



Auswirkungsanalyse Neubau EDEKA-Lebensmittelmart in der Gemeinde Brigachtal, „Beim Kalkwerk“

AUFTRAGGEBER: EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH,
Balingen

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

Ludwigsburg , den 25.01.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments 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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	6
3. Einordnung der Projektplanung	7
4. Daten zum Vorhaben	8
II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	10
1. Makrostandort Brigachtal	10
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	13
3. Versorgungsstrukturen in Brigachtal	14
4. Versorgungsstrukturen im Umland	15
5. Bewertung des Konzentrationsgebotes	16
III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	18
1. Mikrostandort „Beim Kalkwerk“	18
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	20
3. Bewertung des Integrationsgebotes	21
IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	22
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	22
2. Vorhabenrelevante Kaufkraftpotenziale	24
3. Umsatzprognose	25
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	27
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	27

V. Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 3.2.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg	28
1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	28
1.1 Methodik	28
1.2 Umsatzumlenkungen	28
1.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	30
2. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben	30
3. Bewertung des Beeinträchtungsverbot	31
VI. Zusammenfassung	32

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, wurde von der EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH, Balingen, mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse für den geplanten Neubau eines EDEKA-Marktes in der Gemeinde Brigachtal beauftragt.

In Brigachtal sichert bereits langjährig ein EDEKA-Markt an zentraler Stelle die örtliche Nahversorgung. Der Lebensmittelmarkt weist inzwischen einen erheblichen Modernisierungstau auf und entspricht nicht mehr den gestiegenen (Kunden-)Anforderungen an eine zeitgemäße Einkaufsstätte. Auch mit Blick auf die sich stetig verändernde Wettbewerbssituation ist ein Betrieb des heutigen EDEKA-Marktes mittelfristig nicht mehr gesichert. Zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ist daher die Modernisierung des Lebensmittelvollsortimenters durch Abriss und Neubau am Standort „Beim Kalkwerk“ geplant. Damit verbunden ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche von rd. 1.150 m² auf max. 1.350 m² (inkl. Backshop /Café). In der geplanten Dimensionierung ist der EDEKA-Markt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauGB einzustufen; diese sind regelmäßig außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.

Für das Plangrundstück wird ein vorhabenbezogener Bebauungsplan („Sondergebiet Lebensmittelmarkt Beim Kalkwerk“) aufgestellt. Für die Beurteilung der Zulässigkeit ist somit **§ 11 Abs. 3 BauNVO** anzuwenden. Im Rahmen einer Auswirkungsanalyse gilt es zu untersuchen, ob das Vorhaben negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder Auswirkungen auf die Nahversorgung in Brigachtal oder in Nachbarkommunen erwarten lässt. Darüber hinaus sind die Ziele Landes- und Regionalplanung zu beachten. Die vorliegende Untersuchung soll als Entscheidungshilfe im Rahmen des politischen Prozesses und im Genehmigungsverfahren dienen.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Projektbeschreibung, Rechts- und Planungsrahmen
- /// Beurteilung der Rahmenbedingungen am Makrostandort Brigachtal sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Beim Kalkwerk“
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes für den geplanten EDEKA-Markt und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Brigachtal und im Umland (= Angebots- und Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für den Lebensmittelmarkt
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum sowie Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot).

Zur Erarbeitung der Auswirkungsanalyse wurde im Januar 2021 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechts- und Planungsrahmen

Für die Umsetzung des Vorhabens ist die Aufstellung eines Bebauungsplans vorgesehen, so dass zur Beurteilung der Zulässigkeit **§ 11 Abs. 3 BauNVO** anzuwenden ist. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:¹

- „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.“

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

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

3. Einordnung der Projektplanung

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

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

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

Zur Einordnung des in Brigachtal am Standort „Beim Kalkwerk“ geplanten EDEKA-Vollsortimenters und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden die wichtigsten Charakteristika nachfolgend kurz dargestellt:

- /// Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit langem den größten **Marktanteil** ein (ca. 45 % im Jahr 2019). Auf Supermärkte entfallen knapp 31 %, auf Große Supermärkte ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 11 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 3 %.³
- /// Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter beschränken sich auf ein straffes Sortiment aus Artikeln die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Schnitt halten Discounter daher lediglich ca. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

² Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

³ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 78 f.; GMA-Berechnungen.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 793 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, Sortimentsbreitenerhebung

- / **Supermärkte / Große Supermärkte**⁴ profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse-, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie das Sortiment Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel) sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.
- / Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte rd. 1.030 m² auf (Große Supermärkte durchschnittlich 3.344 m²). Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmittel Einzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Ursächlich für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.
- / Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preisbereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).

4. Daten zum Vorhaben

In Brigachtal sichert bereits langjährig der EDEKA-Markt an zentraler Stelle die örtliche Nahversorgung. Der Lebensmittelmarkt weist inzwischen einen erheblichen Modernisierungstau auf und entspricht nicht mehr den gestiegenen (Kunden-)Anforderungen an eine zeitgemäße Einkaufsstätte. Zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ist nun die Modernisierung des Lebensmittelvollsortimenters durch Abriss und Neubau am Standort „Beim Kalkwerk“ geplant. Der

⁴ Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist. Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt (vgl. EHI Retail Institute, handel aktuell 2020, S. 361).

geplante Neubau wird eine Verkaufsfläche von max. 1.350 m² (inkl. Backshop) umfassen. Obwohl der EDEKA-Lebensmittelmarkt durch das Vorhaben etwas großzügiger gestaltet sein wird, sind bei den Sortimenten keine wesentlichen Änderungen zu erwarten. Das Angebotskonzept wird insofern auch nach der geplanten Erweiterung dem eines Supermarktes entsprechen. In die Kategorie „Großer Supermarkt“ mit deutlich größerem Nonfoodsortiment ist der EDEKA-Markt trotz der etwas größeren Verkaufsfläche auch nach der Umsetzung des Vorhabens nicht einzuordnen.

In den Vorkassenbereich wird wie schon heute ein externer Backshop integriert. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf einen großzügigen Sitzbereich gelegt, der mangels Platzangebot bislang fehlt. Der Backshop soll im geplanten Neubau eine Fläche von rd. 82 m² umfassen (vgl. hierzu Tabelle 2). Ein nicht unwesentlicher Teil der Fläche wird dabei auf den Café- / Gastronomiebereich entfallen und ist daher nicht als Verkaufsfläche im eigentlichen Sinne (vgl. Kapitel I., 3.) zu bewerten.

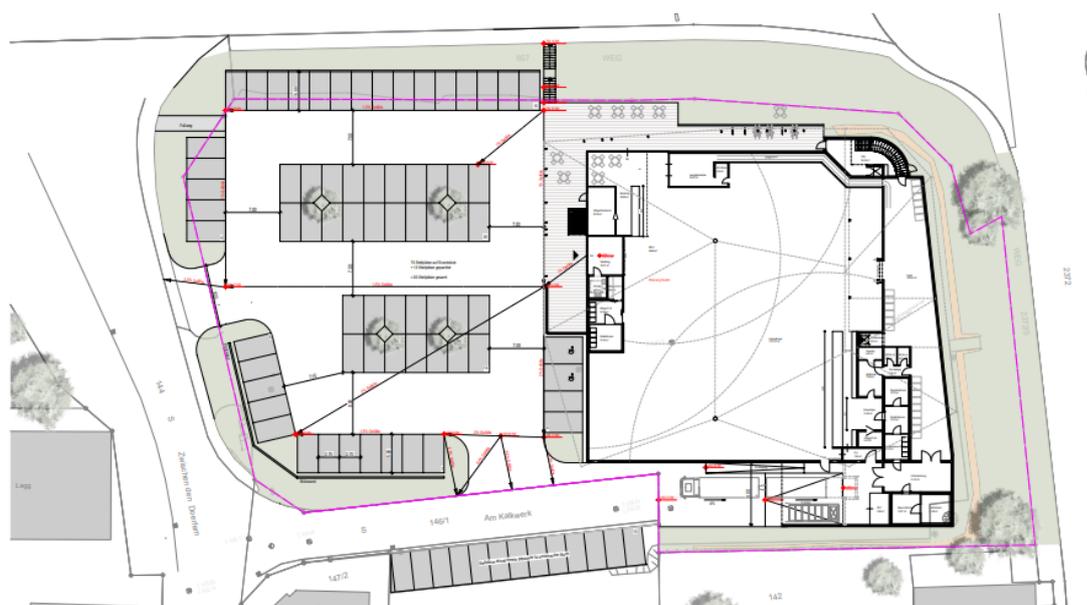
Für den ruhenden Verkehr werden insgesamt 83 Pkw-Stellplätze zur Verfügung stehen. Die Zu- und Abfahrt zum Standort wird unverändert von der Straße „Beim Kalkwerk“ erfolgen.

Tabelle 2: Daten zum Vorhaben

Bezeichnung	Verkaufsfläche in m ²
Verkaufsraum	1.157,74
Windfang	58,65
Mall	22,37
EDEKA-Markt gesamt	1.238,76
Backshop (inkl. Café)	59,59
Ablage Backwaren	22,26
Backshop / Café gesamt	81,85

Quelle: Vorentwurf, Stand: 10.11.2020

Abbildung 1: Übersichtsplan



Quelle: Auftraggeber

II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Plansatz

2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Gemeinde Brigachtal unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

1. Makrostandort Brigachtal

Die Gemeinde Brigachtal liegt am östlichen Rand des Südschwarzwaldes, auf der Hochfläche der Baar, am Fluss Brigach. Zu den direkt angrenzenden Nachbarkommunen zählen Villingen-Schwenningen (6 km), Donaueschingen (7 km) und Bad Dürkheim (8 km).

Brigachtal ist als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion in erster Linie auf die Sicherstellung der Nah- und Grundversorgung beschränkt. Die Nachbarschaft zum Oberzentrum Villingen-Schwenningen bedingt zudem umfangreiche Einkaufsbeziehungen in diese Richtung.

Das rd. 22,8 km² große Gemeindegebiet umfasst die Ortsteile Kirchdorf, Klengen und Überauchen, die sich im Rahmen der Verwaltungsreform 1974 zusammengeschlossen haben. Die Ortsteile Klengen (rd. 2.540 EW⁵) und Kirchdorf (rd. 1.640 EW) sind historisch zusammengewachsen, sie bilden den Siedlungs- und Bevölkerungsschwerpunkt der Gemeinde Brigachtal. In deren Mitte, in Nachbarschaft zur Allerheiligenkirche, wurde das neue Ortszentrum entwickelt. Der Ortsteil Überauchen (rd. 1.000 EW) liegt etwas abgesetzt auf der westlichen Seite der Brigach, jedoch nur rd. 0,8 km (Luftlinie) vom Ortszentrum entfernt.

Die Gemeinde Brigachtal zählt aktuell rd. 5.200 Einwohner. Zwischen 2011 und 2020 hat sich die Einwohnerzahl um + 161 Personen bzw. + 3,2 % erhöht.⁶ Im regionalen Vergleich liegt die Gemeinde Brigachtal damit leicht unter dem Durchschnitt des Schwarzwald-Baar-Kreises bzw. der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich

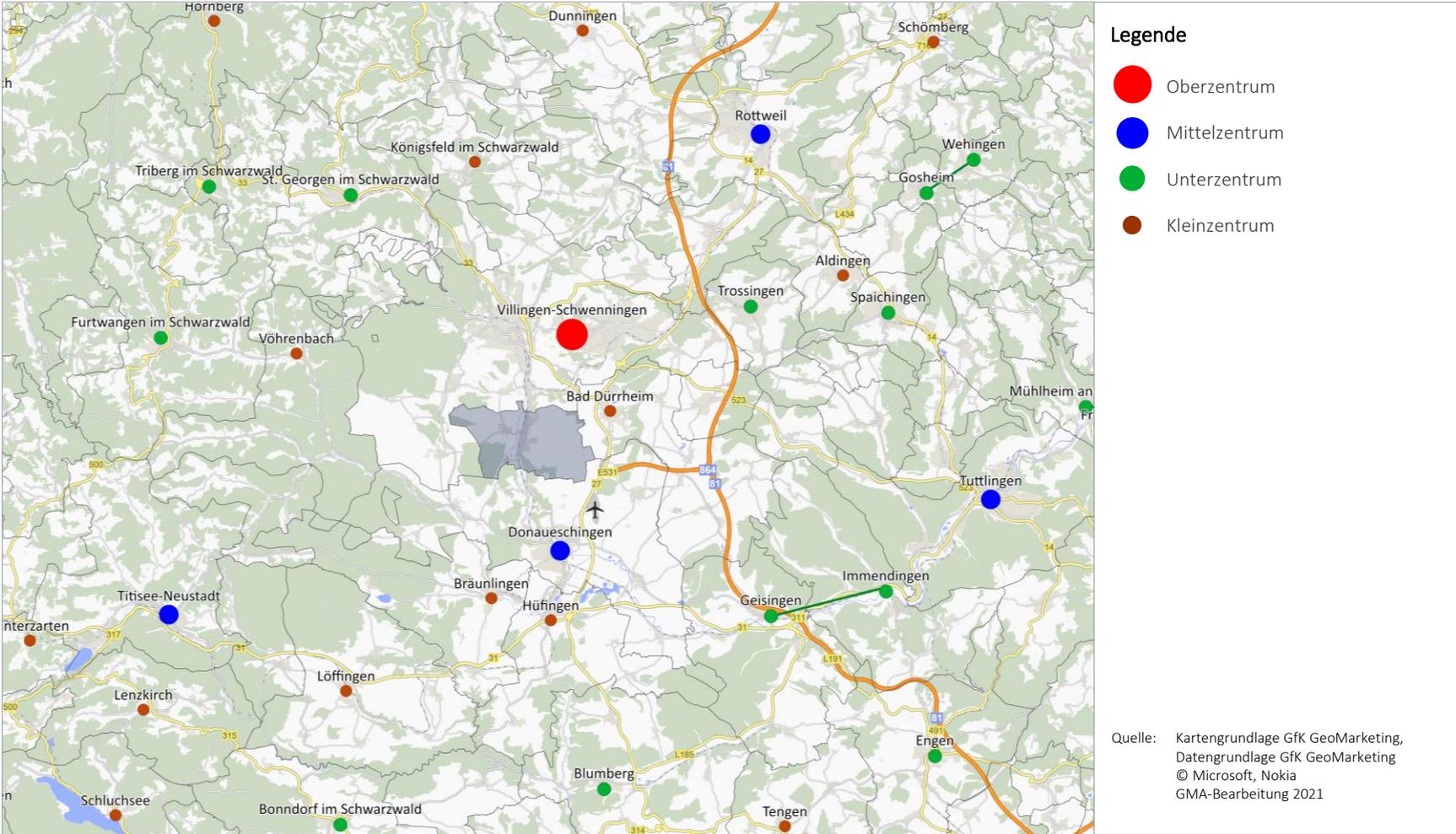
Kommune / Landkreis / Region	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2020	
	2011	2020	absolut	in %
Brigachtal	5.035	5.196	161	+ 3,2
Schwarzwald-Baar-Kreis	204.089	212.981	8.892	+ 4,4
Region Schwarzwald-Baar-Heuberg	472.835	494.821	21.986	+ 4,6
Land Baden-Württemberg	10.509.263	11.111.496	602.233	+ 5,7

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.09. des Jahres
GMA-Berechnungen 2021, ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich

⁵ Quelle: Gemeinde Brigachtal, Stand: 31.12.2020; Daten können von den Angaben des Statistischen Landesamtes abweichen.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand jeweils zum 30.09. des Jahres.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Die **Prognose** des Statistischen Landesamtes geht für die kommenden Jahre von einem anhaltenden, jedoch etwas abgeschwächten Anstieg der Einwohnerzahlen aus. Bis 2030 wird für die Gemeinde Brigachtal ein Zuwachs um + 1,3 % (Basisjahr 2017) prognostiziert.⁷

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Gemeinde Brigachtal ist durch die Landesstraße L 178 (Villingen-Schwenningen – Donaueschingen) gesichert, die in Nord-Süd-Richtung durch die Ortsteile Kirchdorf und Klengen verläuft und einen Anschluss an die B 33 / B27 sowie im weiteren Verlauf an die A 81 herstellt. Der Ortsteil Überauchen wird über die Kreisstraße K 5712 (Brigachtal – Tannheim) angebunden. Im **ÖPNV** ist die Gemeinde in das Netz des Verkehrsverbundes Schwarzwald-Baar integriert. Brigachtal liegt an der Schwarzwaldbahn mit Haltepunkten in Brigachtal-Klengen und -Kirchdorf. Seit 2003 verkehrt hier der 3er-Ringzug Richtung Villingen-Schwenningen bzw. Donaueschingen.

Der **Wirtschaftsstandort** Brigachtal ist überwiegend durch kleine und mittelständische Unternehmen geprägt. Im Jahr 2019 waren in Brigachtal rd. 490 Beschäftigte am Arbeitsort registriert⁸, davon sind rd. 38 % im Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr tätig. Auf das produzierende Gewerbe sowie auf sonstige Dienstleistungen entfallen rd. 30 – 31 % der Beschäftigten.⁹ Die gewerbliche Entwicklung in Brigachtal ist in den zurückliegenden Jahren deutlich hinter der Wohnbauentwicklung zurückgeblieben. Dies zeigt sich auch in der geringen Beschäftigten-dichte von nur rd. 94 Beschäftigten / 1.000 EW (vgl. Schwarzwald-Baar-Kreis: 421).¹⁰ Den rd. 278 Berufseinpendlern standen zuletzt rd. 2.055 Berufsauspendler gegenüber, woraus sich ein negatives Pendlersaldo (-1.177) ergibt.

Der **Einzelhandel** in Brigachtal ist in erster Linie auf die örtliche Grundversorgung ausgerichtet. Der EDEKA-Markt, als Lebensmittelvollsortimenter und damit wesentlicher Träger der Nahversorgung, liegt zentral im Gemeindegebiet. Am nördlichen Ortsrand des Ortsteils Kirchdorf ist mit dem Discounter Netto ein zweiter Anbieter der Nahversorgung zu finden. Darüber hinaus beschränkt sich das Angebot im Ort auf eine Bäckerei, eine Apotheke sowie einen kleinen Geschenkeladen mit Postshop. Mit dem Sportgeschäft Bartler und der Brautgalerie Geli Bartler sind aber auch Betriebe mit überörtlichem Kundeneinzugsgebiet in Brigachtal zu finden. Eine größere zusammenhängende Geschäftslage hat sich aber nicht entwickelt. Die wesentlichen Infrastruktureinrichtungen, darunter der EDEKA-Markt, das Seniorenzentrum Brigachtal, die katholische Sozialstation, eine Apotheke, Ärzte, Banken sowie die Gemeindeverwaltung liegen dennoch zentral im Ort (vgl. Karte 2).

Fazit:

Die Gemeinde Brigachtal hat sich in den zurückliegenden Jahren zu einem attraktiven Wohnort im Herzen des Schwarzwald-Baar-Kreises entwickelt. Die Lage im Städtedreieck zwischen Villingen-Schwenningen, Donaueschingen und Bad Dürrenheim hemmt die Entwicklung als Einzelhandelsstandort, macht Brigachtal aber als Wohnort für die Beschäftigten im Verdichtungs-bereich des Oberzentrums interessant. In der Gemeinde gibt es eine hohe Nachfrage nach Bauplätzen. Bezüglich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen ist in den kommenden Jahren daher von einer stabilen bis positiven Entwicklung auszugehen.

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung, Basis 2017; Hauptvariante.

⁸ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30. Juni 2020.

⁹ Quelle: Statistische Berichte Baden-Württemberg, Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer in den Gemeinden Baden-Württembergs am 30. Juni 2019.

¹⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30. Juni 2020, GMA-Berechnungen.

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Zunächst in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Brigachtal unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „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 Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

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

- *dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder*
- *diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.*

Im **Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg, Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte**, wird das Konzentrationsgebot im **Plansatz 2.7.1** aufgegriffen:

2.7.1 (Z) *„Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und ist in der Regel nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Unterzentren zulässig.*

Soweit zur Sicherung der Grundversorgung geboten, sind Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung der Standortkommune sowie anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ausnahmsweise auch in Kleinzentren und Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst.“¹¹

Brigachtal ist gemäß Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion eingestuft. Entsprechend ist das Vorhaben nur dann umsetzbar, wenn es zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist. Hierfür sind zunächst die Versorgungsstrukturen in Brigachtal darzustellen und zu bewerten.

¹¹ Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 2003, Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte vom Januar 2012, Kapitel 2.7 Einzelhandelsgroßprojekte.

3. Versorgungsstrukturen in Brigachtal

In **Brigachtal** sind im Lebensmittelbereich derzeit zwei strukturprägende Anbieter vorhanden (EDEKA und Netto, jeweils mit einer Bäckerei im Vorkassenbereich). Darüber hinaus beschränkt sich das Angebot auf eine Bäckerei im alten Ortskern Klengen (Bäckerei Oberföll an der Ringstraße). Eine ergänzende Funktion in der Grundversorgung kommt zudem den Direktvermarktern¹² zu.

Die Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich in Brigachtal aktuell auf insgesamt rd. 2.000 m².¹³ Die Umsatzleistung der Lebensmittelanbieter (= bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Randsortimente der Lebensmittelmärkte) liegt bei rd. 7,6 Mio. €.

In **räumlicher Hinsicht** konzentriert sich das Angebot auf die beiden größeren Ortsteile Klengen und Kirchdorf. Im kleineren Ortsteil Überauchen ist kein Angebot vorhanden.

Die strukturprägenden Anbieter sind dabei wie folgt zu qualifizieren:

- / **EDEKA (Planstandort)**, Supermarkt, Ortsteil Klengen, Beim Kalkwerk 1, rd. 1.150 m² VK, Bäckerei K&U; zentrale Lage im Ortszentrum, Nahversorger mit gesamtörtlicher und fußläufiger Nahversorgungsfunktion, nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt.
- / **Netto**, Discounter, Ortsteil Kirchdorf, An der Kälberweid 6/1, rd. 800 m² VK, Bäckerei Geiger; Lage am nördlichen Ortsrand in Richtung VS-Marbach, eingeschränkter Wohngebietsbezug jedoch Nahversorger für die nördlichen Wohnbereiche des Ortsteils Kirchdorf, zeitgemäßer Marktauftritt.



EDEKA, Beim Kalkwerk 1



Netto, An der Kälberweid 6/1

¹² U. a. Hofladen Hettich (eingeschränkte Öffnungszeiten: nur samstags 08:00 – 12:00 Uhr geöffnet, täglich frische Eier, Milch, Dosenwurst); Weißhaar's Milchhiesli Frischmilchautomat (24/7 Verkaufsautomat zur Selbstbedienung).

¹³ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. inkl. Nonfood-Verkaufsflächen der Lebensmittelmärkte; ohne Direktvermarkter.

Bei einer quantitativen und qualitativen Bewertung des Angebotes bleibt festzuhalten:

- / Die **Verkaufsflächenausstattung** im Lebensmittelbereich liegt mit rd. 370 m² / 1.000 EW auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 425 m² VK / 1.000 EW¹⁴). Mit der Umsetzung der Projektplanung würde sich die Verkaufsflächenausstattung in Brigachtal auf einen Wert von rd. 395 m² VK / 1.000 EW erhöhen und damit immer noch unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegen.
- / Im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird mit einer **Zentralität** von rd. 60 %¹⁵ das Kaufkraftpotenzial nicht vollständig ausgeschöpft. Unter der Annahme, dass ein Teil der bislang abfließenden Kaufkraft verstärkt in Brigachtal gebunden werden kann, ergibt sich noch ein Entwicklungsspielraum zum Ausbau der Nahversorgung.
- / Bei einer **qualitativen Bewertung** des bestehenden Angebotes bleibt festzuhalten, dass mit einem Supermarkt und einem Discounter in Brigachtal grundsätzlich ein guter Betriebstypenmix vorliegt; dem EDEKA-Markt kommt als Lebensmittelvollsortimenter dabei im Allgemeinen (umfassenderes Sortiment; vgl. Kapitel I., 3.) sowie mit Blick auf die zentrale Lage im Ortszentrum eine besondere Nahversorgungsfunktion zu. Die Sicherung des Standortes ist daher von herausgehobener Bedeutung.

Durch die geplante Modernisierung und bestandsorientierte Erweiterung des EDEKA-Marktes kann das Lebensmittelangebot in Brigachtal zeitgemäß aufgestellt und so eine angemessene Grundversorgung für die rd. 5.200 Einwohner gesichert werden. Das Vorhaben fügt sich in das örtliche Nachfragepotenzial der Gemeinde Brigachtal ein.

4. Versorgungsstrukturen im Umland

Die Gemeinde Brigachtal liegt im Städtedreieck zwischen Villingen-Schwenningen, Donaueschingen und Bad Dürrenheim, weshalb sie von starken Einzelhandelsstandorten umgeben ist. Im Einzelnen stellt sich die Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland wie folgt dar:

- / Das Oberzentrum **Villingen-Schwenningen** verfügt entsprechend seiner Einwohnerzahl und Arbeitsplatzbedeutung über eine umfassende Ausstattung im Lebensmitteleinzelhandel. Daneben besitzt der Einkaufsstandort Villingen-Schwenningen auch in den sonstigen Bedarfsbereichen eine wichtige Versorgungsfunktion für die Gemeinde Brigachtal. Der **Stadtbezirk Villingen** schließt nördlich an Brigachtal an. Stärkste Wettbewerbssituationen entfalten Standorte mit besonders attraktiven Anbietern (u. a. das E-Center Villingen an der Vockenhauser Straße) sowie verkehrlich gut gelegene Standorte die auch von Pendlern aufgesucht werden. Über den gesamten Stadtbezirk verteilen sich insgesamt neun Discounter (3 x Aldi, 3 x Lidl, 3 x EDEKA), fünf Supermärkte (E-Center, 2 x EDEKA, Rewe, CAP) sowie eine Vielzahl unterschiedlicher Spezialanbieter. Der nächstgelegene Standort in Villingen-Schwenningen ist die Einkaufslage mit Edeka und Aldi im Gewerbegebiet Niederwiesenstraße. Im **Stadtbezirk Schwenningen** kommt nochmal ein ebenso breites Angebot an Lebensmittelmärkten hinzu. Als Wettbewerbsstandort mit regionaler Strahlkraft ist zu-

¹⁴ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020 S. 80; Basis: ohne Spezialgeschäfte und ohne nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel; Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche.

¹⁵ Umsatz in Brigachtal (ca. 7,6 Mio. €) ./ Kaufkraft der Wohnbevölkerung (ca. 12,7 Mio. €) = Zentralität.

dem die Einkaufslage „Neuer Markt“ zwischen den Stadtbezirken Villingen und Schwenningen relevant. Im Einkaufszentrum „Schwarzwald-Baar-Center“ sind u. a. das SB-Warenhaus real¹⁶ sowie zahlreiche weitere Fachmarktangebote zu finden, so dass der Standortbereich eine entsprechend hohe Wettbewerbsrelevanz auch für das Umland aufweist.

Die Wettbewerbssituation in **Donaueschingen** wird insbesondere durch das SB-Warenhaus real im Gewerbegebiet Allmendshofen sowie durch das E-Center an der Hagelrainstraße geprägt. Daneben ist ein weiterer Lebensmittelvollsortimenter (REWE) in Donaueschingen vorzufinden. Neben den Lebensmittelvollsortimentern ist auf mehrere Lebensmitteldiscounter in Donaueschingen hinzuweisen (u. a. Lidl, Aldi, Norma, Penny). Im direkten Umfeld des E-Centers wurde zuletzt ein neuer Aldi-Markt eröffnet.¹⁷ Darüber hinaus sind kleinere Lebensmittelmärkte vorhanden, welche eine Versorgungsfunktion für einzelne Teilräume des Stadtgebietes sicherstellen, für das Vorhaben bzw. die Versorgung in Brigachtal aber nicht von Relevanz sind.

Die Wettbewerbssituation in **Bad Dürkheim** wird insbesondere durch die Anbieter Kaufland und das E-Center im Gewerbegebiet geprägt. Neben den beiden SB-Warenhäusern sind hier auch zwei Discounter (Aldi, Lidl), ein Bio-Supermarkt (denn's) sowie ein russischer Supermarkt (Mix Markt) zu finden. Weitere Fachmarktangebote (u. a. Drogerie-, Textil- und Schuhfachmärkte, Elektrofachmarkt, Möbelcenter, Autoteile-Fachmarkt) sind ergänzend anzuführen. Der Standort strahlt wegen des umfassenden Angebotes, nicht zuletzt aber auch wegen seiner Lage an der B 27 Richtung Autobahn A 81 in das Umland aus. Darüber hinaus sind kleinere Lebensmittelmärkte in Bad Dürkheim vorhanden (u. a. nahkauf, CAP), welche eine Versorgung im Stadtgebiet sicherstellen, für Brigachtal bzw. das Umland aber nicht von Relevanz sind.

Insgesamt ist die Wettbewerbssituation im Umland als besonders ausgeprägt einzustufen, weshalb schon heute ein Teil der Kaufkraft aus Brigachtal an Einkaufsstandorte im Umland abfließt. Das Vorhaben trägt dazu bei, den EDEKA-Markt langfristig wettbewerbsfähig zu halten und ist damit auch als Maßnahme zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung zu bewerten.

5. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Der EDEKA-Markt leistet schon heute einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung in Brigachtal, was sich mit seinem Angebot als „Vollsortimenter“ aber auch mit der zentralen Lage im Ortszentrum begründen lässt. Die Schließung des Standortes hätte weitreichende Folgen für die Nahversorgung in der Gemeinde Brigachtal. Mit nur einem Angebot aus dem Discountbereich (Netto), noch dazu in Ortsrandlage wäre eine angemessene Nahversorgung für die rd. 5.200 Einwohner in der Gemeinde nicht mehr gewährleistet. Die Sicherung des Standortes ist daher von hervorgehobener Bedeutung.

Die Modernisierung und moderate Erweiterung des EDEKA-Marktes dient in erster Linie dazu, den Kunden wieder einen Einkauf in ansprechenden und zeitgemäßen Räumen zu ermöglichen und damit auch langfristig gegenüber den Anbietern in Villingen-Schwenningen, Bad

¹⁶ Der Real-Markt im Schwarzwald-Baar-Center wird voraussichtlich am 30. September 2021 geschlossen. Wie es am Standort weitergeht bzw. durch welchen Anbieter hier eine Nachbelegung erfolgt, steht noch nicht fest.

¹⁷ Eröffnung 2019; mit rd. 1.500 m² VK hat Aldi hier eine der größten Filialen im Land eröffnet.

Dürrheim und Donaueschingen wettbewerbsfähig zu bleiben. Die unterdurchschnittliche Ausstattungskennziffer im Lebensmittelbereich (rd. 370 m² / 1.000 EW) als auch die niedrige Zentralität von rd. 60 % lassen noch einen Entwicklungsspielraum zum Ausbau der Nahversorgung erkennen.

Insofern lässt sich zusammenfassend festhalten, dass im vorliegenden Fall die im Konzentrationsgebot verankerte Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung greift. Sofern nachgewiesen wird, dass das Vorhaben keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Brigachtal und im Umland erwarten lässt, ist der geplante großflächige EDEKA-Markt auch im nicht-zentralen Ort Brigachtal zulässig.

III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Beim Kalkwerk“

Der **Planstandort** des EDEKA-Marktes liegt im Brigachtaler Ortsteil Klengen (vgl. hierzu Karte 2). Es handelt sich hierbei um ein ca. 0,65 ha großes Grundstück (Flst.-Nr. 142/1, 146/1, 144, 857), das im Norden durch die Essey-les-Nancy-Straße, im Osten durch die Hauptstraße sowie im Westen durch die Straße Beim Kalkwerk begrenzt wird. Der Planstandort ist dem Brigachtaler Ortszentrum zugeordnet.



EDEKA-Markt (Bestand), „Beim Kalkwerk“



Zufahrt zum Standort „Beim Kalkwerk“

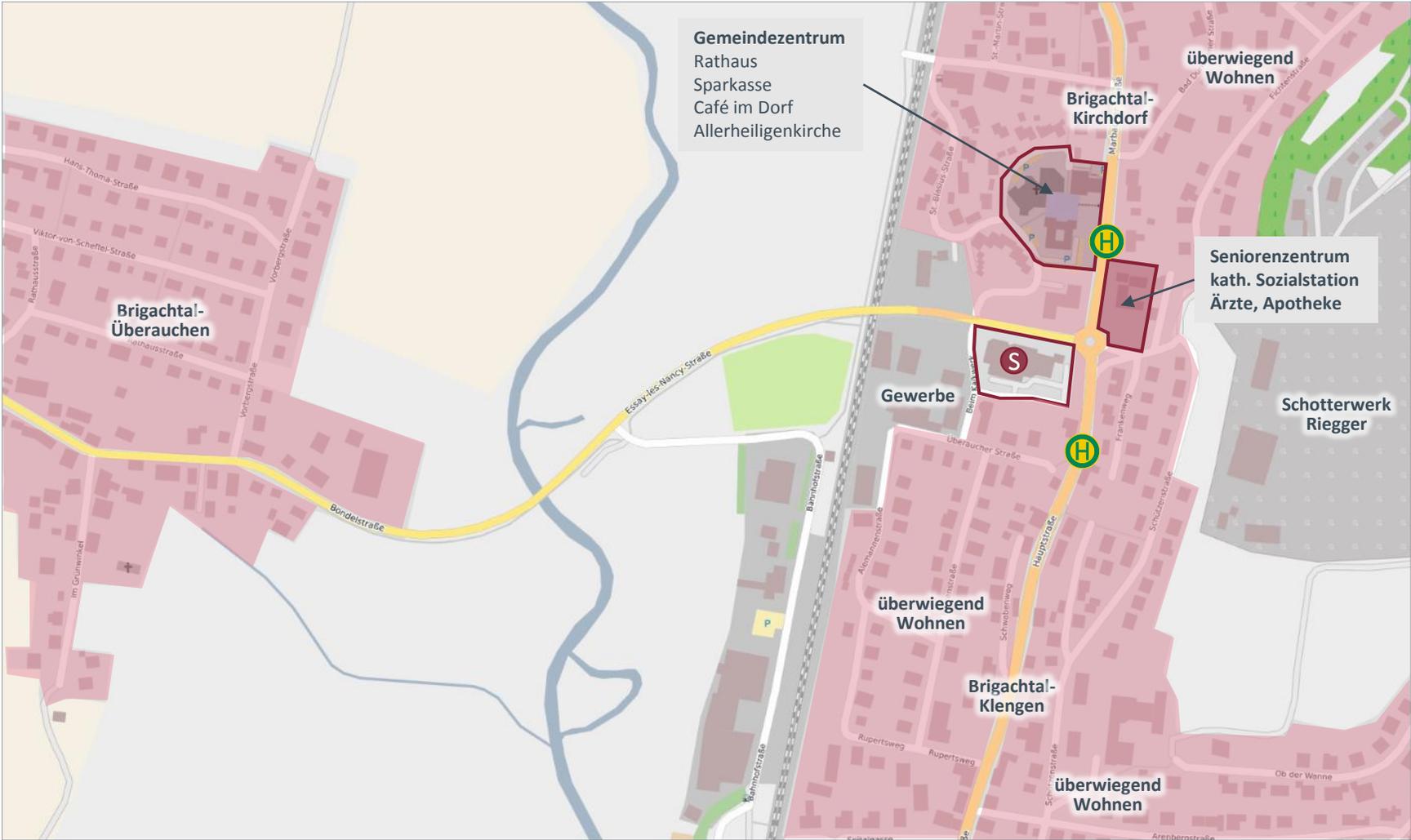


Standortumfeld: angrenzende Wohnbereiche, Höhenversatz zur Hauptstraße



Standortumfeld: Seniorenzentrum Brigachtal

Karte 2: Mikrostandort „Beim Kalkwerk“



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2021

Die **Nutzungsstruktur** im direkten Umfeld des Planstandortes ist wie folgt zu charakterisieren:

- / Nördlich der Essey-les-Nancy-Straße befindet sich das Gemeindezentrum mit Rathaus, Sparkasse sowie der Allerheiligenkirche. Entlang der St.-Gallus-Straße und St.-Blasius-Straße sind zudem überwiegende Wohnnutzungen prägend. Den Abschluss zur Essey-les-Nancy-Straße bildet das Gerätehaus der Feuerwehr Brigachtal.
- / Nach Osten schließt die Hauptstraße an, die im Bereich des Planstandortes durch einen Höhenversatz von rd. 8 Metern gekennzeichnet ist. Entlang der Hauptstraße sind überwiegend Wohnnutzungen prägend. Im direkten Umfeld des Gemeindezentrums haben sich weitere wichtige Einrichtungen (u. a. Seniorenzentrum Brigachtal, katholische Sozialstation, Apotheke, Ärzte, Dienstleister) niedergelassen.
- / Westlich bzw. südlich der Straße „Beim Kalkwerk“ schließen zunächst zwei Gewerbebetriebe (Kiefer Kfz-Service, Entsorgungsunternehmen Karl-Heinz Scholz GmbH) an, weiter Richtung Süden sind wieder überwiegend Wohnnutzungen prägend.

In **verkehrlicher Hinsicht** weist der Standort geradezu optimale Bedingungen auf. Der EDEKA-Markt ist wegen der zentralen Lage im Gemeindegebiet aus allen Ortsteilen schnell mit dem Pkw zu erreichen. Die Zufahrt zum Planstandort soll auch zukünftig über die Straße „Beim Kalkwerk“ erfolgen, die an die Essey-les-Nancy-Straße anschließt. In Richtung Westen führt sie in den Ortsteil Überauchen (rd. 1 km bzw. 1 – 2 Pkw-Fahrminuten entfernt), in östlicher Richtung schließt sie über einen Kreisverkehr an die Hauptstraße (L 178) an, die als Haupterschließungsstraße durch die Ortsteile Klengen und Kirchdorf führt.

Eine Anbindung an den **ÖPNV** erfolgt über den Bushaltepunkt „Gemeindezentrum“ direkt an der Hauptstraße. Die Haltestelle wird in regelmäßiger Taktung angefahren (SGB-Bus 7282 Richtung Kirchdorf bzw. Villingen-Bahnhof).

Straßenbegleitende **Fuß- und Radwege** entlang der zuführenden Straßen sichern einen barrierefreien Zugang an den Standort. Der EDEKA-Markt kann damit neben einer wichtigen gesamtörtlichen Versorgungsfunktion auch eine Funktion als Nahversorger für das fußläufig erreichbare Wohnumfeld übernehmen. Auch im Hinblick auf die zentrale Lage zwischen den Ortsteilen Klengen und Kirchdorf ist der Standort gut gewählt. In einem Radius von rd. 500 m können Wohngebiete mit rd. 1.130 Personen¹⁸ fußläufig versorgt werden.

Unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten handelt es sich um einen integrierten Nahversorgungsstandort.

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“

¹⁸ Ermittelt mit RegiographPlanung, Datengrundlage GfK.

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, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Diese Vorgaben wird auch seitens des Regionalplans Schwarzwald-Baar-Heuberg, Regionalplanfortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte Plansatz 2.7.1 Rechnung getragen.

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Auf Basis der Bewertung des Mikrostandortes und den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- Der Planstandort ist dem Ortszentrum Brigachtal zugeordnet; im direkten Umfeld sind weitere Infrastruktureinrichtungen zu finden, darunter das Gemeindezentrum mit Rathaus und Sparkasse, das Seniorenzentrum Brigachtal, eine Apotheke, Ärzte sowie sonstige Dienstleister.
- Es besteht Anschluss an Wohnbebauung in mind. zwei Himmelsrichtungen; der EDEKA-Markt kann für die Bevölkerung im Wohnumfeld (rd. 1.100 Einwohner im 500 m-Radius) damit auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen.
- Ein ÖPNV-Anschluss besteht im direkten Umfeld (Haltepunkt „Gemeindezentrum“)
- Der Planstandort liegt zentral im Gemeindegebiet; damit ist aus allen drei Ortsteilen eine optimale Erreichbarkeit mit dem Pkw gewährleistet.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass der Planstandort durch seine Lage im Ortszentrum und der Umgebungsbebauung als integrierter Nahversorgungsstandort zu bewerten ist. **Das Integrationsgebot wird am Standort erfüllt.**

IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Plansatz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

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 des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes für den EDEKA-Markt am Standort „Beim Kalkwerk“ kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

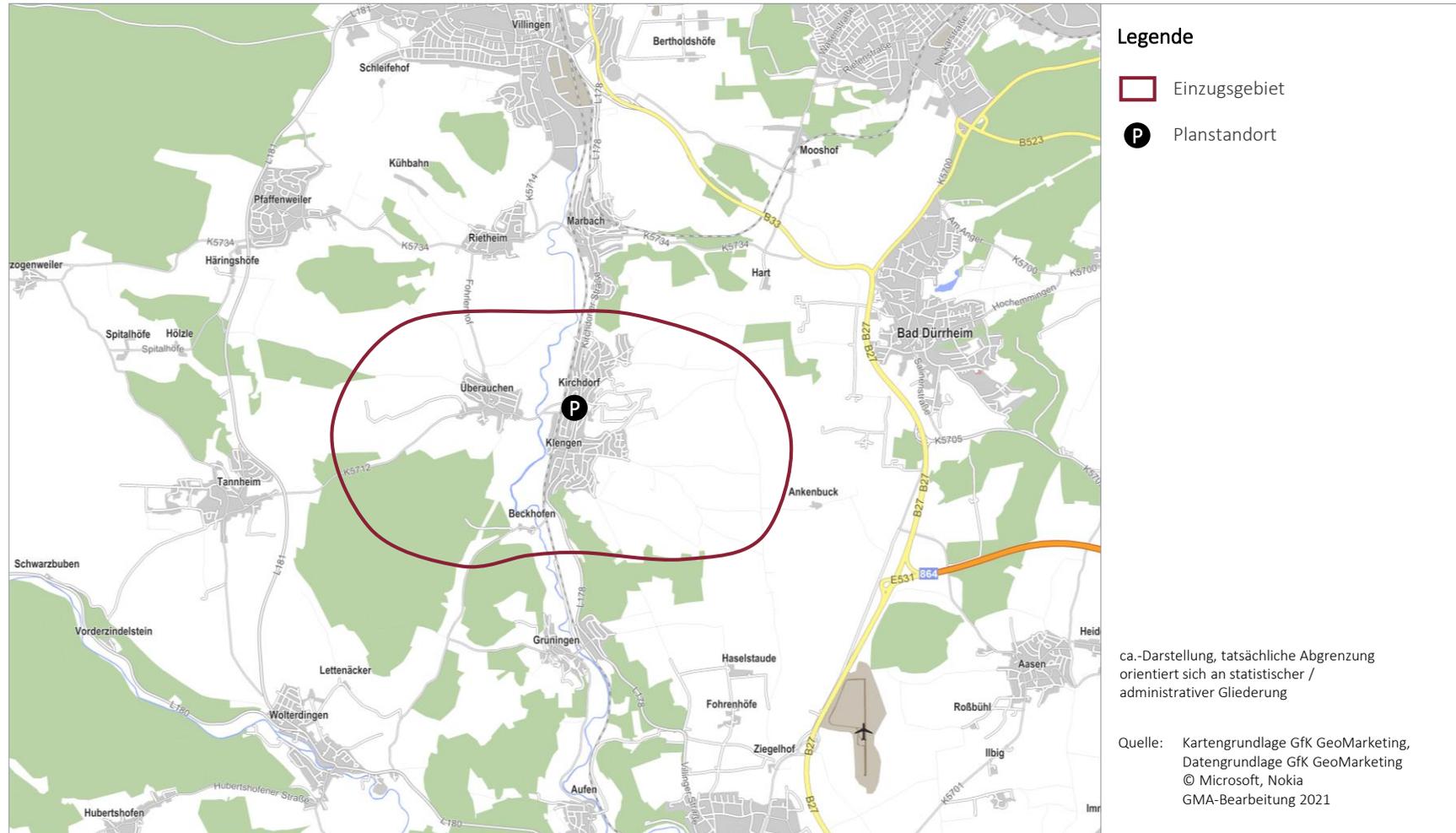
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Vorhabenstandort gerechnet werden kann. Ein Einzugsgebiet kann darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

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
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Brigachtal und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Villingen-Schwenningen, Donaueschingen).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten EDEKA-Markt am Standort „Beim Kalkwerk“ ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches sich im Wesentlichen auf die **Gemeinde Brigachtal selbst mit aktuell rd. 5.200 Einwohnern** beschränkt (vgl. Karte 3).

Karte 3: Einzugsgebiet des Edeka-Marktes in Brigachtal



Ein darüber hinausgehendes regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird durch den EDEKA-Markt nicht erschlossen. Dies lässt sich v. a. mit der starken Wettbewerbssituation im benachbarten Villingen-Schwenningen, Donaueschingen und Bad Dür rheim begründen. Gleichzeitig wird der EDEKA-Markt in der geplanten Dimensionierung von max. 1.350 m² (inkl. Backshop) auch im Vergleich mit Wettbewerbsstandorten im Umland keine erhöhte Attraktivität aufweisen. Gelegentliche Zuflüsse von außerhalb beschränken sich auf Kunden aus den angrenzenden VS-Stadtteilen Marbach und Tannheim, die mangels eigenem Angebot ihre Einkäufe nicht im Ort erledigen können.

In **VS-Marbach** (rd. 2 – 3 km entfernt) beschränkt sich das Angebot auf einen kleinen Getränkemarkt (Oberföll) der zusätzlich einige Lebensmittel sowie Backwaren im Sortiment führt. Ansonsten wird der tägliche Bedarf v. a. in Villingen-Schwenningen, gelegentlich auch in der Gemeinde Brigachtal gedeckt. Hier ist in erster Linie der Netto-Markt am nördlichen Ortsausgang von Brigachtal für den Einkauf aus VS-Marbach von Relevanz. Während zum EDEKA-Markt in der Ortsmitte nicht mehr von einer regelmäßigen Kundenbindung auszugehen ist, zumal an der Niederwiesenstraße in Villingen mit dem EDEKA-Markt Schönauer¹⁹ und Aldi in vergleichbarer Distanz ein starker Wettbewerbsstandort besteht. Andere deutlich attraktivere Einkaufslagen in Villingen-Schwenningen und in Bad Dür rheim sind aus Marbach ebenfalls gut mit dem Pkw zu erreichen.

Der Stadtteil **VS-Tannheim** liegt bereits rd. 5 – 6 km von Brigachtal entfernt. Hier beschränkt sich das Angebot auf eine Metzgerei (Gür) sowie Direktvermarkter (u. a. Hug-Hof, Pflugerhof), die Produkte aus eigener Herstellung und zugekaufte Produkte vertreiben. Ansonsten wird der tägliche Bedarf in Villingen-Schwenningen gedeckt. Wegen der relativ hohen Distanz zu den Lebensmittelstandorten im Stadtgebiet Villingen ist davon auszugehen, dass auch der EDEKA-Markt in Brigachtal hin und wieder zum Einkauf genutzt wird.

Die Bewohner des südlich angrenzenden **Grünigen** (Stadtteil von Donaueschingen, rd. 4 – 5 km entfernt) orientieren an die deutlich attraktiveren Lebensmittelstandorte im Stadtgebiet Donaueschingen, darunter das E-Center und Aldi an der Hagelrainstraße. Für sie ist der Standort in Brigachtal nicht von Relevanz.

Mögliche Zuführeffekte aus VS-Marbach bzw. aus VS-Tannheim an den Standort werden im Folgenden im Rahmen von „**Streuumsätzen**“ abgebildet. Der Anteil auswärtiger Kunden (z. B. auch Zufallskunden, Pendler etc.) ist jedoch als moderat einzustufen.

2. Vorhabenrelevante Kaufkraftpotenziale

Bei der Kaufkraftberechnung fließen neben den Einwohnerzahlen auch aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte ein, die mit dem örtlichen Kaufkraftniveau gewichtet werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf

¹⁹ Umbau und Erweiterung im Jahr 2019.

6.210 €.²⁰

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Brigachtal, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.285 €.²¹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²² zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Brigachtal bei 106,9 und damit auf einem überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). **Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf 12,7 Mio. €.**

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²³ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Umsetzung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Für den geplanten Edeka-Markt ist mit Blick auf die besondere Versorgungsfunktion (einziger Lebensmittelvollsortimenter in Brigachtal) ein **Marktanteil von 30 %** erreichbar.²⁴ Höhere Marktanteile sind selbst nicht realistisch, da weiterhin davon auszugehen ist, dass Teile der örtlichen Kaufkraft auch an andere Vollsortimentsstandorte (u. a. E-Center Villingen-Schwenningen, Donaueschingen, E-Center und Kaufland in Bad Dürkheim) abfließen werden.

²⁰ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²¹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²² Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

²³ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁴ Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Supermärkte einen Marktanteil von knapp 31 % ein, auf Große Supermärkte entfallen ca. 10 %, auf SB-Warenhäuser ca. 11 % (vgl. Definitionen Kapitel I. 3.).

Als **Streuumsatz** wird unter Berücksichtigung der gelegentlich zu erwartenden Zuflüsse aus VS-Marbach bzw. VS-Tannheim in Verbindung mit sonstigen Zuflüssen (u. a. Pendler, Zufallskunden) ein Umsatzanteil von max. 17 % angenommen.

Insgesamt bewegen sich die angesetzten Marktanteile damit im oberen realistisch erzielbaren Bereich. Die Umsatzprognose stellt somit ein Maximalwert i. S. eines worst-case-Ansatzes dar.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den EDEKA-Markt am Standort „Beim Kalkwerk“ anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:²⁵

Tabelle 4: Umsatzprognose (EDEKA, zzgl. Backshop)

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Brigachtal	12,7	30	3,8	0,7	4,5	83
Streuumsätze			0,8	0,1	0,9	17
Gesamt			4,6	0,8	5,4	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beim Anbieter EDEKA ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

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

Somit lässt sich für den geplanten EDEKA-Markt eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,4 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 4,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Für den EDEKA-Markt (rd. 1.240 m²; Verkaufsraum, Windfang, Mall vgl. hierzu Daten zum Vorhaben in Kapitel I.,4.) errechnet sich eine **Flächenleistung von rd. 4.350 € / m² VK**. Damit liegt die ermittelte Flächenleistung im Vergleich zur durchschnittlichen Raumleistung des Anbieters EDEKA²⁶ auf einem guten Niveau, jedoch deutlich über der durchschnittlichen Raumleistung für den Betriebstyp Supermarkt²⁷.

Die Mietfläche des Bäckers im Vorkassenbereich wird rd. 80 m² (vgl. Kapitel I., 4.) betragen, wovon jedoch ein großer Teil auf den neuen Café- / Gastronomiebereich (Sitzflächen) entfallen wird. **Für den Backshop im Vorkassenbereich sind keine nennenswerten Umsatzzuwächse zu erwarten.** Die Erweiterungsfläche dient i. W. dem Ausbau des Café-/ Gastronomiebereiches. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelsumsätze zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (Umsätze aus dem Verkauf von Speisen, Getränken).

²⁵ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

²⁶ Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2020 / 2021 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von EDEKA bei ca. 4.450 € / m² VK (bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.258 m² je Filiale)

²⁷ Vgl. Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag e. V., Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 Baden-Württemberg, S. 17. Die durchschnittliche Raumleistung des Betriebstyps Supermarkt (bis 2.500 m² VK) liegt bei 3.700 € / m² p.a.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das Konzentrationsgebot 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

Vor dem Hintergrund der landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des erweiterten EDEKA-Marktes bleibt auf die Gemeinde Brigachtal begrenzt. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was die örtliche Versorgungsfunktion des EDEKA-Marktes für die Bewohner der Gemeinde Brigachtal unterstreicht.
- /// Die Betrachtung der Umsatzherkunft zeigt, dass der weit überwiegende Teil des Umsatzes (rd. 83 %) mit Kunden aus Brigachtal generiert wird. Etwa 17 % fließen in Form von Streuumsätzen (z. B. Zufallskunden, Pendler, gelegentlich Kunden aus VS-Tannheim, VS-Marbach) an den Standort zu.

Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird nicht überschritten. Das Kongruenzgebot wird eingehalten.

V. Beeinträchtigerungsverbot gemäß Ziel 3.2.7.2 LEP Baden-Württemberg und Plan-satz 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg

Zur Bewertung des Beeinträchtigerungsverbot sind die durch das Vorhaben zu erwartenden wett-bewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu ermitteln. Dabei wird auf die Daten der Wettbewerbsanalyse zurückgegriffen.

1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

1.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbs-wirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitations-modells basiert.

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

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebs-besatz (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.

1.2 Umsatzumlenkungen

Für die Bewertung des Vorhabens werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkun-gen folgende Annahmen getroffen:

- Der EDEKA-Markt wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.240 m² (zzgl. Back-shop) eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,4 Mio. € erzielen. Hiervon entfallen ca. 4,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Bei der Bewertung der ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte ist zu berücksichtigen, dass ein Großteil der Umsatzleistung bereits durch den bestehenden EDEKA-Markt am Standort „Beim Kalkwerk“ gebunden wird. Der Vollsortimenter erwirtschaftet derzeit nach gutachterlicher Einschätzung einen Gesamtumsatz von mindestens 4,9 Mio. €. Davon ent-fallen ca. 4,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebens-mittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und wird auch nach der Erweiterung am Standort gebunden bleiben, da sich an den generellen Standort-rahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- Die Bewertung der möglichen Auswirkungen des Vorhabens von EDEKA erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Untersuchung das Vorhaben des erweiterten EDEKA-Marktes mit max. 1.240 m² VK (zzgl. Backshop) bewert-et, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsge-bietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das

Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen der bereits bestehende EDEKA-Markt zu berücksichtigen, **d. h. der Bestandsumsatz wird bereits heute gebunden**. Insofern ist für die Bewertung der Umsatzumverteilungen lediglich der zusätzlich Umsatz umverteilungsrelevant.

- /** Umsatzrückgänge sind in erster Linie bei „Systemwettbewerbern“ zu erwarten, d. h. betriebstypengleiche oder -ähnliche Wettbewerber, die das zu untersuchende Sortiment im Kernsortiment führen. Sonstige Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (z. B. Bäckereien, Metzgereien, Spezialanbieter wie Getränkemarkte oder Direktvermarkter) sind in der Regel weniger stark bzw. nur in untergeordneter Form von Umsatzumverteilungen betroffen, da hier nur partielle Sortimentsüberschneidungen bestehen. In Brigachtal ist von den Umsatzumverteilungen daher hauptsächlich der Netto-Markt am Standort „Am Kälberweid“ betroffen.
- /** Darüber hinaus werden Lebensmittelstandorte im Umland tangiert, wohin heute ein Teil der örtlichen Kaufkraft abfließt (=Kaufkraftückholung). Hier sind v. a. Großflächenstandorte, d. h. verkehrlich günstig gelegene Fachmarktstandorte bzw. attraktive Einkaufsstandorte in der Region zu benennen (u. a. E-Center Villingen-Schwenningen, E-Center Donaueschingen, Kaufland und E-Center in Bad Dürkheim). Da sich die Auswirkungen im Umland aber auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten verteilen werden, kann bereits an dieser Stelle festgehalten werden, dass an einzelnen Standorten kaum nachweisbare Umsatzverluste (< 1 %) eintreten werden.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 5: Umsatzumverteilungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich durch das Vorhaben in Brigachtal

Standorte	Umsatzumverteilung in Mio. €	Bestandsumsatz der Anbieter in Mio. €	Durchschnittl. Umverteilungsquote in %
Brigachtal	0,1 – 0,2	3,4	4 – 5
Umland (VS, Donaueschingen, Bad Dürkheim)	0,2 – 0,3	< 100,0	n. n.
Gesamt	0,4	--	--

n. n. = nicht nachweisbar

Quelle: GMA-Berechnungen 2021; ca.-Werte gerundet.

Im **Nonfoodbereich** verbleiben nach Berücksichtigung der Umsatzbindung des Bestandsobjektes weniger als 0,1 Mio. €, die aus Umverteilungen zu Lasten anderer Anbieter erzielt werden. Dieser Umsatz verteilt sich auf zahlreiche Branchen, Standorte und Anbieter. Im näheren Untersuchungsraum werden v. a. andere große Lebensmittelmärkte betroffen sein. Die Umsatzumverteilungswirkungen werden bei den jeweiligen Betrieben sehr gering ausfallen, so dass sie mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind. Erhebliche negative Auswirkungen sowohl in Brigachtal als auch im Umland sind somit eindeutig auszuschließen.

1.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

- /// In **Brigachtal** werden max. 0,1 – 0,2 Mio. € umverteilt, was einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von 4 – 5 % entspricht. Als Hauptwettbewerber ist der Netto-Markt am Standort „Am Kälberweid“ einzustufen, der aber als Discounter mit preisgünstigem Sortiment auch in Zukunft seine Marktstellung in der Gemeinde Brigachtal beibehalten wird. Der Netto-Markt ist insgesamt als leistungsfähig einzustufen, sodass die hier ausgelösten Umverteilungen als wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Die sonstigen Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (u. a. Bäckerei Oberföll, Direktvermarkter) werden dagegen kaum vom Vorhaben tangiert. Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen sind in Brigachtal damit auszuschließen. Vielmehr wird die Nahversorgung in der Gemeinde Brigachtal durch das Vorhaben von EDEKA deutlich gestärkt.
- /// Ein Anteil von max. 0,2 – 0,3 Mio. € des am Standort generierten (Mehr-)Umsatzes wird **außerhalb der Gemeinde Brigachtal** umverteilungswirksam werden wird. Insgesamt würden sich mögliche Effekte jedoch auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte und Wettbewerber in Villingen-Schwenningen, Bad Dürrenheim und Donaueschingen verteilen und in einer Einzelbetrachtung nur noch sehr geringe Ausmaße (< 1 %) einnehmen. Versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Auswirkungen sind außerhalb des Einzugsgebietes damit eindeutig auszuschließen.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von < 0,1 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mit der Umsetzung des Vorhabens keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen verbunden sind. Vielmehr dient das Vorhaben dazu, den EDEKA-Markt für die Zukunft wettbewerbsfähig aufzustellen und damit auch langfristig zu sichern.

2. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtungsverbot gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO 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.

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- /// **Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben nicht verletzt.** Die Umverteilungen liegen sowohl in Brigachtal (max. 4 – 5 %) als auch im Umland (< 1 %) auf einem geringen Niveau. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge oder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sind auszuschließen. Die ermittelten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang (10 %-Schwellenwert bzw. darüber) zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen gehen. Vielmehr sind die sehr geringen Umsatzumverteilungseffekte als wettbewerbliche Effekte zu bewerten, welche keine städtebaulichen Auswirkungen nach sich ziehen werden. Gleichzeitig wird mit der Umsetzung des Vorhabens weder die verbrauchernahe Versorgung in Brigachtal noch im Umland beeinträchtigt.
- /// Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in Villingen-Schwenningen sind nicht zu erwarten. Der nächstgelegene Standort in Villingen-Schwenningen ist die Einzelhandelslage von EDEKA und Aldi im Gewerbegebiet an der Niederwiesenstraße. Dabei handelt es sich um einen sehr leistungsfähigen Standort, der mit rechnerisch max. 0,2 Mio. € Umsatzrückgang mit großer Sicherheit nicht gefährdet ist.
- /// Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen führen. Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Neubau des EDEKA-Marktes in Brigachtal; damit verbunden ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche von aktuell rd. 1.150 m² VK auf max. 1.300 m² VK (inkl. Backshop) /// Langjährig eingeführter Standort mit wichtiger Funktion für die wohnortnahe Grundversorgung in Brigachtal (= einziger Lebensmittelvollsortimenter) sowie fußläufiger Versorgungsfunktion für das direkte Wohnumfeld. /// Lage im Ortszentrum; im direkten Umfeld sind weitere wichtige Infrastruktureinrichtungen zu finden (u. a. Rathaus, Sparkasse, Seniorenzentrum, Apotheke, Ärzte sowie sonstige Dienstleister). /// Der Planstandort liegt zentral im Gemeindegebiet und ist somit schnell aus allen Ortsteilen (Klengen, Kirchdorf und Überauchen) mit dem Pkw zu erreichen; verkehrsgünstiger Lage an der Hauptstraße (L 178) und Essey-les-Nancy-Straße (K5712).
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> /// Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort Brigachtal: rd. 5.200 Einwohner /// keine zentralörtliche Funktion /// Lage im Städtedreieck zwischen dem Oberzentrum Villingen-Schwenningen, Bad Dürrenheim und Donaueschingen; damit ist Brigachtal einem starken Wettbewerbsumfeld ausgesetzt. /// Wohngemeinde mit Einwohnerzuwachs (+ 3,2 % seit 2011) und positiver Bevölkerungsprognose /// Der Einzelhandel in Brigachtal ist in erster Linie auf die örtliche Grundversorgung ausgerichtet. Der EDEKA-Markt, als Lebensmittelvollsortimenter und damit wichtiger Träger der Nahversorgung liegt zentral im Gemeindegebiet. Am nördlichen Rand des Ortsteils Kirchdorf ist mit dem Discounter Netto ein zweiter Anbieter der Nahversorgung zu finden. Darüber hinaus beschränkt sich das Angebot im Ort auf eine Bäckerei (Oberföll) sowie Direktvermarkter. Mit dem Sportgeschäft Bartler und der Brautgalerie Geli Bartler sind auch zwei Betriebe mit überörtlichem Kundeneinzugsgebiet in Brigachtal zu finden.
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet des EDEKA-Marktes umfasst die Gemeinde Brigachtal, ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen. /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 5.200 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 12,7 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung des geplanten EDEKA-Marktes: 5,4 Mio. €, davon 4,6 Mio. im Lebensmittelbereich und 0,8 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> /// ggü. Anbietern in Brigachtal 4 – 5 % /// ggü. Anbietern im Umland nicht nachweisbar

GMA-Zusammenstellung 2021

Raumordnerische Bewertungskriterien (2)	
Konzentrationsgebot	<p>Der EDEKA-Markt leistet schon heute einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung in Brigachtal, was sich mit seiner Angebot als „Vollsortimenter“ aber auch mit der zentralen Lage im Ortszentrum begründen lässt. Die Schließung des Standortes hätte weitreichende Folgen für die Nahversorgung in der Gemeinde Brigachtal zur Folge. Mit nur einem Angebot aus dem Discountbereich (Netto), noch dazu in Ortsrandlage, wäre eine angemessene Nahversorgung für die rd. 5.200 Einwohner zählende Gemeinde nicht mehr gewährleistet. Die Sicherung des Standortes ist daher von besonderer Bedeutung. Der Neubau (inkl. Erweiterung) des EDEKA-Marktes dient in erster Linie dazu, den Kunden wieder einen Einkauf in ansprechenden und zeitgemäßen Räumen zu ermöglichen und damit auch langfristig gegenüber anderen Anbietern in Villingen-Schwenningen, Bad Dürkheim und Donaueschingen wettbewerbsfähig zu bleiben. Die unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 370 m² / 1.000 EW) als auch die niedrige Zentralität von rd. 60 % lassen noch einen Entwicklungsspielraum zum Ausbau der Nahversorgung erkennen.</p> <p>Insofern lässt sich zusammenfassend festhalten, dass im vorliegenden Fall die im Konzentrationsgebot verankerte Ausnahmeregelung zur Sicherung der Grundversorgung greift. Sofern nachgewiesen wird, dass das Vorhaben keine Auswirkungen auf die Ziel der Raumordnung (insbesondere auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung) in Brigachtal und im Umland erwarten lässt, ist der geplante großflächige EDEKA-Markt auch im nicht-zentralen Ort Brigachtal zulässig.</p> <p>Die Vorgaben des Konzentrationsgebotes werden eingehalten.</p>
Integrationsgebot	<p>Der Planstandort ist dem Ortszentrum Brigachtal zugeordnet; im direkten Umfeld sind weitere Infrastruktureinrichtungen zu finden, darunter das Gemeindezentrum mit Rathaus und Sparkasse, das Seniorenzentrum Brigachtal, eine Apotheke, Ärzte sowie sonstige Dienstleister. Es besteht Anschluss an Wohnbebauung in mindestens zwei Himmelsrichtungen. Der EDEKA-Markt kann für die Bevölkerung im Wohnumfeld (rd. 1.100 Einwohner im 500 m-Radius) damit auch eine fußläufige Versorgungsfunktion übernehmen. Ein ÖPNV-Anschluss ist im Umfeld (Haltepunkt „Gemeindezentrum“) ebenfalls vorhanden. Im Hinblick auf die zentrale Lage im Gemeindegebiet ist aber auch eine optimale verkehrliche Erreichbarkeit aus allen Ortsteilen gewährleistet.</p> <p>Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass der Standort durch seine Lage im Ortszentrum und der Umgebungsbebauung als integrierter Nahversorgungsstandort zu bewerten ist.</p> <p>Das Integrationsgebot wird am Standort erfüllt.</p>
Kongruenzgebot	<p>Das Einzugsgebiet des erweiterten EDEKA-Lebensmittelmarktes ist im Wesentlichen auf die Gemeinde Brigachtal selbst begrenzt. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was die Grundversorgungsfunktion des EDEKA-Marktes für die Gemeinde Brigachtal unterstreicht.</p> <p>Basierend auf der Umsatzprognose stammen rd. 87 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus der Standortkommune. Insofern wird das Kongruenzgebot (mehr als 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) durch das Vorhaben eingehalten.</p> <p>Das Kongruenzgebot wird eingehalten.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Sowohl in Brigachtal (max. 4 – 5 %) als auch im Umland (< 1 %) werden nur sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge oder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sind auszuschließen. Die ermittelten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang (10 %-Schwellenwert bzw. darüber) zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen gehen. Vielmehr sind die sehr geringen Umsatzumverteilungseffekte als wettbewerbliche Effekte zu bewerten, welche</p>

	<p>keine städtebaulichen Auswirkungen nach sich ziehen werden. Gleichzeitig wird mit der Umsetzung des Vorhabens weder die verbrauchernahe Versorgung in Brigachtal noch im Umland beeinträchtigt.</p> <p>Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in Villingen-Schwenningen sind nicht zu erwarten. Der nächstgelegene Standort in Villingen-Schwenningen ist die Einzelhandelslage von EDEKA und Aldi im Gewerbegebiet an der Niederwiesenstraße. Dabei handelt es sich um einen sehr leistungsfähigen Standort, der mit rechnerisch max. 0,2 Mio. € Umsatzrückgang mit großer Sicherheit nicht gefährdet ist.</p> <p>Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen führen. Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden.</p> <p>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</p>
Fazit	<p>Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass durch das Vorhaben von EDEKA keine negativen Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung oder die Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum zu erwarten sind. Das Vorhaben (Abriss und Neubau mit moderater Erweiterung des Verkaufsraumes bzw. der Bäckerei mit Café) dient im Wesentlichen der Modernisierung und Anpassung des Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen und damit auch einer langfristigen Sicherung des für die Grundversorgung in der Gemeinde Brigachtal so wichtigen Anbieters.</p>

GMA-Zusammenstellung 2021

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur	11
Karte 2:	Mikrostandort „Beim Kalkwerk“	19
Karte 3:	Einzugsgebiet des EDEKA-Marktes in Brigachtal	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	8
Tabelle 2:	Daten zum Vorhaben	9
Tabelle 3:	Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich	10
Tabelle 4:	Umsatzprognose (EDEKA, zzgl. Backshop)	26
Tabelle 5:	Umsatzumverteilungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich durch das Vorhaben in Brigachtal	29