

Auswirkungsanalyse

für ein Wohn- und Geschäftshaus am Standort Schlüsselstraße 1-9 in Neuenburg am Rhein

für die
Stadt Neuenburg am Rhein

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im Juli 2017

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise 5
1.1	Aufgabenstellung und Zielsetzung 5
1.2	Methodische Vorgehensweise 5
1.3	Rechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen 6
2	Projektplanung 9
3	Standortseitige Aspekte 11
3.1	Makrostandort 11
3.2	Mikrostandort 14
4	Wettbewerbssituation 16
4.1	Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Neuenburg am Rhein 17
4.2	Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein 22
4.2.1	Stadt Müllheim..... 22
4.2.2	Gemeinde Auggen 23
4.2.3	Gemeinde Schliengen 24
4.2.4	Gemeinde Bad Bellingen 25
4.2.5	Gemeinde Buggingen 26
4.2.6	Stadt Heitersheim..... 26
4.2.7	Gemeinden Eschbach und Hartheim am Rhein..... 27
4.2.8	Stadt Bad Krozingen 27
4.3	Fazit der Wettbewerbsanalyse 30
5	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen 31
5.1	Einzugsgebiet des Planvorhabens 31
5.2	Relevantes Nachfragevolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet 32
6	Auswirkungsanalyse 34
6.1	Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens 34
6.1.1	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln 34
6.1.2	Einzelhandel mit Bekleidung 35
6.1.3	Einzelhandel mit Schuhen..... 36
6.1.4	Einzelhandel mit Sportartikeln..... 37
6.1.5	Einzelhandel mit Spielwaren 37
6.2	Umsatzumlenkungseffekte 38
6.2.1	Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel 40

6.2.2	Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Bekleidung.....	41
6.2.3	Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Schuhe	43
6.2.4	Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Sportartikel	44
6.2.5	Umsatzumlenkungseffekte im Spielwaren	45
6.3	Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Baden-Württemberg	47
6.3.1	Konzentrationsgebot	47
6.3.2	Kongruenzgebot.....	47
6.3.3	Beeinträchtigungsverbot	48
6.3.4	Integrationsgebot.....	51
7	Fazit der Auswirkungsanalyse	53

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Projektskizze	9
Abbildung 2:	Lage der Stadt Neuenburg am Rhein und zentralörtliche Gliederung	11
Abbildung 3:	Einwohnerzahlen der Stadt Neuenburg am Rhein nach Ortschaften	12
Abbildung 4:	Projektareal und Standortumfeld (Fotos)	14
Abbildung 5:	Mikrostandort.....	15
Abbildung 6:	Projektrelevante Angebotssituation in Neuenburg am Rhein	17
Abbildung 7:	Wettbewerber in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein (Fotos)	18
Abbildung 8:	Wettbewerber am Fachmarktstandort von Neuenburg am Rhein (Fotos)	19
Abbildung 9:	Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in der Stadt Neuenburg am Rhein ...	21
Abbildung 10:	Hauptwettbewerber in Müllheim	23
Abbildung 11:	Hauptwettbewerber in Schliengen.....	24
Abbildung 12:	Hauptwettbewerber in Bad Bellingen	25
Abbildung 13:	Hauptwettbewerber in Heitersheim	26
Abbildung 14:	Hauptwettbewerber in Bad Krozingen.....	28
Abbildung 15:	Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in den Umlandkommunen von Neuenburg am Rhein ¹	29
Abbildung 16:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten ...	33
Abbildung 17:	Umsatzerwartung des Bio-Supermarktes und der Weinhandlung	35
Abbildung 18:	Umsatzerwartung der Bekleidungsanbieter	36
Abbildung 19:	Umsatzerwartung im Sortiment Schuhe.....	36
Abbildung 20:	Umsatzerwartung im Sortiment Sportartikel.....	37
Abbildung 21:	Umsatzerwartung im Sortiment Spielwaren	38

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Abbildung 22:	Umsatzumverteilung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel	40
Abbildung 23:	Umsatzumverteilung im Sortiment Bekleidung	42
Abbildung 24:	Umsatzumverteilung im Sortiment Schuhe	43
Abbildung 25:	Umsatzumverteilung im Sortiment Sportartikel	44
Abbildung 26:	Umsatzumverteilung im Sortiment Spielwaren	46
Abbildung 27:	Lage des Projektstandortes im Regionalplan.....	52

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Aufgabenstellung und Zielsetzung

In der Stadt Neuenburg am Rhein soll in zentraler Lage (Schlüsselstraße 1-9) ein Wohn- und Geschäftshaus errichtet werden. Hierzu beabsichtigt die Stadt die Aufstellung eines Bebauungsplanes, der für das Areal ein Sondergebiet festsetzt.

Im Erdgeschoss des neu zu errichtenden Gebäudes sollen Einzelhandelsnutzungen untergebracht werden, wodurch insgesamt ca. 1.190 m² Verkaufsfläche entstehen. Im Einzelnen sind drei Ladeneinheiten geplant, darunter eine größere Fläche mit ca. 700 m² Verkaufsfläche für einen Bio-Supermarkt, eine mittlere Ladeneinheit für Bekleidung/ Schuhe/ Sport/ Spielwaren (ca. 370 m² VKF) sowie eine kleine Ladeneinheit (ca. 120 m² VKF) für eine Weinhandlung oder Bekleidung/ Schuhe.

Eine wichtige Voraussetzung für die Genehmigung ist der gutachterliche Nachweis der Verträglichkeit i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) bzw. der Übereinstimmung mit den Zielen der Landes-/ Regionalplanung. Dazu sind die Vorgaben des Integrationsgebotes, des Kongruenzgebotes und des Beeinträchtigungsverbotes einzuhalten.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die im weiteren Genehmigungsverfahren als Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen in der Stadt Neuenburg am Rhein sowie in den umliegenden Kommunen. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes im Juni 2017,
- Erhebung der projektrelevanten Wettbewerber in den Sortimenten (Bio-) Lebensmittel und Wein sowie Bekleidung, Schuhe, Sport und Spielwaren im Untersuchungsgebiet im Juni 2017,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

1.3 Rechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO mögliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Neuenburg am Rhein oder in anderen Gemeinden näher untersucht.

Auf der Ebene der Landes- und Regionalplanung sind sowohl die Ziele und Grundsätze der Landesplanung in Baden-Württemberg als auch die Ziele und Grundsätze der Regionalplanung in der Region Südlicher Oberrhein einzubeziehen.

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP)** enthält zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben folgende Zielsetzungen:

Plansatz 3.3.7 „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßobjekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürften i. d. R. nur in

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“
(*Konzentrationsgebot*)

Plansatz 3.3.7.1 „Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich deren zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet.“ (*Kongruenzgebot*)

Plansatz 3.3.7.2 „Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe, noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (*Beeinträchtungsverbot und Integrationsgebot*)

Der **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** vom 21. Februar 2001 gibt Auslegungshinweise zu den Zielen der Raumordnung aus dem LEP 2002. Das Kongruenzgebot und das Beeinträchtungsverbot sind hierbei zentrale Bestandteile der Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten:

- Das Kongruenzgebot besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren errichtet werden dürfen und sich in ihrer Versorgungsfunktion am landes- und regionalplanerisch abgegrenzten Ober-, Mittel- bzw. Nahbereich orientieren sollen. Das Kongruenzgebot wird in der Regel verletzt, wenn mehr als 30 % des Umsatzes eines anzusiedelnden Einzelhandelsgroßbetriebs aus Räumen, die außerhalb des definierten Verflechtungsbereiches liegen, generiert werden; in diesem Fall ist von einer wesentlichen Überschreitung des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs auszugehen. In begründeten Ausnahmefällen kann von dem im Einzelhandelserlass angegebenen 30 %-Wert abgewichen werden.
- Das Beeinträchtungsverbot bestimmt, dass das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Stadt- oder Ortskerne bzw. die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigt werden dürfen. Beeinträchtigungen sind anzunehmen, wenn Umsatzverluste im betreffenden zentralörtlichen Versorgungskern im vorhaben-spezifischen Sortimentsbereich die 10 %-Schwelle (bei innenstadtrelevanten Sortimenten) bzw. die 20 %-Schwelle (bei nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten) überschreiten, da ab diesen Größenordnungen mit Geschäftsaufgaben zu rechnen ist. Die im Einzelhandelserlass genannten Umlenkungsquoten sind dabei als Anhaltswerte zu interpretieren, die vor dem Hintergrund der spezifischen lokalen und regionalen Verhältnisse zu berücksichtigen sind.

Im **Regionalplan Südlicher Oberrhein (1995)** wird die Festlegung der Raumordnung für die Planungsregion zum großflächigen Einzelhandel dargestellt. Der Regionalplan Südlicher Oberrhein orientiert sich stark an den Vorgaben des Landesentwicklungsplans bzw. des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg.

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Im Jahr 2011 ist eine Teilfortschreibung des Regionalplans zum Kapitel Einzelhandelsgroßprojekte in Kraft getreten. Mit der Teilfortschreibung wurden Vorranggebiete für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt, die ausschließlich in innerörtlichen Lagen in den Stadt- und Ortskernen sowie Stadtteilzentren liegen.

Die Verbandsversammlung des Regionalverbands Südlicher Oberrhein hat am 10.12.2010 den Beschluss zur Gesamtfortschreibung des Regionalplans Südlicher Oberrhein gefasst. Am 18.07.2013 hat die Verbandsversammlung den Offenlage-Entwurf festgestellt und die Durchführung des förmlichen Beteiligungsverfahrens beschlossen.

Nach mehr als 6-jährigen Vorberatungen in den politischen Gremien des Regionalverbands, zahlreichen Abstimmungen zwischen Verwaltungen innerhalb und außerhalb der Region sowie zwei umfangreichen Beteiligungsverfahren hat die Verbandsversammlung in der Sitzung am 08.12.2016 den neuen Regionalplan als Satzung beschlossen.

Der Standort des Geschäftsgebäudes liegt innerhalb des regionalplanerisch abgegrenzten Vorranggebiets für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte.

2 Projektplanung

In der Stadt Neuenburg am Rhein ist die Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses in zentraler Lage am Standort Schlüsselstraße 1-9 mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss geplant.

Die Gesamtverkaufsfläche soll insgesamt ca. 1.190 m² betragen und auf drei unterschiedlich große Ladeneinheiten aufgeteilt werden:

- Bio-Supermarkt mit ca. 700 m² VKF.
- Shop mit Sortimenten in den Bereichen Bekleidung/ Schuhe/ Sport/ Spielwaren mit ca. 370 m² VKF.
- Weinhandlung oder Shop mit Bekleidung/ Schuhen (ca. 120 m² VKF).

Abbildung 1: Projektskizze



Quelle: STEG Stadtentwicklung GmbH (17.05.2016)

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Insgesamt ergibt sich aus der noch nicht festgelegten Belegung der Ladeneinheiten ein Prüfrahmen mit folgenden maximalen Verkaufsflächen je Sortiment:

- Nahrungs- und Genussmittel mit max. 820 m² VKF
- Bekleidung mit max. 490 m² VKF
- Schuhe mit max. 490 m² VKF
- Sport mit max. 370 m² VKF
- Spielwaren mit max. 370 m² VKF.

Gemäß „Regionalplan Südlicher Oberrhein“ (Satzungsbeschluss vom 08.12.2016) sind der Bio-Supermarkt und die Weinhandlung als Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment einzustufen. Die weiteren Ladeneinheiten für die Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe, Sport und Spielwaren weisen ein zentrenrelevantes Kernsortiment auf.

Dem Wohn- und Geschäftshaus werden 42 Pkw-Stellplätze in der Metzgerstraße zugeordnet. Zudem werden den Nutzern/ Bewohnern der Obergeschosse 28 Tiefgaragenstellplätze zur Verfügung gestellt.

Das Gebäude soll sowohl nördlich von der Metzgerstraße aus als auch südlich von der Schlüsselstraße zugänglich sein.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

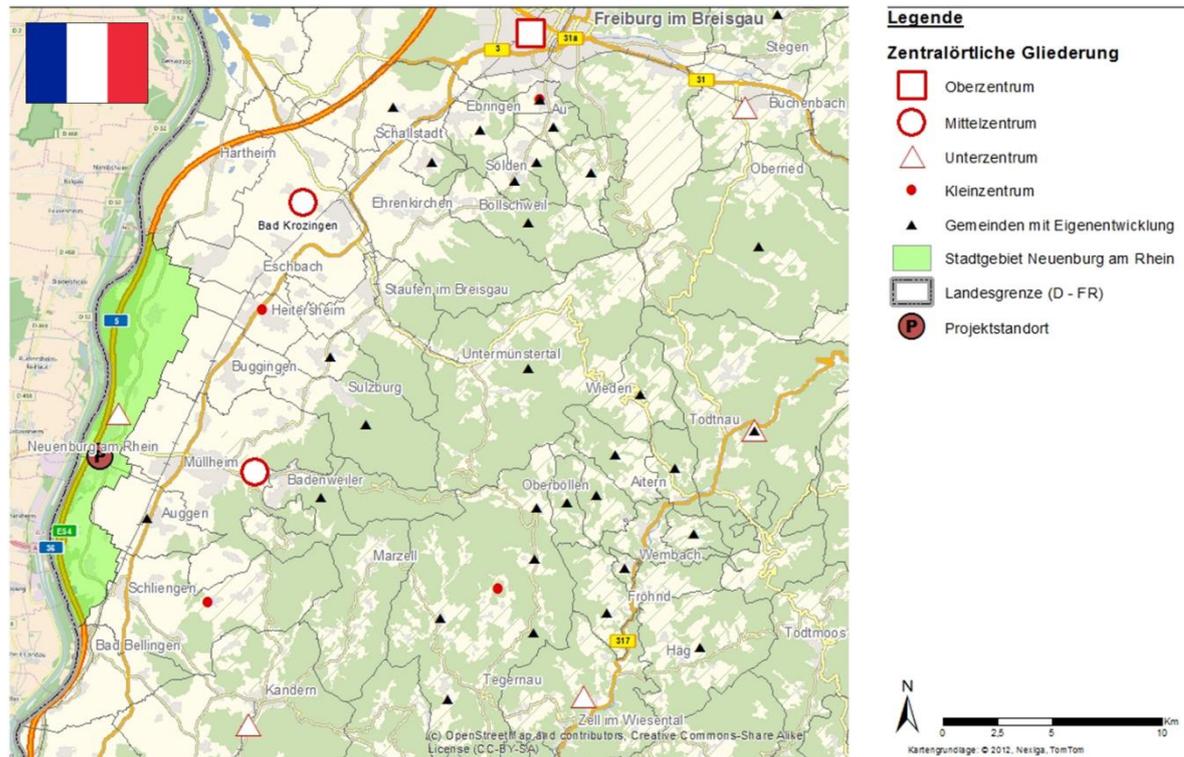
Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Neuenburg am Rhein liegt im Südwesten des Landkreises Breisgau-Hochschwarzwald im Südwesten von Baden-Württemberg.

An die Stadt Neuenburg am Rhein grenzen im Norden Hartheim am Rhein und Eschbach, im Nordosten Heitersheim und Buggingen, im Osten Müllheim (Baden) und Auggen, im Südosten Schliengen und im Süden Bad Bellingen. Zudem grenzt Neuenburg am Rhein durch den Rhein getrennt im Westen (linksrheinisch) an Frankreich. Hier liegen in der Nachbarschaft im Elsass auf der gegenüberliegenden Rheinseite die Gemeinde Chalampé sowie Ottmarsheim und Bantzenheim.

Im Regionalplan des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein wird die Stadt als Unterzentrum ausgewiesen. Als Unterzentrum hat die Stadt Neuenburg am Rhein die Aufgaben, den täglichen und kurzfristigen Bedarf der Bevölkerung im Verflechtungsbereich (Nahbereich) zu decken.

Abbildung 2: Lage der Stadt Neuenburg am Rhein und zentralörtliche Gliederung



Quelle: eigene Darstellung

Die Stadt Neuenburg am Rhein liegt auf der regionalen grenzüberschreitenden Entwicklungsachse zwischen Müllheim und Mulhouse in Frankreich, und nimmt laut Regionalplan eine Brückenkopffunktion zum Elsass ein. Aufgrund dieses grenzüberschreitenden Verflechtungsbereiches und der Bedeutung für gewerbliche Entwicklung kommt der Stadt Neuenburg am Rhein eine wichtige Verflechtungs- und Siedlungsfunktion zu. Der nächste Ort höherer Versorgungsfunktion ist das benachbarte Mittelzentrum Müllheim im Osten. Das nächstgelegene Oberzentrum stellt die Stadt Freiburg im Breisgau (rd. 226.400 Einwohner) im Norden in ca. 40 km Entfernung dar. Mit Ausnahme von Müllheim (ca. 18.660 EW) sind die weiteren Nachbargemeinden Hartheim (ca. 4.910 EW), Eschbach (ca. 2.750 EW), Heitersheim (ca. 6.140 EW), Buggingen (ca. 4.090 EW), Auggen (ca. 2.680 EW), Schliengen (ca. 5.450 EW) und Bad Bellingen (ca. 4.220 EW) kleinere Kommunen mit deutlich weniger Einwohnern als die Stadt Neuenburg am Rhein (ca. 12.080 Einwohner).

Räumliche Gliederung des Stadtgebiets und Bevölkerungsdaten

Die Stadt Neuenburg am Rhein gliedert sich in die Kernstadt sowie die drei Ortschaften Grißheim, Steinenstadt und Zienken. Die Ortschaften liegen ca. vier bis acht Kilometer von der Kernstadt entfernt.

Das gesamte Stadtgebiet Neuenburg am Rhein umfasst 12.081 Einwohner.² Mit einem Bevölkerungsanteil von ca. 68 % lebt der Großteil der Bevölkerung in der Kernstadt.

Abbildung 3: Einwohnerzahlen der Stadt Neuenburg am Rhein nach Ortschaften

Ortschaft	Einwohner	
	abs.	in %
Kernstadt Neuenburg am Rhein	8.258	68
Grißheim	1.459	12
Steinenstadt	1.428	12
Zienken	936	8
Neuenburg am Rhein gesamt	12.081	100

Quelle: Stadt Neuenburg am Rhein; Stand: 31.12.2015, nur Hauptwohnsitze

Neuenburg am Rhein wies in den vergangenen Jahren eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung auf, wobei die Bevölkerungszahl seit dem Jahr 2005 von 11.874 Einwohnern um rd. 2 % angestiegen ist. Hierbei profitiert das Stadtgebiet sowohl von einem positiven Geburtensaldo als auch von einem positiven Wanderungssaldo.

² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015

Das statistische Landesamt Baden-Württemberg prognostiziert in einer einschlägigen Bevölkerungsvorausberechnung auch für die Zukunft eine steigende Bevölkerungszahl für die Stadt Neuenburg am Rhein. Für das Jahr 2030 wird ein Bevölkerungspotenzial von 13.074 Einwohnern prognostiziert.

Erreichbarkeit und Verkehr

Die großräumige verkehrliche Erschließung der Stadt Neuenburg am Rhein erfolgt über die nahegelegene Anschlussstelle (65 Müllheim/ Neuenburg) der Autobahn A 5 (Karlsruhe – Basel). Die kleinräumige und regionale Verkehrserschließung erfolgt über die Bundesstraße B 378 (Müllheim – Route départementale 39 (D 39)), die eine direkte Verkehrsachse in das nächstgelegene Mittelzentrum Müllheim sowie zum französischen Ort Chalampé darstellt.

Im öffentlichen Personennahverkehr wird die Stadt Neuenburg am Rhein durch die Verkehrsbetriebe der Südwestdeutschen Verkehrs-Aktiengesellschaft (SWEG) erschlossen. Das Siedlungsgebiet wird durch zwei Linien (110, 4) mit Anschlussmöglichkeiten nach Freiburg, Kandern, Müllheim und Steinestadt bedient. Das Neuenburger Streckennetz ist dem Regio-Verkehrsverbund Freiburg angegliedert und grenzt im Norden direkt an den Tarifverbund Ortenau.

Ein Anschluss an die Regionalbahn nach Freiburg besteht durch einen Bahnhof am südlichen Stadtrand von Neuenburg. Zudem verkehren Linien von TER Alsace auf der Strecke von Müllheim nach Mulhouse Ville.

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort „Schlüsselstraße 1-9“ ist der Kernstadt von Neuenburg am Rhein zugeordnet. Das Planareal grenzt im Süden an die Schlüsselstraße und im Norden an die Metzgergasse. Westlich des Projektstandortes verläuft die Breisacher Straße und östlich befindet sich der Rathausplatz.

Abbildung 4: Projektareal und Standortumfeld (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Auf dem Planareal befindet sich nach Abriss des ehemals hier befindlichen Gebäudes derzeit eine Ausgrabungsstätte. Das Standortumfeld wird durch einen innerstädtischen Nutzungsmix aus Wohnnutzungen und gewerblichen Nutzungen geprägt. Im direkten Anschluss zum Planareal befinden sich Banken, eine Apotheke, ein Hotel und Gastronomiebetriebe. Auch das Rathaus liegt in direkter Nähe zum Planstandort.

Verkehrliche Situation und Sichtbarkeit des Planstandortes

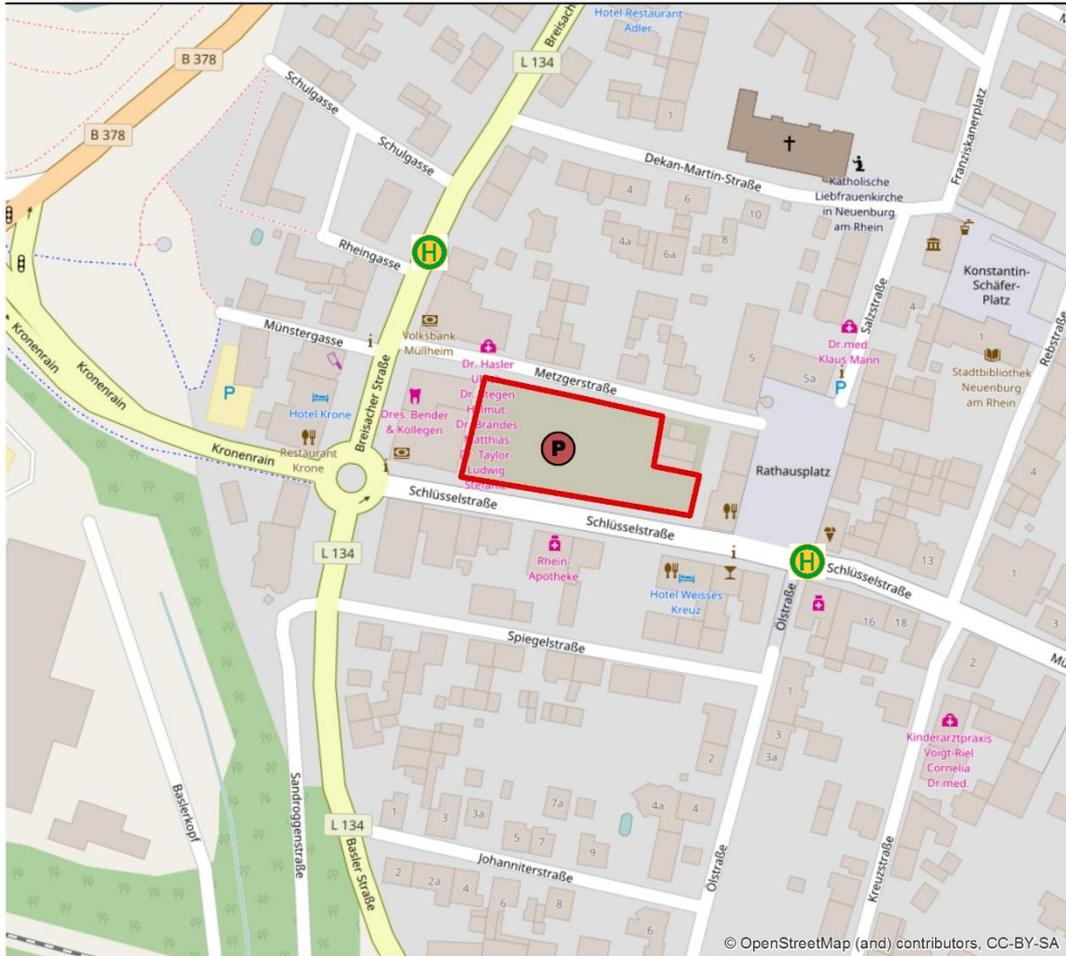
Die verkehrliche Anbindung des Mikrostandortes erfolgt funktionsgerecht über die Schlüsselstraße und die Metzgergasse, die von der Basler Straße/ Breisacher Straße erreichbar sind (L 134). Durch deren direkten Anschluss an die B 378 (Richtung Müllheim) und im weiteren Verlauf der B 378 an die A 5 ist der Mikrostandort gut an das überörtliche Straßennetz angebunden. Die Basler Straße/ Breisacher Straße stellen in Nord-Süd-Richtung die Verbindungsstraße zu den Ortsteilen Grißheim und Zienken im Norden und Steinstadt im Süden dar.

Die fußläufige Erreichbarkeit ist durch straßenbegleitende Fußgängerwege gesichert.

Eine Einbindung in das ÖPNV-Netz ist durch die Bushaltestelle („Rathausplatz“) der Buslinie 110 in fußläufiger Entfernung (rd. 100 Meter) gegeben.

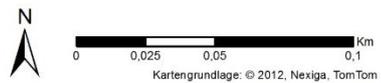
Insgesamt ist der Mikrostandortbereich verkehrlich sehr gut in das Stadtgebiet integriert. Zudem ist die Außenwirkung und Einsehbarkeit des Vorhabenstandortes aufgrund der zentralen Innenstadtlage als gut zu bewerten.

Abbildung 5: Mikrostandort



Mikrostandort

-  Projektstandort
-  Projektgrundstück



Quelle: eigene Darstellung

4 Wettbewerbssituation

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie auf die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen durch das Planvorhaben ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen in Neuenburg am Rhein und in den umliegenden Kommunen notwendig.

Da die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung typgleicher Mitbewerber abhängen, erfolgt im Weiteren eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung der untersuchungsrelevanten Anbieter im Untersuchungsgebiet. Untersucht werden dabei die Stadt Neuenburg am Rhein sowie die an das Stadtgebiet Neuenburg am Rhein angrenzenden Kommunen Hartheim, Eschbach, Heitersheim, Buggingen, Müllheim, Auggen, Schliengen und Bad Bellingen. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben werden zudem die projektrelevanten Angebotsstrukturen des Mittelzentrums Bad Krozingen betrachtet.

Erhoben wurden alle relevanten größeren Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevanten Kernsortimenten im Untersuchungsraum, differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentschwerpunkt. Hierbei wurden die Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport und Spielwaren aufgrund ihrer Reichweite in allen Kommunen des Untersuchungsgebietes erhoben.

Bio-Supermärkte und der spezialisierte Weinhandel konkurrieren nicht nur untereinander, sondern vor allem mit einer Vielzahl „systemfremder“ Wettbewerber. Hierbei sind insbesondere die Betriebsformen des „klassischen“ Lebensmitteleinzelhandels, d. h., die Lebensmitteldiscountmärkte, Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser von Relevanz. Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich daher sowohl auf die vorhandenen Naturkost- und Bio-Lebensmittelmärkte (v. a. Bio-Supermärkte, Naturkostfachgeschäfte, Reformhäuser und Bio-Hofläden) bzw. Weinhändler als auch auf den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel.

Aufgrund ihrer Nahversorgungsrelevanz sind für die Wettbewerbsbetrachtung von Nahrungs- und Genussmitteln im Wesentlichen die Angebotsstrukturen in der Stadt Neuenburg am Rhein von größerer Bedeutung, so dass hier sämtliche Anbieter und in den übrigen Kommunen des Untersuchungsgebietes lediglich die Spezialanbieter von Bio-Lebensmitteln und Wein näher betrachtet werden.

Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Neuenburg am Rhein

Der Einzelhandel in der Stadt Neuenburg am Rhein konzentriert sich im Wesentlichen auf die Innenstadt im Bereich Schlüsselstraße/ Müllheimer Straße sowie auf den Fachmarktstandort in Stadtrandlage im Bereich Max-Schweinlin-Straße/ Müllheimer Straße.

Abbildung 6: Projektrelevante Angebotssituation in Neuenburg am Rhein



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

Innenstadt von Neuenburg am Rhein

Die Innenstadt von Neuenburg am Rhein, die sich in der Kernstadt befindet, beginnt im Westen auf Höhe der Basler/ Breisacher Straße, verläuft entlang der Schlüsselstraße/ Müllheimer Straße und umfasst zudem den Rathausplatz. Der zentrale Versorgungsbereich endet in östlicher Richtung etwa auf Höhe der Bahnhofstraße.

- Im Bereich **Lebensmittel** sind in der Innenstadt nur kleinteilige Geschäfte v. a. des Lebensmittelhandwerks (Café/ Bäckerei Goldberg, Metzgerei Thomann, Bäckerei Heitzmann) sowie ein Spezialanbieter (Gubor Schokoladen Outlet) vorhanden, so dass mit dem Planvorhaben vergleichbare Anbieter (Bio-Supermarkt, Weinhandlung) derzeit nicht in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein ansässig sind.
- In den Sortimenten **Bekleidung, Schuhe und Sport** sind zwei kleinflächige Bekleidungsgeschäfte (Buck Moden und CBR Companies) sowie ein Schuh- und Sportgeschäft (Schuh-Sport-Lamm GmbH) angesiedelt.
- Ein Anbieter von **Spielwaren** ist in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein nicht ansässig.

Abbildung 7: Wettbewerber in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Fachmarktstandort Max-Schweinlin-Straße/ Müllheimer Straße

Am Fachmarktstandort im Osten der Kernstadt sind im Gegensatz zur Innenstadt auch größere Einzelhandelsformate, d. h., Lebensmittelmärkte und Fachmärkte ansässig. Aufgrund der guten Erreichbarkeit per Pkw und eines großzügig dimensionierten Stellplatzangebotes auf eigenen Kundenparkplätzen ist der Fachmarktstandort als Einkaufsstandort auch für Kunden von außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein sehr attraktiv.

- Innerhalb des Fachmarktstandortes sind im projektrelevanten Sortiment **Lebensmittel** die modernen Lebensmittelmärkte Penny (Lebensmitteldiscountmarkt, Müllheimer Str. 40), Rewe (Supermarkt, Max-Schweinlin-Str. 7) und Lidl (Lebensmitteldiscountmarkt, Max-Schweinlin-Str. 5) als Hauptwettbewerber des Planvorhabens lokalisiert.
- Die Sortimente **Bekleidung und Schuhe** werden durch die beiden Fachmärkte Deichmann und Takko in der Max-Schweinlin-Straße repräsentiert.
- Auch innerhalb des Fachmarktstandortes Max-Schweinlin-Straße/ Müllheimer Straße ist kein Anbieter von **Spielwaren** ansässig.

Abbildung 8: Wettbewerber am Fachmarktstandort von Neuenburg am Rhein (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Sonstiges Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein

Im weiteren Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein befinden sich in Streulagen weitere Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevanten Kernsortimenten an siedlungsintegrierten Standorten in der Kernstadt von Neuenburg am Rhein.

- Im **Lebensmittelbereich** ist auf die beiden Lebensmittelmärkte Aldi (Lebensmitteldiscountmarkt, Colmarer Str. 5) und Edeka (Supermarkt, Friedrich-Hecker-Weg 1) im nördlichen Stadtgebiet hinzuweisen. Zudem sind in der Müllheimer Straße ein Mix-Markt sowie der türkische Lebensmittelmarkt Doganay Market angesiedelt.
- In der Müllheimer Straße befinden sich zudem im Sortiment **Bekleidung** die Filialisten NKD, Zeeman und Kik sowie ein inhabergeführtes Wäschegeschäft.
- Das Sortiment **Spielwaren** wird in Neuenburg am Rhein bisher nur in sehr geringem Umfang als Randsortiment in einem kleinen Geschäft in der nördlichen Breisacher Straße angeboten.

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Abbildung 9: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in der Stadt Neuenburg am Rhein

Standort:	Nahrungs- und Genussmittel ¹		Bekleidung		Schuhe		Sport		Spielwaren	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Neuenburg am Rhein, davon	5.900	32,5	2.215	4,1	790	1,9	--	--	--	--
<i>Innenstadt</i>	210	1,4	470	1,3	250	0,8	--	--	--	--
<i>Fachmarktstandort</i>	3.240	16,4	550	0,9	540	1,1	--	--	--	--
<i>Sonstiges Stadtgebiet</i>	2.450	14,7	1.195	1,9	--	--	--	--	--	--

¹ inkl. Non-Food-Sortimente der Nahversorgungsmärkte
 -- < 50 m², < 0,1 Mio. €
 Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2017

4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein

Außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein sind insbesondere die Nachbarkommunen Hartheim, Eschbach, Heitersheim, Buggingen, Müllheim, Auggen Schliengen und Bad Bellingen untersuchungsrelevant. Wie eingangs des Kapitels erwähnt, werden aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben zudem die projektrelevanten Angebotsstrukturen des Mittelzentrums Bad Krozingen betrachtet.

4.2.1 Stadt Müllheim

Das benachbarte Mittelzentrum Müllheim (ca. 18.600 Einwohner) befindet sich nur 6 km östlich von Neuenburg am Rhein und ist mit einem umfangreiches Angebot in den untersuchten Sortimentsbereichen als einer der Hauptwettbewerbsstandorte des Planvorhabens zu bewerten.

Die Mehrheit der projektrelevanten Geschäfte ist innerhalb der **Innenstadt von Müllheim** lokalisiert, wo entlang der Werderstraße und der Wilhelmstraße, im Süden durch die Hauptstraße begrenzt, der zentraler Versorgungsbereich der Stadt Müllheim abgegrenzt wird.³ Die höchste Angebotsvielfalt findet sich entlang der Werderstraße und der Wilhelmstraße. In der Hauptstraße sind dagegen nur noch vereinzelt Anbieter verortet.

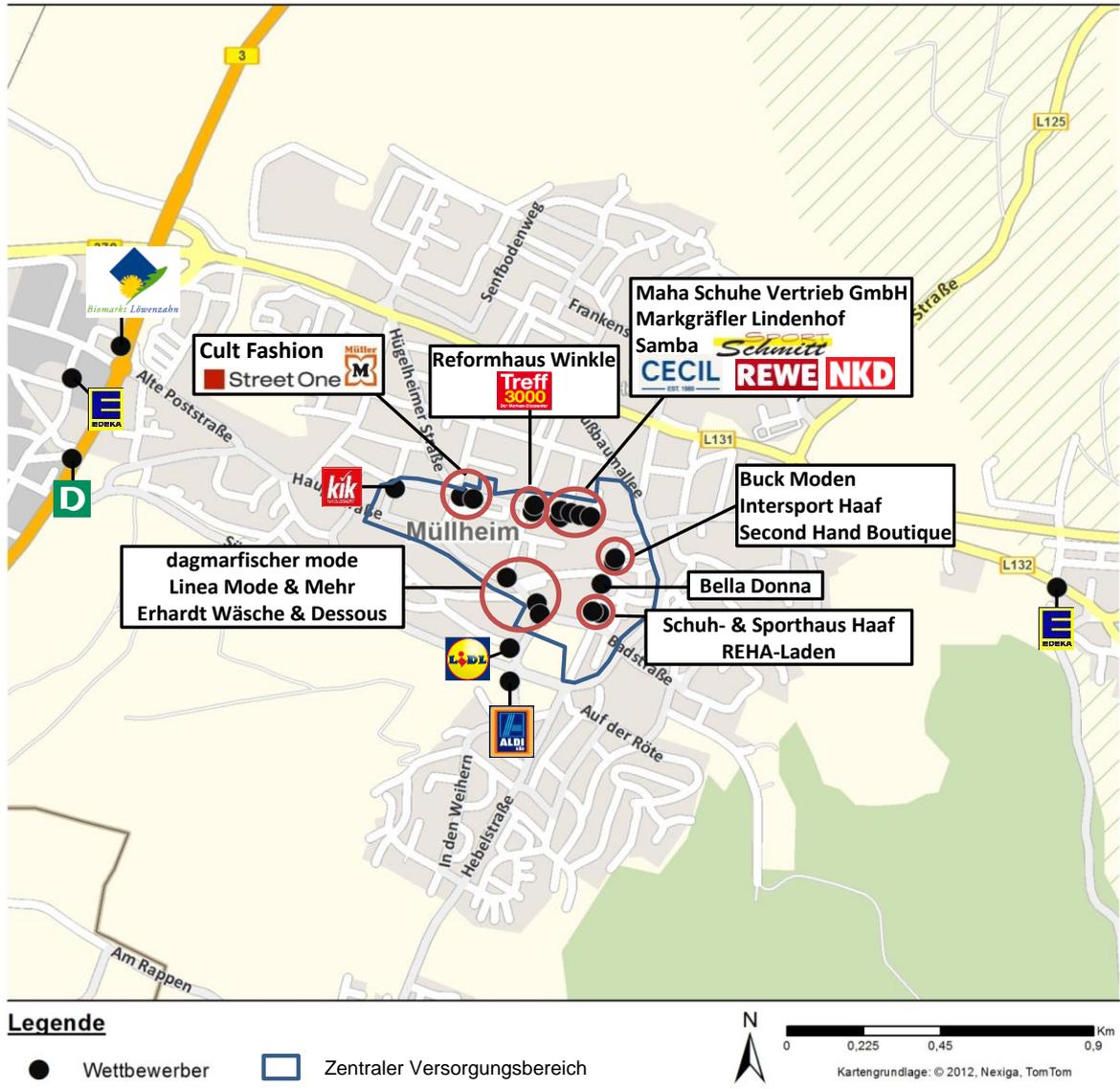
Im Bereich Bekleidung weist die Innenstadt Angebote inhabergeführter Fachgeschäfte und mehrerer Filialisten (Kik, NKD, Cecil etc.) auf. Zudem sind zwei Schuhfachgeschäfte in der Innenstadt angesiedelt. Im Bereich Sport sind die Anbieter Intersport und Sport Schmitt zu nennen. Als Magnetbetriebe für die Innenstadt fungieren vor allem ein Supermarkt Rewe sowie das Drogeriekaufhaus Müller, in dem als Randsortiment auf einer umfangreicheren Verkaufsfläche Spielwaren angeboten werden. Zudem befindet sich ein kleineres Spielwarengeschäft in der Wilhelmstraße. In den Bereichen Bio-Lebensmittel und Wein sind zudem ein Reformhaus sowie der Markgräfler Lindenhof mit Weinverkauf in der Werderstraße zu nennen.

Der zentrale Versorgungsbereich ist in seiner Gesamtheit als stabil und langfristig marktfähig einzustufen.

In der Stadt ist darüber hinaus in autokundenorientierter Lage an der Bundesstraße ein kleinflächiger moderner **Biomarkt Löwenzahn** mit angegliederter Bäckerei/ Café angesiedelt. An der Bundesstraße befindet sich darüber hinaus im Sortimentsbereich **Schuhe** der Schuhfachmarkt Deichmann.

³ Der Zentrale Versorgungsbereich wird im Einzelhandelskonzept der Stadt Müllheim abgegrenzt. Quelle: Gutachten als Grundlage für das Märkte- und Zentrenkonzept für die Stadt Müllheim, Acocella, 2009.

Abbildung 10: Hauptwettbewerber in Müllheim



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

4.2.2 Gemeinde Auggen

Die kleine Gemeinde Auggen grenzt ebenfalls östlich an die Stadt Neuenburg am Rhein und verfügt entsprechend ihrer Einwohnerzahl im relevanten Sortimentsbereich nur über einen Lebensmittelmarkt des Anbieters Netto in Streulage an der Sonnenberghalle. Zudem befindet sich ein Weinhändler in der Ortsmitte. Es ist davon auszugehen, dass sich die rd. 2.600 Einwohner der Gemeinde Auggen im Wesentlichen auf die Angebote des benachbarte Mittelzentrums Müllheim und nachgeordnet auch auf die der Stadt Neuenburg am Rhein orientieren.

4.2.3 Gemeinde Schliengen

Die Gemeinde Schliengen mit einer Einwohnerzahl von knapp über 5.000 Personen im Süden von Neuenburg am Rhein weist im Hauptort Schliengen an einem Fachmarktstandort einige Filialisten in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und Bekleidung (AWG Mode-Center) auf. In der Markgräfler Winzergenossenschaft findet zudem Weinverkauf statt. In der Ortsmitte, die entlang der Eisenbahnstraße verläuft, sind zwei kleinflächige Bekleidungsanbieter (NKD, Textil Brombacher) untersuchungsrelevant.

Abbildung 11: Hauptwettbewerber in Schliengen



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

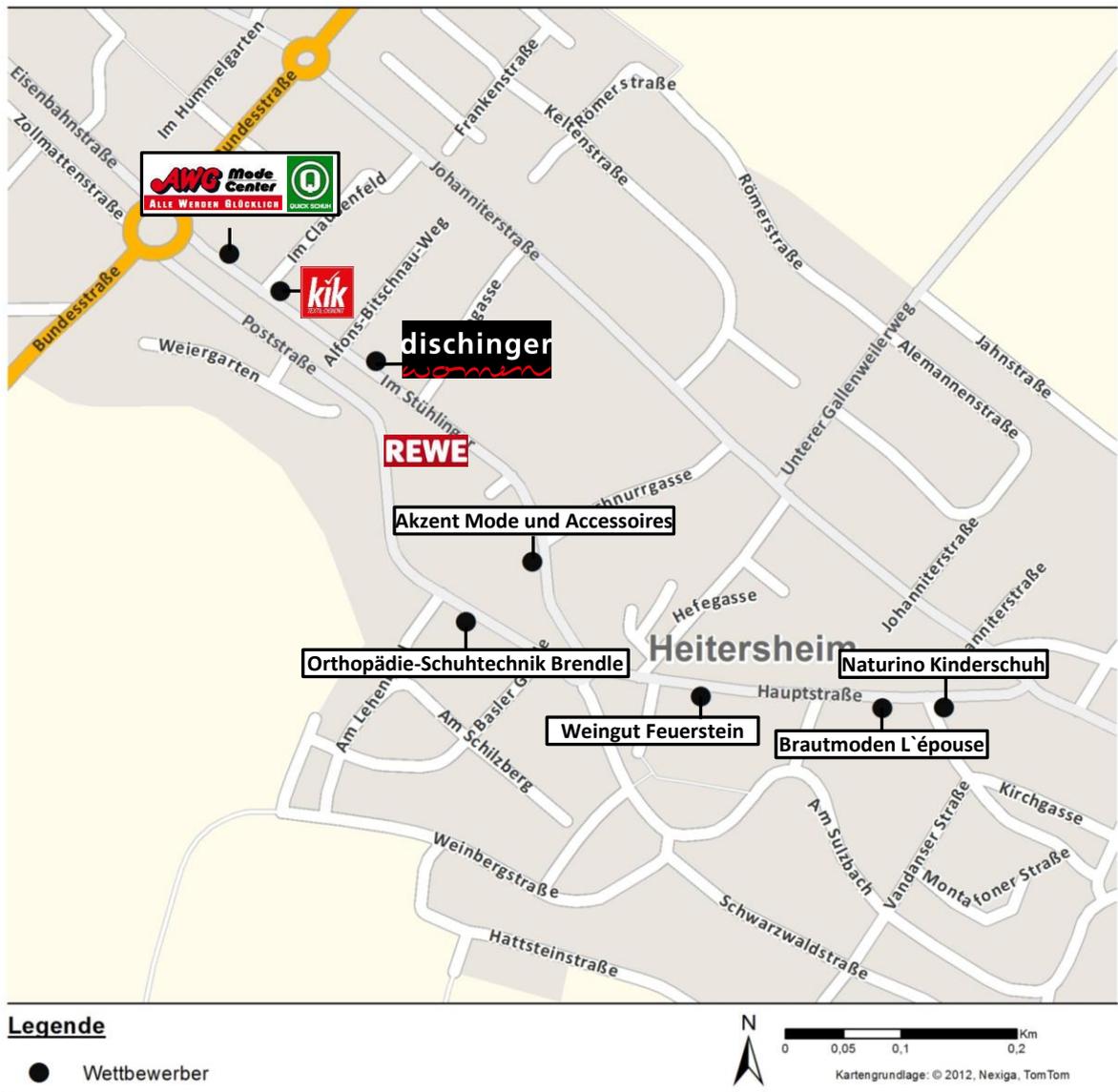
4.2.5 Gemeinde Buggingen

In der nördlich von Neuenburg am Rhein gelegenen Gemeinde Buggingen mit ca. 4.000 Einwohnern beschränkt sich das Angebot mit einem Edeka-Markt auf die Nahversorgung.

4.2.6 Stadt Heitersheim

In der Stadt Heitersheim im Norden von Neuenburg am Rhein mit rd. 6.000 Einwohnern ist ein umfangreicheres projektrelevantes Einzelhandelsangebot in den Bereichen Bekleidung und Schuhe zu finden.

Abbildung 13: Hauptwettbewerber in Heitersheim



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Hier sind mit AWG Mode, Quick Schuh und Kik die größten Einzelhandelsbetriebe mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben innerhalb des Fachmarktstandortes „Im Stühlinger“ lokalisiert.

In der Ortsmitte, die sich im Anschluss an das Fachmarktzentrum entlang der Straße Im Stühlinger bis zur Hauptstraße erstreckt, befinden sich ein modernes Modehaus und weitere Spezialgeschäfte (Brautmode, Kinderschuhe, Orthopädiesschuhe, Weinhändler).

4.2.7 Gemeinden Eschbach und Hartheim am Rhein

Die nördlich von Neuenburg am Rhein gelegenen Gemeinden Eschbach und Hartheim am Rhein weisen in den relevanten Sortimentsbereichen mit jeweils unter 5.000 Einwohnern kein eigenes Einzelhandelsangebot auf. Aufgrund der räumlichen Nähe wird für diese Gemeinden vor allem die Stadt Bad Krozingen wesentliche Versorgungsfunktionen übernehmen.

4.2.8 Stadt Bad Krozingen

Die ca. 19 km nördlich von Neuenburg am Rhein gelegene Stadt Bad Krozingen (ca. 18.700 Einwohner) stellt gemeinsam mit Staufen im Breisgau ein Mittelzentrum dar und weist ein umfassendes Angebot in den untersuchten Sortimentsbereichen auf.

Der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Bad Krozingen wird im Norden durch den Kreuzungsbereich Bahnhofstraße/ Staufener Straße begrenzt und im Osten durch den Kreuzungsbereich Freiburger Straße/ Basler Straße/ Staufener Straße. Im Süden verläuft die Grenze entlang der Eichendorffstraße bis zur Hofstraße.⁴

Im Bereich Bekleidung halten neben kleinteiligen, inhabergeführten Fachgeschäften bundesweit agierende Filialisten (z. B. NKD, Cecil, Street One, Ernsting´s Family) ein umfangreiches Angebot vor. Als Einkaufsmagnet fungiert neben den Bekleidungsanbietern das Schuhhaus Würtenerger an exponierter Lage im zentralen Versorgungsbereich von Bad Krozingen. Im Bereich Schuhe ist weiterhin auf den Anbieter Deichmann und kleinere Fachanbieter hinzuweisen.

Sportartikel halten der Anbieter Fairplay Sportswear + Equipment (Intersport) und ein weiteres Fachgeschäft (Textil + Sport Bleile) in der Innenstadt vor.

Das Sortiment Spielwaren ist in zwei kleineren Fachgeschäften im zentralen Versorgungsbereich zu erhalten; zudem führt das Drogeriekaufhaus Müller Spielwaren als Randsortiment.

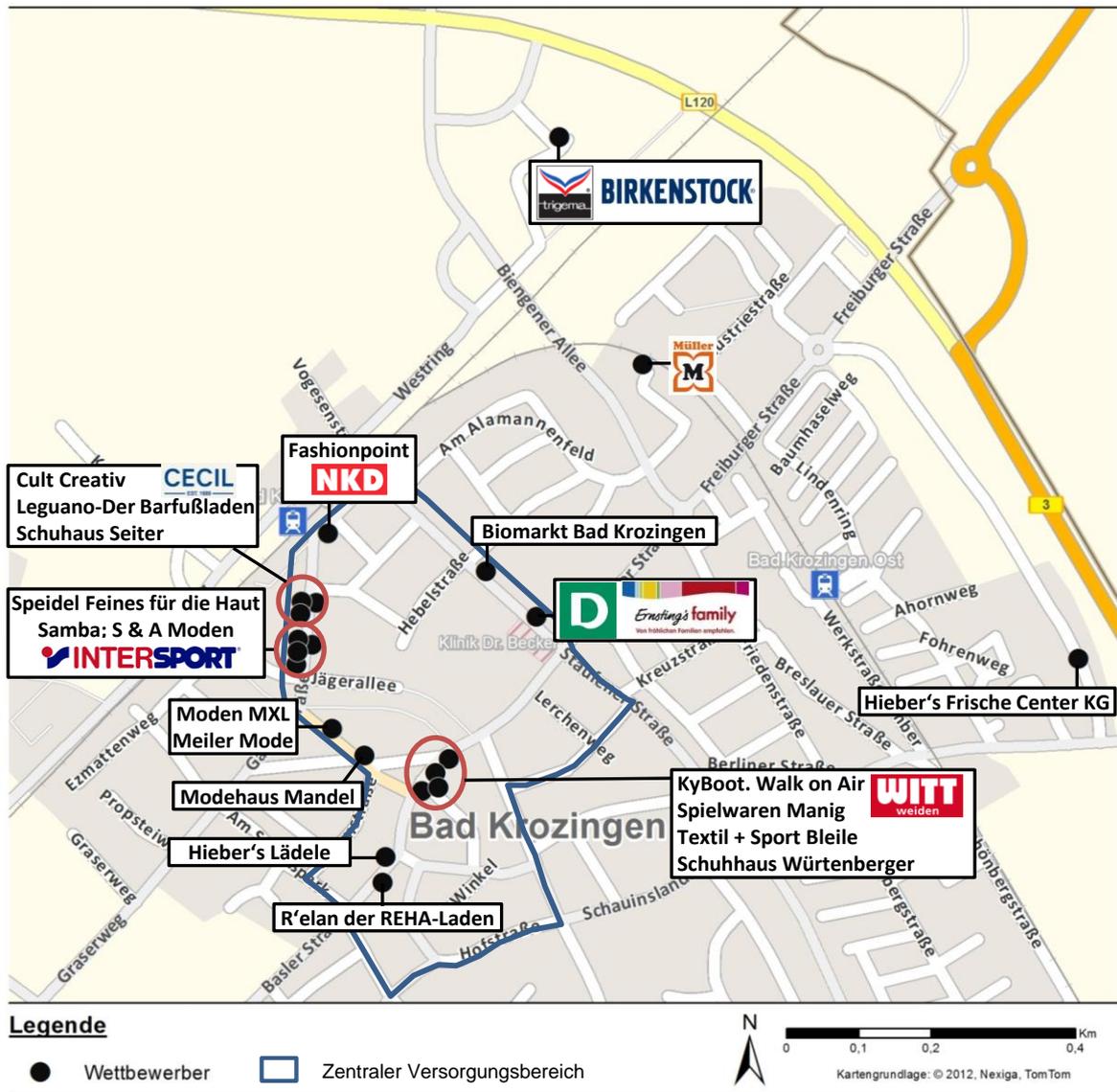
⁴ Vgl. GMA (2011): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bad Krozingen. Band A Einzelhandelskonzept, S. 66.

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Im Bereich Bio-Lebensmittel ist auf das Geschäft Hieber's Läden, einem Anbieter von regionalen und Bio-Produkten, und den Biomarkt Bad Krozingen in der Staufener Straße hinzuweisen.

Außerhalb der Innenstadt ist zudem im nördlichen Kernstadtbereich ein Fachmarktstandort mit den Anbietern Trigema und Birkenstock angesiedelt.

Abbildung 14: Hauptwettbewerber in Bad Krozingen



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

Auswirkungsanalyse • Wohn- und Geschäftsgebäude • Neuenburg am Rhein

Abbildung 15: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in den Umlandkommunen von Neuenburg am Rhein ¹

Standort:	Nahrungs- und Genussmittel ²		Bekleidung		Schuhe		Sport		Spielwaren	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Stadt Müllheim, davon	550	2,3	2.650	6,3	1.190	2,6	655	1,6	280	1,0
<i>Innenstadt</i>	150	0,6	2.650	6,3	1.190	2,6	655	1,6	280	1,0
<i>Sonstige Lagen</i>	400	1,7	--	--	--	--	--	--	--	--
Gemeine Schliengen, davon	100	0,3	1.130	1,8	--	--	--	--	--	--
<i>Ortsmitte</i>	--	--	450	0,7	--	--	--	--	--	--
<i>Sonstige Lagen</i>	100	0,3	680	1,1	--	--	--	--	--	--
Gemeinde Bad Bellingen	--	--	220	0,7	80	0,2	--	--	--	--
Stadt Heitersheim, davon	--	--	2.370	5,0	465	1,1	--	--	--	--
<i>Ortsmitte</i>	--	--	880	2,6	145	0,5	--	--	--	--
<i>Sonstige Lagen</i>	--	--	1.490	2,3	320	0,7	--	--	--	--
Stadt Bad Krozingen, davon	490	2,0	2.590	7,2	1.420	3,2	550	1,3	480	1,6
<i>Innenstadt</i>	490	2,0	2.590	7,2	1.320	3,0	300	0,7	480	1,6
<i>Sonstige Lagen</i>	--	--	--	--	100	0,2	250	0,5	--	--

¹ Die Gemeinden Auggen, Buggingen, Eschbach und Hartheim am Rhein weisen in den projektrelevanten Sortimenten jeweils weniger als 50 m² VKF bzw. weniger als 0,1 Mio. € Umsatz auf.

² außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein wurden bei Nahrungs- und Genussmitteln nur Spezialanbieter von Bio-Lebensmitteln und Wein berücksichtigt.

-- < 50 m², < 0,1 Mio. €

Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2017

4.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse

Zusammenfassend ergibt sich aus der Wettbewerbsanalyse folgendes Fazit:

- Das projektrelevante Einzelhandelsangebot der Stadt Neuenburg am Rhein konzentriert sich im Wesentlichen auf die Kernstadt. In den dörflich geprägten Ortsteilen im Norden und Süden der Kernstadt ist dagegen nur ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden, der sich auf einzelne Angebote des Lebensmittelhandwerks beschränkt.
- In der Stadt Neuenburg am Rhein gibt es derzeit keinen Bio-Supermarkt, so dass das Bio-Segment derzeit ausschließlich von den Lebensmittelmärkten Rewe, Edeka, Lidl, Aldi und Penny vorgehalten wird.
- In den projektierten Sortimenten Bekleidung und Schuhe ist im Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein auf einzelne inhabergeführte Fachgeschäfte und Fachmärkte hinzuweisen. Ein größerer Einzelhandelsbetrieb mit höherer Ausstrahlungskraft und Kundenfrequenz, der für die gesamte Innenstadt eine Magnetfunktion übernehmen könnte, fehlt derzeit in Neuenburg am Rhein.
- Das Sortiment Spielwaren wird in Neuenburg am Rhein bisher nur in sehr geringem Umfang als Randsortiment in einem kleinen Geschäft in der nördlichen Breisacher Straße angeboten.
- Auch Sportartikel sind derzeit lediglich als Randsortiment vertreten (Sportschuhe in Schuhfachgeschäften- und -märkten, Aktionsware der Lebensmittelmärkte).
- Innerhalb des Untersuchungsgebietes konzentrieren sich die projektrelevanten Angebotsstrukturen im Wesentlichen auf die beiden Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen. Somit übernehmen diese Mittelzentren nicht nur Versorgungsfunktionen für die eigene Stadtbevölkerung, sondern auch für die umliegenden Städte und Gemeinden – inklusive Neuenburg am Rhein. Gleichzeitig sind diese beiden Mittelzentren auch als Hauptwettbewerbsstandorte des Planvorhabens zu bewerten.

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

5.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst den Raum, aus dem dieser den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch einen hohen Marktanteil erreicht. Es markiert somit denjenigen städtischen Teilraum, in dem das Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung übernimmt.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,¹
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Für die Einzugsgebietsabgrenzung des geplanten Wohn- und Geschäftshauses in Neuenburg am Rhein sind darüber hinaus insbesondere folgende Aspekte rahmengebend:

- Durch die zentrale Lage des Planareals in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein sind Verbundeffekte mit dem bestehenden innerstädtischen Geschäftsbereich zu erwarten.
- Im Hinblick auf das zu erwartende Sortiments- und Betriebstypenangebot stellt das Planvorhaben eine Stärkung und Weiterentwicklung des Innenstadtangebotes dar.

¹ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

- Für das Planvorhaben kann eine Verfestigung der Ausstrahlungskraft der Innenstadt unterstellt werden. Aufgrund der projektierten Größe der Verkaufsfläche ist allerdings keine räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes zu prognostizieren.

Von entscheidender Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes sind somit die Ausstrahlung (Größe) des Vorhabens sowie die Wettbewerbssituation. So ist nicht davon auszugehen, dass das Planvorhaben mit ca. 1.190 m² Verkaufsfläche und einem großen Anteil im nahversorgungsrelevanten Sortiment eine Ausstrahlungskraft entfalten wird, die deutlich über das Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein hinausreicht. Die oben dargestellte Wettbewerbssituation in den Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen schränkt das Einzugsgebiet zusätzlich ein, so dass von einem Einzugsgebiet ausgegangen werden kann, das sich im Wesentlichen auf das **Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein mit rd. 12.080 Einwohnern** konzentriert.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Berufspendler aus dem erweiterten Umland und (Einkaufs-) Touristen (v. a. aus Frankreich). Die Umsätze mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „diffuse Umsatzzuflüsse“ berücksichtigt, da das Planvorhaben hier nur geringe Marktanteile erzielen kann, die deutlich unter dem Marktanteil im Einzugsgebiet liegen werden.

5.2 Relevantes Nachfragevolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet

Das projektbezogene Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation

- der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit
- den branchenspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben,
- gewichtet mit der standortbezogenen Kaufkraftkennziffer.

Der bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabebetrag für den gesamten Einzelhandel i. e. S. nach den Berechnungen der BBE-Marktforschung für das Jahr 2016 rd. 6.235 €. Untersuchungsrelevant ist hiervon ein durchschnittlicher Pro-Kopf-Ausgabebetrag von rd. 3.126 €, der sich wie folgt auf die relevanten Sortimente verteilt:

■ Nahrungs- und Genussmittel	rd. 2.308 €
■ Bekleidung / Wäsche	rd. 528 €
■ Schuhe (ohne Sportschuhe)	rd. 97 €
■ Sport-/Campingartikel	rd. 98 €
■ Spielwaren	rd. 95 €

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Gemeindegröße das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen in Deutschland an, das für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer von Neuenburg am Rhein liegt bei 101,8 und ist somit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Das projektrelevante Kaufkraftpotenzial erreicht im Einzugsgebiet eine Größenordnung von insgesamt rd. 38,5 Mio. €.

Abbildung 16: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Sortimente	Kaufkraft
	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28,4
Bekleidung/ Wäsche	6,5
Schuhe / Lederwaren	1,2
Sport-/ Campingartikel	1,2
Spielwaren	1,2
Summe	38,5

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2016; Werte gerundet.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzzulenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Stadt Neuenburg am Rhein und im weiteren Umland sowie der marktüblichen Attraktivität des Planvorhabens wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung für die geplanten Einzelhandelsbetriebe anhand realisierbarer Marktanteile (Kaufkraftbindung bzw. Abschöpfungsquote) innerhalb des Einzugsgebietes ermittelt. Hierbei hängt die Umsatzerwartung des Planvorhabens zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

6.1.1 Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln

Im Rahmen des Planvorhabens wird die Ansiedlung eines Bio-Supermarktes (ca. 700 m² VKF) und einer Weinhandlung (ca. 120 m² VKF) diskutiert. Die projektierte Gesamtverkaufsfläche liegt bei diesen beiden Betrieben bei max. 820 m². Hiervon entfällt der überwiegende Verkaufsflächenanteil auf die Nahrungs- und Genussmittel und ein untergeordneter Verkaufsflächenanteil auf Non-Food-Sortimente. Bei den Non-Food-Sortimenten, die im Wesentlichen auf den Bio-Supermarkt entfallen werden, handelt es sich vor allem um Bio-/ Ökotextilien (z. B. aus Bio-Wolle oder nachhaltiger Baumwoll-Landwirtschaft), einzelne Artikelposten im Bereich Haushaltswaren (z. B. Körnermühlen, Mörser und Stößel, Kochbestecke aus ökologisch-nachhaltiger Forstwirtschaft), Wohnaccessoires und Dekorationsartikel aus nachhaltigen, langlebigen Materialien und Rohstoffen sowie themenbezogene Bücher, Zeitschriften und Papierwaren.

Mit einem Marktanteil von ca. 10 % werden der geplante Bio-Supermarkt und die geplante Weinhandlung eine ergänzende nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Bevölkerung der Stadt Neuenburg am Rhein übernehmen. Mit ca. 2,8 Mio. € bzw. ca. 80 % wird der Großteil des lebensmittelbezogenen Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Neuenburg am Rhein generiert.

Der Anteil der diffusen Umsätze dürfte bei ca. 20 % des lebensmittelbezogenen Umsatzes liegen. Der Anteil dieser Streuumsätze wird sich voraussichtlich zur Hälfte durch Kaufkraftzuflüsse aus den deutschen Nachbarkommunen (ca. 0,4 Mio. €) und zu ca. 50 % durch Kaufkraftzuflüsse aus Frankreich (ca. 0,4 Mio. €) zusammensetzen.

Unter Berücksichtigung der Non-Food-Sortimente werden der projektierte Bio-Supermarkt und die projektierte Weinhandlung einen Gesamtumsatz von ca. 3,8 Mio. € erwirtschaften.

Der geplante Bio-Supermarkt (ca. 700 m² Verkaufsfläche) erreicht mit einem Gesamtumsatz von ca. 3,2 Mio. € am Planstandort eine durchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 4.600 € je m² Verkaufsfläche. Bei der Weinhandlung errechnet sich bei einer geplanten Verkaufsfläche von ca.

120 m² und einem Umsatz von ca. 0,6 Mio. € eine Flächenleistung von ca. 5.000 € je m² Verkaufsfläche.

Abbildung 17: Umsatzerwartung des Bio-Supermarktes und der Weinhandlung

Umsatzherkunft	Kaufkraftpotenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neuenburg am Rhein	28,4	10	2,8	80
diffuse Umsätze, davon	./.	./	0,8	20
■ aus Deutschland	./.	./	0,4	10
■ aus Frankreich	./.	./	0,4	10
Summe Nahrungs- und Genussmittel	./.	./.	3,6	100
Non-Food-Sortimente	./.	./	0,2	./.
Summe	./.	./.	3,8	./.

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.1.2 Einzelhandel mit Bekleidung

Für die ergänzenden Nutzungen innerhalb des Wohn- und Geschäftshauses ist zudem die Ansiedlung von Bekleidungsanbietern geplant. Für das Sortiment Bekleidung ist bei vollständiger Ausschöpfung der maximal zulässigen Verkaufsfläche von 490 m² ein Umsatz von rd. 1,2 Mio. € zu prognostizieren. Somit würde auf dieser Fläche eine Flächenproduktivität von max. 2.450 €/ m² Verkaufsfläche erreicht.

Bei den geplanten Bekleidungsanbietern ist davon auszugehen, dass diese ihre Umsätze zu etwa drei Vierteln mit Kunden aus der Stadt Neuenburg am Rhein (ca. 1,0 Mio. €) generieren werden. Die restlichen 25 % des Umsatzes werden durch sporadische Einkäufe (rd. 0,2 Mio. €) im Wesentlichen mit Kunden aus den Nachbarkommunen und dem grenznahen Frankreich erwirtschaftet.

Abbildung 18: Umsatzerwartung der Bekleidungsanbieter

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz- anteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neuenburg am Rhein	6,5	15	1,0	75
diffuse Umsätze, davon	./.	/	0,2	25
■ aus Deutschland	./.	/	0,1	10
■ aus Frankreich	./.	/	0,1	15
Summe	./.	./.	1,2	./.

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.1.3 Einzelhandel mit Schuhen

Auf der nach dem vorgesehenen Bebauungsplan für das Sortiment Schuhe zulässigen Verkaufsfläche von max. 490 m² Verkaufsfläche kann am Planstandort eine maximale Umsatzleistung von rd. 0,8 Mio. € generiert werden. Somit würde eine Flächenproduktivität von rd. 1.630 € je m² Verkaufsfläche erreicht, so dass ein Schuhfachmarkt am Standort nach eigener Prognose nur eine Umsatzgröße erreichen kann, die den unteren Branchendurchschnittswerten entspricht.

Abbildung 19: Umsatzerwartung im Sortiment Schuhe

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz- anteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neuenburg am Rhein	1,2	40	0,5	60
diffuse Umsätze, davon	./.	/	0,3	40
■ aus Deutschland	./.	/	0,2	25
■ aus Frankreich	./.	/	0,1	15
Summe	./.	./.	0,8	./.

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.1.4 Einzelhandel mit Sportartikeln

Im Rahmen des Planvorhabens ist für Sportartikel eine maximale Verkaufsfläche von 370 m² vorgesehen. Realistische Marktanteile unterstellt, kann aus dem Einzugsgebiet, d. h. aus der Stadt Neuenburg, ein Umsatz von rd. 0,4 Mio. € erzielt werden. Hinzu kommen weitere Umsätze insbesondere mit Kunden aus den Nachbarkommunen und aus dem grenznahen Frankreich, so dass in diesem Sortiment ein Gesamtumsatz von ca. 0,7 Mio. erreicht werden kann. Die prognostizierte Flächenproduktivität von rd. 1.890 € je m² Verkaufsfläche liegt im Durchschnitt dieser Betriebsform.

Abbildung 20: Umsatzerwartung im Sortiment Sportartikel

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz- anteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neuenburg am Rhein	1,2	35	0,4	60
diffuse Umsätze, davon	./.	./	0,3	40
■ aus Deutschland	./.	./	0,2	25
■ aus Frankreich	./.	./	0,1	15
Summe	./.	./.	0,7	./.

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.1.5 Einzelhandel mit Spielwaren

Für den Spielwarenanbieter mit bis zu 370 m² Verkaufsfläche wird ebenfalls ein jährliches Umsatzvolumen von rd. 0,7 Mio. € erwartet. Dies entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 1.890 € je m² Verkaufsfläche – eine Größenordnung, die unterhalb des Branchendurchschnitts bei Spielwaren liegt.

Wie bei dem geplanten Schuh- und Sportfachmarkt ist auch bei dem projektierten Spielwarenanbieter zu erwarten, dass ein größerer Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein generiert wird.

Abbildung 21: Umsatzerwartung im Sortiment Spielwaren

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bindungsquoten in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz- anteil in %
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Neuenburg am Rhein	1,2	30	0,4	60
diffuse Umsätze, davon	./.	./	0,3	40
■ aus Deutschland	./.	./	0,2	25
■ aus Frankreich	./.	./	0,1	15
Summe	./.	./.	0,7	./.

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.2 Umsatzzumlenkungseffekte

Im vorherigen Kapitel wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im Einzugsgebiet des Planvorhabens ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben gegenüber Wettbewerbsstandorten induzierten Umverteilungseffekte relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn durch die Realisierung entsteht nicht mehr Kaufkraft, sondern diese wird lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt.²

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatz-Umverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass insbesondere für den geplanten Bio-

² Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnaher Standorte) getroffen.

Supermarkt als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Wettbewerbsbetriebe anzusehen sind.

- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Somit sind Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber.

Auf der Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei der Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der Modellrechnung zu den zu erwartenden Auswirkungen dargestellt.

Wie bereits dargelegt, verstehen sich die nachfolgenden Betrachtungen als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen und eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens und damit die denkbar stärksten Auswirkungen zugrunde gelegt.

Die Umlenkungseffekte werden im Folgenden summarisch nach Sortimenten dargestellt.

6.2.1 Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Die geplanten Lebensmittelbetriebe, d. h., der projektierte Bio-Supermarkt und die Weinhandlung, werden mit ca. 2,9 Mio. € den Großteil ihres Umsatzes durch Umsatzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Wettbewerbern innerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein generieren. Dies entspricht einer Umsatzreduzierung bei den hier ansässigen untersuchungsrelevanten Anbietern in Höhe von durchschnittlich max. 9 % des derzeitigen Umsatzes.

Da in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein, in dem sich das Planvorhaben befindet, nur wenige kleinteilige Lebensmittelanbieter und kein strukturprägender Nahversorgungsbetrieb ansässig sind, ist hier nur eine Umsatzumverteilung in Höhe von max. 0,1 Mio. € zu erwarten, was max. 5 % des derzeitigen Umsatzes entspricht.

Abbildung 22: Umsatzumverteilung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz ¹	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz ¹	in Mio. €
Stadt Neuenburg am Rhein, davon	32,5	9	2,9
Innenstadt	1,4	5	0,1
Fachmarktstandort	16,4	9	1,6
Sonstiges Stadtgebiet	14,7	8	1,2
Stadt Müllheim, davon	2,3	4	0,1
Innenstadt	0,6	3	< 0,1
Sonstiges Stadtgebiet	1,7	5	0,1
Gemeinde Schliengen, davon	0,3	< 1	< 0,1
Ortsmitte	< 0,1	< 1	< 0,1
Sonstiges Gemeindegebiet	0,3	< 1	< 0,1
Stadt Bad Krozingen, davon	2,0	4	0,1
Innenstadt	2,0	4	0,1
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,7
Gesamt	./.	./.	3,8

¹ Lebensmittelmärkte (inkl. Non-Food-Sortimente); außerhalb von Neuenburg am Rhein nur Spezialanbieter für Bio-Lebensmittel und Wein
 Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

Da sich die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte außerhalb der Innenstadt befinden, sind hier höhere Umverteilungsquoten zu erwarten. Diese liegen am Fachmarktstandort bei max. 9 % bzw. 1,6 Mio. € des derzeitigen Umsatzes sowie im sonstigen Stadtgebiet bei max. 8 % bzw. max. 1,2 Mio. € des derzeitigen Umsatzes.

Gegenüber allen sonstigen Anbietern nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Neuenburg am Rhein werden sich einzelbetrieblich kaum zu quantifizierende Umsatzeinbußen einstellen, so dass Gefährdungen des wirtschaftlichen Fortbestandes in jedem Falle auszuschließen sind.

Außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein wird nur ein vergleichsweise geringer Umsatzanteil von ca. 0,9 Mio. € im Rahmen einer Umverteilung generiert. Die gegenüber den Spezialanbietern von Bio-Lebensmitteln und Wein in den Kommunen Müllheim und Bad Krozingen prognostizierten Umverteilungsquoten liegen mit max. 4 % des derzeitigen Umsatzes auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.

Die diffuse Umsatzumlenkung liegt bei insgesamt 0,7 Mio. €. Hiervon betroffen sind Supermärkte und Lebensmitteldiscountmärkte im Untersuchungsgebiet sowie im grenznahen Frankreich. Aufgrund der geringen absoluten Höhe der prognostizierten Umverteilungen gegenüber sonstigen Anbietern sind einzelbetriebliche Umsatzeinbußen in geschäftsgefährdender Höhe grundsätzlich auszuschließen.

6.2.2 Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Bekleidung

Die durch den Markteintritt von weiteren Bekleidungsanbietern mit zusammen maximal 490 m² Verkaufsfläche ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte von max. 1,2 Mio. € werden in nachstehender Prognoserechnung aufgezeigt.

Aufgrund der Dimensionierung würde das projektierte Bekleidungsangebot in erster Linie eine lokale Versorgungsbedeutung übernehmen. Die in der Stadt Neuenburg am Rhein ausgelösten Umverteilungseffekte würden sich auf max. 7 % des derzeitigen Umsatzes belaufen.

Zu berücksichtigen ist zudem, dass das Bekleidungsangebot im überörtlichen Untersuchungsgebiet in den meisten Kommunen mit wenigen Fachmärkten und Fachgeschäften derzeit als sehr begrenzt zu bewerten ist. Lediglich die Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen sowie die Stadt Heitersheim verfügen noch über ein umfangreicheres Bekleidungsangebot. Die Umsatzumverteilungen gegenüber diesen Kommunen werden eine Größenordnung von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes erreichen.

Die Umsätze, die aus der Umverteilung gegenüber dem Online-Handel sowie einer diffusen Umsatzverlagerung außerhalb des Untersuchungsgebietes generiert werden, belaufen sich auf max. 0,3 Mio. €.

Abbildung 23: Umsatzumverteilung im Sortiment Bekleidung

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz	in Mio. €
Stadt Neuenburg am Rhein, davon	4,1	7	0,3
Innenstadt	1,3	7	0,1
Fachmarktstandort	0,9	8	0,1
Sonstiges Stadtgebiet	1,9	7	0,1
Stadt Müllheim, davon	6,3	5	0,3
Innenstadt	6,3	5	0,3
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Gemeinde Schliengen, davon	1,8	3	< 0,1
Ortsmitte	0,7	3	< 0,1
Sonstiges Gemeindegebiet	1,1	4	< 0,1
Gemeinde Bad Bellingen	0,7	2	< 0,1
Stadt Heitersheim	5,0	2	0,1
Ortsmitte	2,6	2	< 0,1
Sonstiges Gemeindegebiet	2,3	2	< 0,1
Stadt Bad Krozingen, davon	7,2	3	0,2
Innenstadt	7,2	3	0,2
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,3
Gesamt	./.	./.	1,2

Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

6.2.3 Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Schuhe

Die Ansiedlung eines Schuhfachmarktes (rd. 490 m² VKF) dürfte eine Umsatzverlagerung in Höhe von rd. 0,8 Mio. € zur Folge haben.

Wie schon bei den geplanten Bekleidungsanbietern wird aufgrund der Dimensionierung (rd. 490 m² VKF) auch der projektierte Schuhfachmarkt in erster Linie eine lokale Versorgungsbedeutung übernehmen. Auch hier ist die sortimentsbezogene Angebotssituation im inner- und überörtlichen Untersuchungsgebiet derzeit als eher schwach zu bewerten.

Abbildung 24: Umsatzumverteilung im Sortiment Schuhe

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz	in Mio. €
Stadt Neuenburg am Rhein, davon	1,9	9	0,2
Innenstadt	0,8	8	0,1
Fachmarktstandort	1,1	9	0,1
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Stadt Müllheim, davon	2,6	7	0,2
Innenstadt	2,6	7	0,2
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Gemeinde Bad Bellingen	0,2	< 1	< 0,1
Stadt Heitersheim	1,1	2	< 0,1
Ortsmitte	0,5	2	< 0,1
Sonstiges Gemeindegebiet	0,7	3	< 0,1
Stadt Bad Krozingen, davon	3,2	6	0,2
Innenstadt	3,0	6	0,2
Sonstiges Stadtgebiet	0,2	< 1	< 0,1
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,2
Gesamt	./.	./.	0,8

Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

Die höchsten Umverteilungseffekte sind mit bis zu 9 % des derzeitigen sortimentsbezogenen Umsatzes (max. 0,2 Mio. €) in der Stadt Neuenburg am Rhein zu erwarten. Hierbei ist in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein eine Umverteilungsquote von max. 8 % des derzeitigen Umsatzes

zu erwarten. Am städtischen Fachmarktstandort ist mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes eine leicht höhere Umverteilungsquote zu prognostizieren.

Die Umsatzumverteilungen innerhalb des überörtlichen Untersuchungsgebietes bewegen sich mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes auf einem niedrigeren Niveau.

Aufgrund der vergleichsweise geringen Angebotsausstattung im Einzugsgebiet sind zudem Umverteilungseffekte (diffuse Umverteilung) außerhalb des Untersuchungsgebietes zu erwarten (rd. 0,2 Mio. €). Hiervon dürften insbesondere die umfassenden Schuhangebote in der Innenstadt des nächstgelegenen Oberzentrums Freiburg betroffen sein. In geringem Maße wird auch Umsatz gegenüber dem Online-Handel generiert werden können.

6.2.4 Umsatzumlenkungseffekte im Sortiment Sportartikel

Die Ansiedlung eines Fachanbieters für Sportartikel (max. 370 m² VKF) dürfte eine Umsatzverlagerung in Höhe von rd. 0,7 Mio. € zur Folge haben.

Abbildung 25: Umsatzumverteilung im Sortiment Sportartikel

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz	in Mio. €
Stadt Neuenburg am Rhein, davon	< 0,1	< 1	< 0,1
Innenstadt	< 0,1	< 1	< 0,1
Fachmarktstandort	< 0,1	< 1	< 0,1
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Stadt Müllheim, davon	1,6	6	0,1
Innenstadt	1,6	6	0,1
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1
Stadt Bad Krozingen, davon	1,3	6	0,1
Innenstadt	0,7	6	< 0,1
Sonstiges Stadtgebiet	0,5	5	< 0,1
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,5
Gesamt	./.	./.	0,7

Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

In der Stadt Neuenburg am Rhein werden Sportartikel derzeit lediglich als Randsortiment (Sport-schuhe in Schuhfachgeschäften- und -märkten, Aktionsware der Lebensmittelmärkte) angeboten, so dass das sortimentsbezogene Angebot als marginal zu bewerten ist. Entsprechend werden in der Stadt Neuenburg am Rhein durch die Ansiedlung eines Fachanbieters für Sportartikel auch nur marginale Wettbewerbswirkungen ausgelöst. Gleichzeitig könnte die Angebotssituation bei Sport-artikeln in der Stadt Neuenburg am Rhein durch die Realisierung des Planvorhabens deutlich verbessert werden.

Innerhalb des Untersuchungsgebietes weisen nur die Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen umfangreichere Angebote bei Sportartikeln auf. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben und der derzeitigen Kundenorientierung sind somit hier Umsatzumverteilungen zu erwarten, die sich bis auf 6 % des derzeitigen Umsatzes belaufen können.

In noch stärkerem Maße, als dies bei dem Sortiment Schuhe der Fall ist, wird ein Sportfachanbieter am Planstandort Umsätze durch Umverteilungen bei Betrieben außerhalb des Untersuchungsge-bietes generieren. Trotz des hohen Anteils diffuser Umverteilungen gegenüber Anbietern außer-halb des Untersuchungsgebiets sowie dem Online-Handel können andernorts allerdings betriebs-gefährdende Wettbewerbseffekte ausgeschlossen werden.

6.2.5 Umsatzumlenkungseffekte im Spielwaren

Die durch den Markteintritt eines Spielwarenfachgeschäftes mit rd. 370 m² Verkaufsfläche ausge-lösten Umsatzumverteilungseffekte von max. 0,7 Mio. € werden in nachstehenden Prognoserech-nungen aufgezeigt.

Das projektierte Spielwarenfachgeschäft wird vor allem mit Anbietern desselben Betriebstyps (Spielwarenfachmärkten), aber auch mit Mehrbranchenunternehmen in Wettbewerb treten, die Sor-timentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen (Non-Food-Discounter, „1 €-Shops“). Darüber hinaus sind Konkurrenzbeziehungen zu den Aktionswaren von Lebensmittelmärkten zu erwarten.

In der Stadt Neuenburg am Rhein gibt es derzeit keinen Einzelhandelsbetrieb mit dem Kernsorti-ment Spielwaren. Derzeit wird dieses Sortiment in Neuenburg am Rhein lediglich in sehr geringem Umfang als Randsortiment eines kleinen Geschäftes in der nördlichen Breisacher Straße angebo-ten. Entsprechend ist in der Stadt Neuenburg am Rhein nur von marginalen Wettbewerbswirkun-gen durch den Markteintritt eines Spielwarenfachgeschäftes auszugehen. Gleichzeitig könnte die sortimentsbezogene Angebotssituation durch das Planvorhaben deutlich verbessert werden.

Im überörtlichen Untersuchungsgebiet weisen nur die Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen umfassendere Angebotsstrukturen im Spielwarensortiment auf. Hier liegen mit max. 8 % bzw. 6 % des derzeitigen Umsatzes (jeweils max. 0,1 Mio. €) höhere Umverteilungsquoten vor. Eine vorha-benbedingte Betriebschließung ist aufgrund der Leistungsstärke der betroffenen Anbieter nicht zu erwarten.

Wie auch beim geplanten Sportartikelanbieter wird ein Spielwarenfachgeschäft am Planstandort zudem höhere Umsatzanteile durch Umverteilungen bei Betrieben außerhalb des Untersuchungsgebietes generieren. Betriebsgefährdende Wettbewerbseffekte können allerdings trotz des hohen Anteils diffuser Umverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Untersuchungsgebiets sowie dem Online-Handel andernorts allerdings ebenfalls ausgeschlossen werden.

Abbildung 26: Umsatzumverteilung im Sortiment Spielwaren

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz		Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz	in Mio. €	
Stadt Neuenburg am Rhein, davon	< 0,1	< 1	< 0,1	
Innenstadt	< 0,1	< 1	< 0,1	
Fachmarktstandort	< 0,1	< 1	< 0,1	
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1	
Stadt Müllheim, davon	1,0	8	0,1	
Innenstadt	1,0	8	0,1	
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1	
Stadt Bad Krozingen, davon	1,6	6	0,1	
Innenstadt	1,6	6	< 0,1	
Sonstiges Stadtgebiet	< 0,1	< 1	< 0,1	
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,5	
Gesamt	./.	./.	0,7	

Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

6.3 Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Baden-Württemberg

Wie bereits im Kapitel zur rechtlichen Beurteilungsgrundlage (vgl. Kapitel 1.3) festgehalten, sind bei der Beurteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe/ -vorhaben neben den Regelungen des Baugesetzbuches und der Baunutzungsverordnung auch die landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu berücksichtigen. Auf der Ebene der Landes- und Regionalplanung sind dabei neben den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung in Baden-Württemberg auch die Ziele und Grundsätze der Regionalplanung in der Region Südlicher Oberrhein (Regionalplan Südlicher Oberrhein) einzubeziehen.

6.3.1 Konzentrationsgebot

In der Landesplanung Baden-Württemberg wird ausgeführt, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen sollen. So dürften Einzelhandelsgroßprojekte i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Die Stadt Neuenburg am Rhein ist in der Landesplanung Baden-Württemberg als Unterzentrum ausgewiesen und kommt daher grundsätzlich als Standort für ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben wie die Errichtung eines Geschäftsgebäudes mit insgesamt 1.190 m² Verkaufsfläche in Betracht.

6.3.2 Kongruenzgebot

Gemäß LEP Baden-Württemberg soll die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich einer Kommune nicht wesentlich überschreitet.

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg präzisiert diese Regelung und besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren errichtet werden dürfen und sich in ihrer Versorgungsfunktion am regionalplanerisch abgegrenzten Ober-, Mittel- bzw. Nahbereich orientieren sollen. Das Kongruenzgebot ist in der Regel verletzt, wenn mehr als 30 % des Umsatzes eines Einzelhandelsgroßbetriebs aus Räumen generiert werden, die außerhalb des landesplanerischen Verflechtungsbereiches liegen. Unterzentren wie der Stadt Neuenburg am Rhein ist ein Nahbereich als Verflechtungsbereich zugeordnet. Die Nahbereiche werden im Regionalplan nicht verbindlich vorgegeben, da sie insbesondere in verdichteten Bereichen den komplexen Mustern interkommunaler und teilörtlicher Verflechtungen nicht gerecht werden können. Es wird jedoch eine Zuordnung vorgenommen, die für Analysezwecke sowie die Anwendung des Zentrale-Orte-Konzeptes ein hilfreiches Werkzeug darstellen soll. Demnach beschränkt sich der Nahbereich von Neuenburg am Rhein auf das Stadtgebiet, so dass der Nahbereich der Stadt Neuenburg am Rhein keine weiteren Gemeinden beinhaltet.

In Kapitel 6.1 werden die Abschöpfungsquoten der unterstellten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen ausführlich dargelegt. In den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie

Bekleidung werden rd. 80 % bzw. rd. 75 % des Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Neuenburg am Rhein erwirtschaftet, so dass das Kongruenzgebot in diesen Sortimenten nicht verletzt wird.

Allerdings werden bei Ausschöpfung der unterstellten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen bei den Sortimenten Schuhe, Sportartikel und Spielwaren mehr als 30 % des Umsatzes von außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein generiert. Das Kongruenzgebot würde demnach bei strikter Zugrundelegung der 70 : 30-Regel aus dem Einzelhandelserlass rechnerisch in diesen Sortimenten nicht eingehalten.

Allerdings deutet die Formulierung im Einzelhandelserlass auch darauf hin, dass auch bei einer Überschreitung des 30 %-Wertes in begründeten Ausnahmefällen das Kongruenzgebot nicht verletzt wird. Der Gutachter empfiehlt aus folgenden Gründen das Kongruenzgebot als eingehalten anzusehen:

- Bei der raumordnerischen Bewertung sollte auch berücksichtigt werden, dass bei der raumordnerischen Beurteilung von einem „Worst-Case“-Ansatz ausgegangen wird. Grundsätzlich gilt dabei die Annahme, dass das Planvorhaben bei Realisierung der maximal möglichen Umsatzleistung auch zu höheren Umverteilungswirkungen gegenüber betroffenen Wettbewerbsstandorten führen würde.

In der Regel geht höherer Umsatz auch mit einem größeren Marktgebiet und damit mit einem höheren Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein einher.

- Zudem bezieht sich der Prüfrahmen auf die maximalen Verkaufsflächen je Sortiment, da die Belegung der Ladeneinheiten noch nicht abschließend festgelegt ist.
- Aufgrund der Grenznähe zu Frankreich wird ein größerer Umsatzanteil des Planvorhabens aus dem Nachbarland stammen. Frankreich unterliegt nicht dem deutschen Raumordnungsrecht.
- Wie im folgenden Kapitel aufgezeigt, werden bei Realisierung des Planvorhabens keine negativen Beeinträchtigungen von Versorgungsstrukturen eintreten.

6.3.3 Beeinträchtungsverbot

Gemäß Beeinträchtungsverbot darf das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit von zentralörtlichen Versorgungskernen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung von zentralörtlichen Versorgungskernen (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich dann vor, 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 rd. 10 % und bei nicht-zentrenrelevanten und nicht-nahversorgungs-

relevanten Sortimenten von rd. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen zu befürchten sind bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses in zentraler Lage in Neuenburg am Rhein keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung in der Stadt Neuenburg am Rhein sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen sind folgende Aspekte von Bedeutung:

- Eine städtebauliche Besonderheit ergibt sich dadurch, dass sich das Planvorhaben am Standort Schlüsselstraße 1-9 innerhalb der Innenstadt von Neuenburg am Rhein befindet.
Mit der Realisierung des Planvorhabens wird die Stadt Neuenburg am Rhein einen deutlichen Attraktivitätsschub erhalten, so dass die Innenstadt ihre Wettbewerbsposition stabilisieren dürfte.
- Die gesteigerte Attraktivität wird sich neben einer per Saldo höheren innerstädtischen Umsatzleistung vor allem im Angebotsspektrum bemerkbar machen. So ist das Planvorhaben geeignet, die Versorgungsfunktionen insbesondere für die Bevölkerung der Stadt Neuenburg am Rhein bei verschiedenen Sortimenten zu verbessern. Es handelt sich hierbei vor allem um die zentrenrelevanten Sortimente (v. a. Bekleidung, Schuhe, Sport, Spielwaren). Im geplanten lebensmittelbezogenen Angebot steht die Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung in der Kernstadt im Vordergrund. Zudem kann mit dem Bio-Supermarkt in der Stadt Neuenburg am Rhein zukünftig ein Spektrum abgedeckt werden, das zurzeit nicht durch einen Spezialanbieter vertreten ist.
- Wie oben aufgezeigt, werden die Umsätze des Planvorhabens nicht nur zu Lasten von bestehenden Wettbewerbern innerhalb des Untersuchungsgebietes generiert. Hierbei handelt es sich um Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben. Aufgrund des vergleichsweise geringen Angebots - insbesondere bei den Sortimenten Schuhe, Sport und Spielwaren - ist zudem eine diffuse Umverteilung zu unterstellen, die sich auf eine Vielzahl von Anbietern außerhalb des Untersuchungsgebietes in einem größerem Raum bezieht.
- Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** wird die Ansiedlung eines Bio-Supermarktes und einer Weinhandlung betrachtet.

Da der Großteil der Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern am Fachmarktstandort Max-Schweinlin-Straße/ Müllheimer Straße zu erwarten ist, wären mit dieser Entwicklung keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verbunden. Vielmehr käme es im Zuge der Vorhabenrealisierung zu einer Umsatzumverteilung von einem dezentralen an einen integrierten Standort.

An wohnungsnahen Standorten bewegt sich die Umverteilungsquote in einer Größenordnung, bei der betriebsgefährdende Wettbewerbseffekte ausgeschlossen werden können.

Insgesamt lässt die Ansiedlung eines Bio-Supermarktes und einer Weinhandlung innerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein aufgrund der Leistungsfähigkeit der bestehenden Wettbewerber keine Betriebsgefährdungen erwarten. Dies trifft für die Lebensmittelanbieter innerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein und im weiteren Untersuchungsgebiet zu.

- Von einer Verkaufsflächenerweiterung in den Sortimenten **Bekleidung, Schuhe und Sport** werden von Umverteilungseffekten in erster Linie Standorte betroffen sein, die größere Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen und sich in räumlicher Nähe zum Planvorhaben befinden. Das sind innerhalb des Untersuchungsgebietes insbesondere die Innenstädte von Neuenburg am Rhein, Müllheim und Bad Krozingen sowie die Ortsmitte von Heitersheim.

Die Neuenburger Innenstadt verfügt allerdings nur in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe über ein umfassenderes Angebot. Mit der Realisierung des Planvorhabens ist eine Erhöhung des Wettbewerbsdrucks vorhersehbar. Demgemäß ist bei der Ansiedlung von wettbewerbsgleichen Anbietern im Rahmen des Planvorhabens mit Umverteilungseffekten von bis zu 8 % des derzeitigen Umsatzes zu rechnen. Der Schwellenwert für mögliche negative städtebauliche Effekte von rd. 10 % Umsatzumverteilung wird in der Innenstadt von Neuenburg am Rhein somit unterschritten.

Aus städtebaulicher Sicht ist zudem zu berücksichtigen, dass sich der Planstandort innerhalb der Innenstadt der Stadt Neuenburg am Rhein befindet und eine Angebotsqualifizierung am Planstandort als ein Beitrag zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt insgesamt zu bewerten ist.

Diese Schlussfolgerung ist auch damit zu begründen, dass im Zuge der Planung voraussichtlich neue, bisher noch nicht in der Stadt Neuenburg am Rhein ansässige Formate hinzukämen und das innerstädtische Angebot sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht aufgewertet würde. Dies schließt auch mögliche Rückholeffekte aus dem Internet-Handel und von Kaufkraft, die heute nach außerhalb des Stadtgebietes abfließt, ein. Insgesamt wird die Stadt Neuenburg am Rhein einen Bedeutungsgewinn in diesen innerstädtischen Leitsortimenten erzielen.

Außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein liegen die Umverteilungsquoten mit max. 7 % ebenfalls deutlich unterhalb des Schwellenwertes für mögliche negative städtebauliche Effekte.

- Aufgrund der gegebenen Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsgebietes konzentrieren sich auch die Wettbewerbseffekte bei **Spielwaren** auf eine nur geringe Zahl an Wettbewerbern in einem vergleichsweise großem Raum. So gibt es in der Stadt Neuenburg am Rhein kein Spielwarenfachgeschäft, sondern lediglich einen Anbieter, der Spielwa-

ren auf einer untergeordneten Verkaufsfläche als Randsortiment anbietet. Auch im restlichen Untersuchungsgebiet ist die Wettbewerbssituation mit nur wenigen Fachanbietern und Mehrbranchenunternehmen mit entsprechendem Randsortiment überschaubar.

Bei der Ansiedlung eines Spielwarenanbieters im Rahmen des Planvorhabens liegen die Umverteilungseffekten mit max. 8 % des derzeitigen Umsatzes unterhalb des Schwellenwertes für mögliche negative städtebauliche Effekte.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte durch die Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses in Neuenburg am Rhein keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist.

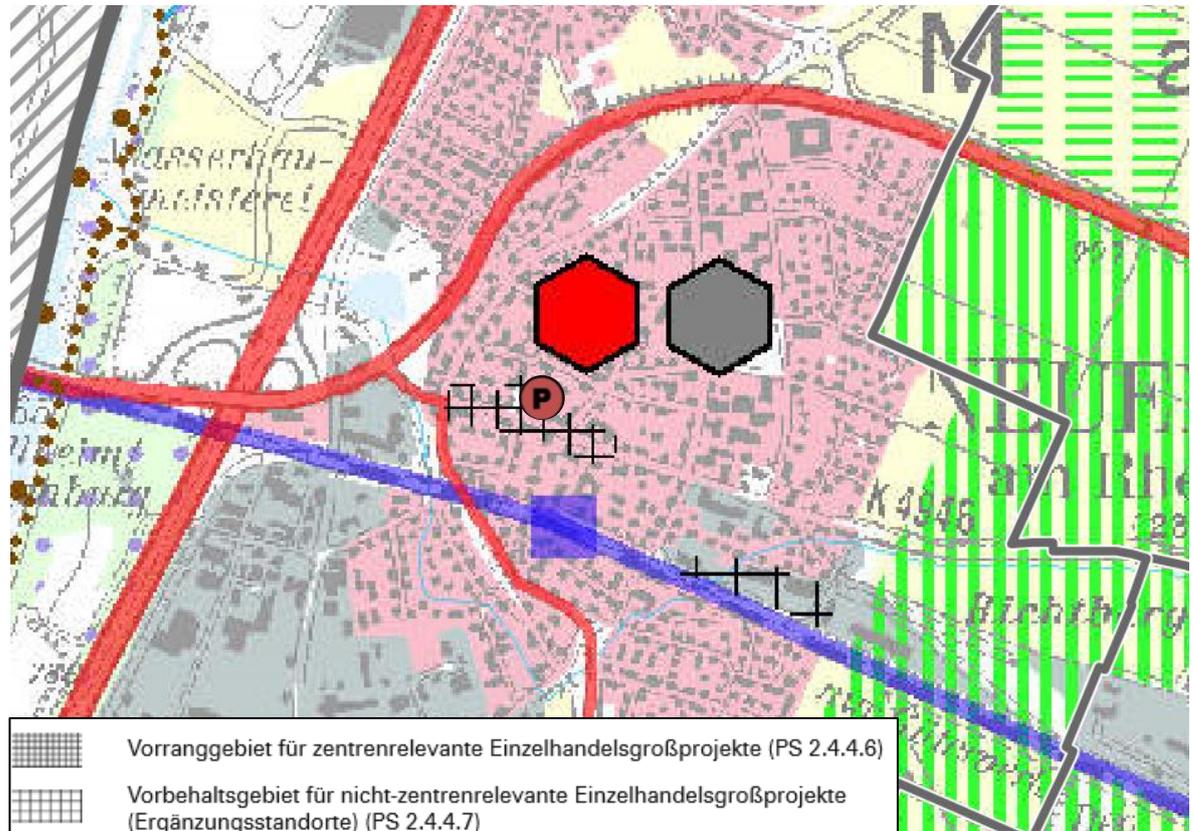
In der Summe werden durch die geplante Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses in Neuenburg am Rhein weder innerhalb noch außerhalb der Stadt Neuenburg am Rhein städtebauliche Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO hervorgerufen.

6.3.4 Integrationsgebot

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt 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.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Der Planstandort liegt innerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns und innerhalb des durch den Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebietes für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte. Das Integrationsgebot wird für den Planstandort in der Schlüsselstraße 1-9 somit erfüllt.

Abbildung 27: Lage des Projektstandortes im Regionalplan



Quelle: Ausschnitte Raumnutzungskarte Regionalplan Südlicher Oberrhein

7 Fazit der Auswirkungsanalyse

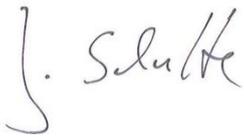
Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der Ansiedlung eines Wohn- und Geschäftshauses in zentraler Lage der Stadt Neuenburg am Rhein keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen in der Stadt Neuenburg am Rhein und in den Umlandkommunen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Geplant ist, am Standort „Schlüsselstraße 1-9“ in Neuenburg am Rhein ein Wohn- und Geschäftshaus zu errichten. Im Erdgeschoss sollen Einzelhandelsnutzungen mit insgesamt rd. 1.190 m² Verkaufsfläche untergebracht werden. Die Neubaumaßnahme erfordert die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzung eines Sondergebiets im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.
- Der Planstandort befindet sich in zentraler Lage der Innenstadt von Neuenburg am Rhein, so dass das Planvorhaben aus städtebaulich-funktionaler Sicht zu befürworten ist.

So lässt das Planvorhaben die Ansiedlung von größeren Betriebseinheiten zu, die angesichts der Angebotsstrukturen in Neuenburg am Rhein und der allgemeinen Einzelhandelsentwicklungstrends (u. a. Bedeutungsverlust des inhabergeführten Fachgeschäftes, Zunahme des Internet-/ Multichannel-Einkaufs) zur Weiterentwicklung der Neuenburger Innenstadt benötigt werden.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst im Wesentlichen die Stadt Neuenburg am Rhein mit rd. 12.080 Einwohnern. Über das Stadtgebiet von Neuenburg am Rhein hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Berufspendler aus dem erweiterten Umland und (Einkaufs-) Touristen (v. a. aus Frankreich).
- Hauptwettbewerbsstandorte des Planvorhabens sind der Fachmarktstandort in Neuenburg am Rhein und die Innenstädte der nahegelegenen Mittelzentren Müllheim und Bad Krozingen. Die Prognose der zu erwartenden Umlenkungseffekte zeigt, dass zwar wettbewerbliche, aber keine wesentlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.
- Zentrale Orte in der Region sowie deren Entwicklungsmöglichkeiten werden somit nicht beeinträchtigt. Die erwarteten Umsatzumlenkungen würden selbst im „Worst-Case“ insgesamt als vergleichsweise gering zu bewerten sein und sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen - ohne städtebauliche Relevanz - bewegen. Dies trifft aufgrund ihrer Attraktivität und (regionalen) Bedeutung auch für die wichtigen Wettbewerbsstandorte Müllheim und Bad Krozingen zu.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Jörg Lehnerdt

Köln, den 13. Juli 2017