

**Gutachterliche Stellungnahme
(Marktverträglichkeitsuntersuchung)**

**Verlagerung
Lebensmittelmarkt**

**Gemeinde
Kappel-Grafenhausen**

Dezember 2011

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Auftrag	2
2. Ausgangssituation	3
3. Standortbeurteilung	5
3.1 Makro-Standort (Standortgemeinde)	5
3.2 Mikro-Standort (Planstandorte)	7
4. Branchensituation – Schlüsselbranche Lebensmittel	8
4.1 Vorbemerkung	8
4.2 Marktdaten Lebensmittel	8
4.2.1 Umsatz und Marktanteile	8
4.2.2 Anzahl der Märkte und Versorgungsgrad	10
4.2.3 Verkaufsflächenentwicklung	12
4.2.4 Flächenausstattung	13
4.3 Einkaufsbetrag pro Kunde	14
4.4 Leistungskennzahlen	15
5. Umsatzmöglichkeiten	16
6. Untersuchungsgebiet bzw. Kundeneinzugsgebiet	17
7. Relevante Strukturdaten	19
7.1 Kaufkraftkennziffer	19
7.2 Berufspendler	20
7.3 Altersstruktur	21
7.4 Haushaltsgröße	22
8. Kaufkraftberechnungen	23
8.1 Kaufkraft Einzelhandel	23
8.2 Kaufkraft durch Gäste	25
9. Relevanter lebensmittelorientierter Einzelhandelsbesatz	27
9.1 Kappel-Grafenhausen	27
9.2 Mahlberg, Stadt	29
9.3 Kippenheim	30
9.4 Schwanau	31
9.5 Ettenheim, Stadt	31
10. Vollversorgungsfläche	36
11. Kaufkraftbindung des Planobjektes	37
12. Umsatzumverteilung	40
13. Beurteilung der Wirkungen	43
13.1 Überprüfung nach Vorgabe des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg	43
13.2 Kongruenzgebot	43
13.3 Beeinträchtigungsverbot	44
13.4 Integrationsgebot	45
14. Zusammenfassung und Ergebnis	46

1. Auftrag

Die Gemeinde Kappel-Grafenhausen erteilte am 3. November 2011 der BBE Baden-Württemberg GmbH, Beratungsgesellschaft in Freiburg, den Auftrag zur Erstellung einer gutachterlichen Stellungnahme (Marktverträglichkeitsuntersuchung) gemäß BBE-Angebot vom Oktober 2011 für die Betriebserweiterung auf ca. 1.400 m² Verkaufsfläche des Edeka-Aktiv-Marktes, 77966 Kappel-Grafenhausen, Hauptstraße 23 – betrieben durch die Kaufmannsfamilie Feißt und gegebenenfalls Betriebsverlagerung an einen Standort zwischen den beiden Ortsteilen Kappel und Grafenhausen. Außer dem „Altstandort“ werden drei Standortalternativen vom Büro fsp.stadtplanung in Freiburg einer Überprüfung bzw. Beurteilung unterzogen.

Standortalternativen:

- (1) Erweiterung am bestehenden Standort
- (2) Verlagerung südlich der L 103 neben das Feuerwehrhaus, westlich des Ortsteils Grafenhausen
- (3) Verlagerung nördlich der L103, westlich des Ortsteils Grafenhausen
- (4) Standort nördlich der L 103, östlich des Ortsteils Kappel (hier aber eventuell nur die Ansiedlung eines LM-Discounters möglich)

In einem Scoping-Termin am 3. November 2011 im Rathaus in Kappel-Grafenhausen wurden u.a. von den Trägern öffentlicher Belange wichtige Untersuchungsinhalte des BBE-Gutachtens festgelegt.

Durch einen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche soll die Grundversorgung in der Gemeinde Kappel-Grafenhausen ausgebaut werden. Die nachhaltige Stärkung der Nahversorgung ist angesichts des demografischen Wandels eine wichtige Zielsetzung gerade auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion. Andererseits liegt das Planvorhaben mit 1.400 m² Verkaufsfläche (VKFL) über der Schwelle zur Großflächigkeit (nach Urteilslage 800 m² VKFL bzw. 1.200 m² Geschossfläche) und erfordert dementsprechend eine Prüfung der Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

2. Ausgangssituation

Der bestehende Edeka-Aktiv-Markt befindet sich in integrierter Lage im westlichen Bereich des Ortsteils Grafenhausen direkt an der Hauptstraße (L 103). Die Landestraße L 103 führt von der französischen Grenze über Ettenheim ins Kinzigtal. Zwei Standortalternativen am westlichen Ortsrand von Grafenhausen sind ca. 200 Meter bzw. 300 Meter vom „Altstandort“ entfernt; die Entfernung zum dritten mögliche Planstandort am westlichen Ortsrand von Kappel beträgt ca. 800 Meter.

Das „Altobjekt“ weist eine Verkaufsfläche von ca. 730 m² auf. Die Parkmöglichkeiten sind hier begrenzt; der Kundenparkplatz umfasst nur ca. 35 Plätze.

Beim Planobjekt handelt es sich um einen so genannten Lebensmittelvollsortimenter mit ca. 15.000 bis 18.000 Artikeln, hohem Frischeanteil und umfangreichen Bedienungstheken; die geplante Verkaufsfläche umfasst ca. 1.400 m² inklusive Mall und Windfang (ca. 100 m²) und die Nebenflächen (ca. 500 m²). Für das Objekt wird eine Grundstücksfläche von ca. 8.000 m² benötigt.

Objektdaten Planvorhaben

Betriebstyp:	Vollsortimenter
Verkaufsfläche:	ca. 1.400 m ²
Nebenfläche:	ca. 500 m ²
Parkplatzzahl:	110
Artikelzahl:	15.000 bis 18.000

Das Planvorhaben ist mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche als großflächig – Urteils-lage: nach BVerwG liegt eine Großflächigkeit bei über 800 m² VK-Fläche vor – einzustufen.

Exkurs

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, die dem Verkauf dient, die dem Kunden zugänglich ist und die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt wird. Eingeschlossen sind die Standflächen für Warenträger (Ware), Konsumbereiche, Schaufenster, Treppen in Verkaufsräumen und dem Kunden zugängliche sonstige Verkaufs- und Serviceflächen. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen. (Katalog E, Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution, Köln 2006, 5. Ausgabe)

Der Netto-Verkaufsflächenzuwachs gegenüber dem „Altobjekt“ beträgt damit ca. 670 m². Mit dem neuen Objekt soll die Wettbewerbsfähigkeit als Vollsortimenter nachhaltig gestärkt werden, und dies auch angesichts der vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen bzw. großflächigen Lebensmittelmärkte im Umland wie z.B. in Herbolzheim, Ettenheim und Lahr.

Mit 1.400 m² Verkaufsfläche und der geplanten Sortimentsausrichtung ist das Planvorhaben im Gegensatz zu einem Lebensmitteldiscountmarkt gemäß Betriebstypendefinition des EHI Euroinstituts in Köln als Supermarkt einzustufen.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel (wie z.B. Drogerieartikel, Wasch- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II (wie z.B. Textilien, Unterhaltungselektronik, Presseartikel) aufweist.

Discounter

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

Wird eine Standortverlagerung des Edeka-Marktes vorgenommen, so kann eine Folgenutzung des „Altobjektes“ als Lebensmittelmarkt (z.B. Discounter) nicht ausgeschlossen werden.

Exkurs

Branchenentwicklung und Ausblick:

Die Zahl der LM-Discounter und deren Marktanteil wuchsen in den letzten Jahren deutlich an. Um sich gegenüber der discountierenden Vertriebsschiene mit ca. 1.000 bis 4.000 Artikeln behaupten zu können, versuchen sich die Vollsortimenter zunehmend u.a. über die Sortimentsvielfalt mit über 15.000 Artikeln von den Discountern abzugrenzen; dies ist auf kleiner Fläche nicht möglich. So war bei den Supermärkten in den vergangenen Jahren eine sukzessive Vergrößerung der Verkaufsflächen pro Markt feststellbar. Als zukunftsgerichtete Mindestverkaufsfläche werden von den Betreibern des Betriebstyps „Vollsortimenter“ häufig VK-Flächen von deutlich über 1.000 m² angesehen.

3. Standortbeurteilung

3.1 Makro-Standort (Standortgemeinde)

Gemäß Landes- bzw. Regionalplanung verfügt die Gemeinde Kappel-Grafenhausen über keine zentralörtliche Funktion. Die Nachbarstadt Ettenheim wird als Unterzentrum (Teilfortschreibung des Regionalplans 2010) eingestuft.

Die Gemeinde Kappel-Grafenhausen besteht aus den beiden Ortsteilen Kappel und Grafenhausen mit ca. 2.480 bzw. 2.340 Einwohnern; diese Ortsteile sind ca. 700 Meter voneinander entfernt. Die Einwohnerzahl der Gesamtgemeinde beträgt nach Veröffentlichung des Statistischen Landesamt 4.774 (2/2011). Die Einwohnerzahl von Kappel-Grafenhausen blieb in den letzten 10 Jahren nahezu konstant.

Einwohnerentwicklung (Statistisches Landesamt)

Jahr	Einwohner
2001	4.728
2002	4.859
2004	4.855
2006	4.846
2008	4.878
2010	4.858
2011	4.774

In den Ortsteilen Grafenhausen und Kappel haben sich in disperser Anordnung einige Einzelhandelsbetriebe und Betriebe des Lebensmittelhandwerks etabliert. Ein Ortskern mit einer Einzelhandelsagglomeration bzw. ein Versorgungsmittelpunkt hat sich nicht herausgebildet; dies stellt eine städtebauliche Schwäche dar. Die wichtigsten Anbieter / Geschäfte sind in Kappel-Grafenhausen:

Ortsteil Grafenhausen

- Stoffhalle
- Kiosk / Imbiss
- Rheinapotheke
- Bäckerei Mutz
- Bauernladen / Weinverkauf Jörgers
- Bäckerei Schaub
- Elektro Hessemann
- Edeka-Aktiv-Markt Feißt (Bestandsobjekt)
- Blumenlädele

Die meisten der obigen Firmen befinden sich an der Hauptstraße. Eine Metzgerei ist im Ortsteil Grafenhausen nicht mehr vorhanden.

Ortsteil Kappel

- Bäckerei Schaub mit Lebensmittel
- Geschenkelädele (Silvia's)
- Metzgerei Junele
- Bäckerei Mutz
- Casa Calabrese
(Gartenbedarf, Getränke / Wein, ital. Spezialitäten etc.)
- Fahrrad / Motorgeräte Kunz
- Blumenfachgeschäft Stockenberger

Das Lebensmittelhandwerk (Bäcker und Metzger) ist damit in Kappel-Grafenhausen in durchschnittlicher Weise vertreten. Stark vertreten sind Blumengeschäfte bzw. Anbieter von Blumen / Pflanzen. Ein spezialisiertes Drogeriewarenangebot ist in Kappel-Grafenhausen nicht vorhanden. Auf den Besitz mit einer Apotheke ist hinzuweisen.

Im Marktsegment „Lebensmittel“ wird nach einer Veröffentlichung „Sicherung der Nahversorgung“ der IHK Südlicher Oberrhein (2009) in Kappel-Grafenhausen eine Kaufkraftbindung von 50 % bis 55 % erreicht, d.h. 45 % bis 50 % der Lebensmittelkaufkraft fließt hier ab. Die IHK weist auf die ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland hin.

In den mittel- und langfristigen Bedarfsgüterbereichen ist in Kappel-Grafenhausen nur ein beschränktes Angebot vorhanden.

3.2 Mikro-Standort (Planstandorte)

Der Mikro-Standort ist von großer Bedeutung hinsichtlich des Geschäftserfolgs. Verkehrsorientierte Standorte mit umfangreichen Parkmöglichkeiten gewinnen dabei immer mehr an Bedeutung.

Die 3 bzw. 4 Standortalternativen werden vom Planungsbüro fsp.stadtplanung, Freiburg einer Beurteilung unterzogen. Ohne diesem Ergebnis vorgreifen zu wollen sind aus Handelssicht folgende Anmerkungen zu machen:

Der „Altstandort“ ist gut im Stadtteil Grafenhausen integriert und weist, bezogen auf mögliche Impulse zur Stärkung der gesamten Nahversorgung, die höchste Priorität auf, wobei als Einschränkung auf die disperse Anordnung der Geschäfte in Kappel-Grafenhausen hinzuweisen ist. Zu prüfen ist, ob das Areal die Voraussetzungen zur Schaffung eines zukunftsorientierten Lebensmittelmarktes bietet.

Ein Standort zwischen den beiden Ortsteilen ist als zweitbeste Lösung im Hinblick auf die Versorgung der Bürger aus Kappel und Grafenhausen anzusehen. Einen marginalen Vorteil hinsichtlich der Angliederung an die Wohnbebauung bietet ein Standort nördlich der L 103 unmittelbar am westlichen Ortsende von Grafenhausen.

4. Branchensituation

Schlüsselbranche Lebensmittel

4.1 Vorbemerkung

Aufgrund der relativ hohen Verbrauchsausgaben ist der Lebensmittelbereich als Schlüsselbranche des Einzelhandels anzusehen. Außerdem geht von Lebensmittelmärkten in der Regel eine hohe Magnetwirkung aus. Die ermittelten Marktdaten „Lebensmittel“ sind im Detail im Folgenden dargestellt.

4.2. Marktdaten Lebensmittel

4.2.1 Umsatz und Marktanteile

Der gesamte Umsatz (inklusive Mehrwertsteuer) des Lebensmitteleinzelhandels beträgt inklusive Non-food I, auch Near-food (Drogerieartikel etc.) genannt, und Non-food II in Deutschland ca. 160 Mrd. € oder pro Einwohner ca. 1.946 € p.a.; diese Umsatzsumme bzw. dieser Ausgabebetrag teilt sich wie folgt auf:

Organisierter Lebensmitteleinzelhandel im engeren Sinne	139,0 Mrd. € =	1.695 € pro Kopf
nicht-organisierter Lebensmitteleinzelhandel, Kleinbetriebe etc.	20,6 Mrd. € =	251 € pro Kopf
gesamter Lebensmitteleinzelhandel	159,6 Mrd. € =	1.946 € pro Kopf

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011, Stand 2009,
Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE), Zahlenspiegel 2010,
hochgerechnet auf 2011 BBE Baden-Württemberg GmbH

Bezogen auf den Lebensmittel-Umsatz im engeren Sinn von 139 Mrd. € p.a. (ohne MWSt. 125,9 Mrd. €) liegt der Marktanteil der LM-Discounter inzwischen in Deutschland bei ca. 42 %. Die SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Supermärkte erreichen zusammen einen Marktanteil von etwa 51 %, die übrigen LM-Geschäfte von ca. 7 %.

Zugenommen hat die Marktbedeutung der LM-Discounter; diese konnten ihren Marktanteil von ca. 34 % in 2000 über rund 40 % in 2006 auf ca. 42 % in 2009 ausbauen. Die Supermärkte konnten ihren Marktanteil halten und die großen Supermärkte ihn leicht ausbauen.

Nettoumsatz LM-Einzelhandel und Marktanteile

Vertriebsform	Umsatz 2006 (ohne MWSt.)	Umsatz 2009 (ohne MWSt.)
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	34,6 Mrd. € = 28,0 %	34,6 Mrd. € = 27,5%
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	10,7 Mrd. € = 8,7 %	11,5 Mrd. € = 9,1 %
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	18,2 Mrd. € = 14,7 %	18,4 Mrd. € = 14,6 %
Discounter	49,0 Mrd. € = 39,6 %	52,2 Mrd. € = 41,5 %
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	11,2 Mrd. € = 9,1 %	9,2 Mrd. € = 7,3 %
Summe	123,7 Mrd. € = 100,0 %	125,9 Mrd. € = 100,0 %

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011, Stand 2009 – ohne Spezialgeschäfte und nicht organisiertem Lebensmitteleinzelhandel, Umsatz incl. Non-food

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Besonders stark sind die Umsatzverluste der kleinen Lebensmittelanbieter unter 400 m² VK-Fläche; diese verfügen heute nur noch über einen Marktanteil von ca. 7 %, gegenüber ca. 9 % in 2006 (15 % Marktanteil im Jahre 2000).

4.2.2 Anzahl der Märkte und Versorgungsgrad

Anzahl der Betriebsstätten

Vertriebsform	Anzahl 2009
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	9.700 = 20,1 %
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	955 = 2,0 %
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	885 = 1,8 %
Discounter	15.480 = 32,1 %
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	21.250 = 44,0 %
Summe	48.270 = 100,0 %

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011,
Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte und Lebensmittelmärkte liegt in Deutschland aktuell bei ca. 48.000. Die Betriebsstättenzahl verminderte sich in den letzten 7-8 Jahren in Deutschland um ca. 25 %; dies führte zu vehementen Strukturveränderungen. Besonders stark ging in diesem Zeitraum der Besatz mit kleinen Lebensmittelgeschäften (minus 56 %) zurück, während die Zahl der LM-Discounter um ca. 15 % anwuchs. Die Zahl der Supermärkte (große und kleine Supermärkte) erhöhte sich geringfügig.

Im Durchschnitt versorgt ein Lebensmittelgeschäft damit in Deutschland ca. 1.700 Einwohner (2000: ca. 1.200 Einwohner). Die Ausdünnung des Besatzes ist in erster Linie auf die zahlreichen Aufgaben kleiner Lebensmittelläden zurückzuführen.

Die Versorgungsknoten (Einwohner pro Markt) wurden größer, das Netz aber weitmaschiger. Der Versorgungsgrad (Einwohner pro Markt) teilt sich in Deutschland wie folgt auf:

Versorgungsgrad

Vertriebsform	Versorgungsgrad 2009
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	8.450 Einwohner
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	85.860 Einwohner
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	92.660 Einwohner
Discounter	5.300 Einwohner
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	3.860 Einwohner
Gesamter LM-Handel	1.700 Einwohner

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011,
Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

4.2.3 Verkaufsflächenentwicklung

Insgesamt erhöhten sich die Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren kontinuierlich. Neben den LM-Discountern (Flächenzunahme 2000-2009 ca. 30 %) stieg die Verkaufsfläche in der Summe auch bei den größeren Vollsortimentern an. Besonders stark ging die Verkaufsfläche bei der Gruppe der kleinen Lebensmittelgeschäfte zurück.

Verkaufsfläche

Vertriebsform	VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	8,57 Mio. m ²
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	3,15 Mio. m ²
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	6,06 Mio. m ²
Discounters	11,60 Mio. m ²
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	4,17 Mio. m ²
Summe	33,55 Mio. m²

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

4.2.4 Flächenausstattung

Auf der Basis obiger Verkaufsflächenwerte errechnen sich folgende Ausstattungsgrade (Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel pro 1.000 Einwohner):

Flächenausstattung

Vertriebsform	VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	105 m ²
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	38 m ²
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	74 m ²
Discounter	141 m ²
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	51 m ²
Summe	409 m²

Bezogen auf 1.000 Einwohner stehen in Deutschland nunmehr im Lebensmitteleinzelhandel (ohne Spezialgeschäfte etc.) auf Basis der neuen Klassifizierung des EuroHandelsinstituts (EHI) ca. 409 m² Verkaufsfläche zur Verfügung. Hiervon entfallen ca. 141 m² auf die Lebensmitteldiscounter und ca. 217 m² auf die so genannten Vollsortimenter (ohne Kleinbetriebe). Stark rückläufig war die Flächenausstattung pro 1.000 Einwohner bezogen auf die kleineren Lebensmittelgeschäfte unter 400 m² Verkaufsfläche; diese Entwicklung wird sich tendenziell – trotz der vereinzelt realisierten Nachbarschaftsläden bzw. alternativen Nahversorgungskonzepte wie z.B. Genossenschaftsmodelle, Integrationsmärkte, Kleinflächenkonzepte in kleineren Orten und einwohnerschwachen Stadtteilen – fortsetzen.

4.3 Einkaufsbetrag pro Kunde

Für die verschiedenen Vertriebsformen werden gemäß Nielsen Marktforschung (zitiert nach Zahlenspiegel 2011 HDE) folgende Einkaufsbeträge pro Kundenbon und Einkaufsfrequenzen ausgewiesen:

Ausgaben je Einkauf und Anzahl der Einkäufe 2009

Vertriebsform	Ø-Ausgaben	Anzahl der Einkäufe
Größe Verbrauchermärkte	30,23 €	29
Kleine Verbrauchermärkte	16,39 €	27
Supermärkte	14,88 €	18
Discounter	18,40 €	70
(Drogeriemärkte)	(12,03 €)	(16)

4.4 Leistungskennzahlen

Für die verschiedenen Vertriebsformen bzw. Betriebsgrößen im Lebensmittelbereich weist das EuroHandelsinstitut folgende Flächenleistungswerte (Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche) aus:

Flächenleistung p.a.

Vertriebsform	Netto-Umsatz je m ² VK-Fläche 2009	Brutto-Umsatz** je m ² VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 bis 2.500 m ²)	4.040 €	4.440 €
Große Supermärkte (2.500 bis 5.000 m ²)	3.650 €	4.020 €
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	3.040 €	3.420 €
Discounter	4.500 €	4.990 €
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	2.210 €	2.420 €
Gesamter LM-Handel	3.750 €	4.120 €

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2011, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

** Netto-Umsatz plus MwSt-Mischsatz (7 % für Nahrungsmittel u.ä.,
19 % für Drogerieartikel, Getränke, Non-food u.ä.)

Anmerkung:

In obiger Tabelle sind die Flächenleistungen von selbständigen und unselbständigen Lebensmittelbetrieben aufgeführt, nicht nur die häufig veröffentlichten Flächenleistungen gemäß Betriebsvergleich der Lebensmittelfilialbetriebe. Somit sind obige Flächenleistungen unabhängig von einem spezifischen Betreiber zu sehen. Bei den Discountern handelt es sich ebenfalls um einen Branchendurchschnittswert dieses Betriebs-typs. Die Spreizung zwischen dem Marktführer und den übrigen Discountanbietern ist allerdings beträchtlich. Die Flächenleistung ist aufgrund der enormen Flächenexpansion in den letzten Jahren abgesunken, und zwar im Durchschnitt jährlich um ca. 1 % bis 2 %.

Über dem Branchendurchschnitt von 4.120 €/m² liegen die Flächenproduktivitäten bei den Supermärkten (400 m² bis 2.500 m²) mit ca. 4.440 €/m² und bei den Nahrungsmitteldiscountern mit 4.990 €/m².

5. Umsatzmöglichkeiten

Bei der Berechnung der Umsatzmöglichkeit für das Planobjekt gehen wir von branchendurchschnittlichen Flächenleistungen für einen LM-Vollsortimenter aus. Die geplante Verkaufsfläche des Betriebstyps „Lebensmittelsupermarkt“ in Höhe von 1.400 m² beinhaltet damit folgende Umsatzmöglichkeit:

Umsatzmöglichkeit

Verkaufsfläche	1.400 m ²
Flächenproduktivität	4.440 € / m ²
Planumsatz p.a. (inkl. MWSt.)	6,2 Mio. €

Bei der Berechnung obiger Umsatzmöglichkeit handelt es sich um einen Soll-Umsatz, welcher sich aus der Fläche entsprechend den branchenüblichen Flächenproduktivitäten ergibt. Es handelt sich im vorliegenden Fall aufgrund der starken Mitbewerbersituation im Umland um einen Worst-case-Ansatz.

6. Untersuchungsgebiet bzw. Kundeneinzugsgebiet

Die Entfernungen zu benachbarten Einkaufsstädten bzw. zu den Konkurrenzstandorten spielt für die Abgrenzung des spezifischen Kundeneinzugsbereichs der Gemeinde Kappel-Grafenhausen bzw. des Planobjektes eine wichtige Rolle.

Entfernungen

Planstandort nach ...	Entfernung
Rust (Ortsmitte)	ca. 4-5 km
Ettenheim Stadtmitte	ca. 6 km
Ettenheim Altdorf	ca. 5-6 km
Mahlberg-Orschweier (Gewerbegebiet)	ca. 2 km
Mahlberg-Orschweier (Ortsmitte)	ca. 4 km
Schwanau-Wittenweier	ca. 6 km

Die Gemeinde Kappel-Grafenhausen verfügt nach IHK, bezogen auf den Lebensmitteleinzelhandel, gegenwärtig über eine Kaufkraftbindung von ca. 50 %. Hohe Kaufkraftabflüsse sind in erster Linie nach Ettenheim zu den nicht weit voneinander entfernt liegenden Anbietern Kaufland, Lidl und Aldi zu unterstellen bzw. zum Fachmarktzentrum in Ettenheim-Altheim inklusive Penny-Discountmarkt. Zu erwähnen ist in diesem Gewerbegebietsbereich als Einkaufsziel für die Einwohner von Kappel-Grafenhausen auch der DM-Drogeriemarkt, da sich in Kappel-Grafenhausen kein Drogeriemarkt angesiedelt hat. Im LM-Discountbereich ist der nahe gelegene Penny-Markt in Mahlberg-Orschweier (Gewerbegebiet) von Bedeutung.

Aufgrund der Anbietersituation in Rust mit dem Edeka-Aktiv-Markt Feißt mit ca. 750 m² VK-Fläche und dem Lidl-Discountmarkt sowie zwei kleineren Schlecker-Drogeriemärkten ist gegenwärtig von keinen nennenswerten Kaufkraftabflüssen aus der Nachbargemeinde Rust nach Kappel-Grafenhausen auszugehen. Nach Errichtung des Planvorhabens sind dann Kaufkraftumlenkungen von Rust nach Kappel-Grafenhausen in geringem Umfang zu unterstellen; beschränkend wirken die Agglomerationen in Herbolzheim und Ettenheim.

In der nördlichen Nachbargemeinde Schwanau ist der Edeka-Markt Trunkenbolz mit separatem Getränkemarkt in Schwanau-Allmannsweier von Bedeutung. Weiter ist in diesem Gebiet auf die gute Erreichbarkeit der Märkte in Lahr hinzuweisen. Hinzu kommt die schlecht ausgebaute Straßenverbindung nach Kappel-Grafenhausen. Lediglich die Bewohner des Ortsteils Schwanau-Wittenweier mit rund 500 Einwohnern könnten durch das Planvorhaben in Kappel-Grafenhausen zukünftig in geringem Maße angesprochen werden.

Bisher sind die französischen Kunden im Lebensmittelbereich in Kappel-Grafenhausen unter Berücksichtigung des beschränkten Angebots kaum von Bedeutung. Bei vergrößerter Verkaufsfläche werden die Anteile von Kunden aus Frankreich etwas ansteigen. Nicht optimal ist die Verbindung nach Frankreich mit der Autofähre. Aber auch Kaufkraftabflüsse aus Deutschland nach Frankreich z.B nach Boofzheim (Super U mit leistungsstarken Frischetheken) sind vorhanden.

Einzugsgebiet Planvorhaben

Gemeinde / Stadt	Einwohner
Kerneinzugsgebiet Kappel-Grafenhausen	4.774
Weiteres Einzugsgebiet / Randzone Rust	3.789
Schwanau-Wittenweier	500

7. Relevante Strukturdaten

7.1 Kaufkraftkennziffer

Für die Ausgaben im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich ist insbesondere das Kaufkraft- bzw. Einkommensniveau relevant. Als Basis der Berechnung der Kaufkraftkennziffern werden die amtlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistiken herangezogen. Die Brutto-Einkommen werden um Lohn- und Einkommensteuer gekürzt; Transferzahlungen kommen hinzu.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gemeinde	Kaufkraftkennziffer je Einwohner
Kappel-Grafenhausen	98,7 %
Ettenheim	98,0 %
Mahlberg	99,2 %
Rust	97,5 %
Schwanau	96,5 %
Deutschland	100,0 %

Quelle: IHK-Kaufkraftatlas 2009

Der Kaufkraftindex liegt in Kappel-Grafenhausen wie auch in den Umlandgemeinden geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt.

Allerdings muss im Lebensmittelbereich der Einkommensfaktor (Elastizität) Berücksichtigung finden. Mit höherem Einkommen steigen die Ausgaben für Lebensmittel nur unterproportional an. Dies gilt umgekehrt auch bei unterdurchschnittlichem Einkommen. Wir gehen von einer Einkommenselastizität von 0,6 aus, d.h. nur 60 % der Kaufkraftabweichung ist als relevant anzusehen. Wir setzen daher für Lebensmittel in Kappel-Grafenhausen ein relevantes Kaufkraftniveau von rund 99 % an.

7.2 Berufspendler

Da ein Teil des Bedarfs auch am Arbeitsort eingekauft wird, ist die Zahl der Berufspendler für eine Einkaufsstadt durchaus von Bedeutung; dies gilt insbesondere auch für die kurzfristigen Bedarfsgüter.

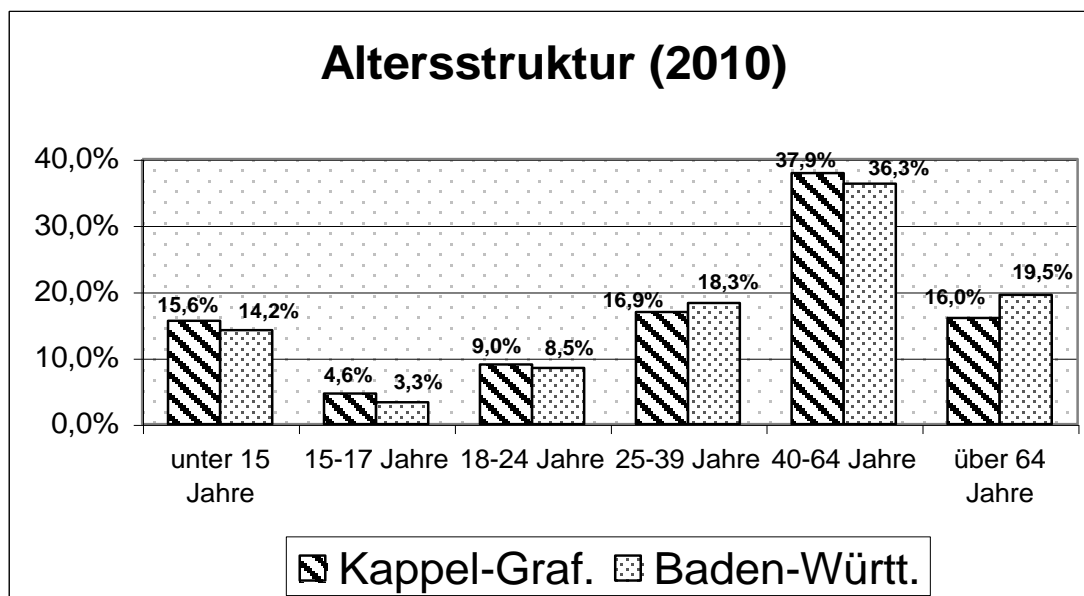
Berufspendler (2010)

	Kappel- Grafenhausen
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort	597
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort	1.988
Pendler-Saldo	- 1.391

Für Kappel-Grafenhausen errechnet sich ein negativer Saldo (Auspendlerüberschuss) von rund 1.400 Personen.

7.3 Altersstruktur

Die Altersstruktur der Gemeinde Kappel-Grafenhausen weicht geringfügig vom Landesdurchschnitt ab:



Quelle: Statistisches Landesamt

Etwas stärker vertreten als im Landesdurchschnitt sind Personen bis einschließlich 24 Jahre. Leicht unterrepräsentiert sind die 25- bis 29-Jährigen. Etwas über dem Durchschnitt liegt der Anteil der Einwohner zwischen 40 bis 64 Jahre. Die älteren Menschen sind in Kappel-Grafenhausen jedoch unterdurchschnittlich vertreten. Die Altersstruktur ist für Lebensmittelanbieter durchaus positiv zu werten.

7.4 Haushaltsgröße

Die Zahl der Haushalte ist in Kappel-Grafenhausen in den letzten Jahren deutlich auf 1.890 Haushalte angestiegen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße liegt in der Standortgemeinde mit 2,5 Personen über dem Landesdurchschnitt von 2,2 Personen. Dies korreliert mit der abweichenden Altersstruktur.

Haushaltsgröße

Gemeinde / Land	Haushalte	Haushaltsgröße
Kappel-Grafenhausen	1.890	2,5 Personen
Baden-Württemberg	-	2,2 Personen

Quelle: Statistisches Landesamt

8. Kaufkraftberechnungen

8.1 Kaufkraft Einzelhandel

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland liegt inklusive der Apothekenumsätze im Jahr 2011 (hochgerechnet) bei ca. 450 Mrd. €; pro Einwohner entspricht dies etwa 5.490 € pro Jahr.

An erster Stelle bei den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben steht der **Lebensmitteleinzelhandel** mit rund 160 Mrd. € Umsatzvolumen oder ca. 1.950 € pro Kopf und Jahr.

Exkurs

Marktpotenzial Lebensmittel

In Anlehnung an Veröffentlichungen (Fusions- und Verwaltungsverfahren) des Bundeskartellamtes unterstellen wir im Lebensmittelbereich einen relevanten Marktsektor („sachlich relevanter Markt“), der sich auf den Lebensmitteleinzelhandel mit den Vertriebstypen Supermärkte, Nachbarschaftsmärkte etc. und LM-Discounter bezieht. Zum Lebensmitteleinzelhandel zählt das Kartellamt neben Nahrungs- und Genussmitteln sowie Körper- und Pflegemitteln, Wasch- und Reinigungsmitteln das gesamte typische Randsortiment der Lebensmittelgeschäfte. Die Wettbewerbsintensität – zum Beispiel auch zwischen Vollsortimenter und LM-Discounter – ist sehr hoch, da zwischen diesen Vertriebsformen generell eine hohe Wechselbereitschaft der Kunden besteht; hier sind aus Kundensicht ausreichende Ausweichmöglichkeiten gegeben.

Die Spezialanbieter wie zum Beispiel das Nahrungsmittelhandwerk, welches durch größere Sortimentstiefe, in der Regel höheres Preisniveau, höhere Qualitätsanforderungen, geprägt ist, zählt im Sinne der notwendigen Marktabgrenzung nicht zum Lebensmitteleinzelhandel; auch die Drogeriemärkte werden nicht dem Marktsegment „Lebensmittelmarkt“ zugerechnet. Besonders hoch ist eine eigenständige Wettbewerbsfähigkeit im Drogeriemarktsektor.

Für das **Lebensmittelhandwerk** ist in Deutschland ein Umsatz der selbständigen Meisterbetriebe im Fleischerhandwerk von 15,7 Mrd. € und für die Bäckereien von ca. 12,9 Mrd. € anzusetzen; dies entspricht einer Verbrauchsausgabe von ca. 190 € bzw. 160 € pro Kopf und Jahr. Eine handwerksorientierte Metzgereiverkaufsstelle setzt im Durchschnitt ca. 570 T€ um und eine Bäckereifiliale ca. 290 T€ p.a. Hierbei muss allerdings auf die heterogene Struktur im Lebensmittelhandwerk hingewiesen werden. So ist in den Umsätzen auch die Belieferung von Großabnehmern enthalten. Die Verkaufsflächendimensionierung ist für den Geschäftserfolg von untergeordneter Bedeutung. Entscheidend für die Umsatzhöhe sind vielmehr die Qualität und der Service. So gelingt es einzelnen Betrieben durch ihre überragende Leistungsstärke immer wieder, traditionelle Einzugsgebiete „zu sprengen“. Auch für Kappel-Grafenhausen ist von recht unterschiedlichen Leistungsstärken der örtlichen Lebensmittelhandwerker auszugehen.

Im Lebensmittelbereich errechnen sich für die Gemeinde Kappel-Grafenhausen und für die Randzone unter Einbezug des leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus folgende Marktpotenziale p.a.:

Marktpotenzial Gemeinde Kappel-Grafenhausen

Branche / Bedarfsbereich	Pro-Kopf-Ausgabe	Marktpotenzial
Lebensmittel	1.930 €	9,2 Mio. €
Lebensmittelhandwerk	347 €	1,7 Mio. €
Lebensmittel gesamt	2.277 €	10,9 Mio. €

Rundungsdifferenzen

Marktpotenzial Randzone

Branche / Bedarfsbereich	Pro-Kopf-Ausgabe	Marktpotenzial
Lebensmittel	1.920 €	8,2 Mio. €
Lebensmittelhandwerk	345 €	1,5 Mio. €
Lebensmittel gesamt	2.265 €	9,7 Mio. €

Rundungsdifferenzen

Insgesamt errechnet sich für Kappel-Grafenhausen im Lebensmittelbereich ein Marktpotenzial von 10,9 Mio. € p.a. Hiervon entfallen ca. 9,2 Mio. € auf die lebensmitteleinzelhandelsorientierte Nachfrage. Das Lebensmittelhandwerk ist mit 1,7 Mio. € anzusetzen.

Für die Randzone (Rust und Schwanau-Wittenweier) errechnet sich ein Lebensmittel-Marktpotenzial von 8,2 Mio. € (Einzelhandel) und 1,5 Mio. € für das LM-Handwerk.

8.2 Kaufkraft durch die Gäste

Für die Region stellt der Tourismus bekanntermaßen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar; von herausragender Bedeutung ist der Europapark in Rust.

Das Statistische Landesamt weist für die Gemeinde Kappel-Grafenhausen, bezogen auf das Jahr 2010, ca. 25.700 Übernachtungen in 5 Beherbergungsbetrieben aus. Kleinbetriebe (Betriebe mit unter 9 Betten bzw. Schlafgelegenheiten) sind in der amtlichen Statistik nicht enthalten.

Daten Fremdenverkehr Kappel-Grafenhausen

Jahr	Übernachtungen	Ankünfte
2009	24.939	18.226
2010	25.715	19.328

Quelle: Statistisches Landesamt,
erfasst Betriebe mit 9 und mehr Schlafgelegenheiten

Zusätzlich sind die Übernachtungen in den über 26 Ferienwohnungen und bei den kleineren Zimmervermietern in zusammen über 23 Ferienzimmern zu berücksichtigen.

Die BBE geht inklusive der Pensionen und Ferienwohnungen u.ä. überschlägig von ca. 35.000 bis 40.000 Übernachtungen p.a. in Kappel-Grafenhausen aus.

Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Übernachtungsgäste betragen nach den Zahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr in München in Baden-Württemberg derzeit ca. 23,50 € pro Tag und Person. Hiervon entfallen 3,90 € auf den Lebensmitteleinkauf. Zuzüglich Drogerieartikel und Non-food, bezogen auf die Branche „Lebensmitteleinzelhandel“, ergibt sich ein Ausgabebetrag von ca. 4,90 €.

Somit errechnet sich ein einzelhandelsbezogenes Ausgabevolumen durch die Übernachtungsgäste in Kappel-Grafenhausen von ca. 180.000 € p.a., bezogen auf den Lebensmittelbereich inklusive Non-food-Anteile. Hierfür wäre rechnerisch eine Verkaufsfläche von ca. 40 m² als adäquat anzusehen.

Die Tagestouristen sind in Kappel-Grafenhausen (z.B. Ausflugsziel bzw. Bootsfahrten Taubergießen) sicherlich von Bedeutung. Eine Quantifizierung ist allerdings nicht möglich. Die Ausgaben der Tagestouristen gehen pauschal in die Streuumsätze ein.

9. Relevanter lebensmittelorientierter Einzelhandelsbesatz

Für die Kaufkraftströme im kurzfristigen Bedarfsbereich sind die Zahl der Lebensmittelanbieter (Einzelhandel), die Vertriebsform und die Betriebsgrößen am Ort bzw. im Umland von entscheidender Bedeutung.

9.1 Kappel-Grafenhausen

Edeka Aktiv Markt Feißt, Hauptstraße 23, (Grafenhausen)

Standort:	Integriert im Ortskern von Grafenhausen ohne weitere Einzelhandelsagglomeration im direkten Umfeld.
Verkaufsfläche:	730 m ² inkl. Backshop K & U
Parkplatzzahl:	35
Betriebstyp:	Edeka-Vollsortimenter
Bemerkung:	Warenpräsentation nicht mehr zeitgemäß; in Relation zur Verkaufsflächendimensionierung umfangreiche Bedienungstheken, relativ wenige Parkplätze, beengte Parkplatzsituation, Toto/Lotto-Annahme

Auf weitere Obst- und Gemüse-Anbieter (Hofverkäufe) ist hinzuweisen. Hervorzuheben ist bei dieser Vertriebsform ein Bauernladen mit Weinverkauf in Grafenhausen (Hauptstraße 102).

Ein Anbieter (Casa Calabrese) mit Gartenartikeln, Getränke/Weine, Mühlenprodukte, italienische Spezialitäten etc. auf ca. 200 m² befindet sich in der Löwenstraße 8a im Ortsteil Kappel. Eine Ölmühle (Öffnung Montag bis Freitag 17.00 Uhr bis 19.00 Uhr) in Grafenhausen ist als Besonderheit zu vermerken. Ein Kiosk/Bistro/Imbiss mit Tabakwaren, Lebensmittel etc. (ca. 70 m²) hat sich am östlichen Ortseingang von Grafenhausen etabliert. Aufgrund der besonderen Öffnungszeiten und der spezifischen Sortimentsausrichtung dürften schwerpunktmäßig die Touristen als Zielgruppe angesprochen werden.

Das Lebensmittelhandwerk ist wie folgt vertreten:

- Bäckerei Mutz (früher Ladengemeinschaft mit Metzgerei Brand) in Grafenhausen, Hauptstraße 106
- Bäckerei Schaub in Grafenhausen, Hauptstraße 52, beschränktes Randsortiment Obst/Gemüse, Wurstwaren, Käse
- Bäckerei Schaub in Kappel, Mühlenstraße 3 (Nähe Rathaus) Bäckerei mit Lebensmitteln auf ca. 130 m
- Metzgerei Junele in Kappel, Rathausstraße/Vorau

Im Ortsteil Grafenhausen ist kein Metzger mehr vorhanden.

Somit liegt bei einem Besatz mit vier Bäckern/Metzger die Versorgungszahl im Lebensmittelhandwerk in Kappel-Grafenhausen ohne Backshop im Edeka-Aktiv-Markt bei 1.190 Einwohnern pro Betrieb (Deutschland ca. 1.100 Einwohner) und damit etwa im bundesdeutschen Durchschnitt.

Deutschland:

1.740 Einwohner ein Bäcker/Backwarenverkaufsstelle

2.950 Einwohner ein handwerklicher Metzgereiverkauf

Kappel-Grafenhausen:

1.591 Einwohner ein Bäcker/Backwarenverkaufsstelle

4.774 Einwohner ein handwerklicher Metzgereiverkauf

Sollwerte für die Gesamtgemeinde Kappel-Grafenhausen (rechnerisch):

2,7 Bäcker und 1,6 Metzger

9.2 Mahlberg, Stadt

(1) Penny-Discount, Rotackerstraße

- Standort: Nicht-integriert im Gewerbegebiet Mahlberg-Orschweier unweit der Autobahnauffahrt, ca. 800 Meter von der Ortsgrenze Grafenhausen entfernt
- Verkaufsfläche: 620 m²
- Parkplatzzahl: ca. 110
- Betriebstyp: Discounter
- Bemerkung: Im Eingangsbereich (Windfang) leere Fläche (Metzger/Bäcker), Imbiss mit separatem Zugang; nächstgelegener Discounter zu Kappel-Grafenhausen.

(2) Edeka-Aktiv-Markt Müller, Industriestraße

- Standort: Nicht-integriert im Gewerbegebiet, am nördlichen Ortsrand des Hauptortes Mahlberg
- Verkaufsfläche: 820 m², zuzüglich angebautem Getränkemarkt mit separatem Eingang (Verkaufsfläche insgesamt ca. 1.300 m²)
- Parkplatzzahl: ca. 70
- Betriebstyp: Edeka-Vollsortimenter
- Bemerkung: Standort nicht weit entfernt von Gemarkungsgrenze Kippenheim

9.3 Kippenheim

(1) Treff 3000, Untere Hauptstraße

Standort: Integriert im Ortskern

Verkaufsfläche: 450 m²

Parkplatzzahl: ca. 8 im Hof

Betriebstyp: Discounter

(2) Netto-Discount, Bahnhofstraße

(Eröffnung voraussichtlich Ende 2011)

Standort: Nicht-integriert am Kreisel in Richtung Kippenheimweiler

Verkaufsfläche: voraussichtlich 800 m²

Parkplatzzahl: über 70

Betriebstyp: Discounter

9.4 Rust

(1) Edeka-Aktiv-Markt Feißt, Alemannenstraße 1-3

Standort: Innerort beschränkte Parkplatzzahl (56 Plätze)

Verkaufsfläche: ca. 750 m²

Parkplatzzahl: 1ca. 56

Betriebstyp: Edeka-Vollsortimenter

Sonstiges: K&U Backshop mit Toto / Lotto-Annahme

(2) Lidl Discount, Tullastraße

Standort: Nicht-integriert, Gewerbegebiet an der Hauptzufahrtsstraße zum Europa-Park

Verkaufsfläche: ca. 800 m²

Parkplatzzahl: ca. 93

Betriebstyp: Discounter

Sonstiges: Kein Backshop

9.4 Schwanau

Relevant ist in Schwanau insbesondere der Edeka-Aktiv Markt Trunkenbolz im Ortsteil Allmannsweier.

Edeka-Aktiv-Markt Trunkenbolz, Allmannsweierer Hauptstraße 4

Standort: Direkt am Ortsrand von Schwanau-Allmannsweier
Verkaufsfläche: ca. 1.000 m² inklusive eigenem Backshop (nach Edeka-Seite im Internet 750 m²), gegenüber auf dem Parkplatz befindet sich der Getränkemarkt Trunkenbolz in einem separaten Gebäude.
Parkplatzzahl: ca. 95
Betriebstyp: Edeka-Vollsortimenter

9.5 Ettenheim, Stadt

(1) Penny-Discount, Gutenbergstraße 1

Standort: Nicht-integriert verkehrsgünstig an Bundesstraße 3 im Ortsbereich „Altdorf“
Verkaufsfläche: ca. 800 m²
Parkplatzzahl: über 120
Betriebstyp: Discounter
Bemerkung: Standort im Bereich des Fachmarktzentrum mit Schuhmarkt, Textilmarkt, Ein-Euro-Laden, Metzgerei, Bäckerei-Bistro etc.

(2) Aldi-Sued, Tullastraße 4

Standort: Nicht-integriert, Gewerbegebiet unweit des Fachmarktzentrum und des Kaufland-Verbrauchermarktes
Verkaufsfläche: ca. 900 m²
Parkplatzzahl: über 120
Betriebstyp: Hard-Discounter

(3) Lidl-Discount, Am Bahndamm 1a

Standort: Nicht-integriert, Gewerbegebiet unweit des Fachmarktzent-
rums und des Kaufland Verbrauchermarktes

Verkaufsfläche: ca. 750 m²

Parkplatzzahl: über 120

Betriebstyp: Hard-Discounter

(4) Kaufland, Am Bahndamm 3

Standort: Nicht-integriert, Gewerbegebiet unweit des Fachmarktzent-
rums und der Discounter Aldi und Lidl.

Verkaufsfläche: ca. 2.000 m²

Parkplatzzahl: über 180

Betriebstyp: Vollsortimenter, Verbrauchermarkt

Bemerkung: Metzgerei, Backshop, Imbiss,
Tabak-Shop im Eingangsbereich (Mall),
Tankstelle; größter Lebensmittelanbieter in der Region;
Werbeaktivitäten in einem größeren Gebiet.

(5) Edeka Aktiv Markt Philipp, Otto-Stölcker-Straße

Standort: Integriert mit Wohnumfeld, östlicher Stadtrand von Ettenheim

Verkaufsfläche: ca. 1.300 m²

Parkplatzzahl: über 50

Betriebstyp: Vollsortimenter

Bemerkung: Hoher Anteil regionaler Produkte

Relevante LM-Anbieter Übersicht

LM-Markt	Verkaufs- form	Standort	Verkaufs- Fläche
Kappel-Grafenhausen Edeka-Aktiv-Markt („Altobjekt“)	VS	Ortskern, integriert	ca. 730 m ²
Mahlberg, Stadt Penny	TS	GE, nicht-integriert	ca. 620 m ²
Edeka-Aktiv-Markt Müller	VS	GE, nicht-integriert	ca. 820 m ² (ohne Getränkemarkt)
Mahlberg gesamt			1.440 m²
Kippenheim Treff 3.000	TS	Ortskern, integriert	ca. 450 m ²
Netto-Discount (Eröffnung voraussichtlich Ende 2011)	TS	Ortsrand, nicht-integriert	ca. 800 m ²
Kippenheim gesamt			1.250 m²
Rust Edeka-Aktiv-Markt	VS	integriert	ca. 750 m ²
Lidl	TS	GE, nicht-integriert	ca. 800 m ²
Rust gesamt			1.550 m²
Schwanau- Allmannsweier Edeka-Aktiv-Markt	VS	Ortsrand	ca. 1.000 m ² (ohne Getränkemarkt)

VS = Vollsortimenter
TS = Teilsortimenter (Discounter)

Relevante Anbieter Übersicht (Fortsetzung)

LM-Markt	Verkaufs- form	Standort	Verkaufs- Fläche
Ettenheim Penny	TS	GE, nicht-integriert	ca. 800 m ²
Aldi-Sued	TS	GE, nicht-integriert	ca. 900 m ²
Lidl	TS	GE, nicht-integriert	ca. 750 m ²
Kaufland	VS	GE, nicht-integriert	ca. 2.000 m ²
Edeka-Aktiv-Markt	VS	integriert in Wohngebiet	ca. 1.300 m ²
Ettenheim gesamt			ca. 5.750 m²

Zwischenergebnis

Aufgrund obiger Erhebung ergibt sich, bezogen auf die relevanten Anbieter (Lebensmitteleinzelhandel) ohne Spezialanbieter, folgende Flächenausstattung (Quadratmeter je 1.000 Einwohner) ohne Berücksichtigung des Tourismus:

Flächenausstattung

Gemeinde / Stadt	VK-Fläche	Einwohner	Flächen- ausstattung
Kappel-Grafenhausen	730 m ²	4.774	153 m ²
Rust	1.550 m ²	3.789	409 m ²
Ettenheim	5.750 m ²	12.199	471 m ²
Mahlberg	1.440 m ²	4.730	304 m ²
Kippenheim	1.250 m ²	5.171	242 m ²

Deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt die Flächenausstattung in Ettenheim. Die relevanten Anbieter haben ihren Standort zumeist in unmittelbarer Nähe zueinander im westlichen Stadtgebiet bzw. Gewerbegebiet von Ettenheim. Nach der „Südbadischen Liste“ des Handelsverbandes lag die Handelszentralität (Umsatz zu Kaufkraft) der Stadt Ettenheim im Lebensmittelbereich bei 110 %; dieser Wert dürfte aufgrund der Neuansiedlung des Penny-Discountmarktes auf über 120 % angestiegen sein.

10. Vollversorgungsfläche

Als Orientierungsgröße zur Bestimmung des möglichen bzw. notwendigen Entwicklungsrahmens im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich (hier: Lebensmittel) dient die Vollversorgungsfläche (Selbstversorgungs- bzw. Grundversorgungsflächen) je 1.000 Einwohner in Deutschland. Bei diesem Flächenausstattungsgrad könnte die Versorgung der Bevölkerung bei durchschnittlichen Flächenproduktivitäten zu 100 % stattfinden bzw. Zu- und Abflüsse würden sich kompensieren. Die Selbstversorgungsfläche ist insbesondere für Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion von Bedeutung.

Im Lebensmitteleinzelhandel liegt die Flächenausstattung nunmehr in Deutschland bei etwa 409 m² je 1.000 Einwohner. Das Euro-Handelsinstitut hat frühere Werte um ca. 13 % angehoben. Die gesamte Statistik wurde vom Euro-Handelsinstitut überarbeitet.

Für den Lebensmittelbereich (Einzelhandel) errechnet sich für Kappel-Grafenhausen eine Vollversorgungsfläche von rund 1.950 m² VK-Fläche. Hierbei wurden der Fremdenverkehr und der Zufluss aus Frankreich nicht einbezogen.

Abzüglich der VK-Fläche von 730 m² am „Altstandort“ liegt das rechnerische Flächendefizit in Kappel-Grafenhausen bei 1.220 m² VK-Fläche, d.h. geht man von der rechnerischen Vollversorgungsfläche als Obergrenze aus, so wäre bei einer Weiternutzung des Gebäudes am „alten“ Standort als Lebensmittelgeschäft noch ein freies Flächenkontingent für einen weiteren Lebensmittelmarkt von 1.220 m² VK-Fläche in Kappel-Grafenhausen vorhanden. Zuzüglich der Übernachtungsgäste erhöht sich dieser „freie“ Flächenwert auf 1.260 m².

11. Kaufkraftbindung des Planobjektes

Gegenwärtig ist im Lebensmittelbereich (Einzelhandel), bezogen auf die Gemeinde Kappel-Grafenhausen, ein Kaufkraftabfluss von über 60 % oder absolut von ca. 6 Mio. € vorhanden. Beim Lebensmittelhandwerk ist hingegen von einer hohen Kaufkraftbindung in Kappel-Grafenhausen von über 75 % auszugehen.

Kaufkraftverteilungsmodell Lebensmittel (Planvorhaben)

Ansatz I Alleinstellung Vollsortimenter

Ausgehend von einem Planumsatz von ca. 6,2 Mio. € p.a. (ca. 1.400 m² Verkaufsfläche) ist folgendes Kaufkraftverteilungsmodell zu unterstellen:

Kaufkraftverteilungsmodell Lebensmittel (Vollsortimenter 1.400 m² FKFL)

Gebiet	Markt- potenzial	Bindung	
	Mio. €	%	Mio. €
Kappel- Grafenhausen	9,2	45	4,14 (67 %)
Randzone	8,2	10	0,82 (13 %)
Übernachtungsgäste	0,2	100	0,20 (3 %)
Zwischensumme I	17,6	30	5,16 (83 %)
Französische Kunden – Umsatzanteil 10 %			0,62 (10 %)
Streuumsatz – Umsatzanteil 5 %			0,42 (7 %)
Umsatzerwartung			6,20 (100 %)

Rundungsdifferenzen

Ausgehend von der vorhandenen Kaufkraft kann es einem Lebensmittelmarkt ohne weiteren direkten Mitbewerber in der Vertriebsform als Vollsortimenter mit ca. 1.400 m² VK-Fläche am Planstandort gelingen, ca. 40 % bis 50 % der in Kappel-Grafenhausen vorhandenen Lebensmittel-Kaufkraft zu binden; dies entspricht einem Umsatzvolumen von ca. 4,1 Mio. €.

Sicherlich können auch Bewohner der Nachbarorte (Randzone) angesprochen werden. Wir bringen hier aber aufgrund der starken Wettbewerber im Umland nur eine mögliche Bindungsquote von 10 % in Ansatz.

Die Übernachtungsgäste werden mit 0,2 Mio. € berücksichtigt. Die Tagestouristen gehen in die Streuumsätze ein.

Die Kunden aus Frankreich werden bei vergrößerter Fläche und attraktiverer Warenpräsentation mit einem Umsatzanteil von 10 % pauschal berücksichtigt.

Ansatz II

Vollsortimenter mit 1.400 m² VKFL und weiterer Anbieter mit 730 m² VKFI

Mit großer Wahrscheinlichkeit ist davon auszugehen, dass sich zusätzlich zum Planobjekt kein weiterer Vollsortimentsmarkt auf der Gemarkung Kappel-Grafenhausen etabliert. Eher ist dann von einem LM-Discounter auf der „Altfläche“ auszugehen. Ein leistungsstarker Discounter beschränkt einerseits die Umsatzchancen im Planobjekt, andererseits kann der Ort Kappel-Grafenhausen für die Umlandbewohner – z.B. über Koppelungskäufe – attraktiver werden. Dennoch sehen wir bei Ansatz II eine Umsatzhöhe von 5,5 Mio. € für den Vollsortimenter als Obergrenze an. Für einen Discounter im „Altobjekt“ würden wir bei Ansatz II eine Umsatzhöhe von maximal 3,2 Mio. € unterstellen, zusammen bei 2.130 m² VK-Fläche damit 8,8 Mio. € p.a., und dies insbesondere aufgrund des beschränkten Einzugsgebiets und der starken Mitbewerber im Umland.

Für beide Lebensmittelmärkte zusammen kann folgende Kaufkraftverteilung unterstellt werden:

**Kaufkraftverteilungsmodell Lebensmittel
(für Vollsortimenter 1.400 m² FKFL und
Lebensmittelmart mit 730 m² VKFL)**

Gebiet	Markt- potenzial	Bindung	
	Mio. €	%	Mio. €
Kappel- Grafenhausen	9,2	67-68	6,21 (71 %)
Randzone	8,2	11	0,89 (10 %)
Übernachtungsgäste	0,2	100	0,20 (2 %)
Zwischensumme I	17,6	43	7,30 (83 %)
Französische Kunden – Umsatzanteil 10 %			0,88 (10 %)
Streuumsatz – Umsatzanteil 5 %			0,62 (7 %)
Umsatzerwartung			8,80 (100 %)

Rundungsdifferenzen

Unter Berücksichtigung der erhobenen Marktdaten kann es einem Lebensmittelmarkt als Vollsortimenter mit ca. 1.400 m² VK-Fläche und einem weiteren Anbieter am Ort (z.B. LM-Discounter) gelingen, zusammen ca. zwei Drittel der in Kappel-Grafenhausen vorhandenen LM-Kaufkraft zu binden; dies entspricht einem Umsatzvolumen von ca. 6,2 Mio. €.

Den Bewohnern der Nachbarorte in der Randzone muss dann zur Erzielung des unterstellten Planumsatzes 11 % ihres lebensmittelorientierten Budgets entzogen werden.

Die Übernachtungsgäste werden zusammen mit 0,20 Mio. € berücksichtigt. Die Tagestouristen gehen in die Streuumsätze ein.

Die Kunden aus Frankreich werden weiterhin aufgrund individueller objekt- bzw. firmenbezogener Einkaufspräferenzen mit einem Umsatzanteil von 10 % pauschal berücksichtigt.

12. Umsatzumverteilung

Die Umsatzumlenkung unterscheidet sich bezüglich Kappel-Grafenhausen bzw. verursacht durch die Planobjekte erheblich von der induzierten Kaufkraftumverteilung.

Ansatz I

Alleinstellung Vollsortimenter mit 1.400 m² VKFL

Unterstellt man branchenübliche Leistungswerte, so ist der „Altumsatz“ des Edeka-Aktiv-Marktes mit ca. 3,0 Mio. € bis 3,5 Mio. € p.a. anzusetzen. Der neue Markt müsste bei den unterstellten Leistungswerten gegenüber dem Bestandsmarkt einen Umsatzzuwachs von ca. 3,0 Mio. € auf ca. 6,2 Mio. € generieren.

Umsatzumlenkung

	Umsatz	Abzugsquote	Umsatzbindung
Umsatzmitnahme von „Altobjekt“ in Kappel-Grafenhausen	3-4 Mio. €		3,2 Mio. €
Umsatzumlenkung in Randzone	8 Mio. €	5 %	0,4 Mio. €
Umsatzumlenkung in Ettenheim	25 Mio. €	7 %*	1,7 Mio. €
Umsatzumlenkung in Mahlberg	7 Mio. €	5 %*	0,3 Mio. €
Umsatzumlenkung in Kippenheim und Schwanau	11 Mio. €	3 %	0,3 Mio. €
übrige Umsatzumlenkung	-----	-----	0,3 Mio. €
Gesamtumsatz			6,2 Mio. €

Rundungsdifferenzen,

* Überwiegend Umlenkung von Kaufkraftabflüssen aus Kappel-Grafenhausen

Die Umsatzumlenkungsquoten in der Randzone, in Mahlberg und in Ettenheim sind mit 5-7 % in Ansatz zu bringen. Relativ geringe Abzugsquoten sind in Schwanau und in Kippenheim anzusetzen.

Die französischen Kunden werden nicht gesondert berücksichtigt, da deren Ausgaben bei den Umsatzumlenkungen enthalten sind.

Ansatz II Vollsortimenter mit 1.400 m² VKFL und weiterer Anbieter mit 730 m² VKFI.

Wird das Edeka-Bestandsobjekt z.B. als LM-Discounter weiter genutzt, so steigt der Gesamtumsatz in Kappel-Grafenhausen um ca. 5 Mio. € bis 6 Mio. € auf ca. 8,8 Mio. € p.a. an.

Umsatzumlenkung

	Umsatz	Abzugs- quote	Umsatz- bindung
Umsatzmitnahme von „Altobjekt“ in Kappel-Grafenhausen	3-4 Mio. €		3,2 Mio. €
Umsatzumlenkung in Randzone	8 Mio. €	9 %	0,7 Mio. €
Umsatzumlenkung in Ettenheim	25 Mio. €	12 %*	3,1 Mio. €
Umsatzumlenkung in Mahlberg	7 Mio. €	9 %*	0,6 Mio. €
Umsatzumlenkung in Kippenheim und Schwanau	11 Mio. €	6 %	0,7 Mio. €
übrige Umsatzumlenkung	-----	-----	0,5 Mio. €
Gesamtumsatz			8,8 Mio. €

Rundungsdifferenzen,

* Überwiegend Umlenkung von Kaufkraftabflüssen aus Kappel-Grafenhausen

Die beiden LM-Märkte – neuer Edeka-Markt und Lebensmittelmarkt im „Altobjekt“ – werden zusammen zu erheblichen Umsatzumlenkungen nach Kappel-Grafenhausen führen. Bei der Bewertung der Umsatzabzüge muss jedoch bedacht werden:

- Zu einem Großteil handelt es sich bei den Umsatzumlenkungen um Kaufkraft aus Kappel-Grafenhausen. Rund 70 % des Umsatzabzuges bei den Märkten im Umland stellt Kaufkraft der Bewohner der Gemeinde Kappel-Grafenhausen dar, die zurück geholt werden kann.
- Besonders betroffen sind die Märkte in Ettenheim. Der hier unterstellte Umsatzabzug von 12 % findet in einer Einkaufsstadt mit hoher Handelszentralität im Lebensmittelbereich von über 120 % statt. Das „Gefährdungspotenzial“ bezüglich einer Beeinträchtigung der Versorgung in Ettenheim durch die beiden Planobjekte in Kappel-Grafenhausen ist deshalb als gering einzustufen.
- Die besonders tangierten Märkte in Ettenheim befinden sich an nicht-integrierten Standorten.

Das Lebensmittelhandwerk in Kappel-Grafenhausen wird nur in geringem Umfange tangiert sein, und zwar aus folgenden Gründen:

- Es handelt sich in Kappel-Grafenhausen insgesamt um einen durchschnittlichen Betriebsbesatz.
- Durch die Bindung von abfließender Lebensmittelkaufkraft in Kappel-Grafenhausen können die Koppelungskäufe z.B. bei Fleisch- und Wurstwaren und bei Backwaren außerhalb der Standortgemeinde reduziert werden. Gewinnen kann dabei z.B. auch das Lebensmittelhandwerk in Kappel-Grafenhausen. Dies gilt allerdings nur für exzellente Betriebe mit hoher Qualität und hohem Service. Eine Abgrenzung der örtlichen Metzger und Bäcker ist gerade gegenüber einem Discounter möglich.
- Der vorhandene Edeka-Lebensmittelmarkt weist schon derzeit relativ umfangreiche Bedienungstheken und einen Backshop auf. Der Umsatzzuwachs bei Fleisch- und Wurstwaren und Backwaren im neuen Vollsortimentsmarkt wird sich deshalb in Grenzen halten.

Ein Umsatzabzug bei den etablierten Bäckern ist jedoch insbesondere dann zu unterstellen, wenn im „Altobjekt“ z.B. neben einem LM-Discounter ein Backshop eingerichtet wird. In diesem Fall sollte zur Existenzsicherung ein örtlicher Betrieb bevorzugt werden. Hierdurch kann auch die Regionalität des Angebots bzw. der Backwaren hervorgehoben werden. Selbst bei einer Schließung einer etablierten örtlichen Bäckereiverkaufsstelle würde aber die Versorgungsqualität insgesamt in Kappel-Grafenhausen nicht eingeschränkt werden.

13. Beurteilung der Wirkungen

13.1 Überprüfung nach Vorgabe des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg

Zur Überprüfung der Verträglichkeit von großflächigen Einzelhandelsprojekten ist der Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg von 2001 (Rechtskraft) maßgeblich. Unter Berücksichtigung der raumordnerischen Erfordernisse sollen sich danach großflächige Einzelhandelsprojekte (in der Regel ab 800 m² VK-Fläche) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Als Regelung ist gemäß Einzelhandelserlass bezüglich der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu beachten:

- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot
- Integrationsgebot

13.2 Kongruenzgebot

Zitat Einzelhandelserlass:

„Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll.“ (siehe Einzelhandelserlass, Punkt 3.2.1.4)

Das Kongruenzgebot wird gemäß Kaufkraftverteilungsmodellen durch das Planvorhaben (Lebensmittelmarkt) nicht verletzt. Der geplante Vollsortimenter mit ca. 1.400 m² VK-Fläche wird vor allem zu einer verstärkten Kaufkraftbindung am Ort führen; dies gilt verstärkt wenn im „Altobjekt“ sich z.B. ein LM-Discounter etabliert. Der Umsatzanteil mit Kunden aus dem Umland wird sich in engen Grenzen bewegen und die 30 %-Marke keinesfalls überschreiten, und dies aus folgenden Gründen:

- Die Gemeinde Kappel-Grafenhausen liegt nicht direkt an einem überörtlichen Verkehrsweg. Im Westen bildet der Rhein die natürliche Grenze des deutschen Einzugsbereichs. Das Einzugsgebiet von Kappel-Grafenhausen ist deshalb eng abzugrenzen.
- Synergiewirkungen durch weitere Magnetbetriebe oder eine Einzelhandelsagglomeration in der Standortgemeinde sind nicht gegeben.
- Der ausgesprochen starke Besatz mit Vollsortimentern und Discountern in Ettenheim wird weiterhin dominieren und auch nach Verstärkung des Angebots in Kappel-Grafenhausen erhebliche Kaufkraft aus der Region binden.

13.3 Beeinträchtungsverbot

Zitat Einzelhandelserlass:

„Das Vorhaben darf

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) sowie*
- die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.*

(siehe Einzelhandelserlass, Punkt 3.2.2.1)

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) . . . ist in der Regel beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswerte für eine derartige Annahme sind ein Umsatzverlust bei innenstadtrelevanten Waren von ca. 10 % und bei nicht innenstadtrelevanten von 20 %.“ (siehe Einzelhandelserlass, Punkt 3.2.2.2)

Das Planobjekt mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche wird bei isolierter Betrachtung weniger als 10 % Umsatz von bestehenden Betrieben in den Nachbarorten abziehen; dies gilt aber nicht, wenn sich noch ein LM-Anbieter (z.B. Discounter) am „Altstandort“ Rathausstraße 23 etabliert. In diesem Fall werden beide Märkte zusammen in Ettenheim zu einem Umsatzabzug von ca. 12 % führen. Das Beeinträchtungsverbot würde dann, bezogen auf die Stadt Ettenheim, formal in geringem Maße verletzt werden. Betroffen sind hier in erster Linie die nicht-integrierten Anbieter im Gewerbegebiet

Aufgrund der hohen Zentralität der Stadt Ettenheim im Lebensmittelbereich von über 120 % ist aber eine wesentliche Beeinträchtigung des bestehenden Lebensmitteleinzelhandels in Ettenheim durch die Planobjekte in Kappel-Grafenhausen nicht zu erwarten; die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Bereichs und die verbrauchernahe Versorgung sind hier nicht gefährdet.

13.4 Integrationsgebot

Zitat Einzelhandelserlass:

„Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit ist in der Regel ausgeschlossen, wenn derartige Vorhaben in einem zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert werden. Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (siehe Einzelhandelserlass Punkt 3.2.2.3).

Der Altstandort (Rathausstraße 23) befindet sich in integrierter Lage im Ortsteil Grafenhausen. Die Alternativstandorte liegen jedoch am Ortsrand zwischen den beiden Ortsteilen Kappel und Grafenhausen und sind als so genannte „Scharnierlagen“ zu bezeichnen. Die Errichtung eines LM-Marktes würde hier die beiden Ortsteile funktional verbinden.

Wir verweisen diesbezüglich auch an die Standortbeurteilung durch das beauftragte Planungsbüro.

14. Zusammenfassung und Ergebnis

- Das Kongruenzgebot – nach den Kriterien des Einzelhandelserlasses – würde bei einem neuen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche und auch bei Nachnutzung durch einen Lebensmittelanbieter im „Altobjekt“ eingehalten werden. Das lebensmittelbezogene Kaufkraftvolumen in Kappel-Grafenhausen reicht aus, den überwiegenden Umsatz in beiden Märkten mit Bewohnern aus der Standortgemeinde zu tätigen
- Das Beeinträchtigungsverbot wird bei Betrieb von zwei Lebensmittel-Märkten mit zusammen ca. 2.130 m² Verkaufsfläche formal in geringem Maße verletzt werden, da in Ettenheim mit einer Umsatzumlenkung von ca. 12 % gerechnet werden muss. Es handelt sich jedoch größtenteils um Kaufkraftabflüsse aus Kappel-Grafenhausen, die von den Planobjekten in Kappel-Grafenhausen zurück gewonnen werden können. Bedingt durch die hohe Flächenausstattung, verbunden mit den verkehrsmäßig gut zu erreichenden Lebensmittel-Märkten im westlichen Stadtgebiet von Ettenheim, liegt die Zentralität der Einkaufstadt Ettenheim im Lebensmittelbereich bei über 120 %. Aufgrund dieses hohen Zentralitätswertes ist aber eine wesentliche Beeinträchtigung des bestehenden Lebensmitteleinzelhandels in Ettenheim durch die Planobjekte in Kappel-Grafenhausen nicht zu erwarten; die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Bereichs und die verbrauchernahe Versorgung wird im Unterzentrum Ettenheim nicht gefährdet.
- Ein Lebensmittelmarkt mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche würde bei rund 4.800 Einwohnern die Versorgungsqualität in Kappel-Grafenhausen angesichts des hohen Kaufkraftabflusses deutlich verbessern. Findet im „Altobjekt“ an der Rathausstraße zusätzlich zum Planobjekt eine Einzelhandelsnutzung (z.B. in der Betriebsform Discounter) mit dem Sortiment „Lebensmittel“ statt, so wird bei dann zusammen ca. 2.130 m² Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzel in Kappel-Grafenhausen die Grenze der Grundversorgung überschritten. Die Obergrenze liegt nach Gutachtermeinung bei ca. 1.950 m² bis 2.000 m² Verkaufsfläche für beide Objekte zusammen oder für das Planvorhaben als Vollsortimenter bei 1.220 m² bis 1.260 m² VK-Fläche. Bei dieser Flächendimensionierung könnte bezogen auf Ettenheim auch das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden.

BBE BERATUNGSGESELLSCHAFT
BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
Postfach 473
79004 Freiburg
FON: 0761-29 67 60-0
E-MAIL: info@bbe-freiburg.de

ppa. Joachim Schupp
Dipl.-Volkswirt