



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines REWE-Supermarktes in Essingen, Aalener Straße

Auftraggeber: Gemeinde Essingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, am 05.02.2020

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	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Einordnung und Beschreibung der Projektplanung	5
2.1 Definitionen Marktdaten und Marktentwicklungen	5
3. Daten zum Vorhaben	7
4. Rechtliche Rahmenbedingungen	8
4.1 Vorgaben des Bau- und Planungsrechts	8
4.2 Landes- und Regionalplanung	9
II. Standortbeschreibung und –bewertung	10
1. Mikrostandort Essingen	10
2. Mikrostandort „Aalener Straße“	12
3. Fazit der Standortbewertung	15
III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation	16
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Essingen	16
2. Wettbewerbssituation im Umland	17
3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbssituation	18
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	20
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens	20
2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	21
V. Auswirkungsanalyse	22
1. Umsatzprognose für den erweiterten REWE-Markt	22
2. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens	23
VI. Prüfung der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung	27
VII. Zusammenfassung	29

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Gemeinde Essingen ist die Modernisierung und Erweiterung des REWE-Lebensmittelmarktes geplant, der bereits langjährig an der Aalener Straße auf einer Verkaufsfläche von aktuell ca. 1.177 m² betrieben wird. Der Markt soll nun modernisiert werden, um ihn an die gestiegenen Kundenanforderungen und das umfangreiche Sortiment anzupassen. Damit soll auch seine Rolle als Nahversorger für die Gemeinde Essingen gestärkt werden.

Geplant ist, den bestehenden REWE-Markt durch einen Anbau an der Vorderseite des Gebäudes auf max. 1.550 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei / Café, Windfang, Pfandannahme) zu erweitern. Für die Umsetzung des Vorhabens ist eine Änderung des Bebauungsplans erforderlich.

In der angestrebten Größenordnung ist der REWE-Markt als großflächiges Einzelhandelsvorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen ist die Ausweisung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel (Lebensmittelmarkt mit max. 1.550 m² VK) vorgesehen. Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, eine Bewertung der städtebaulichen, versorgungsstrukturellen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens vorzunehmen. Im Fokus der Untersuchung steht die Ermittlung der Auswirkungen auf zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung in Essingen bzw. im Umland. Darüber hinaus werden die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen überprüft.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- /// Projektbeschreibung, Definitionen und ausgewählte Marktdaten
- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Essingen sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Aalener Straße“
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Essingen und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und -herkunft für den erweiterten Lebensmittelmarkt
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Ostwürttemberg (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot).

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

2. Einordnung und Beschreibung der Projektplanung

2.1 Definitionen Marktdaten und Marktentwicklungen

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.¹ Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als **„Nonfood“** sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.²

Zur Einordnung des in Essingen an der Aalener Straße gelegenen Betriebstyps „Supermarkt“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden die wichtigsten Charakteristika nachfolgend kurz dargestellt:

- Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit langem den größten **Marktanteil** ein (46 % im Jahr 2018 gemessen am Umsatz). Auf Supermärkte entfallen

¹ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 399. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

² Ebd.

knapp 30 %, auf Große Supermärkte ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 12 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %³.

- 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. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter beschränken sich auf ein straffes Sortiment aus Artikeln die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Schnitt halten Discounter daher lediglich ca. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 788 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 90

- Lebensmittelvollsortimenter** profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse-, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie das Sortimente Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel) sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.
- Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte rd. 1.030 m² auf (große Supermärkte durchschnittlich 3.381 m²). Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigende Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.

³ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, S. 78; GMA-Berechnungen.

- Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).

Die **REWE Group** betreibt in Deutschland derzeit rd. 5.669 Filialen.⁴ Das spezielle Vertriebskonzept des Unternehmens REWE ist wie folgt zu skizzieren:

- REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE Kaufleute betrieben
- Das Unternehmen betreibt verschiedene Vertriebslinien: REWE-City (kleiner Supermarkt mit ca. 500 – 1.000 m² VK); REWE (Supermarkt mit ca. 1.000 – 3.500 m² VK) sowie REWE Center (Großer Supermarkt mit 3.500 – 8.000 m² VK)⁵
- REWE-Supermarkt mit breitem und tiefem Sortiment (ca. 10.000 – 25.000 Artikel) sowie deutlichem Schwerpunkt im Lebensmittelbereich
- hoher Anteil an Markenprodukte, aber auch Eigenmarken
- durchschnittlicher REWE-Umsatz je Filiale ca. 6,0 Mio. € (brutto), durchschnittliche Filialgröße ca. 1.490 m² VK.⁶

3. Daten zum Vorhaben

Die Projektplanung umfasst die Modernisierung des REWE-Marktes in Essingen, welcher bereits seit rd. 10 Jahren vom selbstständigen Kaufmann Brehmer betrieben wird. Der Lebensmittelvollsortimenter, der unweit der Ortsmitte die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sichert, wird von den Kunden sehr gut angenommen. Um diese Marktposition auch langfristig zu sichern und den Kunden einen Einkauf in ansprechenden und zeitgemäßen Räumen zu ermöglichen, soll der REWE-Markt nun grundlegend modernisiert werden. Hiermit ist auch eine Erweiterung des Verkaufsraumes verbunden. Geplant ist ein Anbau am bestehenden Gebäude, so dass sich die Verkaufsfläche zukünftig auf **max. 1.550 m² VK (inkl. Bäckerei / Café, Windfang, Pfandanlagen)** erhöhen wird. Obwohl der Lebensmittelmarkt durch das Vorhaben großzügiger gestaltet sein wird, sind bei den Sortimenten keine wesentlichen Änderungen zu erwarten. Das Angebotskonzept des REWE-Marktes wird auch nach seiner Erweiterung des einen Supermarkts entsprechen.

⁴ Quelle: Hahn Retail Estate Report Germany 2018/2019; S. 27; Vertriebsschiene Rewe, Rewe-Center und Penny.

⁵ Quelle: REWE Group, URL: <https://www.rewe-group.com/de/unternehmen/expansion/immobiliengesuche>; abgerufen am 11.02.2019.

⁶ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs AG: Retail Estate Report Germany 2018/2018; S. 27.

Von einem Betriebstyp „Großer Supermarkt“ (Verbrauchermarkt mit erheblich größerem Sortiment, insbesondere im Nonfood-Bereich) ist nicht auszugehen.

Ein Erwerb zusätzlicher Flächen ist für das Vorhaben nicht vorgesehen; die Umsetzung der Projektplanung kann vollständig auf dem bestehenden Grundstück erfolgen. An der verkehrlichen Erschließung über die Aalener Straße werden sich keine Änderungen ergeben, eine ausreichende Anzahl an Kundenstellplätzen bleibt bestehen.⁷

4. Rechtliche Rahmenbedingungen

4.1 Vorgaben des Bau- und Planungsrechts

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in der aktuellen Fassung aus:⁸

- „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.“

⁷ Aktuell ca. 85 Stellplätze; nach der Umsetzung des Vorhabens steht eine ausreichende Anzahl an Stellplätzen zur Verfügung (15 Stellplätze fallen weg, 21 neue kommen hinzu).

⁸ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

4.2 Landes- und Regionalplanung

Neben den Instrumentarien des Bauplanungsrechts erfolgt die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch eine landesplanerische und regionalplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten. Die Grundlage hierfür stellen die Ziele der Raumordnung und Landesplanung dar, die im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (2002) sowie im Regionalplan Ostwürttemberg, dargelegt sind. Zentrale Bestandteile der Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind das Konzentrationsgebot, das Integrationsgebot, das Kongruenzgebot sowie das Beeinträchtigungsverbot.

Im geltenden **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg**⁹ werden in Bezug auf **großflächige Einzelhandelsvorhaben** folgende wesentliche Zielsetzungen festgelegt:

- 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.
- Z Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.
- 3.3.7.1 Z Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- 3.3.7.2 Z Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

Im **Regionalplan Ostwürttemberg 2010** werden in Kapitel 2.6 „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe“ Vorgaben für Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt.¹⁰

⁹ Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg.

¹⁰ Region Ostwürttemberg, Regionalplan 2010 (verbindlich mit Ablauf der Auslegungsfrist am 8. Januar 1998).

II. Standortbeschreibung und –bewertung

1. Mikrostandort Essingen

Die Gemeinde Essingen liegt westlich der Kreisstadt Aalen im Ostalbkreis. Ihr ist gemäß Regionalplan Ostwürttemberg keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Damit kommt der Gemeinde vorrangig die Aufgabe zur Deckung des Grundbedarfs zu. Das Mittelzentrum Aalen, welches für Essingen eine übergeordnete Versorgungsfunktion übernimmt, liegt in kurzer Distanz (rd. 7 km).

In **siedlungsstruktureller Hinsicht** gliedert sich die Gemeinde in den Kernort Essingen, den ehemals selbstständigen Teilort Lauterburg sowie insgesamt 24 Weiler/Höfe. Die Gemarkung erstreckt sich vom Hügelland nördlich der Bahnlinie und der Bundesstraße 29 über das Ursprungsgebiet der Rems bis auf Höhe des Albuchs. Der Kernort ist im Wesentlichen durch Wohnnutzungen geprägt. Größere gewerbliche Schwerpunkte befinden sich entlang der B 29.¹¹

In Essingen leben aktuell **ca. 6.372 Einwohner**¹². Die Bevölkerungszahl ist zwischen 2011 – und 2018 nahezu konstant geblieben (- 25 Personen bzw. - 0,4 %). Damit unterscheidet sich die Gemeinde leicht von den umliegenden Kommunen bzw. dem Ostalbkreis, welche im selben Zeitraum zumeist eine leichte Bevölkerungszunahme verzeichneten (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung

Kommune	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2018	
	2011	2018	absolut	in %
Essingen	6.397	6.372	-25	-0,4
Oberkochen	7.742	7.920	178	2,3
Königsbronn	7.048	7.145	97	1,4
Steinheim am Albuch	8.533	8.628	95	1,1
Bartholomä	2.063	1.994	-69	-3,3
Heubach	9.677	9.760	83	0,9
Mögglingen	4.166	4.293	127	3,0
Kreisstadt Aalen	66.436	68.352	1.916	2,9
LK Ostalbkreis	306.709	314.019	7.310	2,4
Baden-Württemberg	10.493.076	11.050.720	557.644	5,3

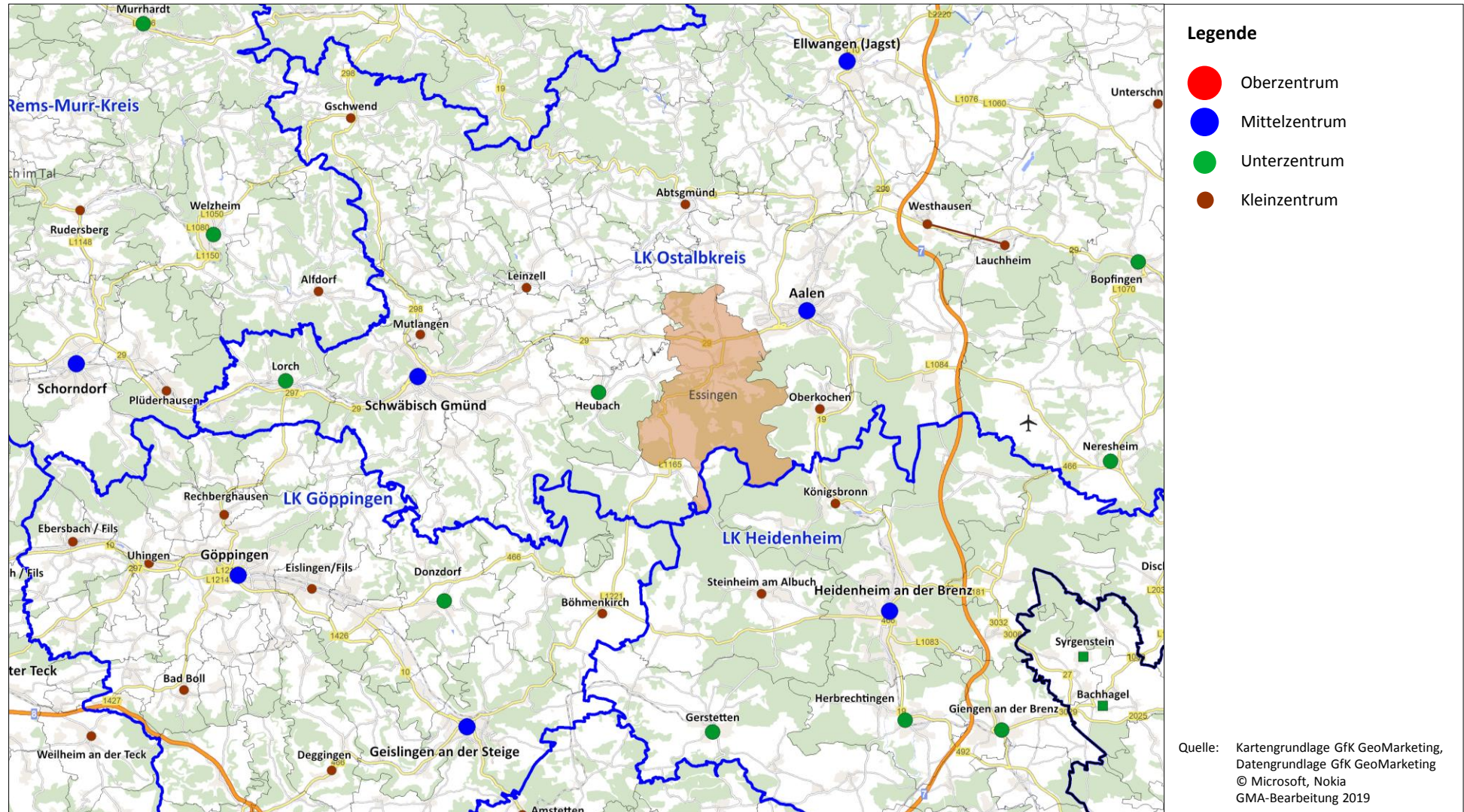
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.09. des Jahres

GMA-Berechnungen 2019, ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich

¹¹ Insgesamt vier Gewerbegebiete; Interkommunales Gewerbegebiet „Dauerwang“ der Gemeinde Essingen und der Stadt Aalen, Gewerbegebiet „Stockert“, Gewerbegebiet „Sauerbach“, Industriegebiet „Streichhoffeld“.

¹² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 30.09.2018.

Karte 1: Lage der Gemeinde Essingen und zentralörtliche Struktur



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2019

Die **verkehrliche Anbindung** der Gemeinde Essingen ist insgesamt als gut zu bewerten. Die Gemeinde ist über die Bundesstraße B 29 (Waiblingen – Nördlingen) an das überregionale Straßennetz angebunden. Ein Anschluss an die Autobahn A 7 erfolgt ca. 17 km entfernt (Aalen / Oberkochen). An den öffentlichen Nahverkehr ist die Gemeinde über den Verkehrsverbund OstalbMobil GmbH angebunden.

Der **Wirtschaftsstandort** Essingen zeichnet sich in der Vergangenheit durch eine positive Entwicklung aus. Im Jahr 2017 waren in Essingen ca. 2.329 Beschäftigte am Arbeitsstandort registriert¹³, davon ca. 18 % im produzierenden Gewerbe, ca. 43 % im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe bzw. ca. 36 % bei sonstigen Dienstleistungen. Der Beschäftigtensatz lag mit ca. 366 Beschäftigten je 1.000 Einwohner leicht unter dem Landkreisschnitt (Ostalbkreis: 393). Essingen weist einen negativen Pendlersaldo (- 405) auf. Die Gemeinde ist in erster Linie Wohnstandort, hat sich aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der B 29 jedoch auch zu einem Wirtschaftsstandort weiterentwickelt.

Der **Einzelhandel** in der Gemeinde Essingen beschränkt sich weitgehend auf den Kernort. Der Nahversorgung dient der REWE-Markt an der Aalener Straße. Dieser Standort ist fußläufig an die Ortsmitte (Rathausgasse bzw. direktes Umfeld) angebunden. Dort befinden sich neben öffentlichen und privaten Einrichtungen (u. a. Rathaus, Kreditinstitute) kleinere Ladengeschäfte des Lebensmittelhandwerks. Daneben ist auf einen Penny-Lebensmitteldiscounter sowie einen Getränkemarkt am nördlichen Ortsausgang in Richtung B 29 hinzuweisen. Im sonstigen Gemeindegebiet sind nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe vorzufinden.

Im Interkommunalen **Gewerbegebiet „Dauerwang“** sind zudem großflächige Anbieter ansässig, darunter Bauhaus und Decathlon.

2. Mikrostandort „Aalener Straße“

Der **Standort** des REWE-Supermarktes befindet sich zwischen der Aalener Straße und dem Pfälenweg in zentraler Lage. Die historische Ortsmitte liegt in kurzer Distanz (ca. 3 Gehminuten bzw. 300 m entfernt), so dass ein fußläufiger Austausch möglich ist. Das direkte **Standortumfeld** wird überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Im weiteren Umfeld befinden sich zahlreiche Infrastruktureinrichtungen, darunter zwei Kindertagesstätten, ein Ärztehaus, ein Seniorenheim sowie Sport- und Freizeiteinrichtungen (vgl. Karte 2).

Die zentrale Lage des Standortes im Kernort Essingen ermöglicht eine zügige **Erreichbarkeit** aus dem gesamten Ortsgebiet. Die Zufahrt zum REWE-Markt erfolgt über den Heerweg / die Aalener Straße und wird von der Bahnhofstraße (= L 1165, Ortsdurchfahrt) kommend über einen Kreisverkehr geregelt. Der REWE-Markt spricht aufgrund der Lage abseits größerer Verkehrsstraßen keinen überörtlichen Kundenkreis an. Es handelt sich vielmehr um einen „klassischen“ Nahversorgungsstandort in Zuordnung zu Wohngebieten.

¹³ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30. Juni 2017.

Ein Anschluss an den **ÖPNV** ist ebenfalls gegeben. Die Bushaltestelle „Aalener Straße“ (Linien 40, 42, 44, 48) befindet sich direkt an der Zufahrt zum REWE-Markt. Aufgrund der zentralen Lage im Gemeindegebiet kann der REWE-Markt ein großes fußläufiges Einzugsgebiet erschließen. Die zuführenden Straßen verfügen über gut ausgebaute Fußwegeverbindungen, so dass der REWE-Markt aus den umliegenden Wohngebieten problemlos zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad zu erreichen ist. I. S. der Nahversorgung dient der Standort somit auch der Verkehrsvermeidung.

Foto 1: REWE-Markt Brehmer

Foto 2: Zufahrt zum Standort / Aalener Straße

Foto 3: Standortumfeld; Neubau Wohnhaus

Foto 4: ÖPNV-Haltepunkt „Aalener Straße“

Foto 5: angrenzende Wohngebiete westlich des REWE-Marktes

Foto 6: Fußwegeverbindung Pfählenweg, Richtung Ortsmitte


GMA-Aufnahmen 2019

Karte 2: Mikrostandort Aalener Straße



3. Fazit der Standortbewertung

Die wesentlichen Eigenschaften des Standortes, welche die Grundlage für die Einschätzung der Marktbedeutung des Lebensmittelmarktes bilden, sind wie folgt zusammenzufassen:

Positive Standortfaktoren:

- /// städtebaulich und siedlungsräumlich integrierter Standort
- /// Dorfplatz „Neue Ortsmitte“ nur rd. 3 Gehminuten bzw. rd. 300 m entfernt
- /// gute Erreichbarkeit zu Fuß / per Rad für große Teile der Bevölkerung
- /// hohe Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete sowie als Grundversorger für die gesamte Gemeinde
- /// Anbindung an den ÖPNV (Haltepunkt „Aalener Straße“)
- /// günstige Grundstückseigenschaften (ebene Topografie, gute Grundstücksgröße auch für ausreichende Stellplatzzahl, gute Zufahrtsmöglichkeiten)

Negative Standortfaktoren (aus betrieblicher Sicht):

- /// kein überörtliches Einzugsgebiet
- /// ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland (v. a. Aalen).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es sich bei dem REWE-Markt an der Aalener Straße in Essingen um einen **vorbildlich integrierten, wohnortnahen Standort handelt, der zudem mit dem ÖPNV erreichbar** ist. Durch die Nähe zur historischen Ortsmitte (u. a. Rathaus, Kreditinstitute, „Neue Ortsmitte“¹⁴; vgl. hierzu Karte 2) sowie zu weiteren Infrastruktureinrichtungen in direkter Nachbarschaft können Synergieeffekte erzielt werden.

¹⁴ Die Sanierung und Neugestaltung des alten Schulhaus-Platzes in der Ortsmitte Essingen konnte im vergangenen Jahr abgeschlossen werden. Neben dem Neubau von zwei Gebäuden (Wohn- und Geschäftshaus mit seniorengerechten Wohnungen) wurde auch ein kleiner Dorfplatz zum Aufenthalt angelegt. Die „Neue Mitte“ Essingen liegt zentral zwischen dem Nahversorgungsstandort REWE sowie der Rathausgasse (u. a. Rathaus, Kreditinstitute, Bäckerei).

III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Essingen

In Essingen werden die Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel maßgeblich durch den REWE-Markt an der Aalener Straße sowie einen Penny-Discounter geprägt. Die beiden Anbieter lassen sich wie folgt charakterisieren:

- / **REWE**, Supermarkt, Aalener Straße 10, ca. 1.177 m² VK; Bäckerei Schmid-Kuhn im Vorkassenbereich, Lage östlich des historischen Ortskerns mit direktem Anschluss an Wohngebiete; einziger Lebensmittelvollsortimenter in Essingen, insgesamt etablierter Markt mit wichtiger Nahversorgungsfunktion.
- / **Penny**, Discounter, Bahnhofstraße 77, rd. 800 m² VK; Lage am nördlichen Ortsausgang, Verbund mit Gefako Getränkefachmarkt Meyer¹⁵, Nahversorgungsstandort für die umliegenden Wohngebiete, insgesamt leistungs- und wettbewerbsfähiger Anbieter.

Neben den o. g. strukturprägenden Anbietern sind in der Gemeinde Essingen weitere Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln ansässig. Das Angebot setzt sich zusammen aus Betrieben des Lebensmittelhandwerks, darunter eine Metzgerei (Metzgerei Müller) sowie fünf Bäckereien (Bäckerei Schmid-Kuhn im REWE-Markt, Bäckerei Grupp, Bäckerei Roth, Bäckerei Gnaier im Bauhaus, Bäckerei Maier in Lauterburg). Weitere Spezialanbieter (u. a. Gefako Getränke Meyer, Hofläden bzw. Direktvermarkter) runden das Angebot ab.

Foto 7: REWE, Aalener Straße



Foto 8: Penny, Bahnhofstraße



GMA-Aufnahmen 2019

Im Nahrungs- und Genussmittelbereich besteht damit in Essingen derzeit eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.530 m². Insgesamt erwirtschaften diese Betriebe einen Umsatz in der Größenordnung von rd. 9,0 Mio. €.¹⁶

¹⁵ Gefako Meyer betreibt in der Essinger Filiale auch eine Postagentur und Lotto-Aannahmestelle.

¹⁶ Bereinigt um die Nonfoodumsätze der Lebensmittelmärkte; ohne Direktvermarkter.

Die Angebotsstrukturen in Essingen sind insgesamt noch unterentwickelt und verfügen mit Blick auf die Verkaufsflächenausstattung über weiteres Entwicklungspotenzial. Die Gemeinde Essingen verfügt aktuell über eine **Verkaufsflächenausstattung** von 310 m² VK / 1.000 Einwohner¹⁷. Damit liegt der Wert deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt (= 439 m² VK / 1.000 Einwohner)¹⁸. Mit der Umsetzung des Vorhabens würde sich die Verkaufsflächenausstattung auf 369 m² VK / 1.000 EW erhöhen und damit im Vergleich zum Bundesdurchschnitt immer noch auf einem unterdurchschnittlichem Niveau liegen. Das Vorhaben fügt sich demnach in die Entwicklungspotenziale der Gemeinde Essingen ein.

2. Wettbewerbssituation im Umland

Von den an Essingen angrenzenden Gemeinden bzw. Städten weist insbesondere das Mittelzentrum Aalen eine sehr gute Ausstattung mit Nahrungs- und Genussmittelanbietern auf. Karte 3 stellt die wesentlichen Wettbewerber im Umland zusammen.

Die Angebots- und Wettbewerbssituation stellt sich wie folgt dar:

- Das **Mittelzentrum Aalen** verfügt entsprechend seiner Einwohnerzahl und Arbeitsplatzbedeutung über eine umfangreiche Ausstattung im Lebensmitteleinzelhandel. Im Aalener Stadtgebiet sind insgesamt sechs Supermärkte / SB-Warenhäuser (2 x Kaufland, 2 x Edeka, REWE), 12 Discounter (3 x Aldi, 3 x Lidl, 4 x Netto, 2 x Norma, 1 x Penny) sowie spezialisierte Anbieter (u. a. denn's Bio-Supermarkt) ansässig. Das Angebot wird ergänzt durch Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Stärkste Wettbewerbswirkungen entfaltet der Standort von Kaufland im Gewerbegebiet West, der nur rd. 4 km von Essingen entfernt liegt. Im Standortumfeld sind weitere Anbieter, darunter ein Lidl-Discounter sowie verschiedene Fachmarktangebote (u. a. aus dem Bereich Bekleidung, Schuhe, Elektro) ansässig. Auch der zweite Kaufland-Markt im Zentrum von Aalen (Eröffnung 2018, rd. 6.000 m² VK) weist eine hohe Wettbewerbsrelevanz auf.
- In der **Gemeinde Mögglingen** (rd. 4.430 Einwohner) sind als strukturprägende Anbieter ein Edeka-Markt am Bahnhof sowie der Discounter Aldi am südlichen Ortsausgang Richtung Heubach anzuführen. Die Anbieter präsentieren sich insgesamt als leistungs- und wettbewerbsfähig.

¹⁷ Für einen Vergleich der Verkaufsflächenausstattung werden die Verkaufsflächenerhebungen des Euro-Handelsinstitut (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht-organisierter Lebensmitteleinzelhandel sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

¹⁸ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2018, S. 82.

- /// Die **Stadt Heubach** (rd. 9.760 Einwohner) verfügt mit den beiden Lebensmittelvollsortimentern REWE und Edeka sowie zwei Discontnern (Lidl, Norma) ebenfalls über umfassende Versorgungsstrukturen im Nahrungs- und Genussmittelbereich.
- /// Die **Gemeinde Batholomä** (rd. 2.000 Einwohner) liegt südlich von Essingen und verfügt derzeit über kein eigenes Nahversorgungsangebot in Form eines Lebensmittelmarktes. Die Grundversorgung wird derzeit über das Lebensmittelhandwerk bzw. im „Lädle“ (Carina's Blumen-Lädle) gesichert; darüber hinaus wird v. a. auf das Lebensmittelangebot in der Stadt Heubach zurückgegriffen.

3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbssituation

Die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation zeigt, dass die umliegenden Gemeinden und Städte zumeist über eigene leistungsfähige Nahversorgungsangebote verfügen oder sich an verkehrlich günstiger gelegene Einkaufsstandorte orientieren. Wesentliche Einkaufsbeziehungen aus dem Umland von Essingen an den Standort von REWE an der Aalener Straße sind folglich nicht zu erwarten. Vielmehr handelt es sich um einen Nahversorgungsstandort im tatsächlichen Sinne.

Folgende Erkenntnisse lassen sich aus der Wettbewerbs- und Angebotsanalyse festhalten:

- /// Der Anbieter REWE hat für die Gemeinde Essingen eine erhebliche Bedeutung für die Nahversorgung bzw. Grundversorgung.
- /// Die Angebotsstrukturen in Essingen sind im Hinblick auf die Einwohnerzahl als ausbaufähig einzustufen. Die Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich liegt mit 320 m² VK / 1.000 Einwohner deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Entsprechend gering ist die Kaufkraftbindung im Lebensmittelbereich vor Ort.
- /// Die Wettbewerbsstandorte im Umfeld liegen in dezentralen, nicht integrierten Gewerbegebietslagen (v. a. Kaufland Aalen) bzw. sind als leistungsfähig einzustufen.

Karte 3: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)



IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens

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

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes für den erweiterten REWE-Markt mit max. 1.550 m² VK wurden in erster Linie folgende Punkte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Bewerbungskonzept des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Erreichbarkeit des Mikrostandorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// generelle Anziehungskraft des Makrostandort Essingen (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, Lage der Einzelhandelsschwerpunkte usw.)
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹⁹

Da es sich bei dem REWE-Markt um einen Filialisten mit standardisiertem Sortiment handelt, dessen Vertriebskonzept sich kaum von anderen Supermärkten unterscheidet, wird die Marktreichweite des Planobjektes in erster Linie durch die zunehmende Distanz begrenzt. Einschränkend wirken sich unter anderem Standorte von anderen Lebensmittelfilialisten im Umland aus, darunter Filialen in Aalen, Mögglingen und Heubach. Ohnehin ist das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel in den umliegenden Kommunen stark ausgeprägt, insbesondere das Mittelzentrum Aalen verfügt in verkehrsgünstiger Lage an der Bundesstraße B 29 über attraktive Lebensmittelmärkte mit hoher Wettbewerbsrelevanz (v. a. Kaufland, Lidl im Gewerbegebiet West). Diese sind aus dem benachbarten Essingen schnell zu erreichen.

Zu berücksichtigen ist zudem, dass sich das Sortimentsspektrum der REWE-Filiale durch die Verkaufsflächenerweiterung nicht verändern wird. Somit ist nicht zu erwarten, dass sich die Marktbedeutung der Filiale in Essingen durch die geplante Erweiterung vergrößern wird. Daher entspricht das Einzugsgebiet des erweiterten Marktes dem des Betriebs in seiner bisherigen Größe.

¹⁹ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den REWE-Markt am Standort „Aalener Straße“ ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Essingen mit insgesamt ca. 6.372 Einwohnern beschränkt. Im fußläufigen Nahbereich²⁰ des REWE-Marktes leben nach GMA-Berechnungen ca. 4.246 Einwohner²¹ bzw. rd. 67 % der Bevölkerung. Dies unterstreicht die hohe Nahversorgungsfunktion des REWE-Marktes für die Bewohner der Gemeinde Essingen. Aufgrund der Lage abseits regionaler Verkehrsachsen sowie in Verbindung mit der sonstigen Wettbewerbssituation im Umland ist nicht mit einem nennenswerten Kundenanteil von außerhalb zu rechnen. Es handelt sich um einen „klassischen Nahversorger“ der nahezu ausschließlich auf die Gemeinde Essingen ausgerichtet ist. Dennoch auftretende Kundenzuführeffekte (z. B. Zufallskunden, Besucher, Pendler) von außerhalb werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.035 €. Hiervon entfallen ca. 2.210 € auf Nahrungs- und Genussmittel. Bei der Kaufkraftberechnung ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Essingen liegt mit einem Wert von 107,6 deutlich über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0).²²

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 15,2 Mio. €.**

Tabelle 3: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens

Einzugsgebiet	Einwohner	Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) in Mio. €
Nahbereich (1.000 fußläufige Distanz)	rd. 4.246	10,1
restliches Gemeindegebiet	rd. 2.126	5,1
gesamt	rd. 6.372	15,2

GMA-Berechnung 2019 auf Basis von ermittelten Einwohnerzahlen nach Datengrundlage GfK GeoMarketing, ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich

²⁰ In der Praxis wird angenommen, dass die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 – 15 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht etwa einer fußläufigen Distanz von 700 – 1.000 m.

²¹ Datengrundlage GfK GeoMarketing ermittelt mit Regiograph Planung.

²² Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, 2018.

V. Auswirkungsanalyse

1. Umsatzprognose für den erweiterten REWE-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des erweiterten REWE-Marktes in Essingen 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.²³ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird nachfolgend ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den REWE-Markt mit max. 1.550 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁴

Tabelle 4: Umsatzerwartung des erweiterten REWE-Lebensmittelmarktes in Essingen (max. 1.550 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Essingen	15,2	30	4,5 – 4,6	0,8	5,3 – 5,4	90
Streuumsätze (max. 10 %)			0,5	0,1	0,6	10
Insgesamt			5,0 – 5,1	0,9	5,9 – 6,0	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter REWE ca. 15 % (davon 10 % Drogeriewaren)
GMA-Berechnungen 2019; ca.-Werte, gerundet

²³ 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.

²⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für den erweiterten REWE-Markt mit max. 1.550 m² VK nach gutachterlicher Einschätzung eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,9 – 6,0 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,0 – 5,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood I und II). Aus der o. g. Umsatzerwartung errechnet sich im Verhältnis zur projektierten Verkaufsfläche eine **Flächenproduktivität von rd. 3.840 € / m² VK**. Dieser Wert liegt leicht unter der durchschnittlichen Flächenleistung von REWE.²⁵

Hinsichtlich der Kundenherkunft lässt sich festhalten, dass ca. 90 % des Umsatzes mit Kunden aus Essingen generiert werden. **Damit dient der REWE-Markt ganz überwiegend der örtlichen Nahversorgung.**

2. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Mit der Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines 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 jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten REWE-Supermarktes erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse das Vorhaben des erweiterten REWE-Marktes mit max. 1.550 m² Verkaufsfläche bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben

²⁵ Gemäß Hahn-Report erzielen REWE-Märkte im Durchschnitt eine Flächenproduktivität von ca. 4.010 € / m² VK (brutto) bei einer Durchschnittsgröße von 1.490 m² je Filiale. Hieraus errechnet sich ein durchschnittlicher Bruttoumsatz je Filiale von ca. 6,0 Mio. € (Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019, Bergisch Gladbach 2018, S. 27 f.; Angaben für 2017).

nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist wettbewerbsneutral. Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden REWE-Marktes in Essingen werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- / Der REWE-Markt wird an seinem Standort auf einer zukünftigen Verkaufsfläche von max. 1.550 m² eine Umsatzleistung von ca. 5,9 – 6,0 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 5,0 – 5,1 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- / Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der REWE-Markt in Essingen bereits langjährig am Standort etabliert. Dieser Markt erwirtschaftet nach gutachterlicher Einschätzung derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 4,9 Mio. €. Davon entfallen ca. 4,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.
- / Nach Abzug der bestehenden Umsätze des REWE-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von ca. 1,0 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,8 – 0,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 – 0,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind für den erweiterten REWE-Markt im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 5: Zu erwartende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	4,2
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Essingen	0,2 – 0,3
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in den umliegenden Kommunen (v. a. Aalen, Mögglingen, Heubach)	0,6
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nahrungs- und Genussmittelbereich	5,0 – 5,1
Nonfoodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nonfoodbereich	0,7
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1 – 0,2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich	0,9
▪ Umsatz insgesamt		5,9 – 6,0

GMA-Berechnungen 2019; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

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

- /// In **Essingen** werden max. 0,2 – 0,3 Mio. € durch das Vorhaben umverteilt, was einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von ca. 5 % entspricht. Als Hauptwettbewerber ist der Discounter Penny an der Bahnhofstraße einzustufen. Aufgrund der besonderen Versorgungsfunktion des Lebensmittelanbieters (Discounter mit preisgünstigem Warenangebot) wird der Penny-Markt auch zukünftig seine Marktstellung in der Gemeinde beibehalten. Der Lebensmitteldiscounter ist leistungs- und wettbewerbsfähig aufgestellt. Eine nachhaltige Betriebsschwächung des Anbieters ist nicht zu befürchten. Die weiteren Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln in Essingen, darunter Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie der Gefako Getränkemarkt, werden in untergeordneter Form vom Vorhaben tangiert. Die Umverteilungsquoten bewegen sich in Essingen damit grundsätzlich noch in einem verträglichen Bereich.
- /// In der **Ortsmitte** sind nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe (2 Bäcker, 1 Metzger) vorhanden. Für diese Anbieter sind kaum Beeinträchtigungen abzuleiten, da diese Betriebe durch ihre spezielle Ausrichtung auf Frische, Individualität und Service nicht in direktem Wettbewerb zum REWE-Markt stehen. Somit sind aus dem Vorhaben auch keine Beeinträchtigungen in der Ortsmitte von Essingen abzuleiten. **Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind auszuschließen**
- /// Vor dem Hintergrund der bestehenden Kaufkraftabflüsse in Essingen im Lebensmittelbereich lässt sich festhalten, dass ein wesentlicher Teil des durch das Vorhaben generierten (Mehr-)Umsatzes außerhalb des Einzugsgebietes umverteilungswirksam werden wird (= „**Kaufkraftrückholung**“). Im Umland von Essingen werden sich die Umsatzrückgänge auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten verteilen. Bei den einzelnen Anbietern sind aber nur marginale Umsatzverluste (< 1 %) absehbar. Dies betrifft in erster Linie das Mittelzentrum Aalen, das im Nahrungs- und Genussmittelbereich sehr stark aufgestellt ist und damit entsprechend auch aus Essingen Kaufkraft abzieht. Gegenüber den sonstigen Wettbewerbsstandorten im Umland (v. a. Mögglingen, Heubach) sind die Umsatzzumverteilungseffekte mit Methoden der prognostischen Marktforschung kaum mehr nachweisbar. Damit sind auch in Kommunen außerhalb des Einzugsgebietes negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungen in Höhe von max. 0,1 – 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen An-

bietern im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Die vorangegangene Analyse der Umverteilungswirkungen bei bestehenden Wettbewerbern hat deutlich gemacht, dass das Vorhaben von REWE keine erheblichen Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand und die Nahversorgungsstrukturen nach sich ziehen wird. Zwar wird der Anbieter Penny in der Bahnhofstraße als direkter Wettbewerber in der Gemeinde Umsatzeinbußen verzeichnen, es ist aber nicht mit negativen betrieblichen Auswirkungen zu rechnen.

Insgesamt verbessert sich die Nahversorgung in Essingen durch die Modernisierung und Erweiterung des REWE-Marktes. Wie bereits dargestellt, handelt es sich um einen vorbildlich integrierten Standort in zentraler Lage im Gemeindegebiet. Der REWE-Markt übernimmt als einziger Lebensmittelvollsortimenter in Essingen eine besondere Versorgungsfunktion. Durch die Erweiterung und Modernisierung des Lebensmittelmarktes wird der Standort langfristig gesichert. Gleichzeitig sind andere Nahversorgungslagen nicht gefährdet. Insofern wirkt sich das Vorhaben nicht negativ auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich aus.

In den umliegenden Kommunen können negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gänzlich ausgeschlossen werden, zumal der REWE-Markt in seiner Versorgungsfunktion nicht über die Gemeinde Essingen hinaus wirkt. Zudem liegen die wesentlichen Wettbewerber in Aalen (v. a. Kaufland, Lidl im Gewerbegebiet West) an dezentralen Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

VI. Prüfung der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung

Der geplante Lebensmittelmarkt überschreitet in der geplanten Verkaufsflächendimensionierung von max. 1.550 m² absehbar die Grenze zur Großflächigkeit. Zur Beurteilung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den raumordnerischen Zielen und Grundsätzen des LEP Baden-Württemberg und des Regionalplans Ostwürttemberg (vgl. Kapitel I. 4. 2.) sind folgende Punkte wesentlich:

Tabelle 6: Raumordnerische und landesplanerische Prüfung des Vorhabens



Konzentrationsgebot
 Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in einem nicht-zentralen Ort wie Essingen zunächst nicht vorgesehen, jedoch greift für das Vorhaben von REWE die **Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung**.

Der REWE-Markt ist hinsichtlich seines Sortiments als Nahversorger zu klassifizieren. Ausschließlich der Grundversorgung dienen solche Betriebe, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogeriewaren umfasst.

In quantitativer Hinsicht lässt sich für die Gemeinde Essingen eine **unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung** (310 m² VK je 1.000 EW) im Lebensmittelbereich festhalten, die ein zusätzliches Entwicklungspotenzial erkennen lässt. Die Zentralität im Lebensmittelbereich liegt aktuell bei rd. 60 %, damit wird das vor Ort vorhandene Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich nicht durch die örtlichen Betriebe abgedeckt. Ein großer Teil der Kaufkraft fließt derzeit an Lebensmittelstandorte im Umland ab.

Der REWE-Markt, der seit rd. 10 Jahren als einziger Lebensmittelvollsortimenter unweit der Ortsmitte die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sichert, wird von den Kunden gut angenommen. Um die Marktposition auch langfristig zu sichern und den Kunden einen Einkauf in ansprechenden und zeitgemäßen Räumen zu ermöglichen, ist eine Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung geplant. Das Vorhaben trägt ganz wesentlich zur langfristigen Sicherung des Nahversorgungsstandortes bei.

In Essingen sind demnach besondere „raumstrukturelle Gegebenheiten“ festzuhalten, so dass von der Ausnahmeregelung des Konzentrationsgebotes Gebrauch gemacht werden kann.



Integrationsgebot
 Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg

Der REWE-Markt liegt zentral im Siedlungsgefüge der Gemeinde Essingen und ist in allen Richtungen von Wohnnutzungen umgeben. Die historische Ortsmitte liegt nur rd. 300 m bzw. 3 Gehminuten vom Standort entfernt. Damit ist der REWE-Markt im vorbildlichen Sinne als integriert einzustufen. Der Standort ist gut zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad zu erreichen. Ein Anschluss an den ÖPNV (Bushaltepunkt „Aalener Straße“) ist ebenfalls gegeben.

Das Integrationsgebot wird erfüllt.


Kongruenzgebot

Ziel 3.3.7 und

3.3.7.1

LEP Baden-Württemberg

Das Einzugsgebiet des REWE-Marktes bleibt auch nach seiner Erweiterung auf die Gemeinde Essingen beschränkt. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was die Nahversorgungsfunktion des Lebensmittelmarktes für die Gemeinde Essingen unterstreicht.

Es bleibt festzuhalten, dass ca. 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Essingen selbst stammen werden. Nur etwa 10 % fließen in Form von Streuumsätzen (u. a. Zufallskunden, Berufspendler) an den Standort zu. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % aus der Standortkommune bzw. dem Verflechtungsbereich) wird nicht überschritten.

Die Vorgaben des Kongruenzgebotes werden erfüllt.


**Beeinträchtigungs-
verbot**

Ziel 3.3.7.2

LEP Baden-Württemberg

Durch die Umsetzung des Vorhabens werden Umsatzumverteilungsprozesse gegenüber dem bestehenden Einzelhandel ausgelöst. In **Essingen** selbst ist durch das Vorhaben von Rewe mit Umverteilungseffekten i. H. von ca. 5 % zu rechnen. Betroffen hiervon wäre in erster Linie der Penny-Markt, der allerdings als Discounter (Anbieter mit preisgünstigem Warenangebot) auch zukünftig seine Marktstellung in Essingen behalten wird. Eine nachhaltige Betriebsschwächung des Anbieters ist nicht zu befürchten. Das kleinteilige Lebensmittelangebot, besteht aus Betrieben des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbietern (u. a. Getränkeanbieter, Hofläden) ist hingegen deutlich untergeordnet vom Vorhaben betroffen. Für diese Anbieter sind keine direkten Beeinträchtigungen abzuleiten, da diese nicht in direktem Wettbewerb zu dem REWE-Markt stehen. Außerhalb des Einzugsgebietes liegen die Umverteilungseffekte auf einem kaum mehr nachweisbaren Niveau (< 1 %). Damit werden durch das Vorhaben von REWE keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Essingen bzw. im Umland ausgelöst.

Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten.

GMA-Bewertung 2019

Die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung eingehalten.

VII. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Erweiterung des REWE-Lebensmittelmarktes von aktuell rd. 1.177 m² VK auf max. 1.550 m² VK (inkl. Bäckerei, Windfang, Pfandanlagen) /// langjährig etablierter Standort mit wichtiger Nahversorgungsfunktion (= einziger Lebensmittelvollsortimenter) für die Bewohner der Gemeinde Essingen /// zentrale Lage im Gemeindegebiet, Ortsmitte nur rd. 300 m entfernt
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Essingen: rd. 6.372 Einwohner, keine zentralörtliche Funktion /// Einzelhandelsstruktur: Der Einzelhandel beschränkt sich weitgehend auf den Kernort Essingen, in der Ortsmitte sind vereinzelt kleinteiliger Handel (u. a. Lebensmittelhandwerk) sowie ergänzende Infrastruktureinrichtungen untergebracht. /// Lebensmittelmärkte der Nahversorgung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ REWE-Markt, Aalener Straße ▪ Penny (Verbund mit Gefako Meyer), Bahnhofstraße
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet umfasst die Gemeinde Essingen, ein überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 6.372 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 15,2 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung des REWE-Marktes mit max. 1.550 m² VK ca. 5,9 – 6,0 Mio. €, davon ca. 5,0 – 5,1 Mio. € Food und ca. 0,9 Mio. € Non-food
Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrationsgebot	<p>Die geplante Modernisierung und Erweiterung des REWE-Marktes dient der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes und damit der langfristigen Sicherung der Nahversorgung in der Gemeinde Essingen. In qualitativer Hinsicht kommt dem REWE-Markt als Lebensmittelvollsortimenter (umfassendes Angebot an Lebensmitteln, Getränken, Drogeriewaren und anderen nahversorgungsrelevanten Sortimenten) eine zentrale Funktion zur Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde zu. Mit der geplanten Modernisierung des Standortes können langfristig tragfähige Versorgungsstrukturen in der Gemeinde geschaffen werden. In quantitativer Hinsicht liegt in Essingen eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 310 m² VK je 1.000 EW) vor. Auch die geringe Zentralität (rd. 60 %) lässt auf ein zusätzliches Entwicklungspotenzial zur Modernisierung des REWE-Marktes schließen.</p> <p>Im Fall der geplanten REWE-Erweiterung greift die im Konzentrationsgebot verankerte Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung.</p>
Kongruenzgebot	<p>Das Kongruenzgebot wird eingehalten.</p> <p>Etwa 90 % des Umsatzes werden aus Essingen selbst stammen. Nur rd. 10 % fließen in Form von Streuumsätzen (v. a. Zufallskunden, Berufspendler) an den Standort zu. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert (mind. 70 % aus der Standortkommune bzw. dem Verflechtungsbereich) wird nicht überschritten.</p>

Integrationsgebot	<p>Das Integrationsgebot wird erfüllt.</p> <p>Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um einen vorbildlich integrierten, wohnortnahen Standort, der nur rd. 300 m von der eigentlichen Ortsmitte entfernt liegt. Der REWE-Markt ist aus großen Teilen des Kernortes zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad zu erreichen. Ein ÖPNV-Anschluss ist am Standort ebenfalls gegeben.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</p> <p>Es werden keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Untersuchungsraum ausgelöst. Die durch die Erweiterung des REWE-Marktes ausgelösten Umverteilungseffekte werden an keinem der untersuchten Standorte ein kritisches Niveau erreichen.</p>

GMA-Zusammenstellung 2019

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Gemeinde Essingen und zentralörtliche Struktur	11
Karte 2: Mikrostandort Aalener Straße	14
Karte 3: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)	19
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	6
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung	10
Tabelle 3: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens	21
Tabelle 4: Umsatzerwartung des erweiterten REWE-Lebensmittelmarktes in Essingen (max. 1.550 m ² VK)	22
Tabelle 5: Zu erwartende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	24
Tabelle 6: Raumordnerische und landesplanerische Prüfung des Vorhabens	27
Fotoverzeichnis	
Foto 1: REWE-Markt Brehmer	13
Foto 2: Zufahrt zum Standort / Aalener Straße	13
Foto 3: Standortumfeld; Neubau Wohnhaus	13
Foto 4: ÖPNV-Haltepunkt „Aalener Straße“	13
Foto 5: angrenzende Wohngebiete westlich des REWE-Marktes	13
Foto 6: Fußwegeverbindung Pfählenweg, Richtung Ortsmitte	13
Foto 7: REWE, Aalener Straße	16
Foto 8: Penny, Bahnhofstraße	16