



Auswirkungsanalyse zur Modernisierung des SB-Warenhauses Kaufland in Backnang, Sulzbacher Straße

Auftraggeber: Kaufland Vertriebs KDSG
GmbH & Co. KG, Neckarsulm

Projektleitung: Dr. Stefan Holl
Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, am 18.04.2017

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	4
2. Rechtsrahmen	5
3. Marktentwicklung und ausgewählte Marktdaten des Lebensmitteleinzelhandels	6
3.1 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.2 Betriebstypendefinition	7
3.3 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	7
4. Makrostandort Backnang	8
II. Bewertung der raumordnerischen Kernregelung / des Konzentrationsgebotes	13
III. Bewertung des Integrationsgebotes	14
1. Mikrostandort „Sulzbacher Straße“	14
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	17
3. Bewertung des Integrationsgebotes	18
IV. Bewertung des Kongruenzgebotes	19
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Umsatzprognose für das SB-Warenhaus	22
4. Rechtliche Vorgaben	24
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
V. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	26
1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	26
2. Wettbewerb außerhalb der Stadt Backnang	27
3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	29
3.1 Methodik	29
3.2 Umsatzumverteilung	29
4. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung	32
VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes	34
VII. Zusammenfassung	35

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

Im Februar 2017 erteilte die Fa. Kaufland Vertriebs KDSG GmbH & Co. KG, Neckarsulm, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Gutachtens zum Abriss und Neubau des bereits im Backnanger Norden bestehenden Kaufland SB-Warenhauses.

Das SB-Warenhaus umfasst aktuell eine Verkaufsfläche von 7.000 m² (inkl. Verkaufsfläche SB-Warenhaus, Fahrsteigen) zzgl. einer Konzessionärszeile mit ca. 1.200 m². Dabei entfallen im SB-Warenhaus ca. 75 % (ca. 5.300 m² VK) auf Food-Sortimente und ca. 25 % (1.700 m² VK) auf Non-food-Sortimente¹. Hier ist seitens des Auftraggebers eine Verschiebung der Anteilswerte der Verkaufsflächen zugunsten des Food-Sortimentes (80 – 85 % : 15 – 20 %) vorgesehen.

Mit dem Neubau sind nach Angaben des Auftraggebers keine Veränderungen bei der bestehenden Verkaufsfläche vorgesehen. Dies gilt auch für die Konzessionäre (v. a. Apotheke, Bäckerei, Feinkost, Tabak / Zeitschriften, Optiker) in der Vorkassenzone des SB-Warenhauses². Die bestehende Flächenverteilung zwischen SB-Warenhaus (7.000 m² VK) und Konzessionärszeile (1.200 m² VK) bleibt nach Angaben des Betreibers erhalten.

Der bestehende Bebauungsplan „Strümpfelbach-Seewiesen“ soll im Planbereich 04.23 (Sulzbacher Straße 201) aufgrund des geplanten Abbruchs und Neubaus des Kaufland-Marktes an die aktuellen Planerfordernisse angepasst werden. Hierbei ist die Ausweisung eines Sondergebietes (für den Großteil des SB-Warenhauses) und eines eingeschränkten Gewerbegebietes vorgesehen. Es soll ein aufgeständerter Markt entstehen, dessen Erdgeschoss für die Stellplätze geplant ist und in dessen Obergeschoss sich die Verkaufsflächen befinden sollen. Für die Konzessionärszeile werden im geänderten Bebauungsplan zentrenrelevante Sortimente wie Schuhe, Textilien und nahversorgungs-/zentrenrelevante Sortimente wie Drogeriewaren ausgeschlossen.

Im Schreiben des Regierungspräsidiums Stuttgart vom 12.01.2017 ist für die vorbezeichneten Planungen die Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse erforderlich, die die „Auswirkungen mit dem neu geplanten und dem vorhandenen Bestand betrachtet“.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

/// Darstellung des Rechtsrahmens

¹ Angaben Auftraggeberin

² Die Zusammensetzung der einzelnen Geschäfte und Dienstleistern sowie der Flächenanteil für die Mall- und Restaurant-Flächen steht zum heutigen Zeitpunkt noch nicht fest.

- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Backnang sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Sulzbacher Straße“
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes für das SB-Warenhaus und Berechnung der relevanten Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Lebensmittelbereich in der Stadt Backnang und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzherkunft und -prognose für das modernisierte Kaufland SB-Warenhaus
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// raumordnerische Bewertung auf Basis der Prüfkriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im März 2017 eine intensive Begehung des Standortes sowie im Umland vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus amtlichen Statistiken und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen

Da das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² VK) nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg und aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes liegt, ist es als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist. Folglich ist § 11 Abs. 3 BauNVO in der Fassung von 2013 zur Bewertung des Vorhabens heranzuziehen³:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Ver-

³ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. September 2004, zuletzt geändert durch Gesetz zur Stärkung der Innenentwicklung in den Städten und Gemeinden und weiterer Fortentwicklung des Städtebaurechts vom 11.06.2013.

sorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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

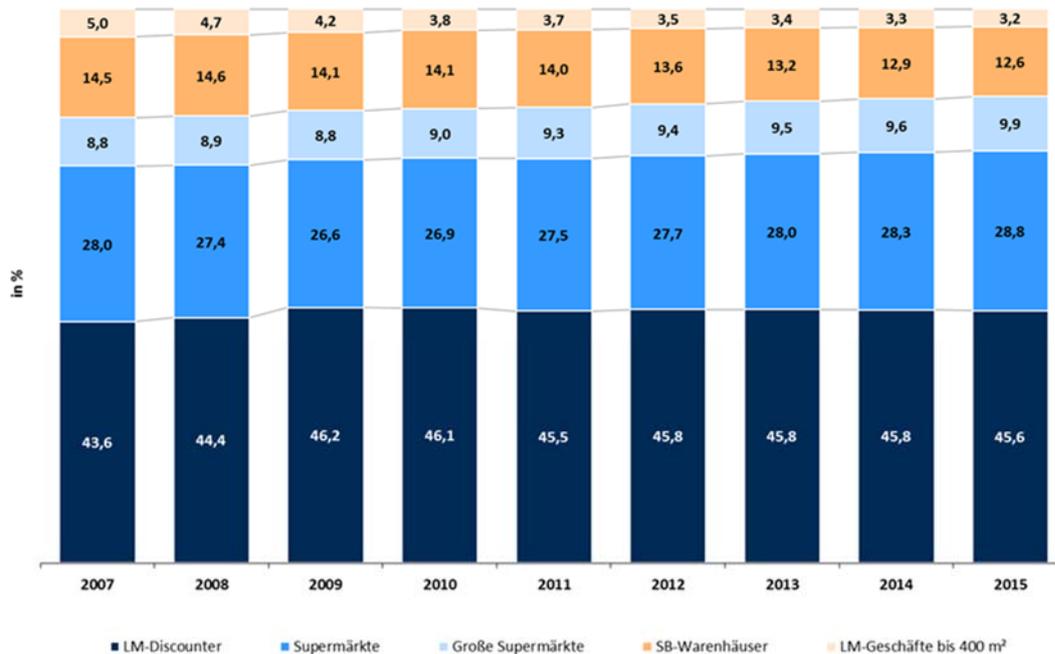
Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie den Festsetzungen der Landes- und Regionalplanung durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zu bearbeiten, d. h. raumordnerische Kernregelung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

3. Marktentwicklung und ausgewählte Marktdaten des Lebensmitteleinzelhandels

3.1 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund verschiedener Faktoren wie die steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation und das Sortiment, die Einrichtung von Pfandräumen, die interne Logistik sowie durch den demografischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

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

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
2007 – 2015**


Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2016

3.2 Betriebstypendefinition

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

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

3.3 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

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. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte

⁴ Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2016, S. 332.

an Artikeln an. Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim großen Supermarkt ca. 37 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Vollsortimentern

Hauptwarengruppen	Supermarkt (Ø 975 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.370 m ² VK)		SB-Warenhaus (Ø 5.555 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	8.760	75	15.740	63	16.175	33
Nonfood insgesamt, <i>davon</i>	2.850	25	9.290	37	33.350	67
<i>Nonfood I</i>	2.010	17	4.810	19	7.950	16
<i>Nonfood II</i>	840	7	4.480	18	25.400	51
Einzelhandel insgesamt	11.610	100	25.030	100	49.525	100

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016, S. 101.

Das Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch zur Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfoodsektor verringern. So wird z. B. die Artikelzahl der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (Bio-Lebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten).

Weiterhin bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.) und zum anderen die Lagerflächen reduziert werden, indem die Waren verstärkt direkt im Verkaufsraum gelagert werden („Verkaufsfläche statt Lager“).

4. Makrostandort Backnang

Der Stadt Backnang (Rems-Murr-Kreis) ist in der Landes- und Regionalplanung als **Mittelzentrum** in der Randzone um den Verdichtungsraum Stuttgart ausgewiesen. Im Jahr 2015 lebten in Backnang **ca. 36.270 Einwohner**.⁵ Seit 2011 (Basis Zensus 2011) konnte die Stadt eine deutliche Zunahme der Bevölkerung um ca. 5,9 % verzeichnen. Damit hat sich die Bevölkerung in Backnang deutlich besser als im Rems-Murr-Kreis (2011 - 2015: + 3,1 %) entwickelt. Bis 2035 geht das

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015.

Statistische Landesamt Baden-Württemberg in seiner aktuellen Prognose von einem weiteren Bevölkerungszuwachs (+ 6,7 %) aus.⁶

Das **Siedlungsgebiet** von Backnang erstreckt sich auf die Kernstadt und die fünf Stadtteile Heiningen, Maubach, Steinbach, Strümpfelbach und Waldrems. Mit rd. 72 % der Wohnbevölkerung liegt der Einwohnerschwerpunkt in der Kernstadt. Die übrigen Stadtteile liegen räumlich z. T. stark von der Kernstadt abgesetzt. Die Siedlungsstruktur der Stadt Backnang wird auch durch die topografische Situation im Murrtaal bestimmt. Die Murr wirkt als natürliche Barriere zwischen dem nördlichen und südlichen Kernstadtbereich. Die Altstadt fügt sich in den sog. „Murrbogen“ ein.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Backnang ist insgesamt noch als gut zu bewerten; die Stadt liegt unmittelbar an der Bundesstraße B 14 (Schwäbisch Hall – Waiblingen – Stuttgart), welche westlich der Kernstadt verläuft. Derzeit wird der südliche Abschnitt der B 14 zwischen Waldrems und Leutenbach-Nellmersbach vierspurig ausgebaut. Über Kreis- und Landesstraßen ist die Autobahn A 81 (Stuttgart- Würzburg) in einer Distanz von ca. 16 km zu erreichen. Auch mit dem ÖPNV ist für Backnang eine gute Erreichbarkeit festzustellen. Backnang verfügt über eine Anbindung an das Regionalbahn- und S-Bahn-Netz der Region Stuttgart.

Im Jahr 2015 waren in Backnang ca. 14.040 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort registriert, davon ca. 35 % im produzierenden Gewerbe, ca. 22 % in Handel, Verkehr und Gastgewerbe sowie ca. 43 % in den sonstigen Dienstleistungen. Im Vergleich zum Rems-Murr-Kreis sind in der Stadt überdurchschnittlich viele Beschäftigte im Bereich der sonstigen Dienstleistungen tätig (Rems-Murr-Kreis: 40 % produzierendes Gewerbe, 21 % Handel, Verkehr und Gastgewerbe, 39 % sonstige Dienstleistungen). Für die Stadt Backnang ist ein ausgeglichener Pendlersaldo festzuhalten. 9.432 Berufseinpendlern stehen 9.426 Berufsauspendler gegenüber.⁷

Die **Einzelhandelsstruktur** von Backnang wird im Wesentlichen durch folgende Lagen charakterisiert:

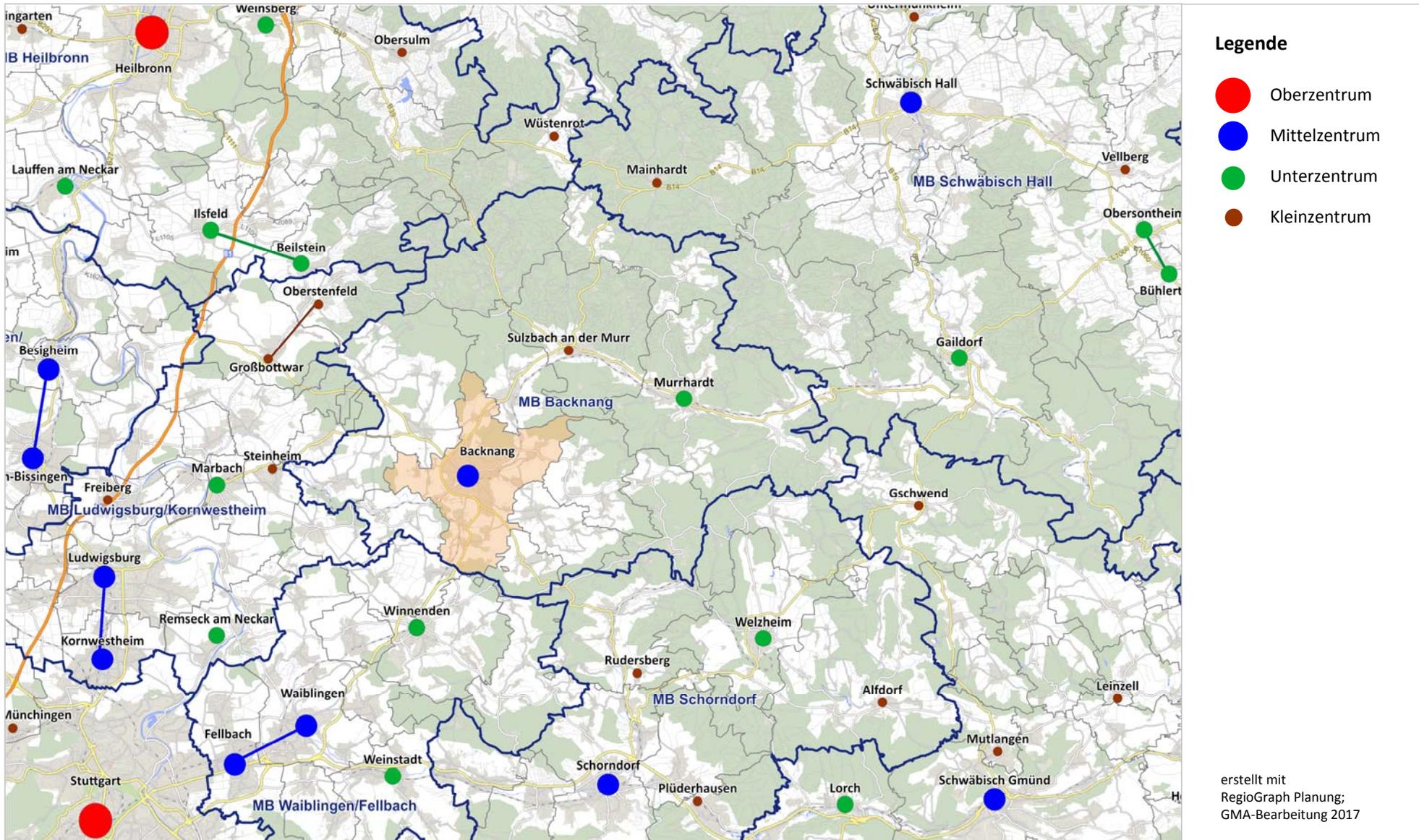
- Die **Innenstadt** von Backnang erstreckt sich im Süden bis zur Oberen Bahnhofstraße, im Westen bis zu Friedrichstraße, im Norden bis zur Talstraße bzw. zur Gartenstraße und im Osten bis zur Annonay-Straße. Die innerstädtische Haupteinkaufslage umfasst im Wesentlichen die Marktstraße und die Gerberstraße sowie die als Fußgängerzone ausgewiesenen Teilbereiche dazwischen und weist einen nahezu durchgängigen Geschäftsbesatz auf. Insgesamt existiert hier ein breiter Branchenmix mit deutlichem Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich, wobei lokale und kleinflächig strukturierte Anbieter dominieren.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035.

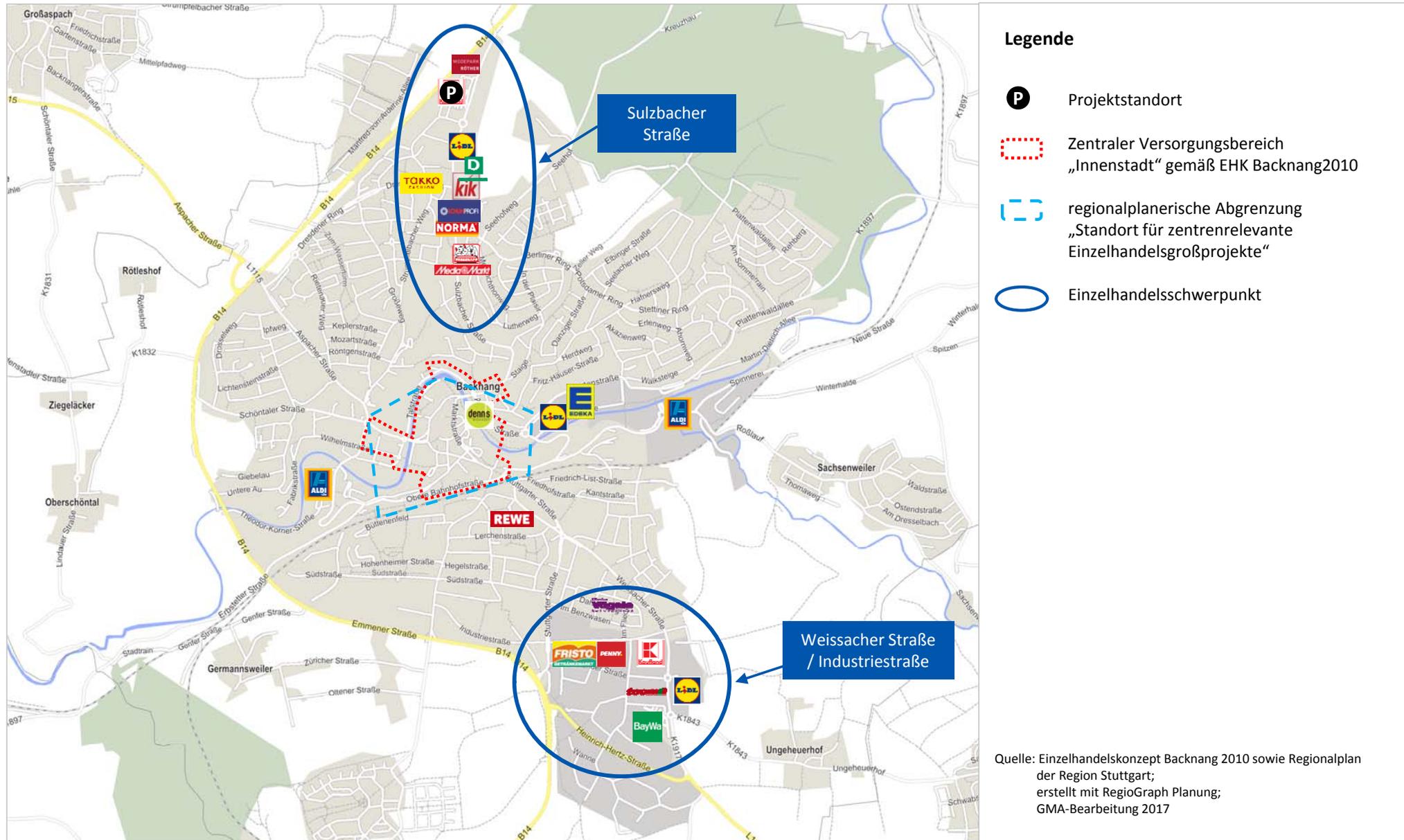
⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2015.

- Ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich in den dezentralen und vorrangig **autokundenorientierten Einkaufslagen** in den Gewerbegebieten im nördlichen Teil der Kernstadt (Sulzbacher Straße) und im südlichen Teil der Kernstadt (Weissacher Straße / Industriestraße). Hier haben sich eine Reihe großflächiger Betriebe angesiedelt (z. B. Lebensmitteldiscounter und SB-Warenhäuser, Bekleidungs- und Schuhfachmärkte, Elektrofachmarkt, Möbel- / Einrichtungsanbieter, Bau- und Heimwerkerfachmärkte). Als weitere dezentrale Lage ist der Standort des Opti-Einrichtungshauses im Stadtteil Waldrems anzuführen, wo sich weitere Einzelhandelsanbieter angesiedelt haben (z. B. Schuhfachmarkt, Fliesenfachmarkt).
- Nahversorgungslagen** sind in Backnang nur unterdurchschnittlich ausgeprägt. In den Stadtteilen von Backnang gibt es heute nur einen rudimentären Einzelhandelsbesatz, der sich weitgehend auf Bäckereien oder Kleinbetriebe beschränkt.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Backnang



Legende

- P** Projektstandort
- [Red dashed line]** Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“ gemäß EHK Backnang2010
- [Blue dashed line]** regionalplanerische Abgrenzung „Standort für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte“
- [Blue circle]** Einzelhandelschwerpunkt

Quelle: Einzelhandelskonzept Backnang 2010 sowie Regionalplan der Region Stuttgart; erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2017

II. Bewertung der raumordnerischen Kernregelung / des Konzentrationsgebotes

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

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des **LEP 2002 Baden-Württemberg**:

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

Auch im Regionalplan Stuttgart⁸ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg⁹ wird die o. g. Regelung aufgegriffen. **Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden am Standort Backnang erfüllt.** Durch die Ausweisung als Mittelzentrum liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

⁸ Quelle: Regionalplan Stuttgart, Teilfortschreibung Kapitel 2.7 vom 09.07.2008.

⁹ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.

III. Bewertung des Integrationsgebotes

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

1. Mikrostandort „Sulzbacher Straße“

Das hier in Rede stehende SB-Warenhaus der Fa. Kaufland befindet sich im nördlichen Kernstadtgebiet von Backnang. Der Standort wird im Osten von der Sulzbacher Straße, im Westen von der Öhringer Straße bzw. der B 14, im Norden von der Immobilie der Fa. Modepark Röther und im Süden von Gewerbebetrieben (u. a. Alis Grillhaus) begrenzt. Östlich der Sulzbacher Straße schließen sich weitere Gewerbebetriebe wie z.B. Autohaus Burger Scholz, Agip-Tankstelle, Fleischmarkt an. Von der Sulzbacher Straße ist der Standort gut einsehbar. Die Parkplätze sind dem SB-Warenhaus östlich und südlich vorgelagert.

Foto 1: Eingangsbereich Kaufland mit vorgelagertem Parkplatz



Foto 2: Sulzbacher Straße – Blickrichtung Norden



Foto 3: Sulzbacher Straße – Blickrichtung Süden



Foto 4: Eingangsbereich



GMA-Aufnahmen 2017

Das **direkte Standortumfeld** wird überwiegend durch gewerbliche Nutzungen und vereinzelte Wohngebäude geprägt. Im weiteren Verlauf der Sulzbacher Straße in Richtung Süden befindet sich eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben (u.a. Lidl, Kik, Takko, Deichmann, Schuhprofi etc.).

Die **verkehrliche Anbindung** des Marktes erfolgt über zwei Zufahrten von der Sulzbacher Straße. Aus der Kernstadt sowie von der B 14 (Stadtteil Strümpfelbach, Oppenweiler etc.), die in ca. 150 m nördlich am Standort vorbeiführt, ist der Markt ebenfalls problemlos erreichbar. Für **Fußgänger** ist der Projektstandort aus den südlich gelegenen Wohngebieten über straßenbegleitende Gehwege entlang der Sulzbacher Straße zu erreichen. Darüber hinaus ist entlang der Sulzbacher Straße ein Fahrradweg eingerichtet. An den **ÖPNV** ist der Standort über die Bushaltestelle „Gaildorfer Straße“ unmittelbar angebunden.

Der Projektstandort zeichnet sich aus versorgungsstruktureller und städtebaulicher Sicht durch folgende positive und negative Standortfaktoren aus:

Positive Standortfaktoren

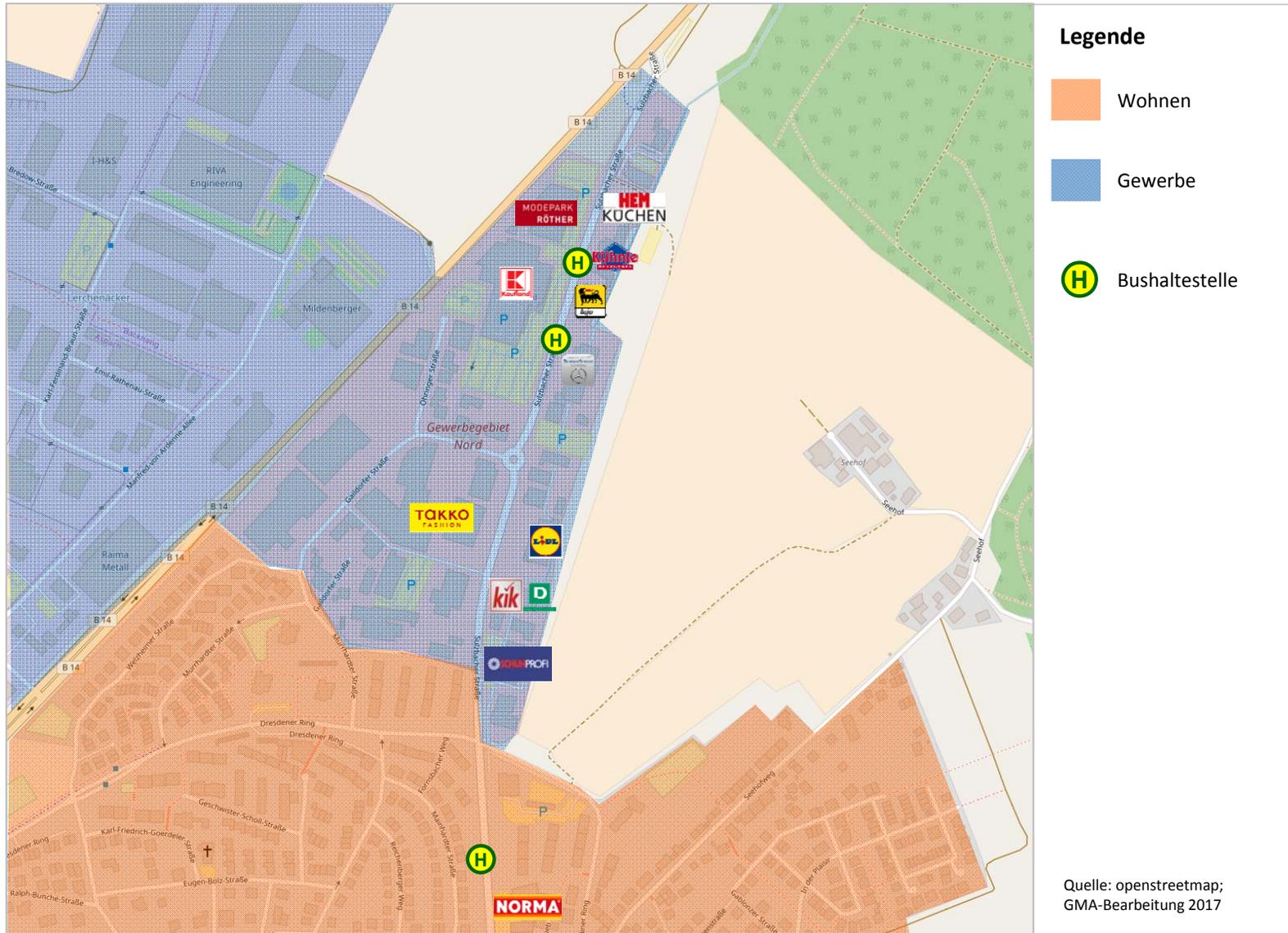
- + ÖPNV-Anschluss im direkten Standortumfeld
- + sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw
- + sehr gute Exposition und Sichtbarkeit des Standortes
- + perspektivisch weiterhin positive Bevölkerungsentwicklung in Backnang zu erwarten.

Negative Standortfaktoren

- nur gewisse Nahversorgungsrelevanz durch Lage im Gewerbegebiet mit Distanz von 450 – 500 m zu den Wohngebieten
- überwiegend autokundenorientierter Gewerbegebietsstandort.

Aus **städtebaulicher und nahversorgungsrelevanter Sicht** ist anzumerken, dass der Standort aufgrund seiner Lage im nördlichen Stadtgebiet und einer Distanz von 450 – 500 m zu bestehenden Wohngebieten nur eine gewisse Nahversorgungsfunktion im engeren Sinn übernehmen kann. Bei dem Projektareal handelt es sich vielmehr um einen überwiegend autokundenorientierten Standort. Positiv hervorzuheben ist allerdings, dass der Markt über einen direkten ÖPNV-Anschluss verfügt und somit für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine gute Erreichbarkeit besitzt.

Karte 3: Direktes Standortumfeld des SB-Warenhauses Kaufland an der Sulzbacher Straße



2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

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

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

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

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

Diesen Vorgaben wird auch seitens des **Regionalplanes Stuttgart** (Plansatz 2.4.3.2.1) Rechnung getragen:

- (1) Die wohnungsnah Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.
- (2) Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Rechnung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personalverkehr erreichbar sein.

Im Rahmen der Zuordnung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten wurden für Ober-, Mittel- und Unterzentren gebietsscharf die Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten konzentriert und angesiedelt werden sollen, abgegrenzt. Außerhalb der Versorgungskerne sind regionalbedeutsame Großprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen¹⁰. Für die Stadt Backnang wurde der in der folgenden Karte dargestellte Bereich als Versorgungskern abgegrenzt.

Der Projektstandort an der Sulzbacher Straße befindet sich demnach außerhalb eines von der Regionalplanung festgesetzten Vorranggebiets für Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten. Es handelt es sich um eine Siedlungsfläche für Industrie und Gewerbe.

¹⁰ Vgl. hierzu Regionalplan Stuttgart 2009. Plansatz 2.4.3.2.3 (Z).

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der erfolgten Bewertung des Standortes sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben ist somit das **Integrationsgebot** wie folgt zu bewerten:

- /// Bei dem Projektstandort handelt es sich aus regionalplanerischer Sicht um eine Lage außerhalb des durch die Regionalplanung abgegrenzten Vorranggebietes für Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevantem Sortiment.
- /// Trotz einer Distanz von 450 – 500 m zu den bestehenden Wohngebieten übernimmt der Markt eine gewisse, allerdings begrenzte Nahversorgungsfunktion i. S. einer fußläufigen Erreichbarkeit. Zudem übernimmt Kaufland aber eine wichtige Grundversorgungsfunktion für die südlich gelegenen Wohngebiete und den Stadtteil Strümpfelbach (nördlich angrenzend).
- /// Es ist hervorzuheben, dass der Markt über eine direkte ÖPNV-Anbindung verfügt und somit für weniger mobile Kunden gut zu erreichen ist.

Da es sich bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern eine bauliche Modernisierung handelt, besteht **keine veränderte Beurteilungsgrundlage**. Zudem befindet sich das Kaufland SB-Warenhaus an einem **bereits etablierten Einzelhandelsstandort mit Grundversorgungsfunktionen**.

IV. Bewertung des Kongruenzgebotes

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

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den modernisierten Kaufland-Standort an der Sulzbacher Straße in Backnang kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft. Zur **Abgrenzung** des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Backnang und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Agglomerationseffekte durch benachbarte Einzelhandelsnutzungen
- /// Kundenwohnorterberhebung 2015
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Backnang und der Region.

Die ursprünglich verwandte mathematische Prognose wurde durch eine umfangreiche Kundenbefragung aus dem Jahr 2015 (6.273 Befragte)¹¹ ergänzt. Die Kundenbefragung ergab folgende Herkunftsverteilung.

¹¹ Quelle: Daten des Auftraggebers; BI-Marktforschung 2015

Tabelle 2: Ergebnisse der Kundenherkunftsbefragung

zentralörtlichen Verflechtungsbereiche	Kundenanteil
Stadt Backnang*	56 %
zugeordneter Nahbereich Backnang**	24 %
restlicher Mittelbereich Backnang***	10 %
Streukunden	10 %

* Backnang sowie insb. die Stadtteile Strümpfelbach, Steinbach, Maubach und Sachsenweiler

** Allmersbach, Althütte, Aspach, Auenwald, Burgstetten, Kirchberg, Oppenweiler, Weissach i. T.

*** Großerlach, Murrhardt, Spiegelberg, Sulzbach a. d. Murr.

Quelle: Daten des Auftraggebers; BI-Marktforschung 2015

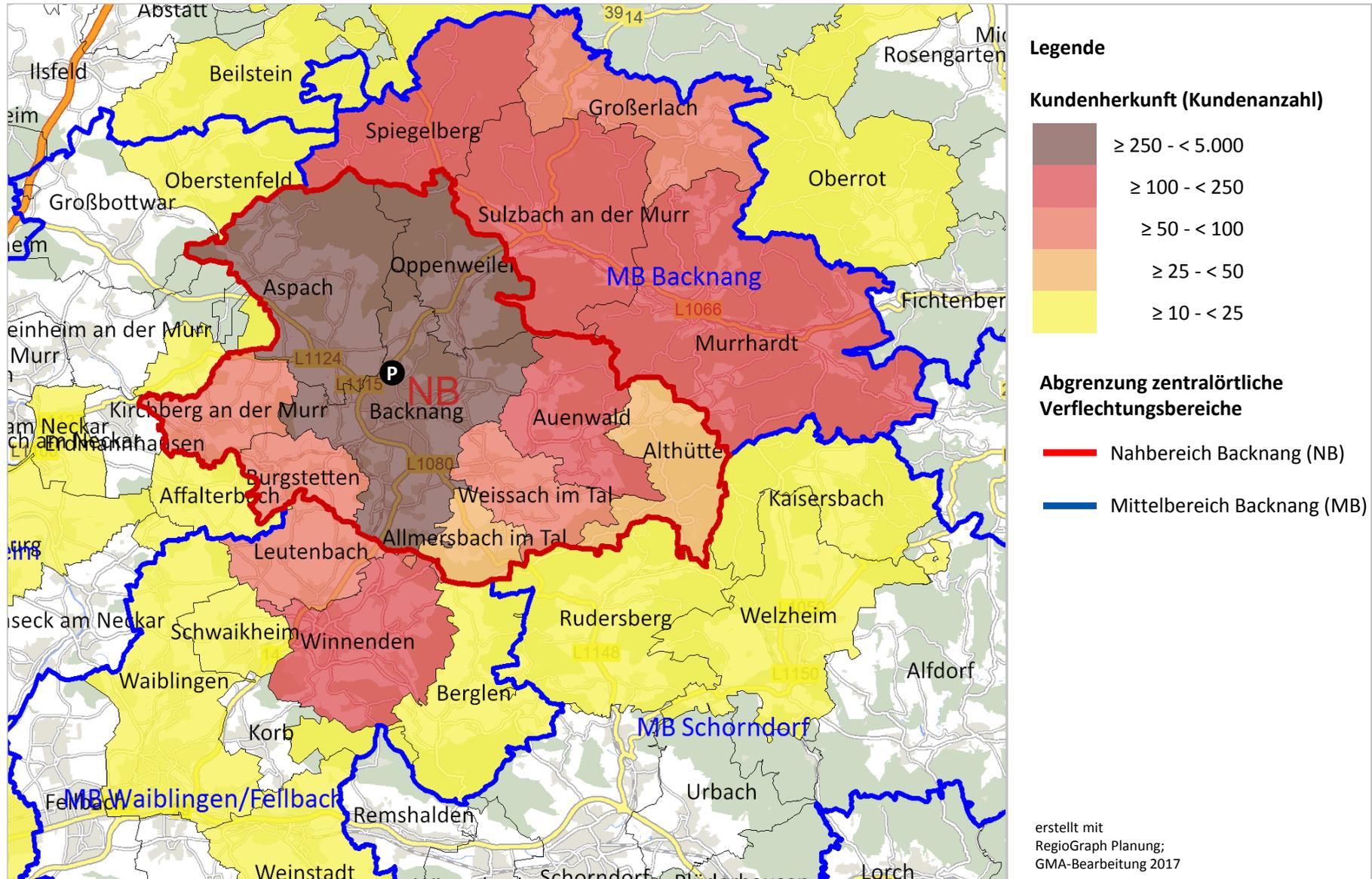
Demnach kann unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren im vorliegenden Fall für das Kaufland SB-Warenhaus an der Sulzbacher Straße in Backnang auch nach der Modernisierung ein Kern-einzugsgebiet¹² abgegrenzt werden, das wie folgt aussieht:

Zone I	Stadtgebiet Backnang	ca. 36.270 Einwohner
Zone II	zugeordneter Nahbereich	ca. 42.330 Einwohner
Zone III	weiterer Mittelbereich	ca. 23.510 Einwohner
Zonen I – III		ca. 102.110 Einwohner.

Mit Bezug auf das Stadtgebiet Backnang ist zu berücksichtigen, dass hier keine klare Aufteilung der Einzugsgebiete zwischen den zwei vorhandenen Kaufland-Standorten (Nord und Süd) erfolgen kann. So überlappen sich die Einzugsgebiete der beiden Großflächenstandorte. Auch ist für die dargestellten Zonen, wie bereits die prozentualen Anteile der Kundenherkunft zeigen, nicht von einer gleichmäßigen Marktdurchdringung durch das Kaufland SB-Warenhaus in den Zonen auszugehen. Diesen Aspekten wird an späterer Stelle im Marktanteilkonzept Rechnung getragen.

¹² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015.

Karte 4: Kundenherkunft und Einzugsgebiet des SB-Warenhauses Kaufland in Backnang, Sulzbacher Straße



2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. 5.570 €.

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in der Sulzbacher Straße in Backnang betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.035 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Gemäß aktueller Kennziffer der MB Research liegt das Kaufkraftniveau (2016) in Backnang bei 103,2 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich somit auf **ca. 213,2 Mio. €**. Davon entfallen auf

Zone I:	ca. 76,2 Mio. € (= ca. 36 %)
Zone II:	ca. 91,0 Mio. € (= ca. 43 %)
Zone III:	ca. 46,1 Mio. € (= ca. 22 %).

Zusätzlich werden beim Anbieter Kaufland Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Kaufland bei ca. 25 %.

3. Umsatzprognose für das SB-Warenhaus

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet. Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

Im Fall des Kaufland SB-Warenhauses im Backnanger Norden liegt der GMA eine Kundenbefragung vor, die Auskunft über die Kundenherkunft gibt. Diese wird dem Marktanteilkonzept zugrunde gelegt. Das Marktanteilkonzept lässt grundsätzlich jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese durch den Abriss und Neubau neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in einem späteren Kapitel ausführlich behandelt.

Zum Umsatz des SB-Warenhauses wird ein Umsatzanteil für eine Konzessionärszeile mit 1.200 m² VK addiert, wobei aktuell lediglich ein Anteil von 20 – 25 % der Fläche auf die reine Verkaufs-

fläche der bestehenden Handelsbetriebe in der Konzessionärszeile entfällt. Zum Zeitpunkt der Erarbeitung der vorliegenden Analyse war der GMA lediglich bekannt, dass keine grundlegende Veränderung der Konzessionärszeile (Umfang, Aufteilung zwischen Verkaufsflächen und weiteren Flächen) vorgenommen werden soll¹³. Auch perspektivisch werden sich die Konzessionäre somit auf Klein- und Kleinstflächen beschränken und überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente vorhalten. Für die weiteren Berechnungen wird bezogen auf die handelsrelevanten Nutzungen ein überschlägiger Umsatzwert bezogen auf den heutigen Bestand (inkl. etwas höherem Attraktivitätsfaktor) angenommen.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für das Kaufland-SB-Warenhaus mit 8.200 m² VK (inkl. Konzessionärszeile) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln.

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Umsatzherkunft in %	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €
Zone I (Stadt Backnang)	55	76,2	18 – 19	14,1	4,7	18,8
Zone II (Nahbereich Backnang)	25	91,0	7	6,4	2,1	8,5
Umsätze aus dem Nahbereich Backnang insgesamt	80	167,1	12 – 13	20,5	6,8	27,3
Zone III (Mittelbereich Backnang)	10	46,1	6	2,8	0,9	3,7
sonstige Streuumsätze (v. a. Winnenden, Leutenbach)	10	-	-	2,6	0,9	3,5
Kaufland Insgesamt	100	-	-	25,8	8,6	34,4
Umsatz für die Konzessionäre**						2 – 3

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Kaufland ca. 25 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

** Die Kundenherkunft ist mit der im SB-Warenhaus vergleichbar

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Für das modernisierte Kaufland SB-Warenhaus mit **7.000 m² VK** lässt sich eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 34,4 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 25,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 8,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (Nonfood I und II). Für die Konzessionäre wird ein Umsatzwert von insgesamt ca. 2 – 3 Mio. € angenommen, wobei hier nur die handelsrelevanten Nutzungen berücksichtigt werden.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit insgesamt rund 80 % der überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus dem Nahbereich Backnang generiert wird. Ca. 10 % des Um-

¹³ Apotheke, Lotto/Toto, Zeitschriften, Feinkost, Optiker, Bäckerei, Bekleidung (< 50 m² VK), Telekommunikation sowie Kaufland-Restaurant, Änderungsschneiderei, Schuh- und Schlüsseldienst, Friseur und Mall-Fläche

satzes fließen aus dem weiteren Mittelbereich Backnang zu. Der Umsatzanteil durch Streukunden liegt nachweislich bei ca. 10 %. Dies ist vermutlich auf die gute verkehrliche Erreichbarkeit und die Nähe zu weiteren großflächigen Einzelhandelsnutzungen zurückzuführen.

4. Rechtliche Vorgaben

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

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

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

Die Verflechtungsbereiche sind auf Ebene der Landesplanung für die Mittel- und Oberzentren in Baden-Württemberg als sog. Mittelbereiche definiert (vgl. LEP B-W, 2.5). Eine weitere Ausformung erfahren diese darüber hinaus durch die Regionalplanung.

Gemäß **Regionalplan Stuttgart** umfasst der Nahbereich des Mittelzentrums Backnang die Gemeinden Allmersbach im Tal, Althütte, Aspach, Auenwald, Burgstetten, Kirchberg an der Murr, Oppenweiler und Weissach im Tal.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

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

- /// Das Kerneinzugsgebiet des Kaufland SB-Warenhauses erstreckt sich derzeit und auch nach der Modernisierung auf den Nahbereich Backnang. Eine signifikante Änderung ist hier nicht zu erwarten.
- /// Basierend auf der Befragung sowie der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass rund 55 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus Backnang selbst stammen (inkl. Streuumsät-

ze aus Backnang). Rund 25 % fließen aus dem regionalplanerisch zugeordneten Nahbereich an den Standort. Ein Anteil von rund 20 % wird darüber hinaus durch Kunden von außerhalb des Nahbereiches Backnang (inkl. Streukunden) generiert.

Damit ist festzustellen, dass das Kongruenzgebot eingehalten wird. Es stammen rund 80 % aus dem zentralörtlichen Verflechtungsbereich. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird damit eindeutig eingehalten.

V. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Backnang und im Umland wurde von der GMA im März 2017 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Kaufland gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen (mit Fokus auf Lebensmittel) angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden.

Im Stadtgebiet von Backnang ist im Nahrungs- und Genussmittelsektor auf folgende relevante und strukturprägende Anbieter hinzuweisen:

Tabelle 4: Relevante Wettbewerber im Stadtgebiet von Backnang

Wettbewerber	Adresse	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Lidl	Sulzbacher Straße	DISC	1.000
Norma	Sulzbacher Straße	DISC	600
Kaufland	Industriestraße	SBW	5.200
Edeka	Gartenstraße	SM	2.200
Rewe	Blumenstraße	SM	1.500
Lidl	Gartenstraße	DISC	1.300
Aldi	Eugen-Adolf-Strasse	DISC	900
Aldi	Schlachthofstraße	DISC	900
Penny	Industriestraße	DISC	650
Denn's Biomarkt	Annonay-Straße	BM	500

SM = Supermarkt; DISC = Discounter; SBW = SB-Warenhaus; BM = Biomarkt

Quelle: GMA 2017

Neben den genannten Hauptwettbewerbern ist in Backnang noch auf zahlreiche Spezialanbieter (u. a. Getränkemärkte, Bio-Supermarkt, ethnische Supermärkte, Tankstellenshops etc.) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) hinzuweisen. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Backnang (nur strukturprägende Wettbewerber) auf ca. 15.500 – 16.000 m², auf der eine bereinigte Umsatzleistung¹⁴ von ca. 64 – 65 Mio. € generiert wird.

¹⁴ Um Nonfoodanteile bereinigte Umsätze.

2. Wettbewerb außerhalb der Stadt Backnang

Außerhalb der Stadt Backnang sind folgende Hauptwettbewerber für das Vorhaben der Fa. Kaufland relevant:

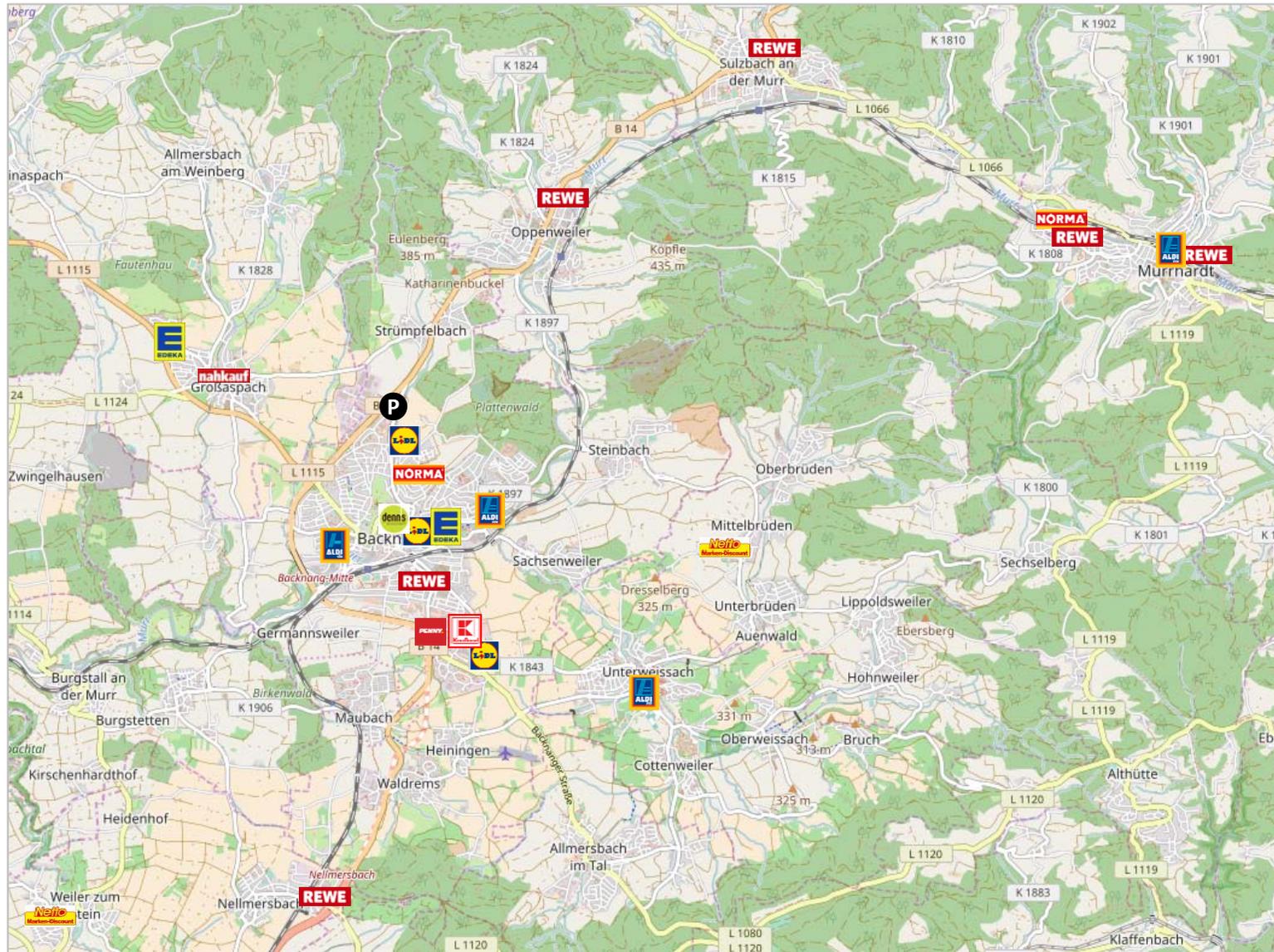
Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber in den relevanten Nachbargemeinden

Ort / Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Oppenweiler:	
/// Rewe, Hauptstraße	1.200
Großaspach:	
/// Edeka, Siemensstraße	900
/// Nahkauf, Hauptstraße	500
Sulzbach an der Murr:	
/// Norma, Im Horben	1.000
/// Rewe, Milchstraße	1.200

Quelle: GMA 2017

Ergänzend ist noch auf die Kaufland-Standorte in Marbach am Neckar, Steinheim an der Murr und Schwäbisch Hall hinzuweisen.

Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Legende

P Projektstandort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells¹⁵ basiert.

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

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

3.2 Umsatzumverteilung

Für die Bewertung der Modernisierung des bestehenden Kaufland SB-Warenhauses an der Sulzbacher Straße in Backnang werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der Anbieter Kaufland wird an seinem Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 7.000 m² (ohne Konzessionäre) eine Umsatzleistung von ca. 34,4 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 25,8 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 8,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Kaufland bereits seit Jahren am Standort mit der gleichen Verkaufsflächengröße von ca. 7.000 m² ansässig ist. Die bereits bestehende Verkaufsfläche ist am Markt akzeptiert; die vom Bestand ausgehenden Wirkungen sind am Markt abgearbeitet. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 31,6 Mio. €. Davon entfallen rd. 23,7 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und rd. 7,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich¹⁶. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- /// Die bestehenden handelsrelevanten Konzessionäre erwirtschaften heute einen Umsatz von 1 – 1,5 Mio. € (ca. 0,5 – 0,6 Mio. € bei Lebensmitteln). Auch hierfür kann an-

¹⁵ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

¹⁶ Im Sinne eines „worst-case“-Ansatzes wird im Vergleich zum Bestandsobjekt von einem gleichbleibenden Umsatzanteil für das Nonfood-Sortiment ausgegangen. Tatsächlich ist jedoch ein Rückgang des Anteils der Nonfood-Verkaufsfläche an der Gesamtverkaufsfläche vorgesehen.

genommen werden, dass die Umsätze bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin dort gebunden werden.

- / Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des durch das modernisierte Kaufland SB-Warenhaus erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse ein modernes SB-Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von 7.000 m² (äußeres Erscheinungsbild, Warenpräsentation, integrierte Leergutannahme, verbesserte interne Logistik etc.) zzgl. einer Konzessionärszeile mit 1.200 m² VK bewertet, d. h. es wird im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Modernisierung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz wird bereits heute gebunden.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben (ohne Konzessionärszeile)

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	23,7
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Zone I des Einzugsgebietes	1,7
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Zone II des Einzugsgebietes	0,3
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Zone III des Einzugsgebietes	0,1
	Umsatz des modernisierten Marktes im Lebensmittelbereich	25,8
Nonfoodbereich	Umsatz des bestehenden Marktes im Nonfoodbereich	7,9
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,7
	Umsatz des modernisierten Marktes im Nonfoodbereich	8,6
▪ Umsatz insgesamt		34,4

GMA-Berechnungen 2017

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

- / Im **Stadtgebiet von Backnang (Zone I)** sind durch das Vorhaben Umsatzumlenkungen i.H. von 1,7 Mio. € zu erwarten. Diese werden zum überwiegend Teil auf den zweiten Kaufland-Standort im Backnanger Süden betreffen. Deutlich abgeschwächt werden

Anteile auf die bestehenden Supermärkte und ergänzend auf die Discounter entfallen. Insgesamt sind keine betriebsgefährdenden Schädigungen zu erwarten.

- /// In der **Zone II** des Einzugsgebietes (Nahbereich Backnang) werden nur sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte i.H. von 0,3 Mio. € ausgelöst. Die Umsatzumverteilungsquote, die sich insbesondere auf die nördlich von Backnang angrenzenden Kommunen (insb. Aspach, Oppenweiler, Sulzbach a.d.Murr) verteilen, liegt bei insgesamt 1 – 2 % und max. 3 – 4 % und damit auf einem sehr geringen Niveau. Betriebs-schließungen oder eine Gefährdung der Nahversorgung sind damit auszuschließen.
- /// In der **Zone III** des Einzugsgebietes (weiterer Mittelbereich Backnang) wird gegen die dort ansässigen Hauptwettbewerber ein Umsatzanteil von ca. 0,1 Mio. € umverteilt. Dieser ist kaum nachweisbar. Betriebsschließungen oder eine Gefährdung der Nahversorgung sind damit auch hier auszuschließen.
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden keine Rückwirkungen ausgelöst. Hier bewegen sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ebenfalls auf einem so geringen Niveau, dass diese auf einzelbetrieblicher Ebene nicht mehr nachweisbar sind. Städtebaulich relevante Rückwirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder integrierte Versorgungslagen außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.
- /// Für den **Nichtlebensmittelbereich** (nur Kaufland) ist, wie bereits beschrieben, darauf hinzuweisen, dass im Rahmen der Modernisierung ein Rückgang des Anteils der Non-food-Verkaufsfläche an der Gesamtverkaufsfläche vorgesehen ist. Dennoch wurde im Sinne eines „worst case“-Ansatzes von einem gleichbleibenden Umsatzanteil für Non-food-Sortimente ausgegangen. Somit wurde ein hypothetischer Umsatzzuwachs von ca. 0,6 – 0,7 Mio. € rechnerisch ermittelt. Die Umsatzumverteilungseffekte sind jedoch auch bei diesem Ansatz bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlicher Sortimente (u.a. weitere Lebensmittelmärkte). Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.
- /// Für die **Konzessionärszeile**, für die im Rahmen der Modernisierung des Kaufland-Standortes keine signifikanten Änderungen bzgl. Umfang, Sortimente, Aufteilung Handel – weitere Flächen geplant sind, wird ein Umsatzzuwachs von ca. 0,5 Mio. € (Food und Nonfood) insgesamt erwartet. Dieser Umsatzzuwachs verteilt sich auf eine Vielzahl an Anbietern in Backnang und ist damit städtebaulich nicht relevant. Hinzu kommt die Tatsache, dass für die Konzessionärszeile bestimmte zentrenrelevante Sortimente wie Textilien und Schuhe ausgeschlossen sind. Dies gilt auch für Droge-riewaren als nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimentsgruppe.
- /// Darüber hinaus ist zu bewerten, ob das modernisierte Kaufland-SB-Warenhaus nach Modernisierung mit einer gleichbleibenden Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass

die vorhandene städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies ist im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum keine Änderungen ergeben.

4. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung

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

/// das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie

/// die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtigungsverbotes ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

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

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

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die

verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment.“

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

- /// Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Modernisierung des Anbieters Kaufland nicht verletzt. Die Umsatzumverteilungen in den Zonen I – III des Einzugsgebietes werden deutlich unterhalb der 10 %-Schwelle liegen (max. 2 – 3 % gegenüber Anbietern im Backnanger Stadtgebiet = Zone I). Die Umsatzrückgänge konzentrieren sich zudem auf die größeren Lebensmittelmärkte, wobei in erster Linie das im Backnanger Süden gelegene Kaufland SB-Warenhaus betroffen sein wird. Aufgrund der geringen Umverteilungen ist nicht mit Marktaustritten dieser leistungsfähigen Anbieter zu rechnen.
- /// Aufgrund der z. T. nicht mehr nachzuweisenden Umsatzumverteilungseffekte sind auch außerhalb des Backnanger Stadtgebietes Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in den umliegenden Gemeinden auszuschließen. Die dargestellten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang (10 % und darüber) zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen (Stadt- / Ortszentren bzw. zentrale Versorgungsbereiche) gehen. Gleichzeitig wird bei der Umsetzung des Planvorhabens die verbrauchernahe Versorgung im Umfeld nicht beeinträchtigt.
- /// Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen somit in der Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass durch die Modernisierung des Kaufland-SB-Warenhauses an der Sulzbacher Straße in Backnang die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbotes eingehalten werden.

VI. Bewertung des Agglomerationsgebotes

Der Regionalplan Stuttgart¹⁷ legt in Bezug auf Agglomerationen von Einzelhandelbetrieben als wesentliche Kriterien fest:

2.4.3.2.8 (Z) Räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben (Agglomeration)

- (1) Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Ortskernen aller Gemeinden zulässig. Wird ein Bauleitplan aufgestellt oder geändert, dessen Geltungsbereich den Ortskern ganz oder teilweise erfasst, so darf die hiernach zulässige Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben keine schädlichen, überörtlichen Wirkungen entfalten, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne. Ansonsten gelten für Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben die Plansätze 2.4.3.2.2 (Z) bis 2.4.3.2.6 (Z) entsprechend.
- (2) Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entsteht, wenn räumlich nahe beieinander liegend mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden, zu einem bestehenden Einzelhandelsbetrieb ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden, so dass die Summe der Verkaufsflächen der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe größer als 800 m² ist. Räumlich nahe beieinander liegen Einzelhandelsbetriebe, wenn die Luftlinie zwischen den Gebäudezugängen nicht länger als 150 m ist.

Im Falle von Kaufland an der Sulzbacher Straße liegt eindeutig eine Einzelhandelsagglomeration i. S. des Plansatzes 2.4.3.2.8 des Regionalplanes Verband Region Stuttgart vor. Im Umkreis von 150 m Luftlinie ist der Textilfachmarkt Modepark Röther, eine Tankstelle sowie eine Metzgerei (Annexhandel der Metzgerei Kühnle) vorhanden. Daher ist das Vorhaben wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu betrachten, was durch die bereits bestehende Verkaufsfläche von ca. 8.200 m² ohnehin der Fall ist.

Mit Bezug auf den benachbarten Textilfachmarkt ist festzustellen, dass es sich hierbei um einen Anbieter aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich handelt. Nennenswerte Kopplungseffekte zwischen Kaufland und dem Textilfachmarkt sind hier nicht zu erwarten. Bei den weiteren genannten Betrieben handelt es sich um Kleinstbetriebe, die zwar von der Modernisierung des Kaufland-Standortes ggf. profitieren könnten, aber im Gegenzug keine veränderte Beurteilungsgrundlage für die Gesamtbetrachtung des Kongruenzgebotes und des Beeinträchtigungsverbotes bilden.

¹⁷ Vgl. Regionalplan Stuttgart (2009), Kapitel 2.4.3.2.8 (Z).

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen									
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modernisierung (Abriss und Neubau) des Kaufland SB-Warenhaus im Backnanger Norden zur langfristigen Sicherung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit ▪ Verkaufsfläche ca. 7.000 m² zzgl. Konzessionärszeile mit 1.200 m² Fläche (inkl. Mallfläche) ▪ Keine Veränderungen der Verkaufsfläche insgesamt, dem Verhältnis zwischen SB-Warenhaus und Konzessionärszeile sowie den Sortimenten geplant ▪ Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten wie Textilien, Schuhe und Drogeriewaren in der Konzessionärszeile ▪ Standort an der Sulzbacher Straße in Backnanger Norden, Lage in einem Gewerbegebiet 								
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 								
Standortrahmen- bedingungen Back- nang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mittelzentrum Backnang, ca. 36.270 Einwohner ▪ Einzelhandelsstrukturen: Betriebe aus dem kurz-, mittel- und z. T. langfristigen Bedarfsbereich im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“. Weitere großflächige Anbieter befinden sich in den im Norden und Süden gelegenen Gewerbegebieten sowie in Waldrems. 								
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich im Kern auf das Backnanger Stadtgebiet (56 % Kundenanteil aus Zone I) sowie den Nahbereich Backnang (24 % Kundenanteil aus Zone II), insb. die nördlich angrenzenden Kommunen; geringfügige Umsatzzuflüsse aus dem weiteren Mittelbereich Backnang sowie Streukunden (je 10 % Kundenanteil aus Zone III und darüber hinaus) ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 102.000 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor im Einzugsgebiet: ca. 213,2 Mio. € 								
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung: bei 7.000 m² VK ca. 34,4 Mio. €, davon ca. 25,8 Mio. € im Lebensmittelbereich ▪ Konzessionärszeile: ca. 2 – 3 Mio. € 								
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 60%;">Zone I (Backnang)</td> <td style="text-align: right;">max. 2 – 3 %</td> </tr> <tr> <td>Zone II (Nahbereich)</td> <td style="text-align: right;">max. 3 – 4 %</td> </tr> <tr> <td>Zone III (Mittelbereich)</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> <tr> <td>außerhalb des Einzugsgebietes</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> </tbody> </table>	Zone I (Backnang)	max. 2 – 3 %	Zone II (Nahbereich)	max. 3 – 4 %	Zone III (Mittelbereich)	nicht nachweisbar	außerhalb des Einzugsgebietes	nicht nachweisbar
Zone I (Backnang)	max. 2 – 3 %								
Zone II (Nahbereich)	max. 3 – 4 %								
Zone III (Mittelbereich)	nicht nachweisbar								
außerhalb des Einzugsgebietes	nicht nachweisbar								

Raumordnerische Bewertungskriterien

raumordnerische Kernregelung	Das Konzentrationsgebot wird erfüllt. Die Stadt Backnang ist als Mittelzentrum für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.
Integrationsgebot	<p>Bei dem Projektstandort handelt es sich um eine überwiegend autokundenorientierte Lage. Trotz der Distanz von 450 – 500 m zu bestehenden Wohngebieten übernimmt der Markt eine gewisse, jedoch begrenzte Nahversorgungsfunktion i. S. einer fußläufigen Erreichbarkeit. Darüber hinaus übernimmt Kaufland aber wichtige Grundversorgungsfunktionen für die südlich gelegenen Wohngebiete und den Stadtteil Strümpfelbach (nördlich angrenzend).</p> <p>Allerdings ist hervorzuheben, dass der Markt über eine direkte ÖPNV-Anbindung verfügt und somit für weniger mobile Kunden gut zu erreichen ist.</p> <p>Da es sich bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern eine bauliche Modernisierung handelt, besteht keine veränderte Beurteilungsgrundlage. Zudem befindet sich das Kaufland SB-Warenhaus an einem bereits etablierten Einzelhandelsstandort mit Grundversorgungsfunktionen.</p>
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Mindestens 80 % des Umsatzes stammen aus dem Nahbereich von Backnang selbst. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird eindeutig eingehalten.
Beeinträchtungsverbot	Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten. Mit max. 2 – 3 % in Backnang, max. 3 – 4 % in im weiteren Nahbereich und nicht mehr nachweisbaren Umsatzumverteilungsquoten in der Zone III sowie außerhalb des Einzugsgebietes befinden sich die Umsatzumlenkungen auf einem sehr geringen Niveau. Negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsfunktion sind sowohl in Backnang als auch außerhalb des Einzugsgebietes auszuschließen.
Agglomerationsgebot	Der Standort stellt eine Einzelhandelsagglomeration nach Plansatz 2.4.3.2.8 des Regionalverbandes Region Stuttgart dar. Mit dem benachbarten Textilfachmarkt Röther sind aufgrund der unterschiedlichen Sortimentsstruktur keine Kopplungseffekte zu erwarten.
Gesamtfazit	Im Gesamtergebnis kann festgehalten werden, dass sowohl die raumordnerische Kernregelung, das Kongruenzgebot und das Beeinträchtungsverbot durch die geplante Modernisierung nicht verletzt werden. Für das Integrationsgebot besteht keine veränderte Beurteilungsgrundlage.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	11
Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Backnang	12
Karte 3: Direktes Standortumfeld des SB-Warenhauses Kaufland an der Sulzbacher Straße	16
Karte 4: Kundenherkunft und Einzugsgebiet des SB-Warenhauses Kaufland in Backnang, Sulzbacher Straße	21
Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	28
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Vollsortimentern	8
Tabelle 2: Ergebnisse der Kundenherkunftsbefragung	20
Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	23
Tabelle 4: Relevante Wettbewerber im Stadtgebiet von Backnang	26
Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber in den relevanten Nachbargemeinden	27
Tabelle 6: Prognose der Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben (ohne Konzessionärszeile)	30
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Eingangsbereich Kaufland mit vorgelagertem Parkplatz	14
Foto 2: Sulzbacher Straße – Blickrichtung Norden	14
Foto 3: Sulzbacher Straße – Blickrichtung Süden	14
Foto 4: Eingangsbereich	14