



Auswirkungsanalyse Erweiterung des Edeka-Lebensmittelmarktes in der Stadt Zell im Wiesental

AUFTRAGGEBER: EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH,
Offenburg

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, den 18.07.2024

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Definitionen und Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	5
II. Konzentrationsgebot	8
1. Makrostandort Zell i.W.	8
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	10
3. Bewertung des Konzentrationsgebotes	10
III. Integrationsgebot	11
1. Mikrostandort „Teichstraße“	11
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	14
3. Bewertung des Integrationsgebots	14
IV. Kongruenzgebot	15
1. Einzugsgebiet des Vorhabens	15
2. Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet	16
3. Umsatzprognose	18
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	19
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	20
V. Beeinträchtigungsverbot	21
1. Wettbewerbsanalyse	21
1.1 Relevante Strukturen in Zell i.W.	21
1.2 Relevante Strukturen in den angrenzenden Kommunen	23
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	25
2.1 Methodik	25
2.2 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	25
2.3 Wettbewerbliche Wirkungen	26
3. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	28
4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	29
VI. Zusammenfassung	30

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

In der Stadt Zell im Wiesental (nachfolgend abgekürzt: Zell i.W.) besteht langjährig ein Edeka-Lebensmittelmarkt „Schmidts Markt“ am Standort „Teichstraße“. Im bestehenden Markt soll die aktuelle Verkaufsfläche von ca. 1.523 m² auf ca. 1.887 m² (jeweils inkl. Backshop, Windfang, Mall, Leergutannahme) vergrößert werden.

Mit der vorgesehenen Verkaufsfläche von ca. 1.887 m² überschreitet das Vorhaben, wie bereits heute, die aktuell anerkannte Grenze der Großflächigkeit.¹ Damit ist der Lebensmittelmarkt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO zu bewerten. In diesem Zusammenhang sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer Auswirkungsanalyse darzustellen und zu bewerten. Dabei sind insb. auch die landesplanerischen Bewertungskriterien gemäß LEP bzw. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie die Vorgaben des Regionalplans 2000 der Region Hochrhein-Bodensee² zu berücksichtigen.

Für die Planung ist somit eine städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse zu erstellen, welche im Wesentlichen folgenden Untersuchungsumfang beinhaltet:

- /// Darstellung des baurechtlichen Rahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Zell i.W. sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Teichstraße“
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials für Lebensmittel
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan 2000 des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee:
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde auf die Daten und Aussagen des Nahversorgungskonzeptes vom Juni 2024 und die Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

¹ Vgl. Bundesverwaltungsgericht Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04.

² Dieser befindet sich in Fortschreibung. Die Verbandsversammlung des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee hat am 16. Mai 2023 in öffentlicher Sitzung den Anhörungsentwurf zur Fortschreibung des Regionalplans Hochrhein-Bodensee ohne die Plankapitel „Gebiete für Rohstoffvorkommen“ und „Standorte für regionalbedeutsame Windkraftanlagen“ beschlossen. Da der in Fortschreibung befindliche Regionalplan jedoch noch nicht rechtskräftig ist, wird weiterhin Bezug auf den Regionalplan 2000 genommen.

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 aus:³

- „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.“

3. Definitionen und Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁴ Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

³ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023

⁴ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2021, S. 366. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

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.⁵

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:⁶

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁷ anbietet.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁸ führt.

Supermarkt

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 Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

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.

SB-Warenhaus

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

Zur Einordnung des Marktes an der Teichstraße und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden die wichtigsten Charakteristika nachfolgend kurz dargestellt:

⁵ Ebd.

⁶ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2021, S. 364.

⁷ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁸ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

- Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit langem den größten **Marktanteil** ein (45 % im Jahr 2022). Auf Supermärkte entfallen knapp 32 %, auf Große Supermärkte ca. 11 %, auf SB-Warenhäuser ca. 10 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 2 %⁹.
- 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. 14.900 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 Angebotschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 826 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.120 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.310 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	11.258	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	1.998	13 – 14	4.825	19
Nonfood II	275	12	1.594	10 – 11	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	14.876	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, S. 80, handelsdaten 2023, S. 86

- Lebensmittelvollsortimenter** profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse-, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie das Sortimente Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel) sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.
- Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte rd. 1.120 m² auf (große Supermärkte durchschnittlich 3.310 m²). Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigende Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.
- Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).

⁹ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2023; GMA-Berechnungen.

II. Konzentrationsgebot

Zunächst ist im Rahmen des Konzentrationsgebotes zu bewerten, ob die Stadt Zell i.W. unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe prinzipiell geeignet ist. Hierfür erfolgt zunächst die Darstellung des Makrostandortes Zell i.W.

1. Makrostandort Zell i.W.

Zur Bewertung des Vorhabens sind folgende Rahmenbedingungen für den Makrostandort Zell i.W. herauszustellen:

Tabelle 2: Wesentliche Standortmerkmale der Stadt Zell i.W.

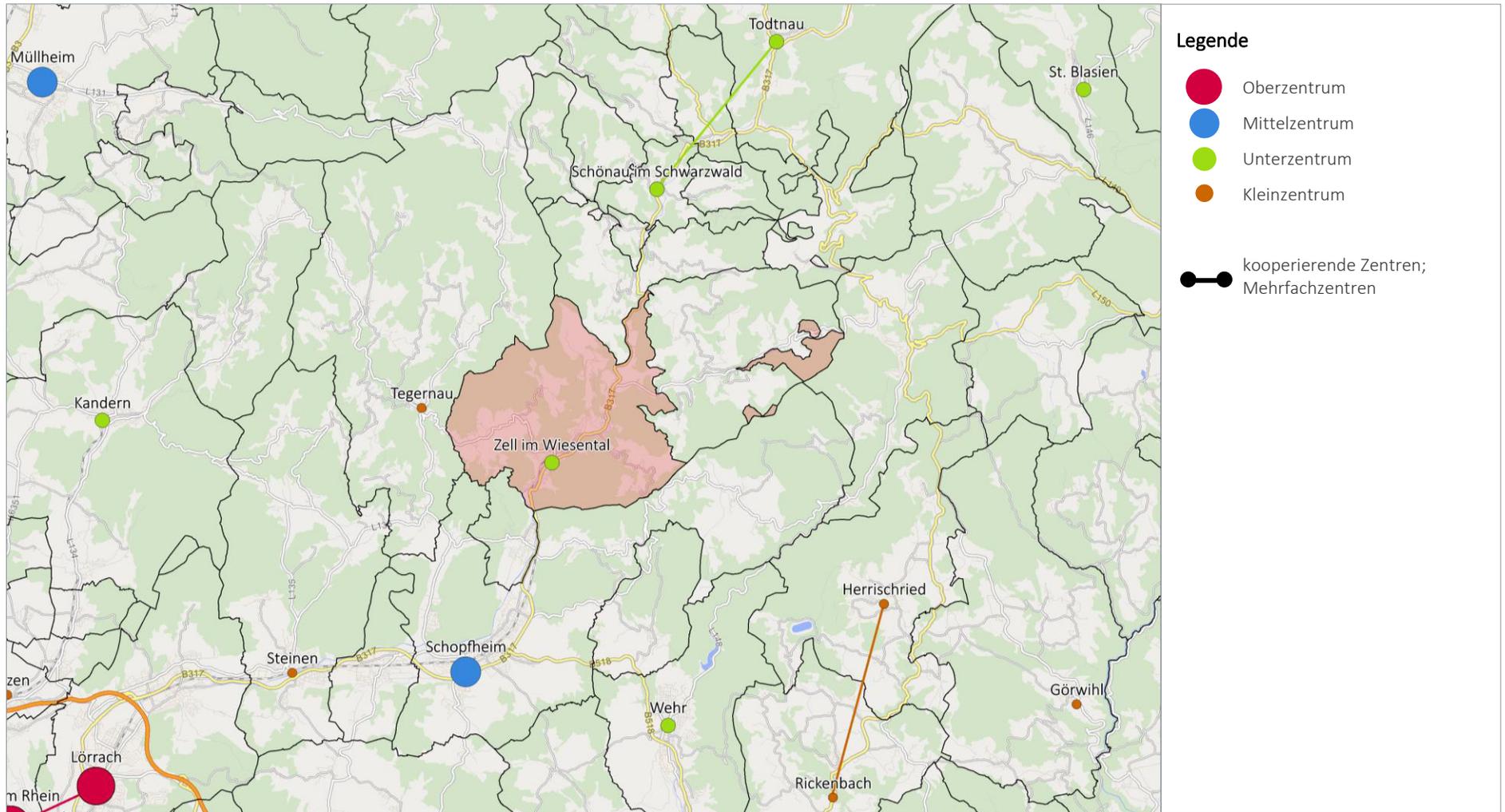
Standortkriterien	Merkmale Stadt Zell i.W.
Räumliche Einordnung 	<ul style="list-style-type: none"> /// südlicher Schwarzwald im Tal der Wiese; Zentrum des Zeller Berglandes im Landkreis Lörrach /// zentralörtliche Funktion: Unterzentrum mit Nahbereich (Gemeinde Hüg-Ehrsberg); Mittelbereich Schopfheim /// Auftrag: Deckung des häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarfs; Grundversorgung /// nächstgelegene Zentrale Orte: Doppel-Unterzentrum Schönau-Todtnau (ca. 11 km), Mittelzentrum Schopfheim (ca. 8 km)
Siedlungsstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> /// Kernstadt Zell sowie sechs weitere Stadtteile, die teilweise räumlich und topographisch stark separiert sind /// Stadtteile: Adelsberg, Atzenbach, Gresgen, Mambach, Pfaffenberg und Riedichen /// topographische Rahmenbedingungen der Lage im Wiesental /// weitläufige Gemarkung
Demographie 	<ul style="list-style-type: none"> /// aktuell rd. 6.258 Einwohner¹⁰ /// Entwicklung 2013 – 2023 + 2,3 % (5,3 % Landkreis Lörrach) /// Prognose bis 2040: leicht stärkeren Wachstum
Verkehrliche Erreichbarkeit 	<ul style="list-style-type: none"> /// B 317 (Titisee-Neustadt – Lörrach/Weil am Rhein) /// Kreis- und Landesstraßen erschließen die Seitentäler /// Bahnhof in der Kernstadt als Endstation der Wiesentalbahn; Verbindungen nach Lörrach und Basel /// Einbindung in das öffentliche Nahverkehrsnetz des Regio Verkehrsverbund Lörrach (RVL)
Einzelhandelsstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> /// Ortsmitte mit Edeka Schmidts Markt und Aldi im Standortverbund sowie ganz überwiegend kleinteiligem Branchenmix /// Penny-Discounter an der B 317; östlich der Wiese als Solitärstandort /// punktuell Handelsnutzungen im weiteren Stadtgebiet; Stadtteile rudimentäre Ausstattung /// Kaufkraftniveau: 91,5 (100,0 Bundesdurchschnitt)¹¹

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2024

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg auf Basis des Zensus 2022

¹¹ Quelle: © Michael Baur Research GmbH 2024, basierend auf © Statistisches Bundesamt.

Karte 1: Lage der Stadt Zell i.W. und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Maßgeblich für das Konzentrationsgebot ist Ziel 3.3.7 des **Landesentwicklungsplanes 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 2000**¹² des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee wird das Konzentrationsgebot in Plansatz 2.6.4 wie folgt ausgeführt:

N „[...]“

Einzelhandelsgroßprojekte können in den Zentralen Orten des Landesentwicklungsplanes und in den Unterzentren angesiedelt werden. Kleinzentren und Gemeinden ohne Zentralortfunktion kommen als Standorte für solche Einzelhandelsgroßprojekte grundsätzlich nicht in Frage.“

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Die Stadt Zell i.W. ist gemäß Regionalplan des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee als Unterzentrum eingestuft, weshalb Zell i.W. grundsätzlich zur Ansiedlung, Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist.

Das Konzentrationsgebot wird somit eingehalten.

¹² Im Anhörungsentwurf vom 16.05.2023; Plansatz 2.4.6.2, S. 65f. wird keine geänderte Ausfassung vertreten: „Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (Einzelhandelsgroßprojekte) ist in der Regel nur in den Ober-, Mittel- und Unterzentren zulässig.“ [...]“

III. Integrationsgebot

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 „Teichstraße“

Folgende Standortrahmenbedingungen sind für den Standort Teichstraße darzustellen:

Tabelle 3: Standortrahmendaten Teichstraße

Standortkriterien	Teichstraße
<p>Lage im Stadtgebiet</p> 	<ul style="list-style-type: none"> /// zentrale Lage in der Kernstadt Zell /// jenseits der „Wiese“ /// Lage in der Ortsmitte /// Lage im Vorranggebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten (gemäß Plansatz 2.4.6.3 Z Fortschreibung des Regionalplans 3.0 der Region Hochrhein-Bo-densee – Anhörungsentwurf)
<p>Aktuelle Nutzungsstruktur und Standortumfeld</p> 	<ul style="list-style-type: none"> /// Standortverbund Edeka und Aldi mit gemeinsamer Stellplatzanlage /// südlich: Radweg sowie Fluss „Wiese“ und angrenzend B 317 /// westlich: L 140 („Schopfheimer Straße“) mit angrenzender Mischbebauung (Wohnen mit Geschäftsunterlagerungen) /// nördlich: Mischnutzung in der Ortsmitte (Handel, Rathaus, Wochenmarkt) /// östlich: Textilmuseum sowie Wohnbereiche
<p>Verkehrliche Erreichbarkeit</p> 	<ul style="list-style-type: none"> /// Zufahrten von der Teichstraße (Schopfheimer Straße oder Schönauer Straße) /// keine unmittelbare Anbindung an die B 317 durch räumliche Trennung (Verlauf der „Wiese“) /// Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad (u.a. Radweg Todtnauerliweg) führt am Standort vorbei, aber ohne direkte Anbindung) sehr gut möglich /// Erreichbarkeit über ÖPNV sehr gut (Bushaltestelle „Zell, Schopfheimer Straße“ ca. 50 m westlich des Standortes); Bahnhof Zell ca. 600 m Fußweg
<p>Zusammengefasste Standortfaktoren</p> 	<ul style="list-style-type: none"> + Lage in der Ortsmitte von Zell (Synergieeffekte) + gute Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem ÖPNV und mit dem Auto + einziger Vollsortimenter im Stadtgebiet (gesamstädtische Versorgungsfunktion) + gegenseitige Kundenzuführeffekte durch Lage im Verbund mit Aldi-Discounter - nur eingeschränkte Sichtbarkeit von der B 317



- keine direkte Zufahrt von der B 317
- topographische Rahmenbedingungen zur Erschließung eines großen Einzugsgebietes
- hohe Wettbewerbsdichte im Umland (Schönau, Schopfheim)
- unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2024



Bestandsgebäude Edeka (gemeinsame Stellplatzanlage)



Bestandsgebäude Aldi (gemeinsame Stellplatzanlage)



Wohnbebauung am Standort / Teichstraße



Wohnbebauung jenseits der „Wiese“ bzw., der B 317 (topographisch schwierige Rahmenbedingungen)

Quelle Fotos: GMA 2024

Karte 2: Mikrostandort „Teichstraße“ - Standortumfeld



Quelle: © Microsoft, Nokia; GMA-Bearbeitung 2024

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen (vgl. auch 2.4.6.2 Regionalplan Hochrhein-Bodensee):

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

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 [...].“

Im **Regionalplan 2000**¹³ des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee wird das Integrationsgebot in Plansatz 2.6.4 wie folgt ausgeführt:

N [...] Einzelhandelsgroßprojekte sind städtebaulich in die Siedlungsgebiete der Zentralen Orte zu integrieren. [...]

3. Bewertung des Integrationsgebots

Der Projektstandort an der Teichstraße übernimmt bereits heute eine gesamtstädtische und für die Kernstadt von Zell eine nahversorgungsrelevante Versorgungsfunktion. Mit der Lage des Standortes in der Ortsmitte von Zell wird den Anforderungen des Integrationsgebotes entsprochen.

Ergänzend ist auf die Lage des Standortes im Vorranggebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevante Sortimente gemäß Plansatz 2.4.6.3 Z in der Fortschreibung des Regionalplans 3.0 der Region Hochrhein-Bodensee – Anhörungsentwurf¹⁴ hinzuweisen.

Das Integrationsgebot wird eingehalten.

¹³ Im Anhörungsentwurf vom 16.05.2023; Plansatz 2.4.6.2, S. 65f. wird keine geänderte Ausfassung vertreten: „Einzelhandelsgroßprojekte sind vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten auszuweisen, zu errichten oder zu erweitern. Für nicht-zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.“

¹⁴ Ebenda, S. 70

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 des Vorhabens

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Vorhaben 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 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 und damit zusammenhängende Zeit-Distanz-Werte
- Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens; Filialnetz des Betreibers
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Zell und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Zell i.W. und in der Region (u. a. Schopfheim etc.).

Unter Berücksichtigung aller genannten Aspekte, insbesondere der topographischen Rahmenbedingungen, die sich durch die Lage im Wiesental und die bandartige Anordnung der weiteren Umlandgemeinden ergeben, erschließt der Markt aktuell ein Einzugsgebiet, das neben der Stadt Zell i.W., auch die dem unterzentralen Nahbereich zugeordnete Gemeinde Hög-Ehrsberg und aufgrund der geplanten Größenordnung des Marktes auch die Gemeinde Hausen im Wiesental umfasst, wobei hier bereits die Wettbewerbsstrukturen in Schopfheim im Vollsortiment prägend sind. Aufgrund der bereits großen Entfernung und auch dem vorhandenen Besitz an Lebensmittelmärkten wird trotz der differierenden Betreiber des Vollsortimenters (Rewe/Edeka) die Stadt Schönau nicht mit in das Einzugsgebiet einbezogen.

Daneben kann von gewissen Kundenverflechtungen z. B. durch Pendler, Zielkundschaft aus z. B. Schönau ausgegangen werden.

2. Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet

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

ca. € 6.864¹⁵

Bezogen auf das Vorhaben, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, beträgt die durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabe¹⁶ in Deutschland

ca. € 2.930.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁷ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Zell bei 91,5 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Im weiteren Einzugsgebiet sind unterdurchschnittliche bis max. durchschnittliche Werte festzuhalten.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf **ca. 26,1 Mio. €.**

Tabelle 4: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

	Stadt Zell i.W.	Zone II Häg-Ehrsberg	Zone III Hausen i.W:	Einzugsgebiet
<i>Einwohner</i>	6.260	800	2.380	9.440
Lebensmittel	16,8	2,3	7,0	26,1

GMA-Berechnungen 2024

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich (insb. Drogeriewaren) generiert. Diese liegen im Fall des Vorhabens von Edeka bei ca. 15 %.

¹⁵ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁶ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁷ Quelle: MB Research, 2024. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

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.¹⁸ 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 dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in zu einem späteren Zeitpunkt ausführlich behandelt.

Für den erweiterten Edeka-Markt in Zell i.W. am projektierten Standort ergibt sich folgende Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes:

Tabelle 5: Umsatzerwartung erweiterter Edeka-Markt in Zell i.W. („worst-case“)

Kundenherkunft	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Gesamtumsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zell i.W.	16,8	35	5,9	1,0	6,9	68
Zone II	2,3	30	0,7	0,1	0,8	8
Zone III	7,0	15	1,0	0,2	1,2	12
Einzugsgebiet insg.	26,1	29 – 30	7,6	1,4	9,0	90
Streukunden, Verbundeffekte			0,9	0,2	1,1	10
Summe			8,5	1,6	10,1	100

* Der Umsatzanteil für Nonfood-Randsortimente liegt bei diesem Anbieter bei ca. 15 % (insb. Drogeriewaren, Tierfutter und ergänzend Aktionsware)

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Für den geplanten Edeka-Markt mit ca. 1.887 m² VK lässt sich eine Gesamtumsatzleistung von max. 10,1 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 8,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Unter Zugrundelegung einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.887 m² lässt sich eine Flächenleistung von 5.300 € / m² VK ermitteln. Diese liegt auf dem Niveau des betreiberspezifischen Durchschnittswertes¹⁹. Aufgrund des

¹⁸ 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.

¹⁹ Im Retail Real Estate Report der Hahn Gruppe 2023/2024 wurde für den Anbieter Edeka eine Flächenleistung von 5.320 € / m² VK bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.305 m² ausgewiesen.

Wettbewerbs und der Topographie kann der Markt allerdings nur ein begrenztes Einzugsgebiet erschließen, welches durch die ländliche Prägung und die topografischen Rahmenbedingungen ein geringeres Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial aufweist. Somit sind die Umsatzschätzung und die damit einhergehenden Auswirkungen als „**worst case**“ zu bewerten, d. h. durch den sehr hohen Ansatz werden die maximal möglichen Auswirkungen aufgezeigt. Dabei werden auch die Verbundeffekte mit Aldi berücksichtigt.

Hinsichtlich der Umsatzherkunft stammen ca. 68 % aus Zell i.W. selbst. Weitere ca. 8 % werden durch Einwohner aus dem unterzentralen Nahbereich erzielt. Ca. 12 % fließen aus der südwestlich anschließenden Gemeinde Hausen i.W. zu, die den Planstandort zügiger als andere Vollsortimenter-Standorte z. B. in Schopfheim erreichen kann. Weitere 10 % sind als Streumsätze (u. a. Pendler, Zufalls- und Zielkunden, gelegentliche Zuflüsse aus dem Umland) zu bewerten. Hier spielen auch die Kopplungseffekte mit Aldi i.S. von Agglomerationseffekten eine wichtige Rolle. Diese sind in der ermittelten Umsatzleistung bereits berücksichtigt.

An dieser Stelle ist nochmals zur Erläuterung darauf hinzuweisen, dass die in der obigen Tabelle dargestellte Herkunft der Umsätze **nicht gleichbedeutend** mit Umsatzverlusten in diesen Kommunen ist.

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.“

Im **Regionalplan 2000**²⁰ des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee wird das Kongruenzgebot in Plansatz 2.6.4 wie folgt ausgeführt:

N *Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und andere großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) müssen sich hinsichtlich ihrer Größe und des Warensortiments in das zentralörtliche System und die Verflechtungsbereiche einfügen. [...]*

²⁰ Im Anhörungsentwurf vom 16.05.2023; Plansatz 2.4.6.2, S. 65f. wird keine geänderte Ausfassung vertreten: „Bei der Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten ist die Verkaufsfläche so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet. [...]“

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Abgrenzung des Einzugsgebietes, der Wettbewerbssituation im Umfeld von Zell i.W., der Umsatzprognose sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Der Stadt Zell i.W. ist gemäß Regionalplan 2000 der Region Hochrhein-Bodensee die Gemeinde Hög-Ehrsberg im **Verflechtungsbereich** zugeordnet.
- /// Der erweiterte Markt wird im Wesentlichen der Nahversorgung in Zell bzw. im unterzentralen Verflechtungsbereich dienen. Insofern wird der Lebensmittelmarkt in erster Linie eine auf den Nahbereich bezogene Versorgungsfunktion übernehmen. Hinzu kommen gewisse Umsätze von außerhalb (u. a. Hausen, Pendler, Verbundeffekte).
- /// Zusammenfassend ist festzuhalten, dass ca. 76 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus dem Nahbereich Zell stammen. Ca. 12 % fließen aus dem Umland (Zone III) und weitere ca. 10 % in Form von Streuumsätzen (u. a. Ziel- und Zufallskunden, Agglomerationseffekte) an den Standort zu.

Das Vorhaben fügt sich in das zentralörtliche System und den unterzentralen Verflechtungsbereich ein. Das Kongruenzgebot wird eindeutig eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung 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 prüfungsrelevanten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Wettbewerbsanalyse

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Zell i.W. und im Umland wurde im Juni 2024 eine Wettbewerbserfassung vorgenommen. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps, gekoppelt mit dem spezifischen Einkaufsverhalten der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Relevante Strukturen in Zell i.W.

In Zell i.W. werden die Versorgungsstrukturen durch den Schmidts-Markt und den im Verbund befindlichen Aldi-Discounter sowie den weiteren Discounter Penny geprägt. Hinzu kommt eine Reihe an kleinflächigen Anbietern von Lebensmitteln.

Die strukturprägenden Wettbewerber sind wie folgt zu bewerten:

- / **Aldi**, Discounter, Teichstraße, ca. 900 – 1.000 m² VK; Lage im Standortverbund mit Edeka mit einer gemeinsam genutzten Stellplatzanlage; moderner und leistungsfähiger Anbieter mit überörtlichem Einzugsgebiet.
- / **Penny**, Discounter, Schopfheimer Straße, ca. 800 m² VK; überwiegend autokundenorientierte Lage an der B 317, durchschnittlich leistungsfähiger Anbieter.



Edeka



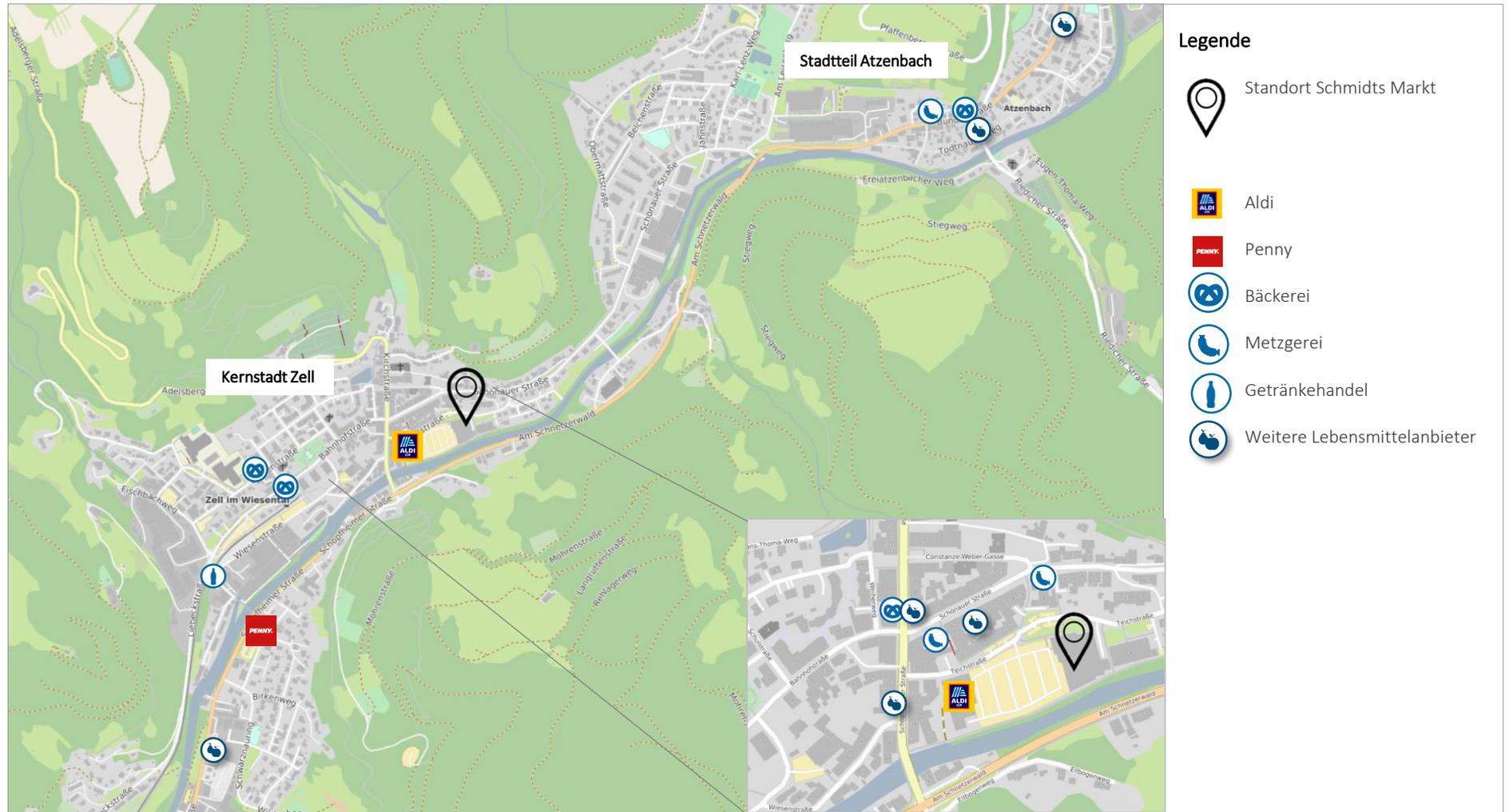
Aldi



Penny

GMA-Fotos 2024

Karte 4: Versorgungsstrukturen in der Kernstadt Zell i.W. und Stadtteil Atzenbach im Lebensmittelsegment



Quelle: © OpenstreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

Der kleinteilige Besitz konzentriert sich ganz überwiegend auf die Kernstadt Zell. Daneben weist der ebenfalls an der B 317 (nördlich der Kernstadt) liegende Stadtteil Atzenbach noch einen gewissen Besitz (u. a. Bäckerei, Metzgerei, Tankstellenshop, Spezialanbieter) auf. In den weiteren Stadtteilen sind lediglich Direktvermarkter (u. a. Honig etc.) ansässig. In der Kernstadt sind neben den Betrieben des Lebensmittelhandwerks noch Anbieter aus den Segmenten Obst & Gemüse, Getränke sowie Spezialanbieter vorhanden.

Insgesamt summiert sich die Gesamtverkaufsfläche²¹ der Lebensmittelanbieter in der Stadt Zell i.W. aktuell auf **3.900 – 4.000 m²**. Der Umsatz²² im Nahrungs- und Genussmittelbereich beläuft sich auf **ca. 21 – 22 Mio. €**.

1.2 Relevante Strukturen in den angrenzenden Kommunen

Die Wettbewerbssituation im Umland stellt sich wie folgt zusammenfassend dar:

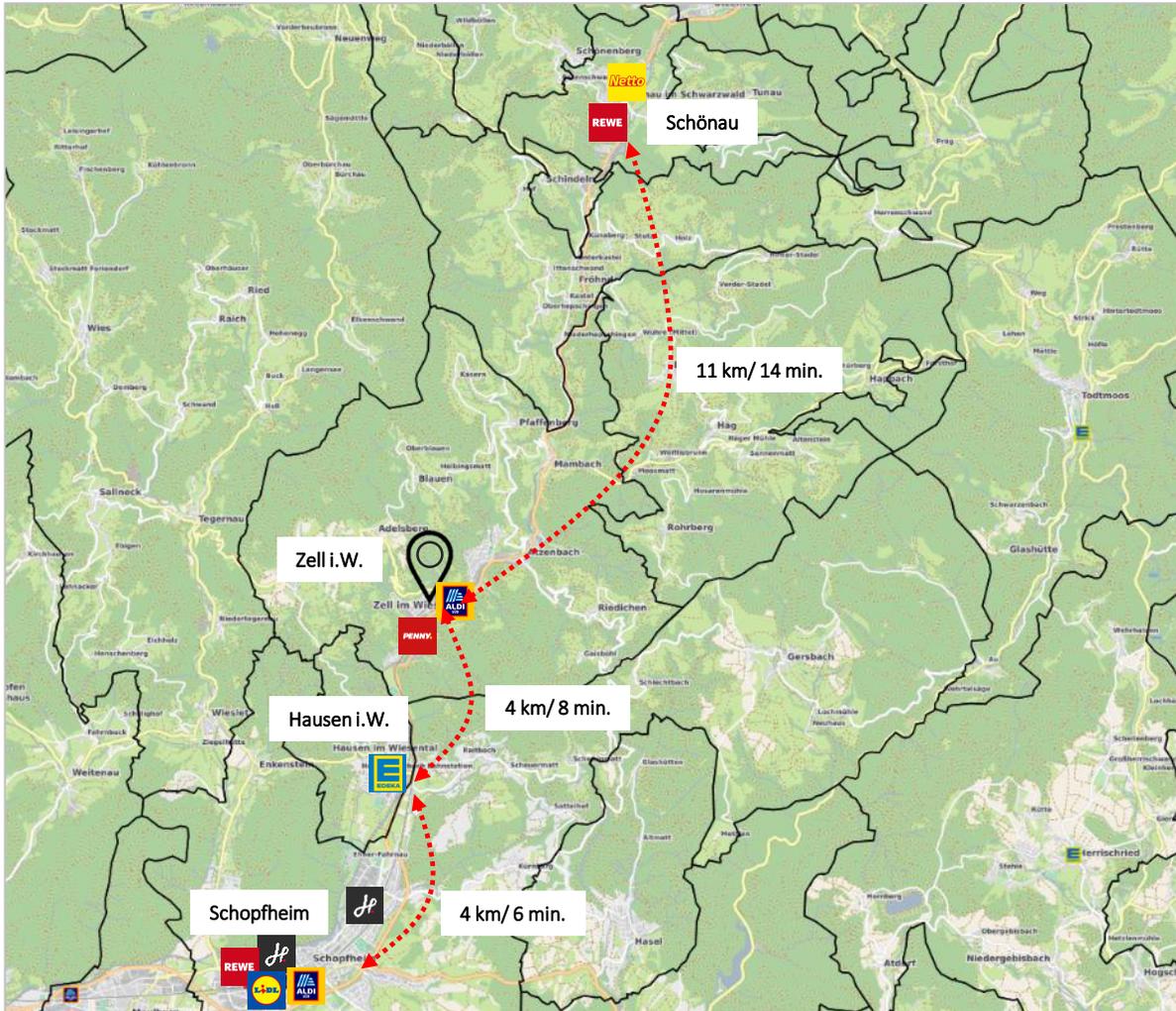
- / Südwestlich schließt sich die **Gemeinde Hausen i.W. (ca. 4 km entfernt)** entlang der B 317 an die Stadt Zell i.W. an. Als größter Anbieter ist in Hausen mit dem Anbieter „nah und gut Seger“ im Burichweg mit einer Verkaufsfläche von ca. 600 m² ein kleinerer Supermarkt vorhanden. Ergänzt wird das Angebot durch das Lebensmittelhandwerk sowie die Getränkeabteilung des Heimtierfachmarktes „Pauls Markt“. Für Hausen sind bereits heute Kaufkraftabflüsse nach Zell i.W. aufgrund der Attraktivität des dortigen Edeka-Marktes und des ansässigen Aldi-Discounters vorhanden. Generell ist aber auch eine starke Orientierung nach Schopfheim feststellbar.
- / Nördlich von Zell i.W. liegt das **Unterzentrum Schönau (ca. 11 – 12 km entfernt)**. Die Versorgungsstrukturen werden hier durch einen Rewe-Vollsortimenter in der Bahnhofstraße und einen Discounter der Fa. Netto in der Friedrichstraße geprägt. Der Vollsortimenter, der sich im Standortverbund mit einem Rossmann-Drogeriemarkt und der ZG Raiffeisen (keine gemeinsame Stellplatzanlage) befindet, liegt am südlichen Siedlungsrand von Schönau. Im Vergleich zum Projektstandort ist eine gute Sichtbarkeit von der B 317 und eine direkte Abfahrt vorhanden. Der Rewe-Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von 1.400 – 1.500 m² und einen modernen Marktauftritt. Der Markt kann als einziger Vollsortimenter in Schönau und insb. vor dem Hintergrund der Standortkombination mit Rossmann²³ als sehr leistungsfähig bewertet werden. Der Anbieter Netto (ca. 700 m² VK), der sich z.T. im Erdgeschoss eines Wohnhauses befindet, wurde im Jahr 2023 umgebaut und leicht erweitert. Der Standort verfügt über eine unmittelbare Anbindung an die B 317, weist aber gegenüber Neubauten gewisse Defizite auf (u. a. Stellplatzanzahl etc.). Darüber hinaus sind Anbieter des Lebensmittelhandwerks (u. a. Bäckerei Heitzmann, Gutmann, Metzgerei Krone), aus dem Getränkesegment (u. a. Stib Gritsch), Spezialanbieter (u. a. Steck Feinkost) und Tankstellenshops (u. a. Karle, bft) vorhanden.

²¹ Unbereinigte Verkaufsfläche, d. h. inkl. Nonfood-Sortimente des Lebensmittelmarktes.

²² Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Umsätze des bestehenden Lebensmittelmarktes.

²³ Einziger Drogeriemarkt für das Wiesental und das Doppel-Unterzentrum Schönau-Todtnau sowie die angrenzenden Kommunen.

Karte 5: Ausgewählte Angebotsstrukturen im Umland (Lebensmittelmärkte ab 400 m² VK) und Distanzen / Fahrzeiten



Legende

-  Standort Schmidts Markt
-  Entfernungen über die B 317 (gemäß google maps)

Quelle: © OpenstreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

- / Hinzu kommen die Angebote im südlich von Hausen gelegenen **Mittelzentrum Schopfheim (ca. 7 – 8 km entfernt)**, das neben den zwei Standorten des Anbieters Hieber (Hieber Frischecenter mit < 2.000 m² VK, Hiebers Lädle in Fahrnau), dem Rewe-Markt im Kombination mit dem Discounter Lidl²⁴ noch über einen Discounterstandort von Aldi verfügt. In das Mittelzentrum Schopfheim sind regelmäßige Einkaufsverflechtungen mit dem gesamten Wiesental vorhanden.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells²⁵ basiert.

Im Wesentlichen fließen 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.

2.2 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Edeka-Marktes in Zell i.W. erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse der erweiterte Edeka-Markt mit ca. 1.887 m² VK bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz ist wettbewerbsneutral.

Für die Bewertung der Erweiterung des bestehenden Edeka-Marktes in Zell i.W. werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- / Der Edeka-Markt wird auf seiner zukünftigen Verkaufsfläche („**worst case**“-Ansatz) von ca. 1.887 m² eine Umsatzleistung von ca. 10,1 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 8,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- / Zu berücksichtigen ist, dass der Edeka-Markt in Zell i.W. bereits am Projektstandort ansässig ist. Bei der „**worst case**“-Annahme einer gleichbleibenden Flächenleistung von rd. 5.300 € / m² VK erwirtschaftet der Markt derzeit eine Umsatzleistung von ca. 8,1 Mio. €. Davon entfallen ca. 6,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,2 Mio. € auf den

²⁴ BZ vom 14.06.2024, „In Schopfheim ist der Weg frei für Lidl-Neubau und Rewe-Getränkemarkt“

²⁵ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol, 28, 1964 oder Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute generiert und auch weiterhin gebunden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und an dem Kundeneinzugsgebiet grundsätzlich keine grundlegenden Veränderungen ergeben werden.

- Nach Abzug der Umsätze des bestehenden Edeka-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 2,0 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen rund 1,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsatzzuwächse sind als „worst case“-Ansatz zu bewerten, da in der Handelswissenschaft unbestritten ist, dass eine Erweiterung der Verkaufsfläche mit einer Reduzierung der Flächenleistung einhergeht.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch den Lebensmittelmarkt mit 1.887 m² VK zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben („worst case“)

	Umsatzumlenkungen ggü. Wettbewerbern...	Umsatzumverteilungseffekte („worst case“)	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	Umsatz des bestehenden Edeka-Marktes im Lebensmittelbereich	6,9	
	▪ in Zell i.W.	0,3 – 0,4	2
	▪ in Hausen i.W.	0,1 – 0,2	5 – 6
	▪ in Schönau im Schw.	0,5	4 – 5
	▪ in Schopfheim	0,6	1 – 2
	▪ an weiteren Standorten	<0,1	n.n.
	Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	8,5	
Nichtlebensmittelbereich	Umsatz des bestehenden Edeka-Marktes im Nichtlebensmittelbereich	1,2	
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,4	n.n.
	Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,6	
	Umsatz insgesamt	10,1	

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2024; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

2.3 Wettbewerbliche Wirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen sind folgende **wettbewerbliche** Wirkungen („worst case“-Ansatz) durch das Vorhaben zu erwarten:

- Die Auswirkungen der Erweiterung des einzigen Vollsortimenters am Standort **Zell i.W.** werden in erster Linie Anbieter außerhalb der Stadt betreffen. Dennoch sind auch gegenüber den ansässigen Discountern gewisse Auswirkungen zu erwarten. Dabei ist jedoch für den Aldi-Markt tendenziell von positiven Effekten durch die Modernisierung des gegenüber liegenden Edeka-Marktes auszugehen. Gegenüber dem Penny-Markt,

welcher über eine stabile autokundenorientierte Lage an der B 317 verfügt, sind nur geringfügige Effekte zu erwarten. Insgesamt belaufen sich die Wirkungen in Zell i.W. selbst auf max. 2 % und bewegen sich damit auf einem geringen Niveau, sodass keine städtebaulichen Effekte zu erwarten sind.

■ Weitere ca. 1,3 Mio. € werden aufgrund der bestehenden Verflechtungen gegenüber **Standorten außerhalb von Zell i.W.** wirksam.

- Gegenüber der Gemeinde **Hausen i.W.**, die aktuell über einen kleineren Supermarkt (nah und gut als Vertriebschiene der Edeka) verfügt, bewegen sich die Umverteilungseffekte mit ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. max. 5 – 6 % noch auf einem moderaten Niveau. Bereits heute ist ein Großteil der Einkaufsorientierung auf Standorte außerhalb von Hausen i.W. gerichtet. Auch durch die Verbundlage von Edeka mit Aldi sind hier Verbundeinkäufe zu erwarten, die im Vollsortiment einen Kaufkraftabfluss bedingen. Somit findet im Kern keine Änderung der Rahmenbedingungen statt. Das in Hausen bestehende Nachfragepotenzial von ca. 7,0 Mio. € ist grundsätzlich ausreichend für einen Betrieb des Marktes in Hausen. Von einer Gefährdung der Nahversorgung in Hausen i.W. ist trotz der zu erwartenden Umsatzverluste nicht auszugehen.

- Gegenüber den in **Schönau im Schwarzwald** ansässigen Lebensmittelmärkten werden Auswirkungen („worst case“-Ansatz“) in Höhe von ca. 0,5 Mio. € wirksam, die in der Folge Effekte von max. 4 – 5 % bedingen. Diese betreffen in erster Linie den am südlichen Ortsrand ansässigen Vollsortimenter der Fa. Rewe. Einzelbetrieblich sind tendenziell etwas höhere Auswirkungen zu erwarten, die jedoch aufgrund der Leistungsfähigkeit und der Verbundlage mit Rossmann wettbewerblicher Natur sind. Hinzukommen die im Vergleich zum Projektstandort deutlich besseren Standortrahmenbedingungen des Rewe-Standortes in Schönau. Eine Bestandsgefährdung des einzigen Vollversorgers in Schönau ist nicht ableitbar. Für den Netto-Discounter sind auch aufgrund des abweichenden Betriebstyps geringere einzelbetriebliche Wirkungen zu erwarten.

Insgesamt ist für Schönau festzuhalten, dass keine zentralen Lagen und auch die Nahversorgungsbetriebe und deren Funktionsfähigkeit durch die Planungen in Zell i.W. nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Gegenüber den Anbietern in **Schopfheim** (hier: 2x Hieber, Rewe/Lidl, Aldi) liegen die Auswirkungen ebenfalls auf einem geringen Niveau. Hier sind Auswirkungen von max. 1 – 2 % zu erwarten. Auch in diesem Fall sind die Effekte aufgrund der geringen Höhe als rein wettbewerblich zu bewerten.

■ Bei den **Nonfood-Sortimenten** sind Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,4 Mio. € zu erwarten. Bei einer Einzelbetrachtung sind diese jedoch als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Lebensmittel- und Drogerieanbietern wie z. B. Rossmann am Standort in Schönau sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen trotz des „worst case“-Ansatzes als wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Wesentliche Beeinträchtigungen in Zell, Hausen und Schönau sowie in Schopfheim in der direkten Folge des Vorhabens können ausgeschlossen werden.

3. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot 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.

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

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

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

Im **Regionalplan 2000**²⁶ des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee wird das Kongruenzgebot in Plansatz 2.6.4 wie folgt ausgeführt:

N „[...] dabei sind die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung am Zentralen Ort und im Einzugsbereich des Einzelhandelsgroßprojekts zu erhalten. [...]“

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- / Für die Stadt **Zell i.W.** ist die Modernisierung und Erweiterung des Edeka-Marktes auf 1.887 m² VK positiv zu bewerten. Das Vorhaben kann dazu beitragen, die Nahversorgung in Zell i.W. langfristig zukunftsfähig aufzustellen.
- / **Außerhalb von Zell i.W.** bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte mit max. 5 – 6 % noch auf einem moderaten Niveau. Eine Gefährdung der hier für die Nahversorgung relevanten Betriebe durch die Planungen von Edeka ist nicht zu erwarten.
- / Insbesondere das benachbarte Unterzentrum **Schönau** wird nicht wesentlich beeinträchtigt. Alleine schon durch die große Distanz (11 km) und die sehr leistungsfähigen Strukturen sind in Schönau keine nennenswerten Auswirkungen zu erwarten.

In der **Gesamtbetrachtung** ist somit festzuhalten, dass sowohl in Zell i.W. als auch in den Nachbarkommunen die verbrauchernahe Versorgung durch das Vorhaben der Fa. Edeka nicht gefährdet ist. Des Weiteren sind schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges in Zell i.W. sowie im Umland auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.

²⁶ Im Anhörungsentwurf vom 16.05.2023; Plansatz 2.4.6.2, S. 65f. wird keine geänderte Ausfassung vertreten: „Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen durch die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung													
Grundlagen													
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Erweiterung des Edeka-Vollsortimenters von ca. 1.523 m² auf ca. 1.887 m² (jeweils inkl. Backshop, Windfang, Mall, Leergutannahme) /// zentraler Standort in der Ortsmitte von Zell i.W. 												
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> /// städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 												
Standortrahmenbedingungen Zell i.W.	<ul style="list-style-type: none"> /// ca. 6.260 Einwohner im Landkreis Lörrach /// zentralörtliche Funktion: Unterzentrum mit Gemeinde Hög-Ehrsberg im Nahbereich /// Wettbewerbsstrukturen im Lebensmittelsegment: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ortsmitte Edeka und Aldi im Verbund sowie ergänzendem kleinteiligem Besatz ▪ Penny-Discounter in der Schopfheimer Straße (B 317) 												
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// dreizonales Einzugsgebiet: Stadt Zell (Zone I), Gemeinde Hög-Ehrsberg (Zone II; Nahbereich) und Gemeinde Hausen i.W. (Zone III) sowie teilweise Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes /// Kaufkraftpotenzial Lebensmittel: ca. 26,1 Mio. € 												
Umsatzerwartung („worst case“-Ansatz)	<ul style="list-style-type: none"> /// maximaler Umsatz Vollsortimenter nach Erweiterung: 10,1 Mio. €, davon 8,5 Mio. Food /// Umsatzzuwachs: max. 2,0 Mio. € insg. bzw. ca. 1,6 Mio. € Food 												
Umsatzumverteilungseffekte in % (ca.-Werte)	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%;">/// ggü. Anbietern in Zell i.W.</td> <td style="width: 50%; text-align: right;">2 – 3 %</td> </tr> <tr> <td>/// ggü. Anbietern in außerhalb von Zell i.W.</td> <td></td> </tr> <tr> <td> ▪ Hausen i.W.</td> <td style="text-align: right;">5 – 6 %</td> </tr> <tr> <td> ▪ Schönau i.Schw.</td> <td style="text-align: right;">4 – 5 %</td> </tr> <tr> <td> ▪ Schopfheim</td> <td style="text-align: right;">1 – 2 %</td> </tr> <tr> <td> ▪ weitere Standorte</td> <td style="text-align: right;">n.n.</td> </tr> </tbody> </table>	/// ggü. Anbietern in Zell i.W.	2 – 3 %	/// ggü. Anbietern in außerhalb von Zell i.W.		▪ Hausen i.W.	5 – 6 %	▪ Schönau i.Schw.	4 – 5 %	▪ Schopfheim	1 – 2 %	▪ weitere Standorte	n.n.
/// ggü. Anbietern in Zell i.W.	2 – 3 %												
/// ggü. Anbietern in außerhalb von Zell i.W.													
▪ Hausen i.W.	5 – 6 %												
▪ Schönau i.Schw.	4 – 5 %												
▪ Schopfheim	1 – 2 %												
▪ weitere Standorte	n.n.												

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	Die Stadt Zell i.W. ist gemäß Regionalplan des Regionalverbands Hochrhein-Bodensee als Unterzentrum eingestuft, weshalb Zell i.W. grundsätzlich zur Ansiedlung, Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist.
Integrationsgebot	<p>Der Projektstandort an der Teichstraße übernimmt bereits heute eine gesamtstädtische und für die Kernstadt von Zell eine nahversorgungsrelevante Versorgungsfunktion. Mit der Lage des Standortes in der Ortsmitte von Zell wird den Anforderungen des Integrationsgebotes entsprochen.</p> <p>Ergänzend ist auf die Lage des Standortes im Vorranggebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevante Sortimente gemäß Plansatz 2.4.6.3 Z in der Fortschreibung des Regionalplans 3.0 der Region Hochrhein-Bodensee – Anhörungsentwurf hinzuweisen.</p>
Kongruenzgebot	<p>Der Stadt Zell i.W. ist gemäß Regionalplan 2000 der Region Hochrhein-Bodensee die Gemeinde Hög-Ehrsberg im Verflechtungsbereich zugeordnet.</p> <p>Der erweiterte Markt wird im Wesentlichen der Nahversorgung in Zell bzw. im unterzentralen Verflechtungsbereich dienen. Insofern wird der Lebensmittelmarkt in erster Linie eine auf den Nahbereich bezogene Versorgungsfunktion übernehmen. Hinzu kommen gewisse Umsätze von außerhalb (u. a. Hausen, Pendler, Verbundeffekte).</p> <p>Zusammenfassend ist festzuhalten, dass ca. 76 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus dem Nahbereich Zell stammen. Ca. 12 % fließen aus dem Umland (Zone III) und weitere ca. 10 % in Form von Streuumsätzen (u. a. Ziel- und Zufallskunden, Agglomerationseffekte) an den Standort zu.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Für die Stadt Zell i.W. ist die Modernisierung und Erweiterung des Edeka-Marktes auf 1.887 m² VK positiv zu bewerten. Das Vorhaben kann dazu beitragen, die Nahversorgung in Zell i.W. langfristig zukunftsfähig aufzustellen.</p> <p>Außerhalb von Zell i.W. bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte mit max. 5 – 6 % noch auf einem moderaten Niveau. Eine Gefährdung der hier für die Nahversorgung relevanten Betriebe durch die Planungen von Edeka ist nicht zu erwarten.</p> <p>Insbesondere das benachbarte Unterzentrum Schönau wird nicht wesentlich beeinträchtigt. Alleine schon durch die große Distanz (11 km) und die sehr leistungsfähigen Strukturen sind in Schönau keine nennenswerten Auswirkungen zu erwarten.</p> <p>In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass sowohl in Zell i.W. als auch in den Nachbarkommunen die verbrauchernahe Versorgung durch das Vorhaben der Fa. Edeka nicht gefährdet ist. Des Weiteren sind schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges in Zell i.W. sowie im Umland auszuschließen.</p>

GMA-Zusammenstellung 2024

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Zell i.W. und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	9
Karte 2:	Mikrostandort „Teichstraße“ - Standortumfeld	13
Karte 3:	Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Schmidts Markt in Zell i.W.	17
Karte 4:	Versorgungsstrukturen in der Kernstadt Zell i.W. und Stadtteil Atzenbach im Lebensmittelsegment	22
Karte 5:	Ausgewählte Angebotsstrukturen im Umland (Lebensmittelmärkte ab 400 m ² VK) und Distanzen / Fahrzeiten)	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	7
Tabelle 2:	Wesentliche Standortmerkmale der Stadt Zell i.W.	8
Tabelle 3:	Standortrahmendaten Teichstraße	11
Tabelle 4:	Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	16
Tabelle 5:	Umsatzerwartung erweiterter Edeka-Markt in Zell i.W. („worst-case“)	18
Tabelle 6:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben („worst case“)	26