zimmerhöfer Straße“. Der Standort soll über den bestehenden Kreisel angebunden werden; darüber wird auch die weitere Erschließung des geplanten Neubaugebietes erfolgen. Die Planung sieht eine parallele Entwicklung des Gebietes mit dem Lebensmitteldiscounter und der Wohnbebauung vor.

Foto 1: Standort



GMA-Aufnahmen 2019

Foto 2: bestehender Kreisel und Stadtteil Zimmerhof



¹² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2018.

Das **Standortumfeld** ist in Richtung Norden durch die Hauptwohnlagen des Stadtteils Zimmerhof überwiegend mit mehrgeschossiger Wohnbebauung geprägt. Perspektivisch wird sich bei einer zeitgleichen Realisierung von Wohnbebauung südlich des Standortes Wohnbebauung mit rd. 250 Einwohnern anschließen.¹³ **Bei einer Realisierung der den Standort arrondierenden Wohnflächen ist von einer städtebaulichen Integration des Standortes auszugehen, da der Standort in zwei Richtungen von Wohnbebauung umgeben ist.**

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort sowohl aus Richtung des direkt nördlich gelegenen Stadtteils Zimmerhof als auch aus dem weiter nordöstlich im Neckartal gelegenen Stadtteil Heinsheim gut zu erreichen. Ebenfalls ist aus dem nordöstlichen Kernstadtbereich durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes mit Kundenzuführeffekten zu rechnen. Daneben ist insbesondere aus Richtung Südosten aus dem Bad Wimpfener Stadtteil Hohenstadt sowie eingeschränkt aus dem nordwestlich gelegenen Siegelsbach durch die vorhandene Querverbindung mit einer guten Erreichbarkeit des Standortes für den motorisierten Individualverkehr zu rechnen. Mit dem ÖPNV ist der Standort über die Haltestelle „Zimmerhof-Kreuz“ gut an die bestehenden Busverbindungen angeschlossen. Fußläufig ist insbesondere für den Stadtteil Zimmerhof mit rd. 1.900 Einwohnern sowie für die weiteren 250 Einwohner im direkten Standortumfeld im geplanten Neubaugebiet eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben. Der Standort wird somit in hohem Maße auch eine direkte fußläufige Versorgungsfunktion für den Stadtteil Zimmerhof übernehmen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Standort südlich des Kreisels und südlich des Stadtteils Zimmerhof bei einer zeitgleichen Realisierung der Wohnbaufläche mit rd. 250 Einwohnern in Richtung Süden als städtebaulich integrierter Standort anzusprechen ist, welcher im Schwerpunkt eine Nahversorgungsfunktion (auch fußläufig) übernehmen wird. Insofern ist bei der Realisierung eines Nahversorgungsstandortes in Verbindung mit einem Wohngebiet davon auszugehen, dass es sich um einen reinen Nahversorgungsstandort für das nordöstliche Stadtgebiet von Bad Rappenau handeln wird und eine Regionalbedeutsamkeit aufgrund der Lage und Exposition des Standortes sowie der Einbindung in die Wohnlagen des Stadtteils Zimmerhof nicht zu erwarten wäre.

Nach den vorliegenden Projektplanungen handelt es sich bei der Realisierung des Lebensmitteldiscounters zusammen mit den vorgesehenen Wohnbauflächen grundsätzlich um einen städtebaulich integrierten und nicht regionalbedeutsamen Mikrostandort.

¹³ Die geplanten Wohnbauflächen werden in den Flächennutzungsplan eingebracht. Ein Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan ist bereits erfolgt.

Karte 2: Mikrostandort „Zimmerhof“



Legende

● Standort

Quelle: © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2020

II. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Bad Rappenau und im Umland wurde von der GMA eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden.

1. Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet

Im **Einzugsgebiet** sind die Versorgungsstrukturen im Nahversorgungsbereich nur rudimentär ausgeprägt. Es fehlt ein größerer Lebensmittelanbieter, weshalb auch im Einzelhandelskonzept für die Stadt Bad Rappenau hier Entwicklungspotenzial zur Realisierung eines Lebensmittelmarktes gesehen wurde. Das Angebot sowohl im Kernstadtbereich als auch in Zimmerhof und Heinsheim beschränkt sich auf eine Bäckerei in Heinsheim sowie im Kernstadtbereich auf einen Tankstellenshop und einen kleinen Bio-Lebensmittelmarkt. Alle größeren Anbieter in Bad Rappenau und im Umland sind außerhalb des Einzugsgebiets vorzufinden. Entsprechend ist davon auszugehen, dass derzeit nahezu die gesamte im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraft an andere Einzelhandelsstandorte (insbesondere Bad Rappenau selbst, aber auch in Teilen Bad Wimpfen, Siegelbach, Gundelsheim) abfließt.

2. Versorgungsstrukturen im restlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau

In Bad Rappenau ist im Lebensmittelbereich insgesamt eine Verkaufsflächen von rd. 9.925 m² und eine Umsatzleistung im Lebensmittelbereich von rd. 49,9 Mio. € vorhanden. Die wesentlichen Träger der Nahversorgung (= größere Lebensmittelmärkte) werden im Folgenden kurz dargestellt:

Kaufland, Raiffeisenstraße

- /// Großer Supermarkt
- /// 2.900 m² Verkaufsfläche
- /// Lage im Ergänzungsbereich der Innenstadt, modernisierter Lebensmittelmarkt mit gutem Kundenzuspruch, größter Vollsortimenter in Bad Rappenau



Rewe, Raiffeisenstraße

- /// Lebensmittelvollsortimenter
- /// 1.580 m² Verkaufsfläche
- /// Lage im Innenstadtergänzungsbereich in den Schlossarkaden, zusammen mit weiteren Fachmärkten und Lidl
- /// leistungsfähiger Lebensmittelvollsortimenter mit modernem Marktaustritt mit hohem Kundenzuspruch



Lidl, Raiffeisenstraße

- /// Lebensmitteldiscounter
- /// 1.280 m² Verkaufsfläche
- /// Lage im Ergänzungsbereich der Innenstadt zusammen mit Rewe und den Schlossarkaden
- /// Stand alone-Objekt mit modernstem Lidl-Konzept
- /// guter Kundenzuspruch
- /// insgesamt moderner und leistungsfähiger Anbieter



Aldi, Riemenstraße

- /// Lebensmitteldiscounter
- /// 1.200 m² Verkaufsfläche
- /// Lage im Innenstadtergänzungsbereich
- /// im weiteren Umfeld Dänisches Bettenlager und Getränkemarkt
- /// moderner Marktauftritt und guter Kundenzuspruch



Netto, Raiffeisenstraße

- /// Lebensmitteldiscounter
- /// 890 m² Verkaufsfläche
- /// Standortverbund mit Raiffeisen-Bauzentrum im Gewerbegebiet Raiffeisenstraße
- /// moderner Marktauftritt
- /// im Standortumfeld weitere Einzelhandelsbetriebe vorhanden
- /// ausreichende Verkaufsflächendimensionierung, ggf. perspektivisch Erweiterung der Verkaufsfläche zu erwarten



Penny, Wilhelm-Hauff-Straße

- /// Lebensmitteldiscounter
- /// 750 m² Verkaufsfläche
- /// Lage im Stadtteil Fürfeld in Gewerbegebietslage
- /// Nahversorger für die südlich der Kernstadt gelegenen Bad Rappenauer Stadtteile Fürfeld, Bonfeld und Treschklingen
- /// vergleichsweise kleiner Lebensmitteldiscounter, ggf. perspektivisch Notwendigkeit einer Verkaufsflächenerweiterung zur Standortsicherung



3. Versorgungsstrukturen im Umland

Folgende Versorgungsstrukturen sind im **Umland** vorzufinden:

- /// Im nordwestlich des Einzugsgebietes gelegenen **Siegelsbach** ist ein kleinflächiger Penny Lebensmitteldiscounter am südlichen Ortsrand vorhanden, welcher eine Nahversorgung für die Gemeinde sichert und zudem von der Frequenz auf der K 2148 bzw. L 530 i. R. Süden und von Kundenzuführungseffekten aus Richtung Hüffenhardt profitiert.
- /// In Richtung Norden ist insbesondere für die Kunden aus Heinsheim aktuell der Standort **Gundelsheim** mit Edeka und Lidl als Hauptangebotsstandort zu nennen. In dieser Richtung bestehen zahlreiche Kundeneinkaufsbeziehungen.
- /// In **Bad Wimpfen** ist insbesondere auf den Edeka Markt in der Rappenauer Straße im Kernstadtbereich sowie auf den Versorgungsstandort in Bad Wimpfen im Tal mit Rewe und Aldi hinzuweisen. Das Angebot wird in Bad Wimpfen ergänzt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Getränkemärkte.
- /// Insgesamt lässt sich festhalten, dass im Umland in alle Richtungen ebenfalls Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel bestehen. Für den Versorgungsstandort am Standort Zimmerhof werden insbesondere die Wettbewerbsstrukturen im restlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau sowie punktuell in Siegelsbach und Bad Wimpfen und eingeschränkt in Gundelsheim mit Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen haben, da davon auszugehen ist, dass die Kundenorientierung an diese Standorte abnehmen wird.
- /// Ebenfalls zeigt sich, dass der Standort Zimmerhof keine regionale Bedeutung erlangen wird, da im Umfeld flächendeckend eigene Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel bestehen. Das regelmäßige Einzugsgebiet des Standortes beschränkt sich somit auf das Kerneinzugsgebiet des Nahversorgungsstandortes. Eine Regionalbedeutsamkeit ist – insbesondere in Verbindung mit der im Standortumfeld geplanten Wohnbebauung – nicht zu erwarten.

III. Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den 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 Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung auszugehen. 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 Bad Rappenau und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Lebensmitteldiscounter folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

///	Zone I:	Bad Rappenau-Zimmerhof, Neubaugebiet Zimmerhof ¹⁴	2.158 Einwohner
///	Zone II:	Bad Wimpfen-Hohenstadt ¹⁵	356 Einwohner
///	Zone III:	Bad Rappenau-Kernstadt Nordost, Heinsheim	4.944 Einwohner
///	Einzugsgebiet gesamt		7.458 Einwohner.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Lebensmitteldiscounters (inkl. Backshop) lässt sich wie folgt begründen:

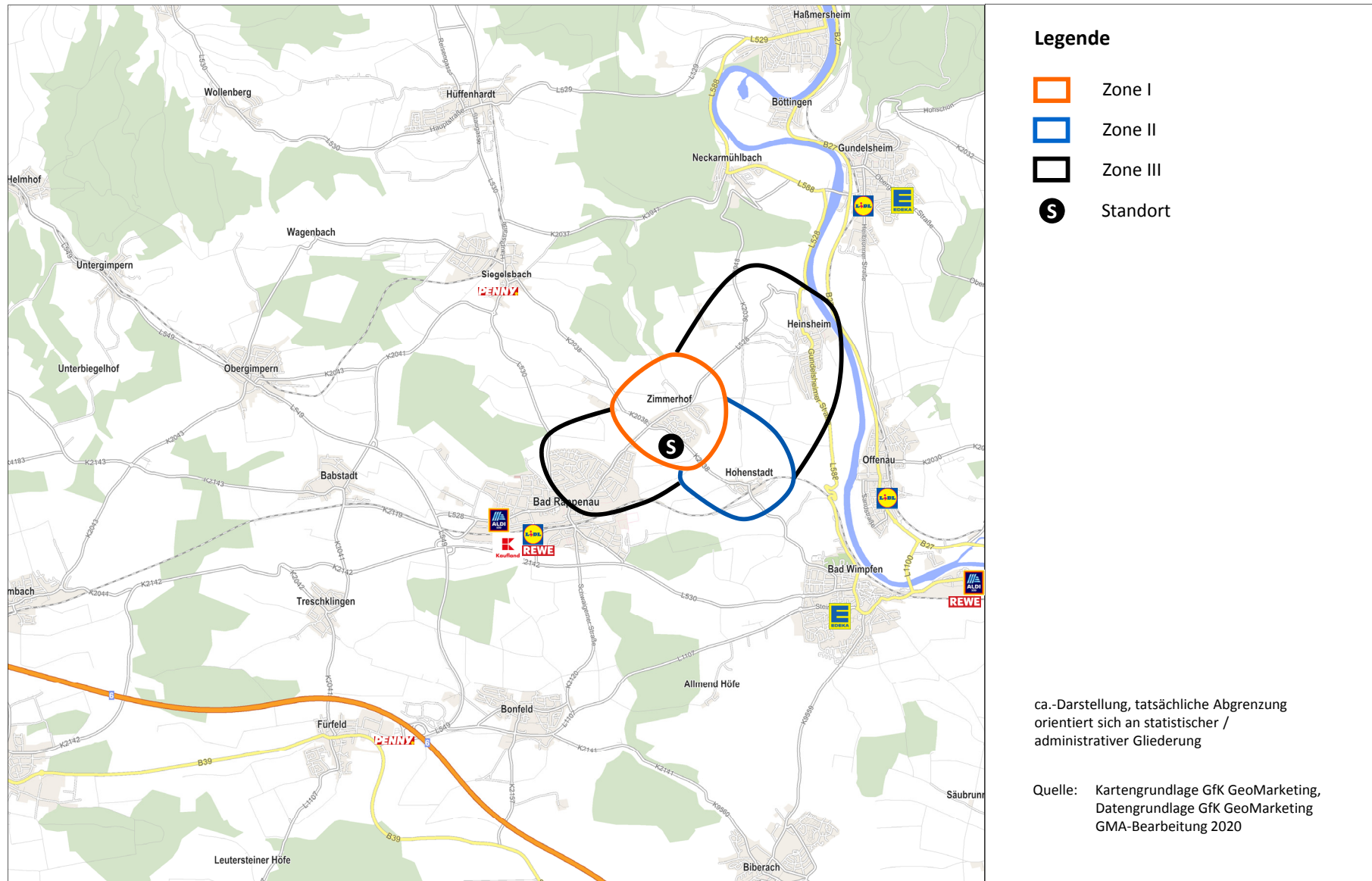
¹⁴ Quelle: Stadt Bad Rappenau, Stand: 31.12.2018, für das Neubaugebiet werden rd. 250 Einwohner angenommen. Dies entspricht einer Bruttowohndichte von 90 – 100.

¹⁵ Quelle: Stadt Bad Wimpfen, Stand: 20.09.2019.

- /// Die höchste Kundenorientierung wird in den im nordöstlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau gelegenen Wohngebieten zu erwarten sein. Dies ist insbesondere für den Stadtteil Zimmerhof, das in der Planung enthaltene Neubaugebiet mit rd. 250 Einwohnern bzw. den nordöstlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau mit insgesamt rd. 2.158 Einwohnern anzunehmen. (Zone I)
- /// Daneben wird aus dem direkt südöstlich des Planstandortes gelegenen Bad Wimpfener Stadtteil Hohenstadt mit insgesamt 356 Einwohnern ebenfalls mit Kundenzuführungseffekten an den Standort gerechnet. Dies ist aufgrund der geringen Distanz zum Vorhabenstandort und der im Vergleich zu den Versorgungsstrukturen in Bad Wimpfen zu erwartenden deutlich besseren Erreichbarkeit des Standortes in Zimmerhof anzunehmen. (Zone II)
- /// Daneben wird aus dem räumlich vom Standort abgesetzten Stadtteil Heinsheim mit insgesamt 1.594 Einwohnern ebenfalls eine starke Einkaufsorientierung zu erwarten sein, wenngleich in dieser Richtung bereits Kundenmehrfachorientierung in Richtung Gundelsheim bestehen. Zudem ist aus dem nördlichen Kernstadtgebiet von Bad Rappenau mit Kundenzuführungseffekten zu rechnen, wenngleich hier der Versorgungsstandort südwestlich der Innenstadt weiterhin eine gewisse Rolle spielen dürfte. Entsprechend niedriger werden hier die zu erwartenden Marktanteile am Standort ausfallen. (Zone III)
- /// Eine weitergehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes wird im Wesentlichen durch die Wettbewerbsstrukturen unterbunden. So ist aus dem sonstigen Kernstadtbereich von Bad Rappenau aufgrund des Versorgungsschwerpunktes im südwestlichen Stadtgebiet nicht mit nennenswerten Kundenzuführungseffekten an den Standort zu rechnen. Dies ist ebenfalls für die Stadt Bad Wimpfen anzunehmen. Dort ist im Kernstadtbereich ein Edeka Lebensmittelvollsortimenter vorhanden; das Angebot wird hier ergänzt durch weitere Versorgungsstrukturen in Wimpfen im Tal. Richtung Nordwesten folgt in Siegelsbach am südlichen Ortsrand ein Penny Lebensmitteldiscounter, welcher mit dem Planvorhaben vergleichbar ist. In Richtung Norden wird eine weitergehende Ausdehnung des Einzugsgebiets durch die Topographie unterbunden.

Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass es sich bei dem Standort um einen reinen Nahversorgungsstandort für die nordöstlichen Stadtteile bzw. den nordöstlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau handelt. Eine über das Stadtgebiet hinausgehende nennenswerte Versorgungsbedeutung wird ausschließlich für den Bad Wimpfener Stadtteil Hohenstadt übernommen. Dennoch handelt es sich angesichts des vergleichsweise geringen Anteils der Hohenstädter Wohnbevölkerung am gesamten Einzugsgebiet (rd. 4 – 5 %) nur um deutlich untergeordnete Zuflüsse von außerhalb des Stadtgebietes von Bad Rappenau. Es handelt sich somit um einen reinen Nahversorger für Teile des Stadtgebiets von Bad Rappenau. Eine Regionalbedeutsamkeit des Standortes ist aufgrund der Wettbewerbsstrukturen und des erschließbaren Einzugsgebiets nicht anzunehmen.

Karte 3: Einzugsgebiet und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum



- Legende**
- Zone I
 - Zone II
 - Zone III
 - S Standort

ca.-Darstellung, tatsächliche Abgrenzung orientiert sich an statistischer / administrativer Gliederung

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing GMA-Bearbeitung 2020

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.035.¹⁶

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

ca. € 2.210.¹⁷

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research¹⁸ liegt das Kaufkraftniveau in Bad Rappenau bei 103,2 und sowie in Bad Wimpfen-Hohenstadt bei 112,8 und damit jeweils über dem Bundesdurchschnitt.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel somit auf **ca. 17,2 Mio. €**. Zusätzlich wird bei Lebensmitteldiscounter ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall des Lebensmitteldiscounters bei ca. 15 %. Davon entfallen rd. 7 – 8 % auf sog. Nonfood I-Artikel (Drogeriewaren, Tiernahrung und andere Nahversorgungssortimente) und 7 – 8 % auf sonstige Nonfood II-Artikel.

Folgende Kaufkraft ist demnach in den Zonen des Einzugsgebietes vorhanden:

/// Zone I:	5,0 Mio. €
/// Zone II:	0,9 Mio. €
/// Zone III:	11,3 Mio. €

Die **Realisierung der Wohnbauflächen** direkt angrenzend an den Standort führt zu einer Erhöhung der Kaufkraft im direkten Umfeld des Standortes i. H. von rd. 0,6 Mio. €. Ohne das Neubaugebiet wäre in Zone I des Einzugsgebietes von einem Kaufkraftvolumen von rd. 4,4 Mio. € im Lebensmittelbereich auszugehen.

¹⁶ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁷ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung. Auch die weiteren am Standort vorhandenen Anbieter sind diesem Standortbereich zuzuordnen.

¹⁸ Quelle: MB-Research, 2018

IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen

1. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.¹⁹ Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich 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. Das Marktanteilkonzept lässt hingegen keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel IV., 2. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 1.100 m² VK (inkl. Bäcker) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln²⁰:

Tabelle 3: Umsatzprognose

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €*	Umsatzherkunft in %
Zone I (Zimmerhof inkl. Neubaugebiet)	5,0	26 – 27	1,3	0,2 – 0,3	1,5 – 1,6	40 – 41
Zone II (Bad Wimpfen-Hohenstadt)	0,9	26 – 27	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	7
Zone III (Bad Rappenau Nordost)	11,5	13 – 14	1,5	0,2 – 0,3	1,7 – 1,8	46
Einzugsgebiet	17,2	18	3,0 – 3,1	0,5 – 0,6	3,6	94
Streuumsätze			0,2	< 0,1	0,2 – 0,3	6
Insgesamt			3,2 – 3,3	0,6	3,8 – 3,9	100

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

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

¹⁹ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁰ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Die in Ansatz gebrachten Marktanteile können wie folgt begründet werden:

- In **Zimmerhof** selbst (inkl. geplanten Neubaugebiet) sowie in **Zone II** (Bad Wimpfen-Hohenstadt) wird aufgrund der Nähe zum Vorhabenstandort eine ähnliche Kundenbindung an den Standort zu erwarten sein. Hier wird mit einem Marktanteil von rd. 26 – 27 % ein vergleichsweise hoher Wert angesetzt. In Anbetracht der sonstigen Wettbewerbsstrukturen im Umfeld ist hingegen nicht zu erwarten, dass der Marktanteil in Zone I und II des Einzugsgebietes deutlich höher ausfallen wird, da weiterhin andere Einzelhandelsstandorte sowohl im Lebensmitteldiscountbereich als auch im Vollsortimentsbereich frequentiert werden. Insgesamt ist jedoch aufgrund der Nähe zum Planvorhaben von einer hohen Kundenorientierung an den Standort in Zimmerhof aus Zone I und II des Einzugsgebietes auszugehen.
- In **Zone III** des Einzugsgebietes (nordöstliches Kernstadtgebiet von Bad Rappenau) ist von einer niedrigeren Kundenbindung an den Standort auszugehen. Dies liegt daran, dass hier die Distanz zu dem starken Versorgungsstandort im südwestlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau deutlich geringer ausfällt als in Zone I und II des Einzugsgebietes und hier ein umfassendes Angebot durch zahlreiche verschiedene Anbieter im Lebensmittelbereich vorhanden ist, welches eine höhere Strahlkraft entwickelt als der Standort in Zimmerhof. Dennoch werden aufgrund der räumlichen Nähe des Standortes Kunden aus dem nordöstlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau ebenfalls an den Standort tendieren, so dass davon auszugehen ist, dass auch im nordöstlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau noch mit vergleichsweise hohen Marktanteilen zu rechnen ist.
- Die Streukundeneffekte von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes werden sich aufgrund der Wettbewerbsstrukturen im Umland und der vergleichsweise geringen Pkw-Frequenz entlang der Kreisstraße 2038²¹ auf einem geringen Niveau bewegen. Dies verdeutlicht nochmals die vergleichsweise geringe Bedeutung des Standortes in regionaler Hinsicht. Auch die Marktanteile deuten darauf hin, dass es sich bei dem Standort um einen nicht regionalbedeutsamen Standort handelt.

Auf Basis dieser Marktanteile lässt sich für den Lebensmitteldiscounter inkl. Bäcker mit ca. **1.100 m² VK** eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 3,8 – 3,9 Mio. €** ermitteln. Hierbei entfällt ein Umsatz von rd. 3,6 Mio. € auf den Lebensmitteldiscounter und 0,2 – 0,3 Mio. € auf den Backshop. Nach Sortimenten entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich ca. 3,2 – 3,3 Mio. € und ca. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit insgesamt mindestens 86 – 87 % der weit überwiegende Teil des Umsatzes am Standort aus Bad Rappenau generiert wird.

²¹ rd. 2.200 Kfz pro 24 h. Quelle: Straßenverkehrszählung 2017, Baden-Württemberg.

Insofern unterstreichen die voraussichtlichen Umsatzherkünfte die nahezu ausschließlich auf die Einwohner von Bad Rappenau ausgerichtete Versorgungsfunktion des Standortes. So spricht der hohe Umsatzanteil aus Bad Rappenau für eine fehlende Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens.

2. Umsatzzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen

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

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

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


Im Detail sind durch die Realisierung des Lebensmitteldiscounters im Untersuchungsraum folgende **Umsatzzumlenkungen** zu erwarten:

- /// **Im Einzugsgebiet** selbst sind keine relevanten Wettbewerber vorhanden. Insofern sind innerhalb des Einzugsgebiets ebenfalls keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.
- /// Die höchsten Umsatzzumverteilungseffekte werden in **Bad Rappenau** selbst zu erwarten sein. Im Einzugsgebiet besteht hier insbesondere aus Richtung Zimmerhof und aus dem nordöstlichen Kernstadtbereich aktuell eine hohe Einkaufsorientierung an den Versorgungsstandort südwestlich der Innenstadt, wo nahezu alle größeren Lebensmittelmärkte vorhanden sind. Diese Einkaufsorientierung wird durch die Schaffung eines neuen Angebots im nordöstlichen Kernstadtbereich zurückgehen, so dass in der Folge mit Umsatzzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von rd. 4 – 5 % auszugehen ist. Angesichts der Leistungsfähigkeit der in Bad Rappenau vorhandenen Anbieter im Lebensmittelbereich und der hohen Kundenorientierung aus der Gesamtstadt Bad Rappenau mit insgesamt rd. 21.900 Einwohnern sind die ausgelösten Effekte als wettbewerbliche Effekte einzuordnen, welche zu keinen schädigenden Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen bzw. auf die innerhalb des zentralen Versorgungsbe-reich gelegenen Lebensmittelmärkte führen werden.

Tabelle 4: Umsatzzumlenkungen

		Umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumlenkungen im Einzugsgebiet	n.n.	n.n.
	▪ Umsatzumlenkungen in Bad Rappenau	2,6	4 – 5
	▪ Umsatzumlenkungen in Siegelsbach	0,1 – 0,2	5
	▪ Umsatzumlenkung in Bad Wimpfen (Kernstadt)	0,1 – 0,2	2
	▪ Umsatzumlenkung in Gundelsheim	0,2 – 0,3	2
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. sonstigen Standorten	0,2	n.n.
	▪ Umsatz (inkl. Bäcker) im Lebensmittelbereich	3,3 – 3,4	
Nichtlebensmit- telbereich	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,6	n.n.
▪ Umsatz insgesamt		3,9 – 4,0	

GMA-Berechnungen 2021

- 
 Gegenüber dem Penny Lebensmitteldiscounter in **Siegelsbach** als in ähnlicher Distanz wie die Angebote in der Kernstadt von Bad Rappenau gelegenem Lebensmittelmarkt werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 5 % erwartet. Aufgrund der Nähe zum Vorhabenstandort und der vorhandenen Einkaufsorientierung insbesondere aus Richtung des Stadtteils Zimmerhof ist hier mit einer rückläufigen Kundenbindung Bad Rappenauer Kunden in Richtung Siegelsbach auszugehen. Zwar werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, diese sind jedoch als wettbewerbliche Effekte einzuordnen, welche nicht zu einer Schließung des Anbieters führen werden. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass das Einzugsgebiet des Penny-Lebensmitteldiscounters auch weiterhin die Gemeinde Siegelsbach, die Gemeinde Hüffenhardt und den Bad Rappenauer Stadtteil Obergimpfern sowie weiterhin Teile der Einwohner von Zimmerhof mit insgesamt rd. 5.511 Einwohnern (ohne Zimmerhof) zzgl. Pkw-Kunden von der L 530 bzw. K 2148 umfasst, ist umfassendes Kaufkraftpotenzial für ein langfristig tragfähiges Betreiben des Standortes auch bei einer Realisierung eigenständiger Nahversorgungsstrukturen in Zimmerhof vorhanden. Die Nahversorgungsstrukturen in Siegelsbach werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

- /// Daneben ist auch in der **Kernstadt von Bad Wimpfen** mit geringen Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen, welche aus der rückläufigen Einkaufsorientierung von Kunden aus Bad Wimpfen-Hohenstadt resultieren. Hier wird ein Großteil der durch das Vorhaben generierten Umsatzleistung dem örtlichen Edeka Markt abgezogen werden. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 2 % was in Anbetracht der sonstigen in der Bad Wimpfener Kernstadt vorhandenen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale als geringe Effekte zu bewerten sind, welche nicht zu schädigenden Auswirkungen gegenüber dem örtlichen Edeka Markt führen würden. Die Nahversorgungsstrukturen in Bad Wimpfen und auch der zentrale Versorgungsbereich von Bad Wimpfen werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.
- /// In **Gundelsheim** ist mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 2 % zu rechnen. Diese resultieren im Wesentlichen aus einer rückläufigen Einkaufsorientierung von Kunden aus dem Bad Rappenauer Stadtteil Heinsheim, welcher im Neckartal gelegen ist und wo traditionell eine hohe Einkaufsorientierung an den Standort Gundelsheim besteht. Diese Umsatzumverteilungseffekte werden im Wesentlichen die beiden Lebensmittelmärkte Lidl und Edeka treffen, jedoch ist auch hier nicht mit schädigenden Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen oder den zentralen Versorgungsbereich zu rechnen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 0,6 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Bad Rappenau und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Rückwirkungen im Lebensmittelbereich führen werden. Sowohl gegenüber den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen als auch den sonstigen strukturprägenden Anbietern außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem wettbewerbsüblichen Niveau. Marktaustritte sind infolge der Ansiedlung auszuschließen. **Auch die Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte unterstreicht die fehlende Raumbedeutsamkeit des neuen Standortes. Der Standort dient nahezu ausschließlich einer Versorgung der örtlichen Bevölkerung und wird keine schädigenden übergemeindlichen Auswirkungen nach sich ziehen.**

V. Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens

Gemäß Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 sind

„Einzelhandelsgroßprojekte sind [...]Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO. Sie sind einerseits großflächig und haben andererseits wesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung. Für die Regionalplanung von Bedeutung sind dabei die Auswirkungen auf die Zielsetzungen der Regionalplanung, in der Regel also die übergemeindlichen Auswirkungen. Keine Bedeutung für die Regionalplanung haben dagegen die Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung der Standortgemeinde, sofern dadurch keine Zielsetzungen der Regionalplanung berührt werden. Ob ein Einzelhandelsgroßbetrieb regionalbedeutsam ist, lässt sich damit nur beim Einzelfall feststellen.“²²

Folgende Aspekte sprechen im vorliegenden Fall für eine fehlende Regionalbedeutsamkeit des Standortes in Bad Rappenau-Zimmerhof:

- Die Realisierung eines Lebensmitteldiscounters am Standort Zimmerhof in Verbindung mit der Realisierung von Wohnbebauung im direkten Standortumfeld schließt eine bestehende Versorgungslücke im Stadtgebiet von Bad Rappenau, welche sich insbesondere auf die Stadtteile Zimmerhof und Heimsheim sowie den nordöstlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau bezieht. Hier sind keine Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Durch die Ansiedlung könnte für diesen Bereich die Nahversorgung gesichert werden. Dies wird auch durch die Aussagen im kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Rappenau unterstrichen.
- Der Standort des Vorhabens befindet sich direkt südlich angrenzend an bestehende Wohnbebauung und soll zusammen mit einer größeren Wohnbaufläche mit insgesamt rd. 250 Einwohnern entwickelt werden. Unter diesen gegebenen Bedingungen handelt es sich bei dem Standort um einen städtebaulich integrierten Standort. Insgesamt handelt es sich bei dem Standort unter Berücksichtigung der geplanten Wohnbebauung durch die Einbettung des Standortes in zwei Richtungen durch Wohnnutzungen um einen nicht regionalbedeutsamen Standort zur Sicherung der lokalen Nahversorgung für Bad Rappenau.
- Das Einzugsgebiet des Standortes beschränkt sich im Wesentlichen auf das Stadtgebiet von Bad Rappenau. Nur punktuell ist aus dem südöstlich angrenzenden Bad Wimpfener Stadtteil Hohenstadt mit Kundenzuführungseffekten zu rechnen. Eine weitergehende Ausdehnung des Einzugsgebiets wird durch die Wettbewerbsstrukturen im Umfeld unterbunden. Insofern unterstreicht die Abgrenzung des durch das Vorhaben er-

²² Regionalplan Heilbronn-Franken, Seite 61 f..

schließbaren Einzugsgebiets die überwiegend lokale Versorgungsfunktion des Standortes in Bad Rappenau-Zimmerhof. Eine Regionalbedeutsamkeit ist angesichts des zu erwartenden Einzugsgebietes nicht anzunehmen.

- Die voraussichtlichen Umsatzherkünfte des Standortes zeigen die nahezu ausschließlich auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtete perspektivische Bedeutung des Marktes. So stammen mindestens 86 – 87 % des Umsatzes aus der Stadt Bad Rappenau selbst. Die Umsatzherkünfte sprechen ebenfalls dafür, dass keine Regionalbedeutsamkeit gegeben ist.
- Übergemeindliche schädliche Wirkungen sind im hier vorliegenden Fall ebenfalls nicht zu erwarten. Es werden zwar wettbewerbliche Effekte ausgelöst, welche jedoch bei einer Bewertung dieser Effekte nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der geplante Standort (inkl. Bäcker) einen wesentlichen Beitrag zur Schließung einer Versorgungslücke unterhalb der Nahversorgungsstrukturen von Bad Rappenau leisten wird. Das Vorhaben ist demnach nicht als regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt (vgl. Ziel 2.4.3.2.2 des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020) im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO einzuordnen. Alle für die Bewertung der Regionalbedeutsamkeit heranzuziehenden Aspekte sprechen für das Fehlen von übergemeindlichen Wirkungen. Die Kommunen im Umland von Bad Rappenau werden durch das Vorhaben nicht tangiert.

Insofern ist eine Zulässigkeit des Vorhabens mit max. 1.100 m² (inkl. Bäcker) in Verbindung mit der weiterhin geplanten Wohnbebauung vor dem Hintergrund der Regelungen des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 gegeben.

VI. Raumordnerische Prüfung

1. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Maßgeblich für die Bewertung des „Konzentrationsgebots“ ist Ziel 3.3.7 des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg:

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

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

dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder

diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

Auch im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020²³ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg²⁴ wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen.

Der Stadt Bad Rappenau wird im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums zugewiesen. Dementsprechend ist der Standort für Einzelhandelsgroßprojekte vorgesehen. Das Vorhaben dient der Sicherung der Grundversorgung des nordöstlichen Kernstadtbereichs und der östlichen Stadtteile. Mit dem Vorhaben wird eine bestehende Versorgungslücke geschlossen.

Das Konzentrationsgebot wird eingehalten.

2. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.3 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

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

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

²³ Quelle: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Ziel 2.4.3.2.2.

²⁴ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung.

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

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

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

Der Standort südlich des Kreisels und südlich des Stadtteils Zimmerhof ist bei einer zeitgleichen Realisierung der Wohnbaufläche mit rd. 250 Einwohnern in Richtung Süden als städtebaulich integrierter Standort anzusprechen, welcher im Schwerpunkt eine Nahversorgungsfunktion (auch fußläufig) übernehmen wird. Insofern ist bei der Realisierung des Standortes in Verbindung mit einem Wohngebiet davon auszugehen, dass es sich um einen reinen Nahversorgungsstandort für das nordöstliche Stadtgebiet von Bad Rappenau handeln wird. Für die Realisierung des Wohngebiets wurde bereit eine Änderung des Flächennutzungsplans auf den Weg gebracht und ein Aufstellungsbeschluss für den Wohngebiets-Bebauungsplan gefällt.

Das Integrationsgebot wird eingehalten.

3. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das sog. Konzentrationsgebot (vgl. Kapitel II.) zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

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

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

Für die Stadt Bad Rappenau erstreckt sich der Verflechtungsbereich ausschließlich auf Bad Rappenau selbst.

Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des Standortes erstreckt sich im Wesentlichen auf das nordöstliche Stadtgebiet und die dort ebenfalls gelegenen Bad Rappenauer Stadtteile. Ein regelmäßiges regionales Einzugsgebiet wird hingegen nicht erschlossen. Es handelt sich um einen Nahversorgungsstandort für Bad Rappenau.
- /// Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass bei einer Realisierung der Wohnbauflächen rd. 86 – 87 % des Umsatzes aus der Stadt Bad Rappenau stammen. Damit wird der definierte Schwellenwert (mindestens 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten.

Das Kongruenzgebot wird eingehalten.

4. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg

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

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

nicht beeinträchtigen darf. Diese Vorgaben wurden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen.

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

- /// **Im Einzugsgebiet** selbst sind keine relevanten Wettbewerber vorhanden. Insofern sind innerhalb des Einzugsgebiets ebenfalls keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.
- /// Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden in **Bad Rappenau** selbst zu erwarten sein. Im Einzugsgebiet besteht hier insbesondere aus Richtung Zimmerhof und aus dem nordöstlichen Kernstadtbereich aktuell eine hohe Einkaufsorientierung an den Versorgungsstandort südwestlich der Innenstadt, wo nahezu alle größeren Lebensmittelmärkte vorhanden sind. Diese Einkaufsorientierung wird durch die Schaffung eines neuen Angebots im nordöstlichen Kernstadtbereich zurückgehen, so dass in der Folge mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von rd. 4 – 5 % auszugehen ist. Angesichts der Leistungsfähigkeit der in Bad Rappenau vorhandenen Anbieter im Lebensmittelbereich und der hohen Kundenorientierung aus der Gesamtstadt Bad Rappenau mit insgesamt rd. 21.900 Einwohnern sind die ausgelösten Effekte als wettbewerbliche Effekte einzuordnen, welche zu keinen schädigenden Auswirkungen auf

die Nahversorgungsstrukturen bzw. auf die innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gelegenen Lebensmittelmärkte führen werden.

- Gegenüber dem Penny Lebensmitteldiscounter in **Siegelsbach** als in ähnlicher Distanz wie die Angebote in der Kernstadt von Bad Rappenau gelegenen Lebensmittelmarkt werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 5 % erwartet. Aufgrund der Nähe zum Vorhabenstandort und der vorhandenen Einkaufsorientierung insbesondere aus Richtung des Stadtteils Zimmerhof ist hier mit einer rückläufigen Kundenbindung Bad Rappenauer Kunden in Richtung Siegelsbach auszugehen. Zwar werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, diese sind jedoch als wettbewerbliche Effekte einzuordnen, welche nicht zu einer Schließung des Anbieters führen werden. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass das Einzugsgebiet des Penny-Lebensmitteldiscounters auch weiterhin die Gemeinde Siegelsbach, die Gemeinde Hüffenhardt und den Bad Rappenauer Stadtteil Obergimpfern sowie weiterhin Teile der Einwohner von Zimmerhof mit insgesamt rd. 5.511 Einwohnern (ohne Zimmerhof) zzgl. Pkw-Kunden von der L 530 bzw. K 2148 umfasst, ist umfassendes Kaufkraftpotenzial für ein langfristig tragfähiges Betreiben des Standortes auch bei einer Realisierung eigenständiger Nahversorgungsstrukturen in Zimmerhof vorhanden. Die Nahversorgungsstrukturen in Siegelsbach werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.
- Daneben ist auch in der **Kernstadt von Bad Wimpfen** mit geringen Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen, welche aus der rückläufigen Einkaufsorientierung von Kunden aus Bad Wimpfen-Hohenstadt resultieren. Hier wird ein Großteil der durch das Vorhaben generierten Umsatzleistung dem örtlichen Edeka Markt abgezogen werden. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 2 % was in Anbetracht der sonstigen in der Bad Wimpfener Kernstadt vorhandenen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale als geringe Effekte zu bewerten sind, welche nicht zu schädigenden Auswirkungen gegenüber dem örtlichen Edeka Markt führen würden. Die Nahversorgungsstrukturen in Bad Wimpfen und auch der zentrale Versorgungsbereich von Bad Wimpfen werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.
- In **Gundelsheim** ist mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 2 % zu rechnen. Diese resultieren im Wesentlichen aus einer rückläufigen Einkaufsorientierung von Kunden aus dem Bad Rappenauer Stadtteil Heinsheim, welcher im Neckartal gelegen ist und wo traditionell eine hohe Einkaufsorientierung an den Standort Gundelsheim besteht. Diese Umsatzumverteilungseffekte werden im Wesentlichen die beiden Lebensmittelmärkte Lidl und Edeka treffen, jedoch ist auch hier nicht mit schädigenden Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen oder den zentralen Versorgungsbereich zu rechnen.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von 0,6 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Bad Rappenau und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Rückwirkungen im Lebensmittelbereich führen werden. Sowohl gegenüber den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen als auch den sonstigen strukturprägenden Anbietern außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem wettbewerbsüblichen Niveau. Marktaustritte sind infolge der Ansiedlung auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben nicht verletzt.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Vorhaben / Standort	<ul style="list-style-type: none"> /// Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit max. 1.100 m² (inkl. Bäckerei), davon max. 1.000 m² VK für den Lebensmitteldiscounter und 100 m² für die Bäckerei /// Sicherung der Grundversorgung der östlichen Stadtteile von Bad Rappenau /// Der Standort zeichnet sich durch seine gut erreichbare Lage im östlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau aus und soll für diesen Bereich eine Nahversorgungsfunktion übernehmen. Er liegt auch vor dem Hintergrund der im Umfeld geplanten Wohnbauflächen in einer städtebaulich integrierten Standortlage.
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach LEP Baden-Württemberg und Regionalplan Heilbronn-Franken 2020
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Bad Rappenau mit zentralörtlicher Funktion eines Untereinzugsgebietes mit 21.868 Einwohnern /// Einzelhandelsstrukturen: Im nordöstlichen Stadtgebiet von Bad Rappenau ist derzeit keine Versorgung im Lebensmittelbereich vorhanden. Durch die Realisierung des Lebensmitteldiscounters soll diese Versorgungslücke geschlossen und zeitgemäße Nahversorgungsstrukturen realisiert werden. Die Planung entspricht den im aktuellen Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Rappenau festgelegten städtebaulichen Zielsetzungen
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet beschränkt sich im Kern auf den nordöstlichen Teil von Bad Rappenau. Nennenswerte Kundenzuführeffekte von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes sind nicht zu erwarten (Ausnahme: Bad Wimpfen-Hohenstadt). /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: 7.458 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor im Einzugsgebiet: ca. 17,2 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung (inkl. Backshop) bei ca. 1.100 m² VK: ca. 3,8 – 3,9 Mio. €, davon ca. 3,2 – 3,3 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 0,6 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> /// Bad Rappenau-Kernstadt 4 – 5 % /// Siegelsbach 5 % /// Bad Wimpfen-Kernstadt 2 % /// Gundelsheim 2 % /// sonstige Standorte < 1 %

Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens

Die Realisierung eines Lebensmitteldiscounters am Standort Zimmerhof in Verbindung mit der Realisierung von Wohnbebauung im direkten Standortumfeld schließt eine bestehende Versorgungslücke im Stadtgebiet von Bad Rappenau, welche sich insbesondere auf die Stadtteile Zimmerhof und Heimsheim sowie den nordöstlichen Kernstadtbereich von Bad Rappenau bezieht. Hier sind keine Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Durch die Ansiedlung könnte für diesen Bereich die Nahversorgung gesichert werden. Dies wird auch durch die Aussagen im kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Rappenau unterstrichen.

Der Standort des Vorhabens befindet sich direkt südlich angrenzend an bestehende Wohnbebauung und soll zusammen mit einer größeren Wohnbaufläche mit insgesamt rd. 250 Einwohnern entwickelt werden. Unter diesen gegebenen Bedingungen handelt es sich bei dem Standort um einen städtebaulich integrierten Standort. Insgesamt handelt es sich bei dem Standort unter Berücksichtigung der geplanten Wohnbebauung durch die Einbettung des Standortes in zwei Richtungen durch Wohnnutzungen um einen nicht regionalbedeutsamen Standort zur Sicherung der lokalen Nahversorgung für Bad Rappenau.

Das Einzugsgebiet des Standortes beschränkt sich im Wesentlichen auf das Stadtgebiet von Bad Rappenau. Nur punktuell ist aus dem südöstlich angrenzenden Bad Wimpfener Stadtteil Hohenstadt mit Kundenzuführungseffekten zu rechnen. Eine weitergehende Ausdehnung des Einzugsgebiets wird durch die Wettbewerbsstrukturen im Umfeld unterbunden. Insofern unterstreicht die Abgrenzung des durch das Vorhaben erschließbaren Einzugsgebiets die überwiegend lokale Versorgungsfunktion des Standortes in Bad Rappenau-Zimmerhof. Eine Regionalbedeutsamkeit ist angesichts des zu erwartenden Einzugsgebietes nicht anzunehmen.

Die voraussichtlichen Umsatzherkünfte des Standortes zeigen die nahezu ausschließlich auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtete perspektivische Bedeutung des Marktes. So stammen mindestens 86 – 87 % des Umsatzes aus der Stadt Bad Rappenau selbst. Die Umsatzherkünfte sprechen ebenfalls dafür, dass keine Regionalbedeutsamkeit gegeben ist.

Übergemeindliche schädliche Wirkungen sind im hier vorliegenden Fall ebenfalls nicht zu erwarten. Es werden zwar wettbewerbliche Effekte ausgelöst, welche jedoch bei einer Bewertung dieser Effekte nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der geplante Standort (inkl. Bäcker) einen wesentlichen Beitrag zur Schließung einer Versorgungslücke unterhalb der Nahversorgungsstrukturen von Bad Rappenau leisten wird. Das Vorhaben ist demnach nicht als regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt (vgl. Ziel 2.4.3.2.2 des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020) im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO einzuordnen. Alle für die Bewertung der Regionalbedeutsamkeit heranzuziehenden Aspekte sprechen für das Fehlen von übergemeindlichen Wirkungen. Die Kommunen im Umland von Bad Rappenau werden durch das Vorhaben nicht tangiert.

Insofern ist eine Zulässigkeit des Vorhabens mit max. 1.100 m² (inkl. Bäcker) in Verbindung mit der weiterhin geplanten Wohnbebauung vor dem Hintergrund der Regelungen des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 gegeben.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Bad Rappenau und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	11
Karte 2: Mikrostandort Zimmerhof	15
Karte 3: Einzugsgebiet und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	21
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	7
Tabelle 2: Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich	12
Tabelle 3: Umsatzprognose	23
Tabelle 4: Umsatzzumlenkungen	26
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Standort	13
Foto 2: bestehender Kreisel und Stadtteil Zimmerhof	13
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018	6