



Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung und Erweiterung eines Fahrradfachmarktes in Backnang

Auftraggeber: Zweirad-Center Urban GmbH,
Backnang

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
hofen

Ludwigsburg, am 07.01.2019

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. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Einzelhandelskonzept der Stadt Backnang (Fortschreibung 2010)	6
4. Ausgewählte Marktdaten zum Fahrradeinzelhandel	7
4.1 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
5. Vorhaben	9
II. Konzentrationsgebot	10
1. Makrostandort Backnang	10
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	13
III. Integrationsgebot	14
1. Mikrostandort „Weissacher Straße“	14
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	18
3. Bewertung des Integrationsgebotes	19
IV. Kongruenzgebot	20
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	20
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Umsatzprognose für den Fahrradfachmarkt	23
4. Rechtliche Vorgaben	24
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
V. Beeinträchtungsverbot	25
1. Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	25
2. Wettbewerb außerhalb des Einzugsgebietes	27
3. Fazit der Wettbewerbsanalyse	27
4. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	29
4.1 Methodik	29
4.2 Umsatzumverteilung	29
5. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung	31
VI. Agglomeration	34
VII. Zusammenfassung	35

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Fa. Zweirad-Center Urban betreibt in der Stadt Backnang am Standort Wanne 5/1 bereits langjährig einen Fachmarkt für Fahrräder auf einer Verkaufsfläche (= VK) von aktuell rd. 600 m². Das Unternehmen möchte seinen Standort innerhalb des Gewerbegebietes Süd verlagern und an der Weissacher Straße einen Neubau erreichen. Am neuen Standort sind neben einer großzügigeren Verkaufsfläche auch Lager- und Logistikflächen vorgesehen. Maßgeblich für die Untersuchung ist jedoch nur die Verkaufsfläche; mit ca. 1.800 m² ist das Vorhaben als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen ist die Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich. In diesem Zusammenhang ist eine Untersuchung der zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO durchzuführen. Im Vordergrund steht dabei die Untersuchung der potenziellen wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen durch das Vorhaben.

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

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Backnang sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Weissacher Straße“
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes des Fahrradfachmarktes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Wettbewerbssituation in der Stadt Backnang und im Umland (= Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzherkunft und -prognose des Fahrradfachmarktes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan der Region Stuttgart
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im November 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen und der Wettbewerb in Backnang sowie im Umland erfasst. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus amtlichen Statistiken und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus¹:

- „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.“

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 bzw. Regionalplan Region Stuttgart zu beachten.

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

3. Einzelhandelskonzept der Stadt Backnang (Fortschreibung 2010)

Die Stadt Backnang hat 2010 ihr Einzelhandelskonzept durch die GMA fortschreiben lassen, welches der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Backnang dient (Beschluss des Gemeinderats der Stadt von 04.11.2010).

Für die hier vorliegende Auswirkungsanalyse sind insbesondere die **Sortimentsliste** und **Randsortimentsregelung** sowie das **Standortkonzept** zu beachten:

Sortimentsliste:

Übersicht 1: GMA-Gliederungsvorschlag für Backnang nach zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<p>Zentrenrelevante Sortimente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs- und Genussmittel - Reformwaren - Drogerie- / Kosmetik- / Parfümeriewaren - Apotheker-, Sanitäts-, Orthopädiwaren - Schnittblumen - Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf - Spielwaren, Bastelartikel - Bekleidung (inkl. Sportbekleidung) - Schuhe, Lederwaren - Baby- / Kinderartikel (ohne größerteilige Ausstattung, z. B. Kinderwagen) - Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Telefone und Zubehör, Elektrohaushaltswaren, Fotowaren - Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel, Kunstgewerbe - Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör - Optik, Hörgeräte - Uhren, Schmuck - Musikinstrumente, Musikalien <p>Zusätzlich auch nahversorgungsrelevante Sortimente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs- und Genussmittel - Reformwaren - Apothekerwaren 	<ul style="list-style-type: none"> - Elektrogroßgeräte / -installation, Leuchten, Computer, Büromaschinen - Möbel / Küchen / Büromöbel / Gartenmöbel / Sanitär- / Baderichtung - Matratzen - Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf, Fliesen - Pflanzen und Zubehör, Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer - Teppiche / Bodenbeläge, Tapeten, Farben / Lacke - Kfz / Motorräder / Landmaschinen und Zubehör - Campingartikel, Sportgroßgeräte (z. B. Surfboards, Fahrräder) - größerteilige Babyausstattung (z. B. Kinderwagen, Kindersitze) - Reisegepäck / Koffer (ohne Kleinleiderwaren) - Tiernahrung, zoologischer Bedarf, Lebewesen - Getränke - Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse

Quelle: GMA-Empfehlungen 2010 auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2009.

Die „Backnanger Sortimentsliste“ ordnet Fahrräder den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu. Dies deckt sich auch mit der regionalplanerischen Bewertung, wonach Fahrräder und Fahrradzubehör der nicht-zentrenrelevanten Sortimentsgruppe zugeordnet sind (vgl. Regionalplan Region Stuttgart S. 136).

Randsortimente

„Als Regelung zum geordneten Umgang mit Randsortimenten sollte aufgenommen werden, dass in gewerblich genutzten Gebieten die zentrenrelevanten Sortimente begrenzt werden (z. B. bei Möbelmärkten, Bau- und Gartenmärkten). Bei diesen Betrieben sind lt. Regionalplan der Region Stuttgart ausnahmsweise zentrenrelevante Randsortimente, die unmittelbar dem Hauptsortiment des Betriebes zugeordnet werden, bis zu einer Größenordnung von 3 % der Verkaufsfläche (max. 350 m² Verkaufsfläche) zulässig, soweit hiervon keine nachteiligen Auswirkungen auf die zentralen Lagen ausgehen.“

Standortkonzept

„Grundsätzlich ist aus handelswirtschaftlichen, verkehrlichen und städtebaulichen Gründen auch in dezentralen Lagen eine **Konzentration** der Einzelhandelsbetriebe auf wenige, flächenmäßig

begrenzte Standortbereiche zu empfehlen. An dezentralen Standortlagen sind prinzipiell vor allem flächenintensive Angebotsformen wie z. B. Baumärkte und Möbelhäuser funktionsgerecht angesiedelt, die in der Regel auch ein hohes Verkehrsaufkommen induzieren und keine zentrenrelevante Funktion übernehmen. Um eine zu starke und damit städtebaulich unerwünschte Streuung von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet zu vermeiden, sind bei einer möglichen Ansiedlung von weiteren Betrieben in dezentralen Lagen Backnangs die bestehenden Agglomerationsbereich **Weissacher Straße / Industriestraße, Sulzbacher Straße** (...) zu präferieren. “

Der Regionalplan der Region Stuttgart sieht als **Ergänzungsstandort** für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel das Gewerbegebiet Süd im Umfeld Weissacher Straße / Industriestraße vor.

Die im beschlossenen Einzelhandelskonzept formulierten Empfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels in Backnang sowie die Vorgaben der Regionalplanung sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse zu berücksichtigen.

4. Ausgewählte Marktdaten zum Fahrrad Einzelhandel

4.1 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Der **Fahrradhandel** weist in Deutschland noch überwiegend traditionelle Vertriebsformen auf. Fahrräder werden häufig von Fachhändlern, Spezialanbietern (z. B. für Mountainbikes) angeboten, die über Einkaufsverbände organisiert sind.² Filialisierte Großvertriebsformen sind im Fahrradhandel eher die Ausnahme. Sie sind häufig in Großstädten bzw. an regionalen Fachmarktstandorten angesiedelt. Als Betreiber sind beispielsweise B.O.C., Bikemax, Fahrrad XXL oder Stadler zu nennen. Fahrräder werden darüber hinaus v. a. in den Sommermonaten auch in Baumärkten, großen SB-Warenhäusern, Sportfachmärkten und -kaufhäusern (z. B. Sport Scheck, Karstadt Sport, Intersport) offeriert.

Wesentlicher Vertriebsweg sind klassischer Weise die Fachgeschäfte und Fachmärkte. Während der Onlinehandel Marktanteile gewinnt, verlieren SB-Warenhäuser, Baumärkte, etc. im Fahrradhandel eher an Bedeutung.

Tabelle 1: Anteile der Vertriebswege im Fahrradbereich in Deutschland

Vertriebsweg	2013	2014	2015	2016	2017
Fachhandel / Fachmarkt	70 %	70 %	69 %	69 %	68 %
SB-Warenhaus, Baumärkte, LEH ¹	20 %	19 %	18 %	16 %	13 %
Onlinehandel	10 %	11 %	13 %	15 %	19 %

¹ LEH = Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Zweirad-Industrie-Verband: Zahlen – Daten – Fakten zum Deutschen Fahrrad- und E-Bike-Markt 2018

² Die ZEG (Zweirad Experten Gruppe) ist nach eigenen Angaben Europas größte Zweirad-Einkaufsgenossenschaft (Verbund von 960 unabhängigen Fahrrad-Fachhändlern). Quelle: www.zeg.de.

Der **Absatz an Fahrrädern und E-Bikes** lag 2017 nach Angaben des Zweirad-Industrie-Verbandes (ZIV) mit insgesamt 3,85 Mio. Einheiten unter dem Vorjahreszeitraum. Gründe hierfür sind zum einen der bereits hohe Bestand von insgesamt rd. 73 Mio. Fahrrädern in Deutschland, damit besitzen über 80 % der Haushalte mindestens ein Fahrrad. Zum anderen werden die Produkte immer hochwertiger und damit auch haltbarer gefertigt. 2018 profitierte die deutsche Fahrradindustrie von den hervorragenden Witterungsverhältnissen. Im ersten Halbjahr konnten bereits ca. 2,64 Mio. Fahrräder und E-Bikes verkauft werden, ein Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahr.

Der Trend zum Fahrradfahren ist nach wie vor ungebrochen. Der Kunde ist bereit, mehr Geld für ein Fahrrad zu investieren, dies zeigt sich auch darin, dass die Verkäufe im unteren Preiseinstiegssegment z. B. durch SB-Warenhäuser, Baumärkte, Discounter etc. rückläufig sind.

Bezogen auf den gesamten Einzelhandel mit Fahrrad, E-Bike, Fahrradteilen und Zubehör wurde 2017 ein Gesamtumsatz von ca. 5,4 Mrd. € erwirtschaftet.³ Das E-Bike ist erneut Wachstumstreiber der Branche. Nicht zuletzt aufgrund des wachsenden E-Bike-Marktes rechnet der ZIV damit, dass der Umsatz mit Fahrrädern, E-Bikes, Komponenten und Zubehör auch im Jahr 2018 steigen wird.

Der Absatz mit **E-Bikes** wächst weiter kräftig. Für das Jahr 2018 rechnet die Branche mit einem Verkauf von ca. 850.000 E-Bikes über den Handel. Dies wäre ein Plus von ca. 18 % gegenüber dem Jahr 2017. Der steigende Anteil an E-Bikes, überwiegend aus dem höherpreisigen Segment, hat auch zu einer Erhöhung des durchschnittlichen Verkaufspreises pro Fahrrad geführt. Über sämtliche Vertriebswege hinweg lag der durchschnittliche Verkaufspreis für ein Fahrrad (inkl. E-Bike) bei rd. 698 €. Zwischenzeitlich hat der Elektroantrieb in fast allen Modellgruppen Einzug gehalten. Die Kategorie E-Citybike und E-Trekkingbike ist mit rd. 75 % anteilmäßig am größten, die Modellgruppe E-Mountainbike liegt bereits bei rd. 21 %.

Während der traditionelle, meist spezialisierte Fachhandel Verkaufsflächen von rd. 100 – 300 m² belegt, ist die Mindestgröße von Fachmärkten bei etwa 400 m² anzusetzen. Die Großvertriebsformen erreichen nicht selten sogar Verkaufsflächen von 3.000 – 5.000 m². Je nach Betriebstyp schwanken auch die **Flächenproduktivitäten** deutlich. Nach Erfahrungswerten liegen diese im Fachhandel bei ca. 2.600 – 3.600 € / m² VK p. a., bei den Fachmärkten bei rd. 2.100 – 2.900 € / m² VK p. a.⁴

Das **Sortiment** der Fahrradfachgeschäfte und –fachmärkte geht meist über das Kernsortiment hinaus. Neben Fahrrädern, Fahrradteilen und Zubehör führen die Anbieter i. d. R. auch rad-sportspezifische Sportbekleidung und Accessoires sowie oftmals Heimsportgeräte in ihrem Sortiment.

³ Zweirad-Industrie-Verband (ZIV): Pressemitteilung zum Fahrradmarkt 2017.

⁴ Vgl. Struktur- und Marktdaten 2017, die im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie erarbeitet wurden.

5. Vorhaben

Zur Umsetzung des Vorhabens ist die Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich. Der Bebauungsplanentwurf sieht folgende Festsetzung vor:

„Zulässig sind folgende Hauptnutzungen mit einer Verkaufsfläche von maximal 1.800 m²:

- Verkauf von Fahrrädern, E-Bikes, E-Rollern sowie Mobilitätsangebote elektrobetriebener Kleinfahrzeuge
- Verkauf von technischem Zubehör (inkl. Fahrradteile), Pflegeprodukte
- Verkauf von Fahrradhelmen, -schuhen, -taschen, -rucksäcken
- alle erforderlichen Nebeneinrichtungen und Anlagen wie zu. B. Technik- und Büroräume, Lagerräume inkl. Anlieferung
- Werkstatt
- Teststrecke
- Parkierungsflächen für Besucher und Beschäftigte.

Als untergeordnete Nutzung zulässig sind ausschließlich fachmarkttypische Randsortimente bis 3 % der Verkaufsfläche:

- Fahrradbekleidung
- Fahrradzeitschriften und -reiseführer
- Nahrungsergänzungsmittel und Sportnahrung.“

Vor diesem Hintergrund sind die regionalplanerischen Regelungen im Folgenden zu prüfen.

II. Konzentrationsgebot

1. 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 2017 lebten in Backnang rd. 36.900 Einwohner.⁵ Seit 2011 (Basis Zensus 2011) konnte die Stadt eine Zunahme der Bevölkerung um ca. 7,7 % verzeichnen und liegt damit deutlich über dem Durchschnitt des Rems-Murr-Kreises (+ 4,4 %). Bis 2025 geht das Statistische Landesamt Baden-Württemberg in seiner aktuellen Prognose von einem anhaltenden Bevölkerungszuwachs (+ 8,1 %) aus.⁶

Das **Siedlungsgebiet** von Backnang erstreckt sich auf die Kernstadt und die fünf Stadtteile Heiningen, Maubach, Steinbach, Strümpfelbach und Waldrems. Mit rd. 75,5 % der Wohnbevölkerung liegt der Einwohnerschwerpunkt in der Kernstadt (inkl. Sachsenweiler)⁷. Die übrigen Stadtteile liegen räumlich z. T. deutlich von der Kernstadt abgesetzt. Die Siedlungsstruktur der Stadt Backnang wird auch durch die Topografie 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 an der Bundesstraße B 14 (Schwäbisch Hall – Waiblingen – Stuttgart), welche westlich der Kernstadt verläuft. Der südliche Abschnitt der B 14 zwischen Waldrems und Leutenbach-Nellersbach wurde 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. Das Mittelzentrum verfügt über eine Anbindung an das Regionalbahn- und S-Bahn-Netz der Region Stuttgart.

Im Jahr 2017 waren in Backnang **ca. 14.707 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort registriert, davon ca. 36 % im produzierenden Gewerbe, ca. 21 % in Handel, Verkehr und Gastgewerbe sowie ca. 42 % in den sonstigen Dienstleistungen⁸. Der Beschäftigtenbesatz liegt mit 399 Beschäftigten je 1.000 Einwohner über dem Landkreisschnitt (vgl. Rems-Murr-Kreis: 348). Für die Stadt Backnang ist ein nahezu ausgeglichener Pendlersaldo festzuhalten. 9.960 Berufseinpendlern stehen 10.050 Berufsauspendler gegenüber.⁹

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2017.

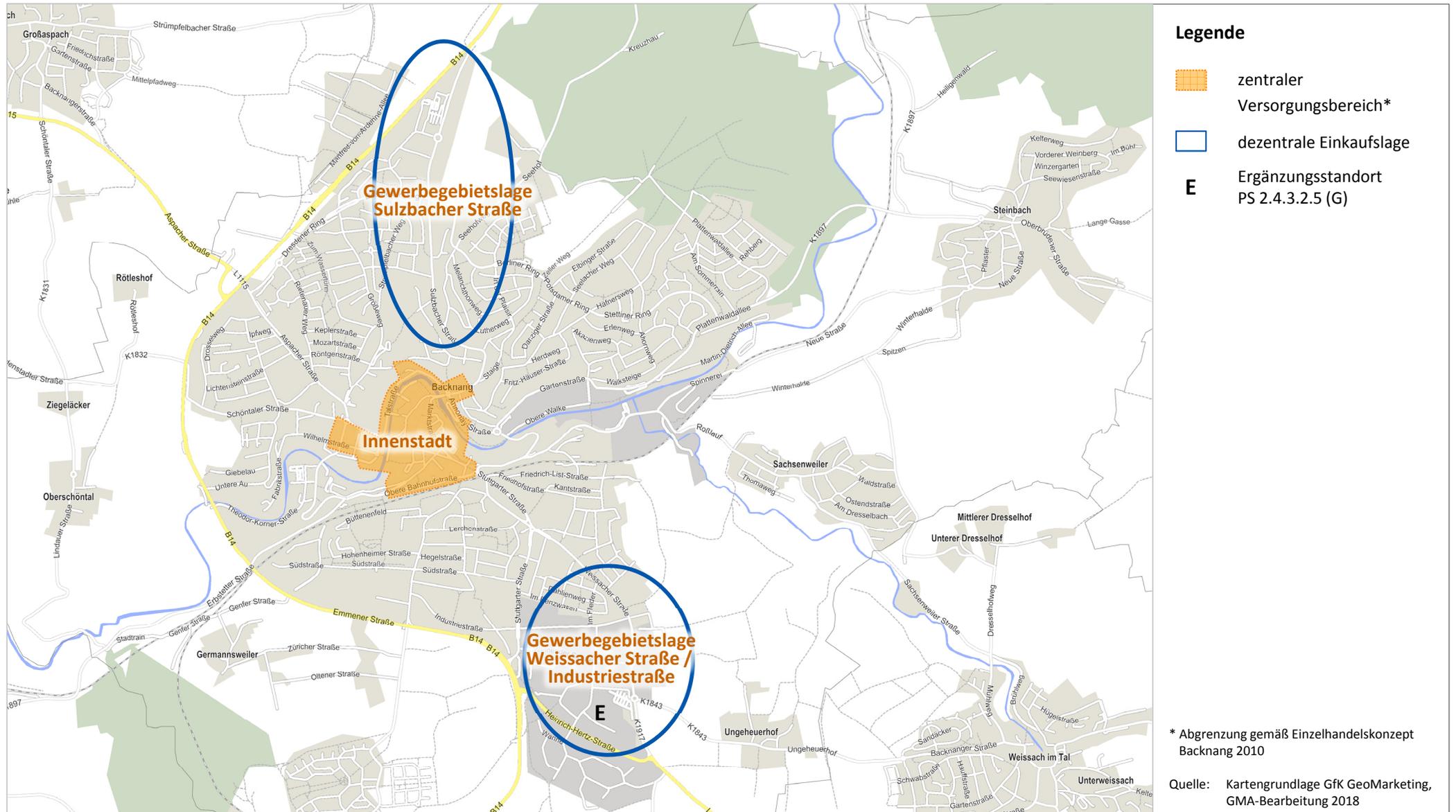
⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035.

⁷ Quelle: Stadt Backnang, Bevölkerung zum 31.03.2018.

⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2016.

⁹ Quelle: Agentur für Arbeit, Stand: 30. Juni 2017.

Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Backnang



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.
- Die dezentralen und vorwiegend autokundenorientierten Einkaufslagen sind in den Gewerbegebieten im Norden der Kernstadt (Sulzbacher Straße) und im südlichen Teil der Kernstadt (Weissacher Straße / Industriestraße) konzentriert. 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).

2. Bewertung 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 das Konzentrationsgebot zu prüfen.

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

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

Auch im Regionalplan Region Stuttgart¹⁰ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg¹¹ wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen. **Das Konzentrationsgebot wird am Standort Backnang erfüllt.** Durch die Ausweisung als Mittelzentrum liegen die Voraussetzungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor.

¹⁰ Quelle: Regionalplan Region Stuttgart, Ziel 2.4.3.2.2.

¹¹ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 raumordnerische Kernregelung.

III. Integrationsgebot

1. Mikrostandort „Weissacher Straße“

Der **Planstandort** für den vorgesehenen Fahrradfachmarkt von Zweirad Urban befindet sich im südlichen Teil der Kernstadt Backnang im Gewerbegebiet Süd. Das Grundstück wird in Richtung Westen durch den Verlauf der Weissacher Straße (K 1917) bzw. Richtung Norden durch die Gemeindeverbindungsstraße zum Ungeheuerhof begrenzt. In östlicher und südlicher Richtung schließen landwirtschaftliche Flächen an den Standort an. Auf einer Grundfläche von 1,5 ha soll ein Neubau errichtet werden, welcher neben den Verkaufsräumen des Fahrradfachmarktes auch Lager- und Logistikflächen umfasst. Daneben sind insgesamt 71 Stellplätze am Standort vorgesehen, die dem Neubau in Richtung Norden vorgelagert sind. Die Zu- und Abfahrt erfolgt über die Gemeindeverbindungsstraße zum Ungeheuerhof.

Das **Standortumfeld** wird durch eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben geprägt. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite der Weissacher Straße befindet sich ein BayWa Bau- und Gartenmarkt, im weiteren Verlauf Richtung Norden folgen eine Reihe großflächiger Betriebe darunter ein Toom Bau- und Heimwerkermarkt, der Discounter Lidl, das SB-Warenhaus Kaufland sowie weitere Fachmarktangebote. Damit sind im direkten Standortumfeld weitere Anbieter mit überörtlicher Strahlkraft ansässig, die eine gewisse Eigenfrequenz generieren. Im weiteren Umfeld sind nahezu ausschließlich Gewerbebetriebe prägend. In Richtung Norden schließen Sportanlagen (Tennisplatz des TSG Backnang) an den Standort an.

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort durch eine gute innerörtliche als auch regionale Erreichbarkeit gekennzeichnet. Aus der Innenstadt bzw. aus Richtung Süden kommend erfolgt eine problemlose Anbindung über die Weissacher Straße (K 1917 / L 1080). Die direkte Lage an einer innerörtlichen Erschließungsachse ermöglicht eine optimale Werbewirksamkeit des Standortes. Im Übergang zur Weissacher Straße und zur Gemeindeverbindungsstraße zum Ungeheuerhof wurde ein Kreisverkehr eingerichtet, der zu Stoßzeiten einen steten Verkehrsfluss sichert. Daneben besteht über die Heinrich-Hertz-Straße, die südlich von der Weissacher Straße abzweigt, ein Anschluss an die etwa 1 km entfernt gelegene B 14. Der Standort ist in erster Linie als autokundenorientierter Gewerbegebietsstandort einzustufen, für Fußgänger und insbesondere für Radfahrer ist der Planstandort über straßenbegleitende Fuß- und Radwege entlang der Weissacher Straße zu erreichen.

Ein **Anschluss an den ÖPNV** erfolgt in kurzer Distanz. Der Bushaltepunkt „Ungeheuerhof Abzweigung“ findet sich auf Höhe des Kreisverkehrs und wird von insgesamt 5 Linien angesteuert (u. a. Backnang ZOB, Althütte, Rudersberg).

Foto 1: Altstandort Zweirad-Center Urban, Wanne 5/1



Foto 2: Planstandort an der Weissacher Straße



Foto 3: Kreisverkehr Weissacher Straße



Foto 4: Bushaltestpunkt „Ungeheuerhof Abzweigung“



GMA-Aufnahmen 2018

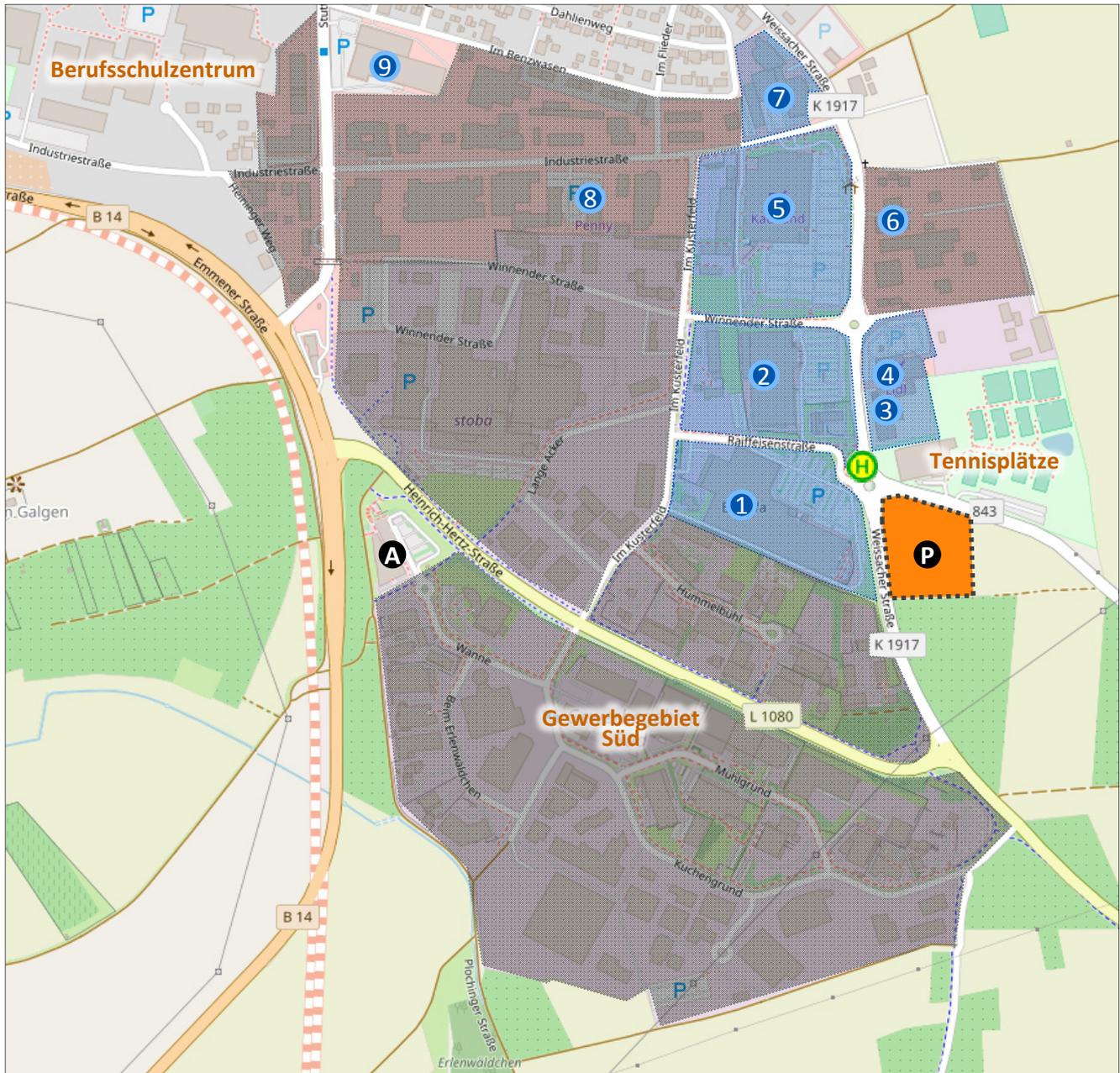
Die wesentlichen Eigenschaften des Planstandortes sind wie folgt zusammenzufassen:

- /// hohe Arbeitsplatz- und Versorgungszentralität (Ausweisung als Mittelzentrum)
- /// ausreichendes Nachfragepotenzial; perspektivisch weiterhin positive Bevölkerungsentwicklung in Backnang zu erwarten
- /// gute örtliche und überörtliche verkehrliche Erreichbarkeit
- /// ÖPNV-Anschluss im direkten Standortumfeld
- /// günstige Grundstückseigenschaften (ebene Topografie, Zuschnitt, ausreichendes Flächenpotenzial, gute Exposition / Sichtbarkeit)
- /// etablierte Einkaufslage im Backnanger Stadtgebiet, der Standort übernimmt bereits heute eine gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion
- /// Ergänzungsbereich für nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Vorhabenstandort von Zweirad Urban mit den Empfehlung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Backnang bzw. der Regionalplanung einhergeht. Als Standort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel, dem der geplante Fahrradfachmarkt zuzuordnen ist, ist die bestehende Einzelhandelslage an der Weissacher Straße / Industriestraße vorgesehen. Die Regionalplanung legt diesen Bereich als sogenannten „Ergänzungsstandort“ fest.

Aus Betreibersicht können die Standortrahmenbedingungen für das Vorhaben als gut bezeichnet werden. Für den Planstandort spricht insbesondere die verkehrliche Gunstlage, welche eine gute lokale und überörtliche Erreichbarkeit gewährleistet. Positiv hervorzuheben ist die Funktion Backnangs als Mittelzentrum und damit verbundenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im potenziellen Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes. Der Standort ist bereits als Einzelhandelslage in Backnang etabliert. Im direkten Umfeld befinden sich weitere Einzelhandelsbetriebe, durch die der geplante Fahrradfachmarkt im Sinne einer erhöhten Frequenz profitieren könnte. Die Verbundeffekte zwischen der Kundschaft von Zweirad Urban und den weiteren Einzelhandelsbetrieben im Standortumfeld werden mit Blick auf den unterschiedlichen Sortimentschwerpunkt aber eher gering ausfallen.

Karte 3: Standortumfeld des geplanten Fahrradfachmarktes



Legende

- P** Planstandort
- A** Altstandort
- H** ÖPNV-Anschluss
- überwiegend Einzelhandel
- überwiegend Gewerbe

Einzelhandel (Auswahl)

- 1= BayWa
- 2= toom Bau- und Gartenmarkt
- 3= Sonderposten
- 4= Lidl
- 5= Kaufland
- 6= Matratzen Concord
- 7= Bikesnboards, Dänisches Bettenlager
- 8= Penny, Fristo
- 9= HEM Expert

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2018

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 [...].“

Der **Regionalplan Stuttgart** präzisiert die Vorgaben des Einzelhandelserlasses und legt mit Blick auf Blick auf nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte fest:

„2.4.3.2.4 (Z) Standorte für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte

(1) Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS. 2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.

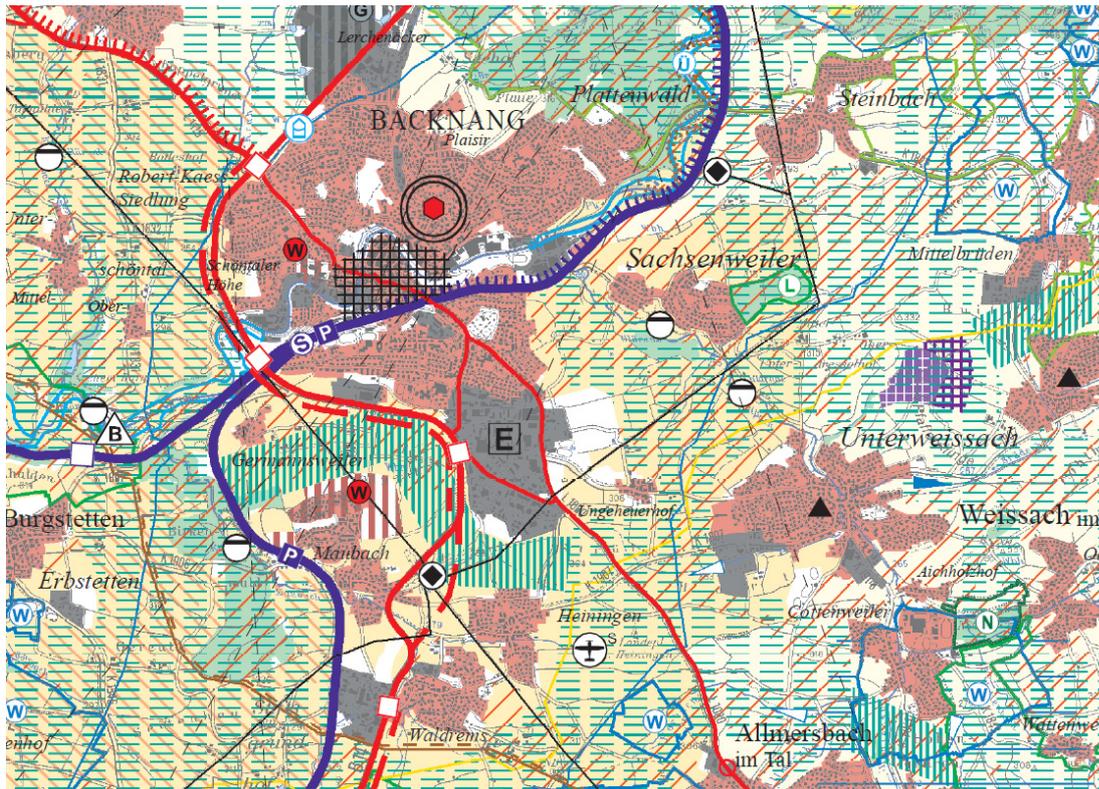
(2) Von der Zuordnung zu diesen Vorranggebieten kann für Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte dann abgewichen werden, wenn innerhalb der in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte, wegen nicht ausreichender Flächengröße, nicht herstellbarer ausreichender Verkehrserschließung oder zwingender Inanspruchnahme potenzieller Flächen für andere Nutzungen, keine Standortmöglichkeiten gegeben sind.

(3) Soweit für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte von einer Zuordnung zu den Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte abgesehen werden soll, sind zentrenrelevante Randsortimente auf höchstens 3 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 350 m² Verkaufsfläche zu beschränken.

2.4.3.2.5 (G) Ergänzungsstandorte

(1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raumordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.

(2) Als Ergänzungsstandort kann alternativ jeweils auch ein anderer Standort dann in Frage kommen, wenn die Vorgaben der Plansätze 2.4.3.2.2, 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 im Übrigen eingehalten werden. Dies ist im Einzelfall konkret zu prüfen und entsprechend nachzuweisen.“

Abbildung 1: Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte des Regionalplans Region Stuttgart


Quelle: Regionalplan Region Stuttgart, Raumnutzungskarte

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der erfolgten Bewertung des Standortes sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben sowie den kommunalen Ausformungen auf Basis der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Backnang kann das **Integrationsgebot** wie folgt bewertet werden:

- / Der Standort des zur Verlagerung und Erweiterung vorgesehenen Fahrradfachmarktes befindet sich in einer autokundenorientierten Gewerbegebietslage im südlichen Stadtgebiet von Backnang. Der Bereich Weissacher Straße / Industriestraße ist bereits heute durch großflächigen Einzelhandel (u. a. Bau- und Gartenmarkt BayWa, toom, SB-Warenhaus, Discounter, sonstige Fachmärkte) geprägt. Der Regionalplan Stuttgart stuft den Standortbereich als sog. Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ein. Darüber hinaus deckt sich das Vorhaben mit den städtebaulichen Zielen der Stadt Backnang. So sind zur Vermeidung einer weiteren Streuung der Angebote bei Neuansiedlungen die bereits bestehenden Einzelhandelslagen an der Weissacher Straße / Industriestraße bzw. an der Sulzbacher Straße zu präferieren.
- / Die Vorgaben der Regionalplanung werden am Standort erfüllt. Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente darf max. 3 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten. Dies wurde in den entsprechenden Bebauungsplan aufgenommen.

IV. Kongruenzgebot

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

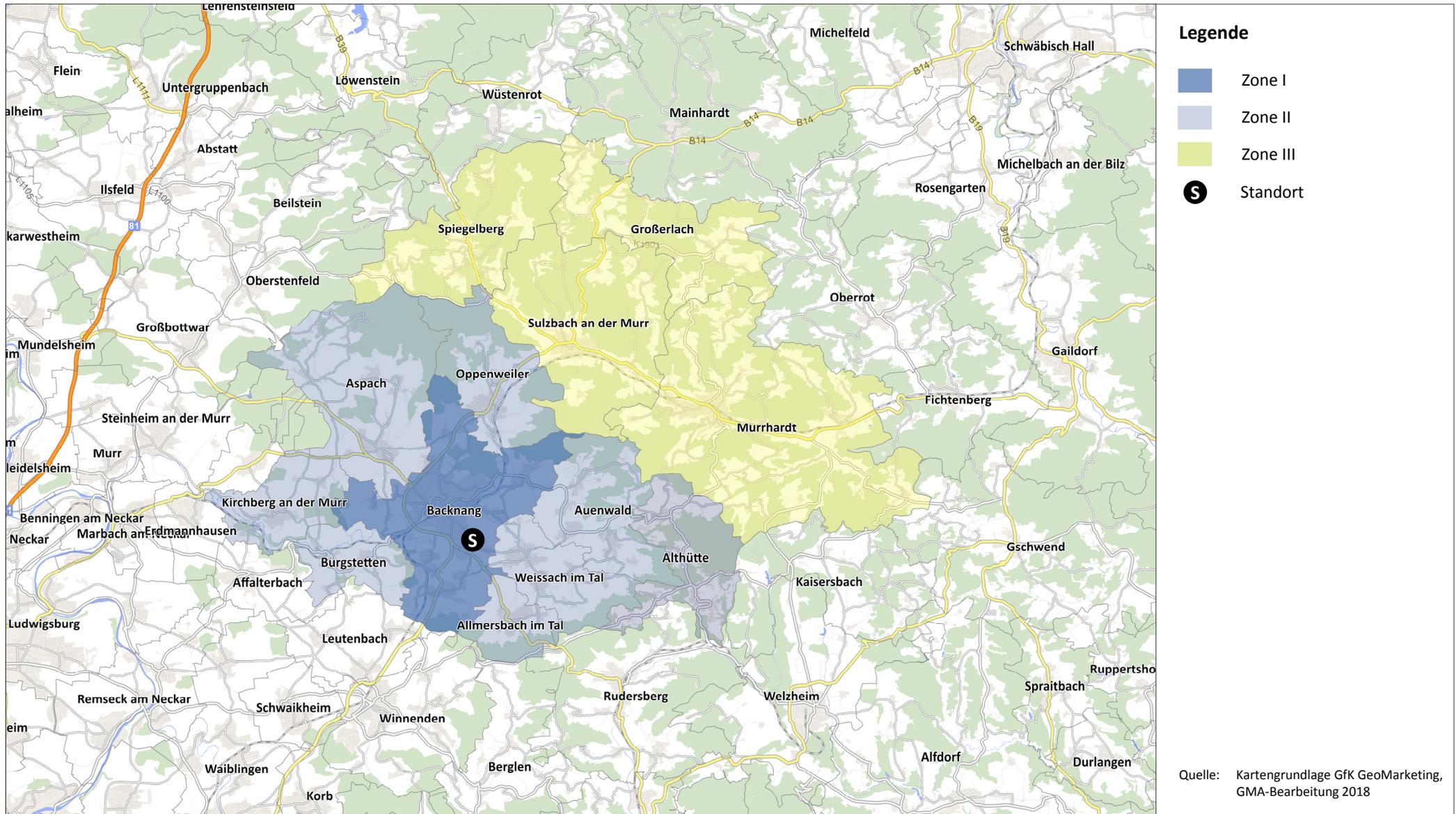
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den verlagerten Fahrradfachmarkt an der Weissacher Straße in Backnang kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus dem eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

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

Karte 4: Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes in Backnang, Weissacher Straße



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt ich für den geplanten Fahrradfachmarkt der Fa. Zweirad-Center Unger folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

Zone I	Stadtgebiet Backnang	ca. 36.893 Einwohner
Zone II	VGG Backnang mit Allmersbach im Tal, Althütte, Aspach, Auenwald, Burgstetten, Kirchberg a. d. M, Oppenweiler, Weissach im Tal	ca. 43.050 Einwohner
Zone III	EG Murrhardt, GVV Sulzbach mit Großerlach, Spiegelberg und Sulzbach a. d. M.	ca. 23.873 Einwohner
Zonen I – III		ca. 103.816 Einwohner¹²

Der geplante Fahrradfachmarkt kann ein Einzugsgebiet erschließen, welches sich im Wesentlichen auf die Stadt Backnang sowie die östlich, nördlich und westlich angrenzenden Kommunen erstreckt. Das Einzugsgebiet entspricht dem mittelzentralen Verflechtungsbereich der Stadt Backnang und umfasst insgesamt etwa **103.816 Einwohner**.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone 1) erstreckt sich auf das Stadtgebiet von Backnang mit rd. 36.893 Einwohnern. Hier sind mit Blick auf die vergleichsweise geringe Distanz zum Vorhabenstandort die höchsten Kundenzuführeffekte zu erwarten. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone 2 und 3) beinhaltet das überwiegend ländlich geprägte Umland von Backnang. Mit zunehmender Distanz sowie der Nähe zu anderen Wettbewerbsstandorten schwächen sich die Kundeneinkaufsbeziehungen auf diesen Teil des Einzugsgebietes ab. Eine darüberhinausgehende Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der zunehmenden räumlichen Distanz zum Projektstandort sowie vor dem Hintergrund der spezifischen Wettbewerbssituation in den Zentren im Umland (vgl. Kapitel V.) nicht zu erwarten.

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. 6.035 €.

¹² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2017.

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Backnang betragen die jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben für die projektrelevanten Sortimente (Fahrrad und Zubehör)

ca. 52 €.¹³

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Gemäß aktueller Kennziffer der MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Backnang bei 102,5 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).¹⁴ Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Fahrräder und Zubehör somit auf **ca. 5,5 Mio. €**. Davon entfallen auf

Zone I:	ca. 2,0 Mio. € (= ca. 36 %)
Zone II:	ca. 2,4 Mio. € (= ca. 43 %)
Zone III:	ca. 1,2 Mio. € (= ca. 21 %).

3. Umsatzprognose für den Fahrradfachmarkt

Die Einschätzung der Umsatzerwartung des Vorhabens bildet die Grundlage für die zu erwartenden Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum und die hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen. Die Umsatzprognose erfolgt hierbei zunächst auf Basis den zu erwartenden Ziel- bzw. Sollumsatzes¹⁵, das heißt dem Umsatz, der unter Berücksichtigung der branchenüblichen Flächenproduktivitäten (= Umsatz je m² VK / Jahr) erzielt werden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen zur Bestimmung des Ziel- bzw. Sollumsatzes sind die in Backnang und Umland vorhandenen Wettbewerbsstrukturen, die Grundsätzliche Marktposition des Betriebstyps „Fachmarkt“, die Dimensionierung des Vorhabens sowie die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes.

Unter Berücksichtigung der o. g. Aspekte lässt sich für den geplanten mit ca. 1.800 m² Verkaufsfläche ein **Sollumsatz von ca. 4,5 Mio. €** ansetzen. Die erzielbare Flächenleistung wird nach gutachterlicher Einschätzung im Durchschnitt¹⁶ für den Betriebstyp Fachmarkt liegen.

¹³ Pro-Kopf-Ausgaben für Fahrräder und Zubehör (inkl. Online-Handel) gemäß Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017 (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Medien, Energie und Technologie). Dabei handelt es sich allerdings um bereits überholte Werte. Aufgrund der starken Wachstumsdynamik bei E-Bikes geht der Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) aktuell bereits von 65 € aus.

¹⁴ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.
¹⁵ Die Ziel- bzw. Sollumsatzleistung ist die Umsatzgröße, die mittelfristig für eine entsprechende Leistungsfähiges Angebot anzunehmen ist und die für eine wirtschaftliche Auslastung der zu schaffenden Flächen und damit für den rentablen Betrieb eines Projekts verantwortlich ist.

¹⁶ Gemäß Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie) liegt die durchschnittliche Raumleistung für Fahrradfachmärkte bei 2.500 € je m² Verkaufsfläche / Jahr.

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.“

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

- Die Stadt Backnang übernimmt gemäß Regionalplan Stuttgart die Funktion eines Mittelzentrums. Zum Verflechtungsbereich zählen neben Backnang die Kommunen Allmersbach i. T., Althütte, Aspach, Auenwald, Burgstetten, Großerlach, Kirchberg an der Murr, Murrhardt, Oppenweiler, Spiegelberg, Sulzbach an der Murr, Weissach i. T.
- Das Einzugsgebiet des erweiterten Fahrradfachmarktes erstreckt sich ausschließlich auf die Stadt Backnang sowie die im mittelzentralen Verflechtungsbereich gelegenen Kommunen. Zuflüsse von außerhalb sind nur im begrenzten Umfang zu erwarten (max. 10 - 20 %) und werden in der Summe keinesfalls über den Vorgaben des Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (max. 30 % des Umsatzes von außerhalb des Verflechtungsbereich) liegen.

Das Kongruenzgebot wird somit eindeutig eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot

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 November 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für den geplanten Fahrradfachmarkt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen die projektrelevanten Sortimente (v. a. Fahrräder und Zubehör, Fahrradbekleidung) angeboten werden. Als direkte Wettbewerber sind insbesondere solche Anbieter einzustufen, die den gleichen Betriebstyp (= Fachmarkt) angehören bzw. wesentliche Sortimentsüberschneidungen mit dem Anbieter Zweirad Unger aufweisen. Der spezialisierte Fahrradfachhandel wird hingegen nur in untergeordneter Form betroffen sein. Bei den kleineren Anbietern steht häufig das Service in den Reparaturwerkstätten im Vordergrund, während die Fläche, auf denen Fahrräder zum Verkauf angeboten werden, nur eine nachgeordnete Position einnehmen. Einige Anbieter sind zudem stark spezialisiert bzw. auf einzelne Fahrradtypen oder –marken ausgerichtet.

Folgende Anbieter sind in Backnang anzuführen (vgl. auch Tabelle 2):

- /// Zweirad-Center Urban, Wanne 5 / 1 (Altstandort wird im Zuge der Verlagerung aufgegeben), dezentrale Lage im Gewerbegebiet Süd.
- /// BikesnBoards, Weissacher Straße 60, dezentrale Lage im Gewerbegebiet Süd, Fachgeschäft für Fahrräder¹⁷, mittleres Format mit Auswahl an Fahrrädern (MTB, Rennräder, Trekkingräder, Kinderfahrräder, Citybikes, E- Bikes), Ersatzteile, Fahrrad-Zubehör und Bekleidung sowie Werkstattservice.
- /// Radsport Schneider, Südstraße 130, Streulage, Fahrradfachgeschäft, spezialisiert auf ausgewählte Marken, Fahrräder, Teile und Zubehör, Werkstattservice.

Insgesamt fällt die Wettbewerbssituation im Mittelzentrum Backnang durchschnittlich aus. Mit Blick auf die Sortimentstiefe und –breite ist in der Standortkommune der Anbieter BikesnBoards als wesentlicher Wettbewerber anzuführen. Für die Innenstadt haben Fahrradläden keine Bedeutung.

¹⁷ Filialbetrieb, weitere Standorte in Butzbach, Kornwestheim, Schorndorf und Stuttgart. Seit 2014 in der Stadt Backnang mit einer Filiale vertreten.

In den angrenzenden Kommunen Backnang (u. a. Aspach, Oppenweiler, Auenwald, Althütte, Murrhardt) beschränkt sich das Angebot im Wesentlichen auf kleinere Fachgeschäfte mit Verkaufsflächen unter 100 m². Als größerer Anbieter im Einzugsgebiet ist das Fahrradfachgeschäft My bikes by Scheib in Murrhardt anzuführen. Neben einer größeren Auswahl an Fahrrädern (u. a. MTB, Trekkingfahrräder, Rennräder, Kinderräder, E-Bikes) sowie Zubehör und Ersatzteile, werden die gängigen Serviceleistungen in der Reparaturwerkstatt angeboten.

Tabelle 2: Relevante Wettbewerber im Stadtgebiet von Backnang und den Kommunen des Mittelbereichs

Ort	Wettbewerber	Adresse	Lage	Format*
Apsach	bike's + more	Strümpfelbacher Straße	Streulage	klein
Oppenweiler	Radsport Wöhrle	Hauptstraße	Ortsmitte	klein
Auenwald	Schäfer	Hasenbergweg	Streulage	klein
Althütte	Bike Werf	Martin-Luther-Straße	Streulage	klein
Murrhardt	My bikes by Scheib	Bahnhofstraße	Streulage	mittel
Backnang	Bikesnboards	Weissacher Straße	dezentrale Lage	mittel
Backnang	Radsport Schneider	Südstraße	Streulage	klein

* kleines Format: bis 200 m² VK; mittleres Format: 200 – 799 m² VK; großes Format: > 800 m² VK

Quelle: GMA-Erhebung 2018

Die Analyse der derzeitigen Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet zeigt, dass das Angebot im relevanten Sortimentsbereich Fahrräder, Zubehör und Fahrradbekleidung im Wesentlichen durch kleinere Fachgeschäfte dargestellt wird. Hinsichtlich Größe, Sortimentstiefe und -breite des geplanten Fahrradfachmarktes an der Weissacher Straße ist weder in Backnang noch in den angrenzenden Kommunen ein vergleichbarer Anbieter vorhanden.

2. Wettbewerb außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes tritt das Vorhaben in den Wettbewerb mit überregional bedeutsamen großflächigen Fahrradfachmärkten (vgl. Karte 5):

Tabelle 3: Strukturprägende Wettbewerber in der Region

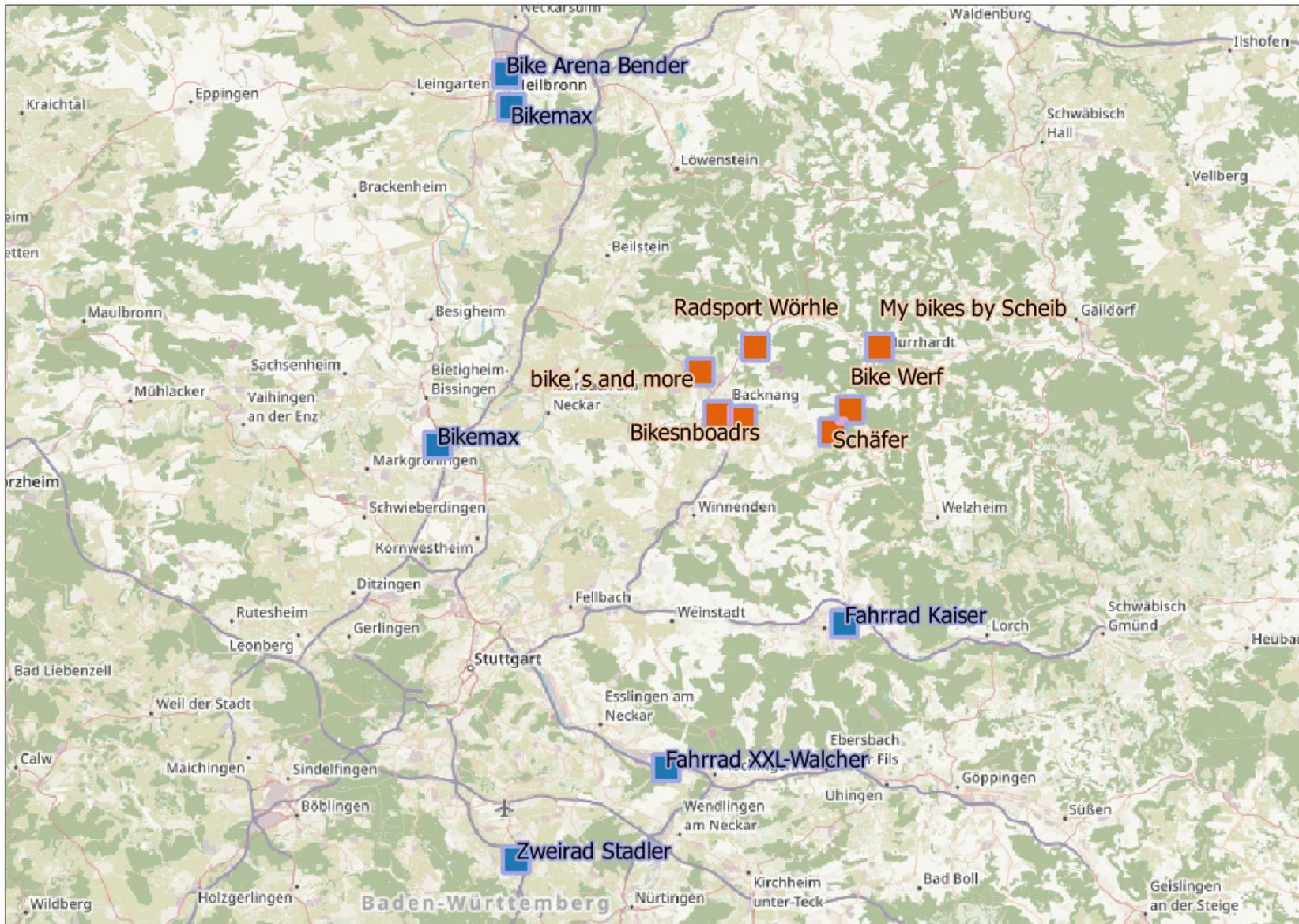
Ort / Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
MZ Ludwigsburg (ca. 30 km):  Bikemax, Porschestraße, dezentrale Lage	rd. 1.650
MZ Schorndorf (ca. 35 km):  Fahrrad Kaiser, Lutherstraße, dezentrale Lage	rd. 3.000
OZ Heilbronn (ca. 35 km):  Bike Arena Bender, Koepffstraße, dezentrale Lage  Bikemax, Südstraße, B-Zentrum Innenstadt	rd. 2.100 rd. 1.650
Esslingen-Deizisau (ca. 40 km):  Fahrrad XXL-Walcher, Herrenlandweg, dezentrale Lage	rd. 5.000
Filderstadt (ca. 35 km):  Zweirad Stadler, Fabrikstraße, dezentrale Lage	rd. 5.000

Quelle: GMA 2018

3. Fazit der Wettbewerbsanalyse

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes vergleichsweise wenig intensiv ausfällt. Das Angebot wird in erster Linie über den serviceorientierten Fahrradfachhandel abgedeckt. Allerdings wird das Planvorhaben auch im Wettbewerb mit überregional bedeutsamen großflächigen Fahrradfachmärkten treten. Es bleibt festzuhalten, dass die strukturprägenden Wettbewerber nicht in zentralen Standortlagen ansässig sind. Mögliche Wettbewerbsauseinandersetzungen werden daher nicht zu Lasten zentraler Versorgungsbereiche führen.

Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2018

4. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

4.1 Methodik

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.

Der zu erwartenden Ziel- / Sollumsatz des Vorhabens wird im Rahmen des Kaufkraftbewegungsmodells gegenüber Wettbewerbslage im Untersuchungsraum umverteilt, unter Berücksichtigung insbesondere der o. g. Parameter.

Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungen von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen Beeinträchtigungen. Wettbewerbsliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in deren Leistungsfähigkeit führen, **ein Konkurrenzschutz des bestehenden Einzelhandels ist jedoch nicht begründbar**. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung, Erweiterung oder Umstrukturierung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung auswirkt. Die Umsatzumverteilungen, die das Vorhaben nach sich zieht, dürfen nach den raumordnerischen Vorgaben **10 % bei Zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bzw. 20 % bei nicht–zentrenrelevanten Sortimenten** nicht überschreiten. Im Einzelfall sind jedoch auch Kriterien wie beispielsweise die städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

4.2 Umsatzumverteilung

Für die Bewertung der Verlagerung und Erweiterung des Zweirad-Centers Urban an die Weissacher Straße in Backnang werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der Anbieter Zweirad Urban wird an seinem neuen Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.800 m² eine Umsatzleistung von ca. 4,5 Mio. € erzielen.¹⁸

¹⁸ Maximaler Wert. Die Verkaufsfläche umfasst umfangreiche Test- und Serviceflächen, auf denen keine vergleichbare Produktivität erzielt wird.

- / Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Zweirad Urban bereits langjährig in Backnang auf einer Verkaufsflächengröße von aktuell ca. 600 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. 1,5 Mio. €. ¹⁸ 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 Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen durch den erweiterten Fahrradfachmarkt erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben von Zweirad Urban mit 1.800 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 4: Prognose der Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben (Fahrradfachmarkt mit 1.800 m² VK)

	Umsatz in Mio. €
Umsatz des bestehenden Fahrradfachmarktes	1,5
▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Backnang (= Zone I)	0,3
▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern im Mittelbereich (= Zone II – III)	0,2
▪ Umsatzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. MZ Ludwigsburg, Schorndorf, OZ Heilbronn, Deizisau, Filderstadt)	2,5
▪ Umsatz insgesamt	4,5

GMA-Berechnungen 2018

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

¹⁸ Im Sinne eines „worst-case“-Ansatzes wird im Vergleich zum Bestandsobjekt von einer gleichbleibenden Flächenleistung ausgegangen

- // Im **Stadtgebiet von Backnang (= Zone I)** sind durch das Vorhaben Umsatzzumlenkungen i.H. von 0,3 Mio. € (= 11 %) zu erwarten. Diese werden zum überwiegend Teil den Anbieter Bikesnboards im Gewerbegebiet Süd betreffen. Deutlich abgeschwächt wird der zweite Fachhändler (Radsport Schneider) vom Vorhaben tangiert. Insgesamt sind keine betriebsgefährdenden Schädigungen zu erwarten.
- // In der Zone II – III des Einzugsgebietes (Mittelbereich Backnang) werden nur sehr geringe Umsatzzumverteilungseffekte i.H. von 0,2 Mio. € ausgelöst. Die Umsatzzumverteilungsquote, die sich insbesondere auf die nördlich von Backnang angrenzenden Kommunen (insb. Aspach, Oppenweiler, Auenwald, Althütte, Murrhardt) verteilen, liegt bei insgesamt 8 %. Betriebsschließungen oder eine Gefährdung der Versorgungsstrukturen sind damit auszuschließen.
- // Außerhalb des Einzugsgebietes werden keine wesentlichen Rückwirkungen ausgelöst. Hier bewegen sich die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungseffekte ebenfalls auf einem so geringen Niveau. Hier sind die „Fahrrad-Riesen“ in den Gemeindegebieten von Deizisau, Schorndorf, Ludwigsburg etc. mit Verkaufsflächen von 2.000 – 5.000 m² betroffen. Eine unmittelbare Beeinträchtigung kann hier ausgeschlossen werden. Städtebaulich relevante Rückwirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder integrierte Versorgungslagen außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.²⁰

5. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung

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

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

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtungsverbotese 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.

²⁰ Rechnerisch ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Ludwigsburg: - 3 %
- Schorndorf: - 7 %
- Deizisau: - 4 %
- Filderstadt: - 3 %
- Heilbronn: - 2 %.

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 in Backnang hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Verlagerung des Anbieters Zweirad-Center Urban nicht verletzt. Die Umsatzumverteilungen in den Nachbargemeinden bzw. in den zentralen Orten im weiteren Umland liegen deutlich unterhalb der 10 %-Schwelle (max. 8 %). Die Umsatzrückgänge konzentrieren sich auf die größeren Fahrradfachmärkte im weiteren Umland. Aufgrund der geringen Umverteilungen ist nicht mit Marktaustritten dieser leistungsfähigen Anbieter zu rechnen.
- Außerdem sind 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. Alle wesentlichen Wettbewerber liegen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (Innenstädte). In keiner der

untersuchten Städte und Gemeinden spielt der Fahrradfachhandel für die jeweiligen Innenstädte eine tragende Rolle.

- /// Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte insgesamt sind ebenfalls nicht zu erkennen. Bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geht man gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg davon aus, dass solche Auswirkungen ab einem Schwellenwert von 20 % eintreten können. Davon ist im vorliegenden Fall eindeutig nicht auszugehen (max. 8 %).

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass durch die Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Zweirad-Center Urban in Backnang die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbotes eingehalten werden.

VI. Agglomeration

Der Regionalplan Stuttgart¹⁹ 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 des geplanten Fahrradfachmarktes an der Weissacher Straße liegt eine Einzelhandelsagglomeration i. S. des Plansatzes 2.4.3.2.8 des Regionalplanes Verband Region Stuttgart vor. Im Umkreis von 150 m Luftlinie sind der BayWa Bau- und Gartenmarkt sowie ein Sonderpostenmarkt anzuführen.

Mit Bezug auf den benachbarten BayWa Bau- und Gartenmarkt ist festzustellen, dass es sich hierbei um einen Anbieter aus einem anderen Sortimentsbereich handelt. Nennenswerte Kopplungseffekte zwischen dem Bau- und Heimwerkermarkt und dem Fahrradfachmarkt sind hier nicht zu erwarten. Zwar stellt der BayWa Bau- und Gartenmarkt den größten Anbieter am Standort (ca. 12.000 m² VK), der eine gewisse Anziehungskraft auf den Mittelbereich ausüben kann. Insofern ist im begrenzten Umfang gelegentlich auch mit Kundenzuflüssen zu rechnen. Diese sog. Streukundenanteile werden bei der Berechnung des zu erwartenden Ziel- und Sollumsatzes berücksichtigt. In der Gesamtbetrachtung kann jedoch festgehalten werden, dass sowohl das Kongruenzgebot als auch das Beeinträchtigungsverbot durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung nicht verletzt werden.

¹⁹ 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"> ▪ Verlagerung und Erweiterung eines langjährig in Backnang ansässigen Fahrradfachmarktes ▪ Verkaufsfläche ca. 1.800 m² zzgl. Lager- und Logistikflächen und sonstige Nebenräume ▪ Verlagerung an die Weissacher Straße in Backnanger Süden, Lage in einem Gewerbegebiet 	
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 	
Standortrahmenbe- dingungen Backn- ang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mittelzentrum Backnang, ca. 36.893 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 (36 % Kundenanteil aus Zone I) sowie den Mittelbereich Backnang (64 % Kundenanteil aus Zone II – III), darüber hinaus sind geringfügige Umsatzzuflüsse durch Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten. ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 103.816 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial für Fahrrad und Zubehör im Einzugsgebiet: ca. 5,5 Mio. € 	
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung bei 1.800 m² VK: ca. 4,5 Mio. € (= durchschnittliche Flächenleistung für Fachmärkte = 2.500 € / m² VK) 	
Umsatzumvertei- lungseffekte in %	Zone I (Backnang)	max. 11 %
	Zone II (Mittelbereich)	max. 8 %
	außerhalb des Einzugsgebietes	max. 7 %

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	Das Konzentrationsgebot wird erfüllt. Die Stadt Backnang ist als Mittelzentrum für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.
Integrationsgebot	Bei dem Projektstandort handelt es sich um eine überwiegend autokundenorientierte Lage im Gewerbegebiet Süd der Stadt Backnang. Der Standort ist bereits als Einzelhandelslage etabliert und entspricht den Vorgaben des Standortkonzeptes (vgl. Einzelhandelskonzept Backnang 2010). Der Regionalplan sieht den Gewerbestandort Weissacher Straße / Industriestraße als Ergänzungsstandort vor. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente darf max. 3 % der Gesamtfläche nicht überschritten. Damit werden die Festlegungen des Regionalplans Stuttgart eingehalten.
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Das Einzugsgebiet erstreckt sich ausschließlich auf den Mittelbereich der Stadt Backnang (rd. 103.816 Einwohner). Der Streukundenanteil liegt bei der geplanten Dimensionierung des Vorhabens bei max. 10 - 20 %. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert von 30 % Kaufkraftzufluss von außerhalb des Verflechtungsbereiches wird nicht überschritten.
Beeinträchtungsverbot	Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten. Mit max. 11 % in Backnang, max. 8 % in im weiteren Mittelbereich sowie Umverteilungsquoten von unter 5 % außerhalb des Einzugsgebietes befinden sich die Umsatzzumlenkungen auf einem verträglichen Niveau. Negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sind sowohl in Backnang als auch im Umfeld auszuschließen. Die Funktionsfähigkeit benachbarter zentraler Orte wird nicht beeinträchtigt.
Agglomerationsgebot	Der Standort stellt eine Einzelhandelsagglomeration nach Plansatz 2.4.3.2.8 des Regionalverbandes Region Stuttgart dar. Mit dem benachbarten BayWa Bau- und Gartenmarkt sind aufgrund der unterschiedlichen Sortimentsstruktur geringe Kopplungseffekte zu erwarten.
Gesamtfazit	Im Gesamtergebnis kann festgehalten werden, dass sowohl die raumordnerische Kernregelung, das Integrationsgebot, das Kongruenzgebot und das Beeinträchtungsverbot durch die geplante Verlagerung und Erweiterung nicht verletzt werden.

GMA-Zusammenstellung 2018

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	11
Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in Backnang	12
Karte 3: Standortumfeld des geplanten Fahrradfachmarktes	17
Karte 4: Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes in Backnang, Weissacher Straße	21
Karte 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	28
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Anteile der Vertriebswege im Fahrradbereich in Deutschland	7
Tabelle 2: Relevante Wettbewerber im Stadtgebiet von Backnang und den Kommunen des Mittelbereichs	26
Tabelle 3: Strukturprägende Wettbewerber in der Region	27
Tabelle 4: Prognose der Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben (Fahrradfachmarkt mit 1.800 m ² VK)	30
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Altstandort Zweirad-Center Urban, Wanne 5/1	15
Foto 2: Planstandort an der Weissacher Straße	15
Foto 3: Kreisverkehr Weissacher Straße	15
Foto 4: Bushaltepunkt „Ungeheuerhof Abzweigung“	15