



Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung eines Lebensmittelmarktes in der Stadt Tuttingen

Auftraggeber: Stadt Tuttingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

Ludwigsburg, am 19.09.2017 / Erg. 14.02.2020

Urheberrecht

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



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

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	5
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	7
II. Konzentrationsgebot	9
1. Makrostandort Tuttlingen	9
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	12
3. Bewertung des Konzentrationsgebotes	12
III. Integrationsgebot	13
1. Mikrostandort „Stockacher Straße“	13
2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben	16
3. Bewertung des Integrationsgebots	17
IV. Kongruenzgebot	18
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	18
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	20
3. Umsatzerwartung des Untersuchungsobjektes	21
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	22
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	23
V. Beeinträchtigungsverbot	24
1. Wettbewerbssituation in Tuttlingen und dem Umland	24
1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	24
1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets	25
2. Umsatzumlenkungen / Wettbewerbliche Wirkungen	28
3. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung	30
4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	31
VI. Zusammenfassung	33

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Mitte Juli 2017 erteilte die Stadt Tuttlingen der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zu Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Standortverlagerung eines Lebensmittelmarktes in Tuttlingen. Der Markt des Anbieters Lidl an der Stockacher Straße soll auf eine Brachfläche östlich seines aktuellen Standorts verlagert und dort neu gebaut werden. Mit einer geplanten Verkaufsfläche von 1.290 m² ist der Lebensmittelmarkt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einzuordnen. Damit sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

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

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Beurteilung des Makro- und Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des Einzugsgebiets und Berechnung der projektrelevanten Kaufkraftpotenziale für den Lebensmitteldiscounter.
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Tuttlingen
- /// Wettbewerbssituation im Umland
- /// Ermittlung der Umsatzerwartung für das Vorhaben anhand des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

Für die Bearbeitung vorliegender Auswirkungsanalyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und des Auftraggebers zur Verfügung. In Ergänzung der sekundärstatistischen Daten wurde im Juli 2017 der relevante Wettbewerb in Tuttlingen und im Umland erfasst und eine Besichtigung des Projektstandortes durchgeführt.

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: ¹

- „1. Einkaufszentren,
 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

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

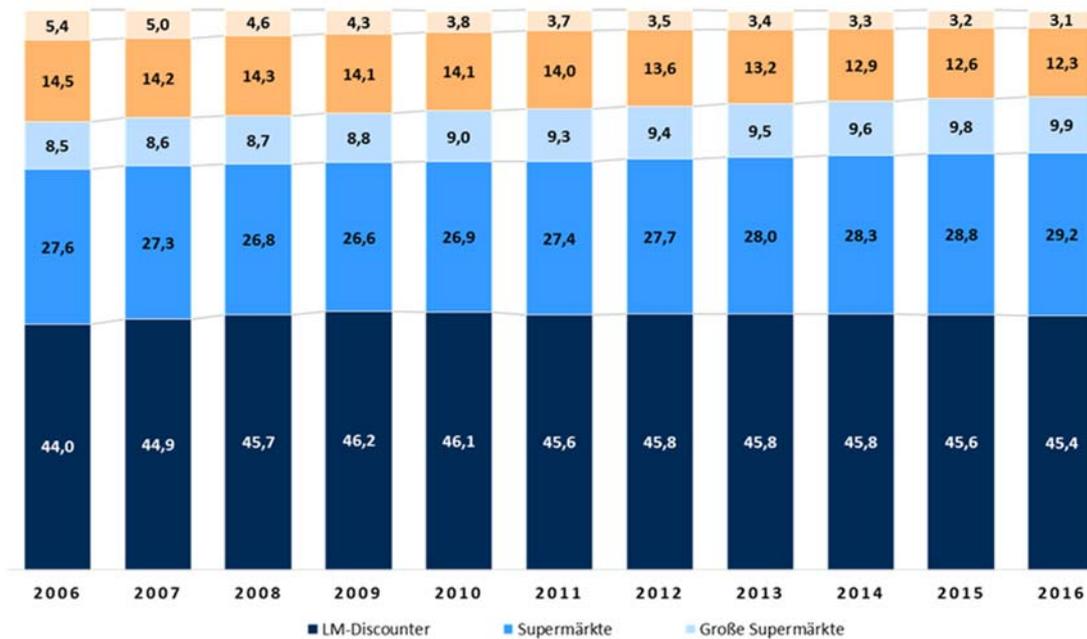
Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung sind die möglichen versorgungsstrukturellen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf die Stadt Tuttlingen sowie auf die Umlandkommunen zu analysieren.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

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

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

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2006 - 2016


Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2016

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definition für Betriebstypen liegt seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Im Folgenden wird auf die Definitionen des EHI Retail Institute zurückgegriffen²:

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment³ 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 II⁴ führt.

² Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2016, S. 332.

³ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁴ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

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 Verkaufsflächenanteil 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.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Lebensmitteldiscounter die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen i. d. R. eine Fläche von mindestens 800 m² auf, **wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächen-größen über 800 m² angestrebt werden**. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die verschiedenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor (vgl. Tabelle 1).

Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt bei Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscountmarkt ca. 25 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 13 % dem Nonfood I- bzw. 12 % dem Nonfood II-Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Foodbereich (ca. 75 – 80 %)⁵. Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter⁶.

⁵ Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 %.

⁶ Quelle: EHI Handelsdaten 2016.

Tabelle 1: Sortimentangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discountmarkt (Ø 771 m ² VK)		Supermarkt (Ø 975 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.370 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.584	75	8.760	75	15.740	63
Nonfood I	273	13	2.010	17	4.810	19
Nonfood II	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	25	9.290	37
Einzelhandel insgesamt	2.121	100	11.610	100	25.030	100

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016.

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sogenannte „Aktionsware“ zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hierbei kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Entscheidend für die weitere Bewertung des konkreten Vorhabens in Tuttlingen sind folgende Punkte:

- / Die Aktionsartikel wechseln mehrmals wöchentlich, ein kontinuierliches Angebot bestimmter Artikel ist nicht vorhanden.
- / Alle Systemwettbewerber von Lidl (Lebensmitteldiscounter) verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept stellt keine Sondersituation in Tuttlingen dar.
- / Die Aktionsartikel werden überregional beworben, d. h. der spezielle Markt in Tuttlingen unterscheidet sich nicht von den anderen Niederlassungen in der Region.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Tuttlingen

Tuttlingen ist **Kreisstadt** des Landkreises Tuttlingen und verfügt derzeit über ca. 34.590 Einwohner⁷. Landesplanerisch ist es als **Mittelzentrum** ausgewiesen und hat daher neben einer gesamtstädtischen auch eine regionale Versorgungsfunktion zu erfüllen. Tuttlingen liegt auf den Regionalen Entwicklungsachsen Villingen-Schwenningen – Donaueschingen – Geisingen / Immendingen – Tuttlingen (- Meßkirch) und Rottweil – Tuttlingen.

Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Rottweil (ca. 24.900 Einwohner) im Norden, Donaueschingen (ca. 21.750 Einwohner) im Westen und Singen (ca. 47.300 Einwohner) im Süden.⁸ Die angeführten Mittelzentren sind **Wettbewerbsstädte**, die sich mitunter als begrenzender Faktor des Marktgebietes auf Tuttlingen auswirken. Als nächstgelegenes Oberzentrum ist Villingen-Schwenningen (ca. 84.700 Einwohner) ca. 25 km nordwestlich von Tuttlingen zu nennen.

Verkehrlich ist Tuttlingen über die B 523 sowie die B 311 an die etwa 15 km westlich verlaufende Autobahn A 81 (Heilbronn – Stuttgart – Singen) angebunden und verfügt damit über einen guten Anschluss an das überregionale Verkehrsnetz. Die Anbindung an das regionale Verkehrsnetz erfolgt in Richtung Norden / Rottweil über die B 14, nach Osten über die B 311 und nach Südwesten / Bodenseeraum über die B 14. Mehrere Landes- und Kreisstraßen binden Tuttlingen an die umliegenden Kommunen an. Zwei Schienenverkehrsstrecken bilden in Tuttlingen einen Knotenpunkt, die Gäubahn (Strecke Stuttgart – Singen – Zürich) und die Donautalbahn (Freiburg – Donaueschingen – Ulm). Darüber hinaus verfügt die Stadt Tuttlingen über weitere sieben Ringzug-Haltepunkte, die dem intra- und interkommunalen Verkehr dienen. Zahlreiche Buslinien des Verkehrsverbund Tuttlingen erschließen ergänzend den Raum.

Siedlungsstrukturell besteht die Stadt Tuttlingen aus der Kernstadt Tuttlingen sowie den Stadtteilen Möhringen (ca. 4.000 Einwohner), Nendingen (ca. 2.800 Einwohner) und Eßlingen (ca. 400 Einwohner). Die Kernstadt Tuttlingen selbst bildet den deutlich größten Stadtteil.⁹

In der **Wirtschaftsstruktur** von Tuttlingen nimmt das produzierende Gewerbe eine wichtige Stellung ein. So waren von den 24.428 registrierten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2015 am Arbeitsort Tuttlingen ca. 56 % im produzierenden Gewerbe tätig. Während der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr mit ca. 15 % relativ durchschnittlich vertreten ist, nimmt der Bereich sonstige Dienstleistungen mit ca. 29 % der Beschäftigten im Vergleich zum gleichnamigen Landkreis eine überdurchschnittliche Rolle ein (zum Vergleich: Landkreis Tuttlingen: 63 % produzierendes Gewerbe, 15 % Handel, Gastgewerbe und Verkehr, 22 % sonstige Dienstleistungen).

⁷ Quelle: Stadt Tuttlingen, Stand: 31.12.2015.

⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015.

⁹ Quelle: Stadt Tuttlingen, Stand: 31.12.2015.

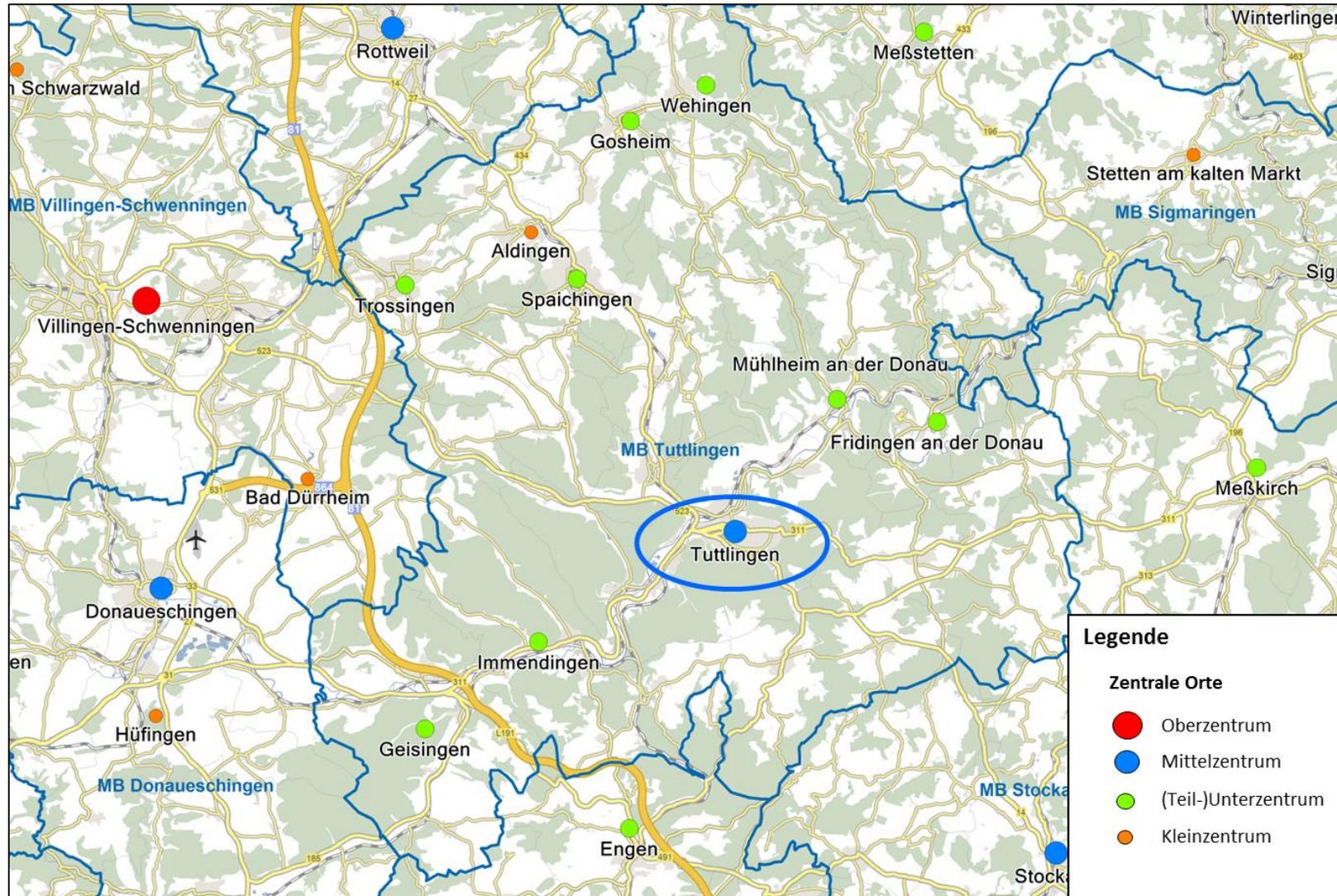
Insgesamt verfügt die Stadt über einen positiven Pendlersaldo: ca. 24.428 Beschäftigten am Arbeitsort stehen ca. 13.943 Beschäftigte am Wohnort gegenüber. Dadurch errechnet sich für das Jahr 2015 ein positiver Saldo von ca. 10.475 Personen.¹⁰

Die Einzelhandelsstruktur lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Die **Hauptversorgungsbereiche** in der Tuttlinger Innenstadt umfassen insbesondere die Bahnhofstraße, Königstraße und das Umfeld des Marktplatzes. V. a. im kleinstrukturierten Bereich spielen z. T. auch die angrenzenden Querstraßen (z. B. Obere und Untere Hauptstraße, Rathausstraße, Wilhelmstraße) eine Rolle. Insgesamt dünnt der Geschäftsbesatz aber in den Seitenstraßen bereits deutlich aus. Östlich der Unteren Hauptstraße ist zudem auf den Anbieter C&A hinzuweisen, der relativ abgehängt und ohne direkte Anbindung an die Einkaufslage lokalisiert ist. Daneben sind die wesentlichen Magnetbetriebe zentral um den Marktplatz gruppiert (v. a. H&M, Drogeriemarkt Müller). Modepark Röther markiert als weiterer Magnet den westlichen Abschluss der Haupteinkaufslage an der Bahnhofstraße. Insgesamt entfallen auf die Innenstadt rd. 28 % der Gesamtverkaufsfläche im Einzelhandel.
- Als bedeutendster dezentraler Fachmarktstandort ist das **Gewerbegebiet Nord** zu nennen. Insgesamt haben sich dort Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 39.000 m² angesiedelt. Als Magnetbetriebe fungieren u. a. real, Aldi, Netto, Lidl, Penny, Denn's Biomarkt, dm, Rofu-Kinderland, Intersport Butsch, Euronics XXL Mega Company, Tedox und Hagebau.
- **Weitere Einzelhandelslagen** befinden sich in den Gewerbegebieten „Gänsäcker“ (z. B. Netto), „Möhringer Vorstadt“ (z. B. Aldi und Rewe, toom) und „Süd“ (z. B. Kaufland, Lidl). Insgesamt vereinen die Gewerbegebietslagen eine Verkaufsfläche von rd. 52.500 m² auf sich.

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2015).

Karte 1: Lage von Tuttlingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

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

Maßgeblich hierfür 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.“

Auch im **Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg**¹¹ wird die o.g. Regelung aufgegriffen:

2.7.1 (Z 1) „Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Einzelhandelsbetrieben für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und ist in der Regel nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Unterzentren zulässig.“

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Die Stadt Tuttlingen ist im Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg als Mittelzentrum ausgewiesen. Damit ist die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zulässig. **Die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot werden folglich am Standort Tuttlingen erfüllt.**

¹¹ Quelle: Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg; Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte; Januar 2012.

III. Integrationsgebot

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

1. Mikrostandort „Stockacher Straße“

Der Standort des geplanten Neubaus des Lidl-Marktes befindet sich im südöstlichen Teil der Kernstadt von Tuttlingen direkt im Kreuzungsbereich der Stockacher Straße und der Bodenseestraße. Im Zuge der Standortverlagerung des Marktes soll diese Kreuzung durch einen Kreisverkehr ersetzt werden. Die Zufahrt zum Parkplatz würde über diesen erfolgen. Eine weitere Zufahrt ist über die östlich des geplanten Verkaufsbauwerks gelegene Straße „Kleines Öschle“ angedacht. Durch die exponierte Lage direkt im Kreuzungsbereich sind die Sichtbarkeit und damit auch die Außenwirkung des Standortes als sehr gut zu bewerten.

Aktuell handelt es sich beim Planstandort um eine Brachfläche. Der nördliche Teil des Grundstücks wird als Parkplatz genutzt, während im südlichen Teil noch einzelne Gebäude bzw. Betriebsanlagen bestehen. Diese würden im Rahmen Umgestaltung des Grundstücks abgerissen.

Das **direkte Standortumfeld** des geplanten Marktes wird sowohl durch Gewerbebetriebe als auch die unmittelbar angrenzende Wohnbebauung geprägt. Während sich entlang der Stockacher Straße westlich und östlich des Grundstücks Gewerbebetriebe (u.a. KFZ und Autohändler) anschließen, befinden sich südlich und v.a. nördlich Wohngebiete. Von Relevanz im weiteren Standortumfeld ist die Nähe zum ebenfalls an der Stockacher Straße gelegenen Anbieter Kaufland. Hierdurch ist von Kundenzuführeffekten auszugehen. An diesem Umstand ändert sich allerdings nach der Verlagerung des Lidl-Marktes nichts, da dieser nur geringfügig weiter entfernt vom Kaufland-Markt liegt als der Bestandsstandort.

Der Standort ist sowohl aus der Innenstadt von Tuttlingen über die Stockacher Straße, als auch von Norden über die Bodenseestraße gut zu erreichen. Gerade die Bodenseestraße ist eine wichtige innerörtliche Verbindungsstraße zwischen dem Gewerbegebiet entlang der Stockacher Straße bzw. Bundesstraße B 14 und dem nördlich gelegenen Wohngebiet um die Neuhauser Straße. Der Standort ist zudem durch die Lage in unmittelbarer Nähe zu zwei Auf- bzw. Abfahrten der B 14 aus östlicher Richtung (Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck) schnell zu erreichen. Der nächste ÖPNV-Haltestelle ist die Haltestelle „Ulmenweg“, diese liegt ca. 100 m nördlich des geplanten Marktes in der Bodenseestraße. Die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist damit gewährleistet. Die vorhandenen Fußgängerwege ermöglichen zudem eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortortes aus den umliegenden Wohngebieten.

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

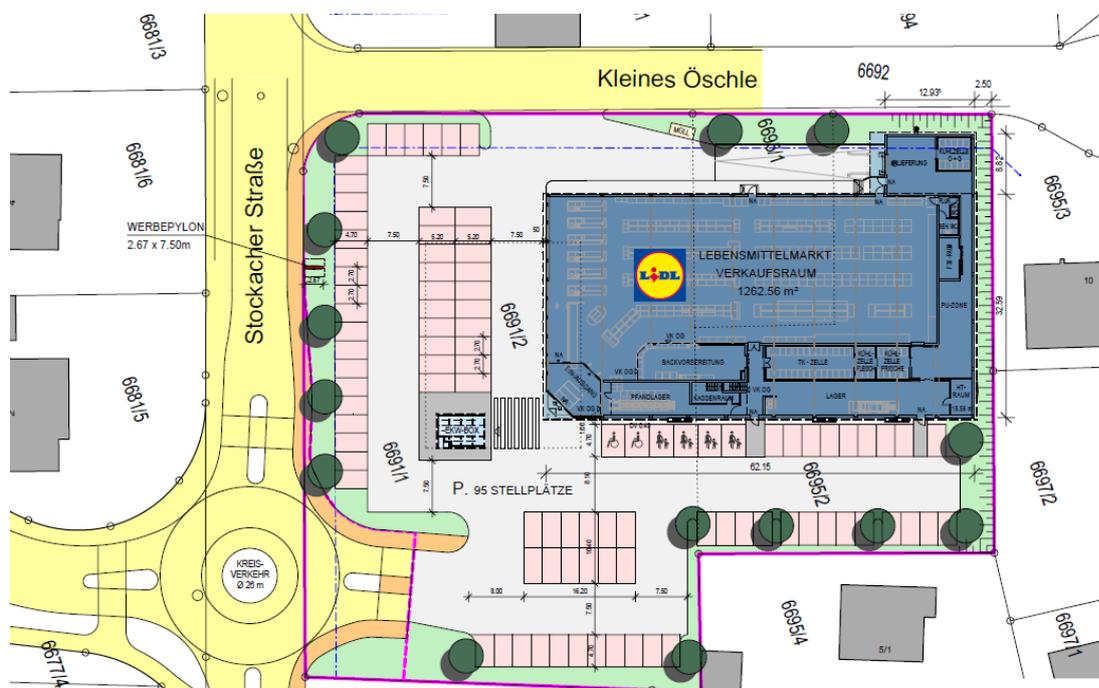
Positive Standortfaktoren

- + Nähe zu bestehenden Wohngebieten in der Stadt Tuttlingen und fußläufige Anbindung an diese
- + verkehrliche Anbindung durch die Lage direkt im Kreuzungsbereich der Stockacher Straße und der Bodenseestraße
- + ausreichende Flächengröße des Projektstandortes
- + perspektivisch gute Exposition und Sichtbarkeit des Standortes
- + Verlagerung eines im Standortumfeld langjährig etablierten Marktes

Negative Standortfaktoren

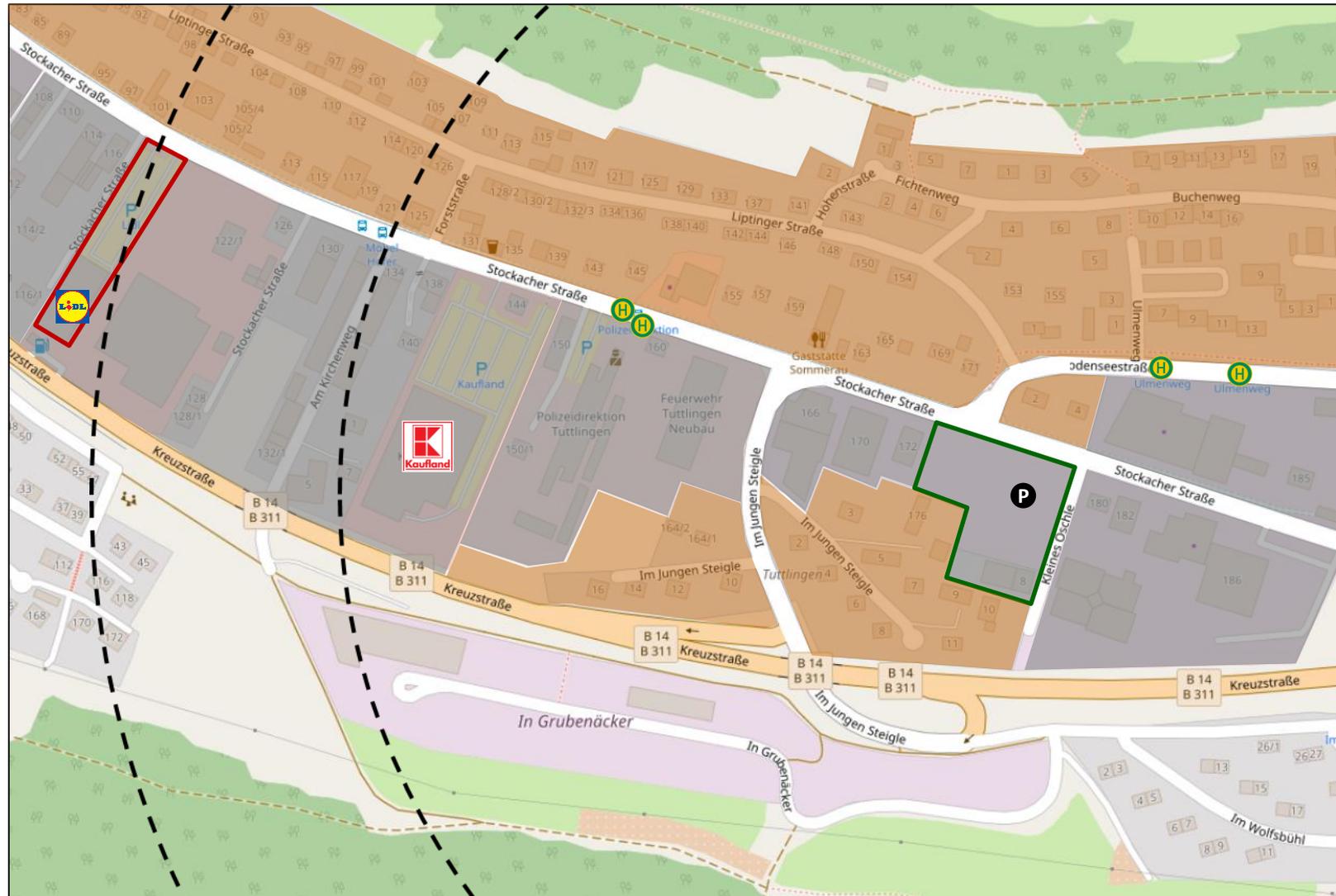
- begrenztes Einzugsgebiet aufgrund der topografischen Rahmenbedingungen sowie der Wettbewerbssituation in Tuttlingen
- Erschließung mit dem Fahrrad mit Verbesserungspotenzial

Abbildung 2: Planvorhaben an der Stockacher Straße



Quelle: Stadt Tuttlingen

Karte 2: Mikrostandort „Stockacher Straße“



Legende

-  Projektstandort
-  überw. Wohnen
-  überw. Gewerbe
-  neuer Standort
-  alter Standort
-  fußläufiger Nahbereich (500 m, 700 m)
-  Bushaltestellen

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot gemäß **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg** ist auf Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen.

„[...] 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, sodass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Diesen Vorgaben wird auch seitens des **Regionalplanes Schwarzwald-Baar-Heuberg 2012** Rechnung getragen. So werden unter 2.7.1 wesentliche Anforderungen an Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte formuliert:

- (Z 4) „Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...]“
- (G) „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) direkt angebunden sind. Die Einzelhandelsstandorte sollen auch gut für den Fußgänger- und Fahrradverkehr erschlossen sein. Die Anforderungen von Familien mit Kindern, Behinderten und Senioren sollen bei der Standortwahl berücksichtigt werden.“

Im Rahmen der Zuordnung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten zu den Versorgungskernen wurden für Ober-, Mittel- und Unterzentren gebiets-scharf die Versorgungskerne, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten konzentriert und angesiedelt werden sollen, abgegrenzt¹². Zur möglichen Verlagerung bzw. Neubau eines Lebensmitteldiscounters ist demnach zunächst die Innenstadt von Tuttlingen als landes- und regionalplanerisch gewünschter Standort in Betracht zu ziehen. Eine Alternativenprüfung ergibt jedoch, dass in der dicht bebauten Innenstadt von Tuttlingen keine Entwicklungsmöglichkeiten für einen modernen und leistungsfähigen Lebensmittelmarkt bestehen.

¹² Vgl. hierzu Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg – Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte 2012, Seite 8

3. Bewertung des Integrationsgebots

Der Planstandort befindet sich außerhalb des gemäß Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg definierten „Vorranggebietes“ (= Standort für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte). Wie zuvor ausgeführt ist jedoch zu berücksichtigen, dass eine entsprechende Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt nicht möglich ist. Bei dem Grundstück an der Stockacher Straße handelt es sich zwar um einen dezentralen allerdings städtebaulich integrierten Standort. Zudem trägt die Schließung bzw. Nachnutzung einer Brachfläche zur Innenentwicklung bei und führt zu einer städtebaulichen Aufwertung des direkten Standortumfeldes. Da weiterhin ein unmittelbarer Anschluss an die Wohnbebauung südlich und nördlich des Grundstücks besteht, ist die fußläufige Erreichbarkeit gegeben. Der geplante Lidl-Markt kann damit eine Nahversorgungsfunktion übernehmen. Durch die nahegelegene Haltestelle „Ulmenweg“ ist sichergestellt, dass auch auf die öffentlichen Verkehrsmittel angewiesene Personen den Standort erreichen können.

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. Darauf aufbauend erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebots ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für die geplante Einzelhandelsnutzung in Tuttlingen 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. Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

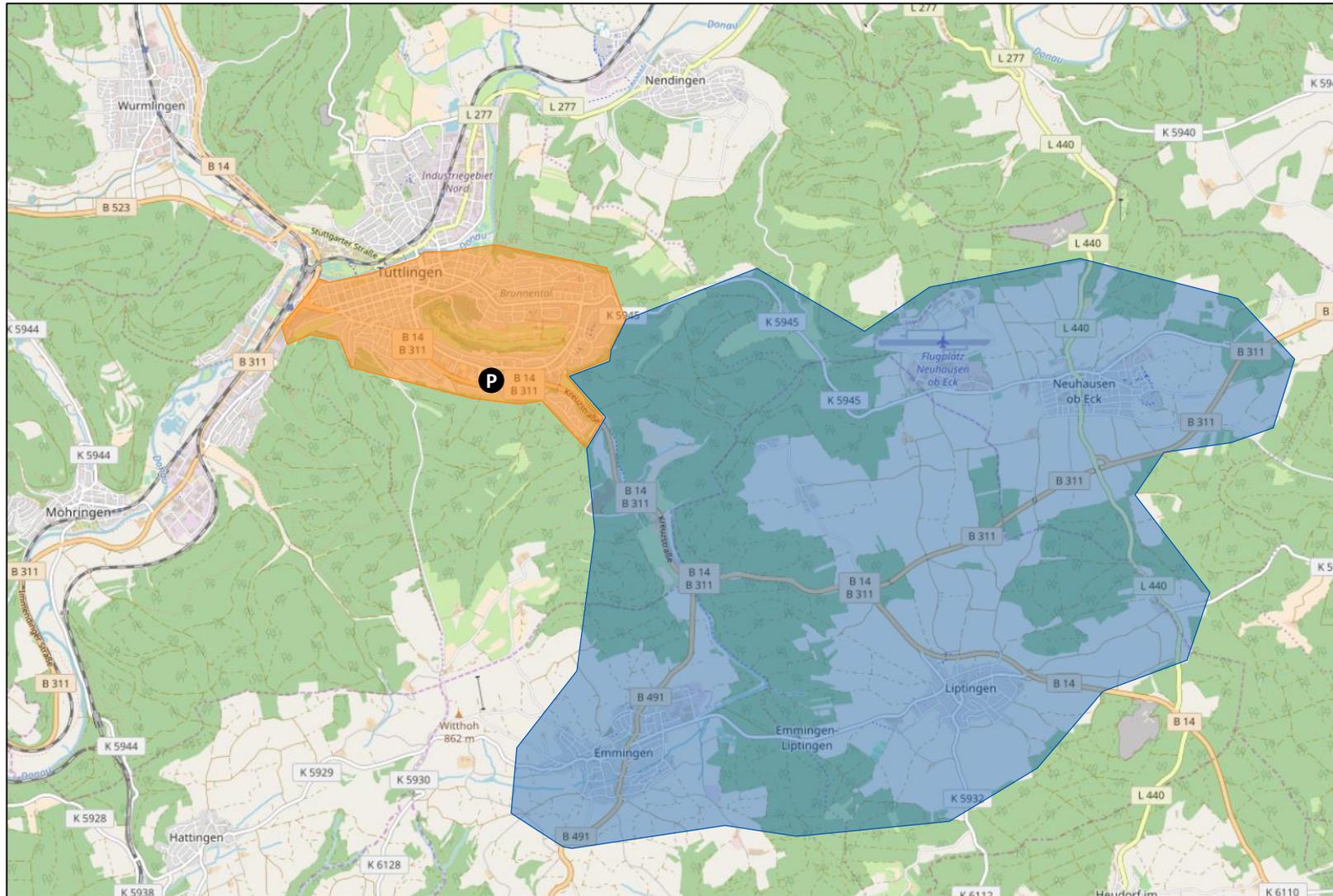
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens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

Demnach kann unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren im vorliegenden Fall das Einzugsgebiet für die geplante Einzelhandelsnutzung in Tuttlingen wie folgt abgegrenzt werden (vgl. Karte 3)¹³:

- /// **Zone I:** Tuttlingen (südl. Donau) ca. 19.520 Einwohner
- /// **Zone II:** Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck ca. 8.570 Einwohner
- /// **Zonen I – II:** ca. **28.090 Einwohner.**

¹³ Einwohner auf Basis des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, jeweils zum 31.12.2015

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Lidl-Marktes in der Stockacher Straße



Legende

P Projektstandort

Legende

Zone I

Zone II

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den geplanten Lebensmittelmarkt ein Einzugsgebiet abgrenzen, das sich im Wesentlichen auf den südlichen Teil der Kernstadt von Tuttlingen (Zone I) erstreckt. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes wird sowohl durch die nördlich der Innenstadt verlaufende Donau, die eine siedlungsräumliche Zäsur darstellt, verhindert, als auch den im Gewerbegebiet Nord befindlichen Lidl-Markt. Aufgrund der geringeren Entfernung zu diesem Markt sowie der verkehrlichen und topographischen Situation ist davon auszugehen, dass die Einwohner nördlich der Donau keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen zum Standort an der Stockacher Straße unterhalten. Nach Westen wird das Einzugsgebiet sowohl durch die zunehmende Entfernung zum Standort, als auch die dort befindlichen Wettbewerb (vgl. Kap. V) begrenzt.

Über die südliche Kernstadt von Tuttlingen hinaus besteht ein überörtliches Einzugsgebiet in Richtung Osten bzw. Südosten mit den Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck (Zone II). Dieses ergibt sich aus der Lage des Standortes in unmittelbarer Nähe zu den regionalen Verbindungsstraßen B 14 bzw. Neuhauser Straße. Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet **ca. 28.090 Einwohner**. Eine weitere überörtliche Ausbreitung des Einzugsgebietes wird durch die zum Teil erhebliche Entfernung zum Vorhabenstandort und die Wettbewerbssituation ausgeschlossen. Über das Einzugsgebiet hinausgehende Kundenzuführeffekte werden im Rahmen von Streukundeneffekten berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 5.570.¹⁴

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Tuttlingen, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben ca. 2.035 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁵ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Tuttlingen bei 105,6 und damit auf einem überdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Im weiteren Einzugsgebiet, den Gemeinden Emmingen-Liptingen (111,5) und Neuhausen ob Eck (103,4) liegt das Kaufkraftniveau auf einem vergleichbaren Level.

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Quelle: MB Research, 2016. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich somit auf **ca. 60,7 Mio. €**. Davon entfallen, abhängig der Einwohnerzahl und der Kaufkraft im Einzugsgebiet, auf

/// Zone I:	südl. Kernstadt von Tuttlingen	ca. 41,9 Mio. €
/// Zone II:	Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck	ca. 18,8 Mio. €

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Lidl in der Regel bei ca. 20 %

3. Umsatzerwartung des Untersuchungsobjektes

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.¹⁶ 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 Kapitel V., 3. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für die geplante Verlagerung bzw. den Neubau eines Lidl-Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.290 m² anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:¹⁷

¹⁶ 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.

¹⁷ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des geplanten Lidl-Marktes

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	41,9	12 - 13	5,2	1,3	6,5	79
Zone II	18,8	5	0,9	0,2	1,1	13
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	8
Insgesamt			6,6	1,6	8,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt bei Lidl ca. 20 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2017; ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich.

Damit lässt sich für das Vorhaben mit ca. **1.290 m² VK** eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 8,2 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,6 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Aus dem prognostizierten Umsatz ergibt sich eine **Flächenproduktivität von rd. 6.350 € / m² VK**. Dieser Wert ist für den Anbieter Lidl durchschnittlich. Eine höhere Umsatzleistung ist aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation in Tuttlingen nicht zu erwarten.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** (rechte Spalte in Tabelle 2) zeigt, dass mit ca. 79 % der überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Tuttlingen generiert wird. Auf die beiden Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck (Zone II) entfallen weitere 13 % des Umsatzes. Aufgrund der Nähe zum Anbieter Kaufland und der nach der Verlagerung verkehrsgünstigen Lage ist davon auszugehen, dass vereinzelt (Streu-) Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes den Lidl-Markt aufsuchen. Dieser Anteil von 8 % wird als Streukundenumsatz mitberücksichtigt.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist die raumordnerische Kernregelung zu beachten (vgl. Kapitel II; LEP BW Ziel 3.3.7).

Darüber hinaus gilt laut **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg**:

- 3.3.7.1 (Z)** „Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht beeinträchtigt werden.“

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 **in der Regel** gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“

Der **Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg** definiert dies allgemeiner:

2.7.1 (Z 3) „Bei der Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten ist die Verkaufsfläche auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereich abzustimmen.“

Für die Stadt Tuttlingen umfasst der Verflechtungsbereich, neben dem mit dem Mittelbereich (Landkreis Tuttlingen) den Nahbereich mit den Gemeinden Rietheim-Weilheim, Seitingen-Oberflacht, Wurmlingen und Emmingen-Liptingen sowie Neuhausen ob Eck.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf den aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkünften sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet der geplanten Einzelhandelsnutzungen erstreckt sich in der Zone I auf das Stadtgebiet von Tuttlingen. Zone II umfasst die dem Nahbereich zugeordneten Nachbargemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck
- /// Mit Blick auf die geplante Verlagerung bzw. den Neubau des Lidl-Marktes ist festzustellen, dass ca. 7,6 Mio. € und damit rd. 92 % der Gesamtumsatzleistung von Kunden aus Tuttlingen und dem zugeordneten Nahbereich stammen. Weitere ca. 0,6 Mio. € (rd. 8 %) werden mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes erwirtschaftet.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Vorgaben des Kongruenzgebotes durch das Vorhaben eingehalten werden. Es stammen rd. 93 % des Umsatzes aus der Stadt Tuttlingen und dem ihr zugeordneten Nahbereich. Der im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg genannte Schwellenwert wird damit eindeutig eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot

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

Zur Bewertung der Einzelhandelsituation in Tuttlingen sowie im Umland wurde von der GMA im September 2017 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Nachfolgend wird die Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich dargestellt (vgl. Karte 4).

1. Wettbewerbssituation in Tuttlingen und dem Umland

1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Als Wettbewerber für den geplanten Lebensmitteldiscounter gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Supermarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche Anbieter als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind. Dies sind in Zone I (südliche Kernstadt von Tuttlingen) folgende Anbieter:

- /// **E-Center**, Großer Supermarkt, Weimarstraße, ca. 3.200 m² Verkaufsfläche, Solitärstandort im Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, erschwerte verkehrliche Erreichbarkeit, mangelnde Einsehbarkeit von Hauptverkehrsträgern, nicht mehr zeitgemäß im Hinblick auf Standortlage und Immobilieneigenschaften¹⁸
- /// **Kaufland**, Großer Supermarkt, Stockacher Straße, ca. 3.600 m² Verkaufsfläche, mit Bäckerei, Metzgerei, Blumenladen, Lotto-Toto-Shop mit Poststelle und Frisör im Vorkassenbereich, Solitärstandort im Gewerbegebiet „Süd“ mit Nähe zu Lidl, sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, rückversetzte Lage zur Stockacher Straße, Defizite hinsichtlich Marktauftritt und Immobilieneigenschaften, gerade noch zeitgemäß¹⁹
- /// **E-aktiv markt Siedler**, Supermarkt, Neuhauser Straße, ca. 1.000 m² Verkaufsfläche, Solitärstandort in Wohngebietslage, überwiegend Nahversorgungsfunktion, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, etwas geringe Verkaufsflächengröße und Stellplatzangebot, als Nahversorger in der Standortlage jedoch leistungsfähig

¹⁸ Derzeit gibt es Planungen, den bestehenden Edeka-Markt durch einen Neubau ohne signifikante Vergrößerung der Verkaufsfläche zu ersetzen.

¹⁹ Derzeit gibt es Planungen, den Kaufland-Markt an der Stockacher Straße abzureißen und an gleicher Stelle mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.400 m² neu zu bauen. Dies entspricht einer Erweiterung um ca. 800 m² Verkaufsfläche.

- /// **Nahkauf**, Supermarkt, Obere Hauptstraße, ca. 500 m² Verkaufsfläche, gute Einsehbarkeit, überwiegend Nahversorgungsfunktion für die Innenstadt, keine eigenen Stellplätze (aber Nähe zum Parkhaus Innenstadt), nicht mehr zeitgemäß hinsichtlich Verkaufsflächendimensionierung und Warenpräsentation, aber dennoch leistungsfähiger Wettbewerber, da er der einzige Nahversorger in der Innenstadt ist²⁰

In Zone II des Einzugsgebietes, also in den Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck besteht lediglich ein weiterer strukturprägender Anbieter:

- /// **Treff 3000**, Supermarkt, Carl-Benz-Straße, Neuhausen ob Eck, ca. 750 m² Verkaufsfläche, Ortsrandlage mit Gewerbe- und Wohnnutzungen im Umfeld, dadurch auch fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar, nicht mehr zeitgemäß hinsichtlich Verkaufsflächendimensionierung

Darüber hinaus sind im Einzugsgebiet noch weitere Spezialanbieter und Lebensmittelhandwerksbetriebe ansässig. Dazu zählen neben mehreren Bäckereien und Metzgereien auch Bioläden oder diverse sog. ethnische Supermärkte. Im Nahrungs- und Genussmittelsektor ist somit aktuell eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.700 m² vorhanden. Insgesamt wird ein Umsatz im Nahrungs- und Genussmittelsektor in einer Größenordnung von ca. 45,3 Mio. € erzielt.

1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets

Außerhalb des Einzugsgebietes sind im Lebensmittelbereich insbesondere die Angebotsstrukturen am Fachmarktstandort „Gewerbegebiet Nord“ und im Gewerbegebiet in der „Möhringer Vorstadt“ (vgl. Kap. III.1) zu beachten. Gerade das nördlich der Donau befindliche Gewerbegebiet hat sich zu einem bedeutenden lokalen und regionalen Versorgungsstandort entwickelt. Konkret handelt es sich bei den strukturprägenden Wettbewerbern außerhalb des Einzugsgebiets um folgende Anbieter:

- /// **real**, Großer Supermarkt, Rudolf-Diesel-Straße, ca. 4.600 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet Nord, mit Bäckerei, Metzgerei, Lotto-Toto-Shop mit Poststelle, Frisör als Konzessionären und separatem Getränkemarkt mit Schuh- / Schlüsseldienst im Vorkassenbereich, sehr gute verkehrlich Erreichbarkeit, mit Tankstelle auf dem Areal, im weiteren Standortumfeld Hagebau (Baumarkt mit Gartencenter), Penny, dm, Takko, Vögele, Schuh Profi), nicht mehr zeitgemäß im Hinblick auf Marktauftritt und Immobilieneigenschaften
- /// **Rewe**, Supermarkt, Dornierstraße, ca. 1.300 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet „Möhringer Vorstadt“, im Standortverbund mit Aldi, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, gute Einsehbarkeit von der B 311, überwiegend autokundenorientierter Standort, zeitgemäßer Wettbewerber

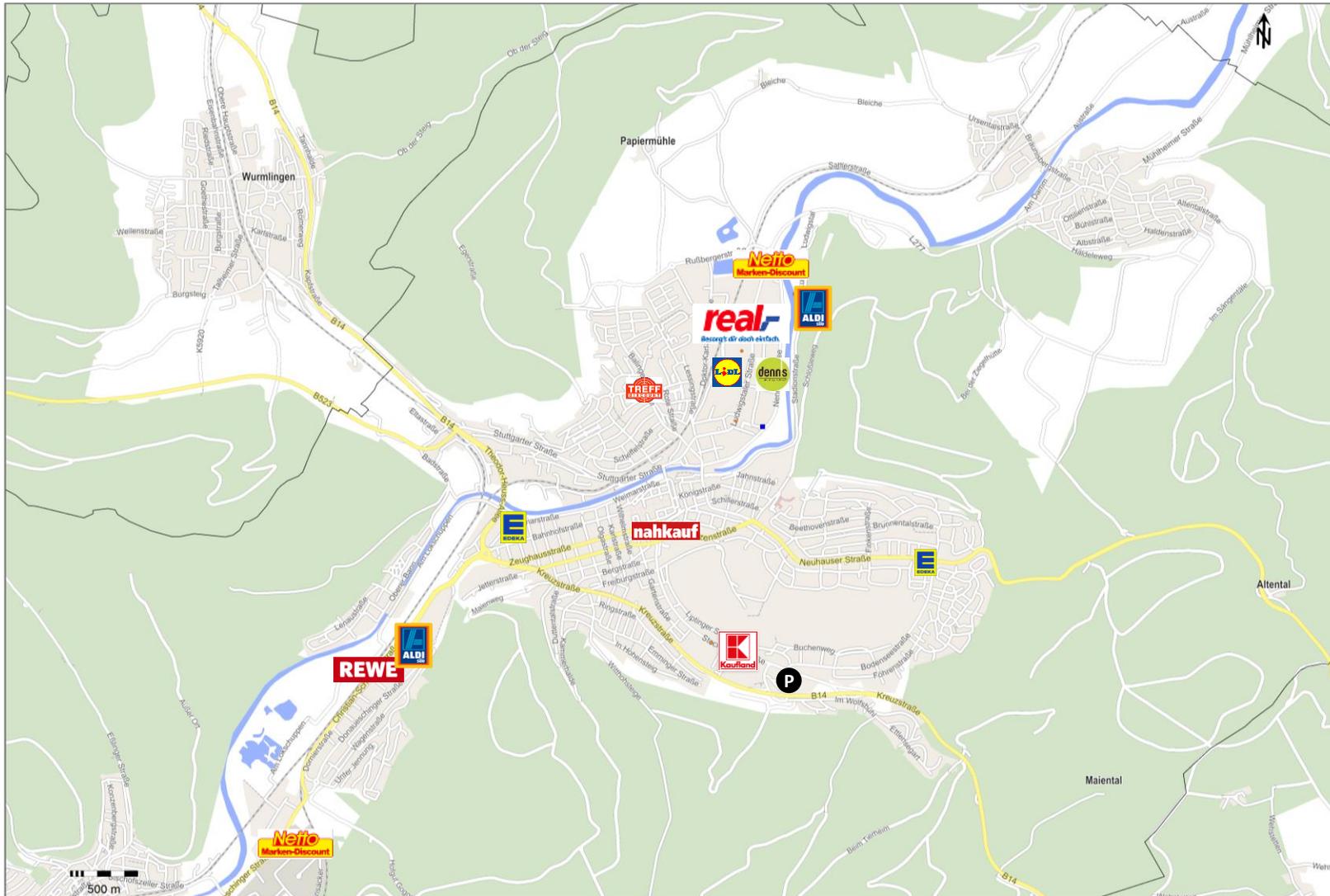
²⁰ Im März 2015 ist der Markt von einem neuen Pächter übernommen worden, der den Standort auch langfristig erhalten und attraktivieren will.

- /// **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, Ludwigstaler Straße, ca. 1.300 m² Verkaufsfläche, Lage am Südrand des Gewerbegebietes „Nord“, sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit und Einsehbarkeit, aber durch Nähe zu Wohngebieten auch Nahversorgungsfunktion, im Umfeld weitere Einzelhandelsbetriebe, leistungsfähiger Wettbewerber
- /// **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Dornierstraße, ca. 1.100 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet „Möhringer Vorstadt“, im Standortverbund mit Rewe, gute Einsehbarkeit, überwiegend autokundenorientierter Standort, ausreichende Stellplatzanzahl, zeitgemäßer Wettbewerber²¹
- /// **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Nendinger Allee, ca. 1.100 m² Verkaufsfläche, rein autokundenorientierter Standort im Gewerbegebiet „Nord“, gute verkehrliche Erreichbarkeit, leistungsfähiger Wettbewerber
- /// **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Nendinger Allee, ca. 1.100 m² Verkaufsfläche, Lage am Nordrand des Gewerbegebietes „Nord“ in einem Fachmarktzentrum mit Fressnapf, Rofu-Kinderland, Petra's Schuhfachmarkt, TTL und T€Di, sehr gute Einsehbarkeit und verkehrliche Erreichbarkeit, rein autokundenorientierte Lage, leistungsfähiger Anbieter
- /// **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Gänsäcker, ca. 1.000 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet „Gänsäcker“, im Standortverbund mit Fabrikverkauf Rieker, Matratzen direkt, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, vorrangig autokundenorientierte Lage, aber Nähe zum Stadtteil Möhringen, gute verkehrliche Erreichbarkeit, insgesamt moderner und zeitgemäßer Wettbewerber
- /// **Treff 3000**, Lebensmitteldiscounter, Nelkenstraße, ca. 800 m² Verkaufsfläche, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, integrierte Lage im Wohngebiet Tuttlingen-Nord, überwiegend Nahversorgungsfunktion für das umliegenden Wohngebiet, ausreichendes Stellplatzangebot, insgesamt leistungsfähiger Nahversorger
- /// **Denn's Biomarkt**, Biosupermarkt, Rudolf-Diesel-Straße, ca. 500 m² Verkaufsfläche, mit Bäckerei im Vorkassenbereich, rein autokundenorientierter Standort im Gewerbegebiet „Nord“, gute verkehrliche Erreichbarkeit, leistungsfähiger und moderner Wettbewerber, im Umfeld zahlreiche weitere Frequenzbringer

Die Analyse der Wettbewerbsstrukturen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes des geplanten Lidl-Marktes zeigt, dass Tuttlingen als Mittelzentrum und Kreisstadt über ein differenziertes Angebot im Lebensmittelbereich verfügt und zwischen den einzelnen Anbietern ein ausgeprägter Wettbewerb besteht. Dies zeigt sich auch daran, dass in jüngster Zeit nahezu alle größeren Anbieter ihre Standorte umfassend modernisiert haben bzw. dies vorhaben. Aufgrund der räumlichen Konzentration und des Angebots sind für den Versorgungsbereich „Gewerbegebiet Nord“ zudem erhebliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb Tuttlingens anzunehmen.

²¹ Verlagerung an Weimarstraße geplant

Karte 4: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Legende

P Projektstandort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

2. Umsatzzumlenkungen / Wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells²² basiert.

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

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

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des verlagerten und hinsichtlich der Verkaufsfläche erweiterten Lidl-Marktes erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben des neuen Lidl-Marktes mit 1.290 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 geplanten Erweiterung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungen der bereits ebenfalls an der Stockacher Straße bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz wird bereits heute gebunden.

Für die Bewertung der geplanten Standortverlagerung des Lebensmitteldiscounter an der Stockacher Straße in der Stadt Tuttlingen werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der im Zuge der Verlagerung neugebaute Markt wird nach gutachterlicher Einschätzung auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.290 m² eine Umsatzleistung von ca. 8,2 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 6,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Es ist zu berücksichtigen, dass der Anbieter Lidl bereits seit Jahren an der Stockacher Straße einen Markt mit ca. 1.000 m² Verkaufsfläche betreibt. Dieser erwirtschaftet derzeit einen Umsatz von ca. 6,8 Mio. €. Davon entfallen ca. 5,4 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden aufgrund der geringen Entfernung zwischen den beiden Standorten auch nach der Verlagerung des Marktes vor Ort gebunden werden. Die Standortrahmenbedingungen und das Einzugsgebiet ändern sich nur unwesentlich.

²² Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Umsätze des Lidl-Marktes bleibt ein relevanter Umsatzanteil von insgesamt 1,4 Mio. €, der durch das Verlagerungsvorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden wird. Davon entfallen ca. 1,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch die geplanter Verlagerung des Lidl-Marktes zu erwarten:

Tabelle 3: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch die Verlagerung des Lidl-Marktes (ca. 1.290 m² VK) in Tuttlingen

		Umsatz in Mio. €
Foodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	5,4
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Tuttlingen (Zone I)	1,0
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck (Zone II)	< 0,1
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern außerhalb des Einzugsgebiets (v.a. Gewerbegebiet Nord und Möhringer Vorstadt in Tuttlingen)	< 0,2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nahrungs- und Genussmittelbereich	6,6
Nonfoodbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nonfoodbereich	1,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich	1,6
▪ Umsatz insgesamt		8,2

GMA-Berechnungen 2017

- / Im **Kerneinzugsgebiet** des Lidl-Marktes, der südlichen Kernstadt von Tuttlingen, fallen die Umsatzumverteilungseffekte im Nahrungs- und Genussmittelbereich mit ca. 1,0 Mio. € am höchsten aus. Aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation und vor dem Hintergrund des erwirtschafteten Gesamtumsatzes liegt die Umverteilungsquote lediglich bei 2 – 3 %. Damit können negative Auswirkungen auf die Nahversorgungs- oder städtebauliche Situation innerhalb der südlichen Kernstadt ausgeschlossen werden.
- / In den Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck, dem **erweiterten Einzugsgebiet** (Zone II), werden Umsätze in Höhe von max. 0,1 Mio. € umverteilt. Die Umverteilungseffekte liegen damit gerade noch im nachweisbaren Bereich. Aufgrund der fehlenden bzw. kaum vertretenen Wettbewerber erreicht die Umverteilungsquote dennoch einen Wert von 2 % und damit ein vergleichbares (niedriges) Niveau wie im Kerneinzugsgebiet.

- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden die größten Umverteilungseffekte gegenüber den weiteren Wettbewerbern in Tuttlingen wirksam. Betroffen sind aufgrund der Betriebsstrukturen v.a. die Einzelhandelsagglomerationen im Gewerbegebiet Nord und der Möhringer Vorstadt. Mit insgesamt nur ca. 0,2 Mio. € Umsatz, die umverteilt werden, liegt die Umverteilungsquote im nicht nachweisbaren Bereich. Zudem verteilen sich die Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Wettbewerbern. Negative Auswirkungen gegenüber einzelnen Betrieben können damit ausgeschlossen werden. Umsatzumverteilungen über die Stadt Tuttlingen hinaus treten aufgrund der zunehmenden Entfernung zum Planstandort nicht auf.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte i. H. von ca. 0,2 Mio. € ausgelöst. Diese verteilen sich zahlreiche Sortimentsgruppen und Betriebe, so dass negative einzelbetriebliche Auswirkungen nicht eintreten. Auch die Hauptversorgungsbereiche in der Innenstadt von Tuttlingen bleiben vom Vorhaben unberührt.

3. Rechtliche Vorgaben und städtebauliche Bewertung

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

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

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg bzw. 2.7.1 Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg 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 Entwick-

lung Zentraler Versorgungsbereiche in anderen Gemeinden können sich ergeben, wenn der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojekts den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und die Entwicklung und Versorgungsfunktion von Nachbargemeinden beeinträchtigt. [...]

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

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment.“

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich die geplante Verlagerung des Lidl-Marktes in Tuttlingen mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.290 m² im Hinblick auf das Beeinträchtigungsverbot wie folgt bewerten:

- In Tuttlingen werden durch das Vorhaben in erster Linie die Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes betroffen sein. Diese sind jedoch alle, wenn auch vereinzelt mit Schwächen, als leistungsfähig einzustufen. Aufgrund der geringen Umsatzumverteilung ist zudem nicht von einzelbetrieblichen Schädigungen auszugehen. Die Umverteilung ist lediglich wettbewerblicher Art und nicht mit einer Schwächung der Nahversorgung innerhalb des Einzugsgebiets verbunden. Weiterhin werden vom Verlagerungsvorhaben überwiegend großflächige Betriebstypen betroffen sein (Kaufland, E-Center), Spezialanbieter oder Lebensmittelhandwerksbetriebe, die überwiegend in der Innenstadt von Tuttlingen angesiedelt sind, werden ungleich geringer betroffen sein. Auch dadurch sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Die Innenstadt ist in ihrer Funktion als zentraler Versorgungsbereich nicht betroffen.
- In Zone II des Einzugsgebietes, den Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck ist überwiegend der in Neuhausen ob Eck befindliche Treff 3000-Markt von den Umsatzumlenkungen betroffen. Die in den Ortskernen noch vorhandenen Lebensmittelhandwerksbetriebe werden vom Vorhaben in Tuttlingen nicht tangiert. Der Treff 3000-Markt befindet sich außerhalb des Ortskerns von Neuhausen ob Eck und übernimmt als Nachfolger des ehemaligen Markant-Marktes bereits heute lediglich eine untergeordnete Rolle in der Nahversorgung der Bevölkerung der Gemeinde.

Mit Umverteilungseffekten in Höhe von max. 2 % ist nicht mit schädlichen städtebaulichen Auswirkungen oder einer Schwächung der Nahversorgung in den Gemeinden bzw. Ortskernen zu rechnen.

- /// Umverteilungseffekte über die Stadt Tuttlingen bzw. die Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck hinaus treten nicht auf. Entsprechend werden die Gemeinden westlich der Kernstadt von Tuttlingen (Wurmlingen, Rietheim-Weilheim und Seitingen-Oberflacht), die ebenfalls noch zum Nahbereich des Mittelzentrums gehören, vom Verlagerungsvorhaben nicht tangiert.
- /// Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte im **Nichtlebensmittelbereich** werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung Zentraler Versorgungsbereiche oder einer Schädigung der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes sind auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße annehmen werden.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass die geplante Verlagerung des Lidl-Marktes in Tuttlingen keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche und damit der Nahversorgung in den Kommunen des Einzugsgebietes verursachen wird. Negative städtebauliche Auswirkungen sind ebenfalls auszuschließen. **Folglich ist festzuhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot eingehalten wird.**

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen																									
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort an der Stockacher Straße im Kreuzungsbereich mit der Bodenseestraße ▪ Standortumfeld entlang der Stockacher Straße durch Gewerbetriebe geprägt, in südlicher und v.a. nördlicher Richtung durch Wohnbebauung ▪ Verlagerung und Neubau eines Lebensmitteldiscounters mit ca. 1.290 m² VK 																								
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 																								
Standortrahmenbedingungen Fridingen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Mittelzentrum Tuttlingen mit ca. 34.590 Einwohnern ▪ Verflechtungsbereich: Mittelzentrum des Landkreises Tuttlingen, sowie zu versorgender Nahbereich (Rietheim-Weilheim, Seitingen-Oberflacht, Wurmlingen, Emmingen-Liptingen, Neuhausen ob Eck.) ▪ Einzelhandelsstrukturen: Hauptversorgungsbereiche in der Tuttlinger Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich), darüber hinaus Fachmarktstandort im Gewerbegebiet Nord und die dezentralen Einzelhandelslagen Gänsäcker, Möhringer Vorstadt und Süd 																								
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet erstreckt sich auf die südl. Kernstadt von Tuttlingen und die Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 28.100 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 60,7 Mio. € 																								
Umsatzerwartung	<p>Gesamtumsatzleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 8,2 Mio. €, davon ca. 6,6 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,6 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich 																								
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 60%;">Tuttlingen (südl. Kernstadt)</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">2 – 3 %</td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 5%;"></td> </tr> <tr> <td>Tuttlingen (restl. Stadtgebiet)</td> <td style="text-align: center;">n. n.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Emmingen-Liptingen</td> <td style="text-align: center;">< 1 %</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neuhausen ob Eck</td> <td style="text-align: center;">2 %</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Tuttlingen (südl. Kernstadt)	2 – 3 %					Tuttlingen (restl. Stadtgebiet)	n. n.					Emmingen-Liptingen	< 1 %					Neuhausen ob Eck	2 %				
Tuttlingen (südl. Kernstadt)	2 – 3 %																								
Tuttlingen (restl. Stadtgebiet)	n. n.																								
Emmingen-Liptingen	< 1 %																								
Neuhausen ob Eck	2 %																								

Raumordnerische Bewertungskriterien	
Raumordnerische Kernregelung	Tuttlingen ist als regionalplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesen, entsprechend sind großflächige Einzelhandelsvorhaben erlaubt. Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.
Integrationsgebot	Der Projektstandort befindet sich an der Stockacher Straße. Das Umfeld ist sowohl durch Gewerbe als auch Wohngebiete geprägt. Das Grundstück, das aktuell als Brache teilweise als Parkplatz genutzt wird, liegt außerhalb des Versorgungsgebietes, jedoch städtebaulich integriert mit unmittelbarem Anschluss an die Wohnbebauung. Die fußläufige Erreichbarkeit und die ÖPNV-Anbindung sind sichergestellt. Dem Integrationsgebot wird Rechnung getragen.
Kongruenzgebot	Der im Einzelhandelserlass genannte Schwellenwert von ca. 70 % deutlich übertroffen. Zudem beschränkt sich das Einzugsgebiet auf den Nahbereich der Stadt Tuttlingen. Dem Kongruenzgebot wird vollumfänglich entsprochen.
Beeinträchtigungsverbot	Durch die geplante Verlagerung des Lidl-Marktes werden in Tuttlingen keine für die Nahversorgung der Bevölkerung schädlichen Umverteilungen ausgelöst. Der zentrale Versorgungsbereich bleibt strukturell und städtebaulich unberührt. In den Gemeinden Emmingen-Liptingen und Neuhausen ob Eck sowie weiteren Nachbargemeinden können negative Beeinträchtigungen durch das Vorhaben ebenfalls ausgeschlossen werden. Das Beeinträchtigungsverbot wird damit erfüllt.

Verzeichnisse		Seite
Kartenverzeichnis		
Karte 1:	Lage von Tuttlingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	11
Karte 2:	Mikrostandort „Stockacher Straße“	15
Karte 3:	Einzugsgebiet des geplanten Lidl-Marktes in der Stockacher Straße	19
Karte 4:	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	27
Tabellenverzeichnis		
Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Marktanteile und Umsatz des geplanten Lidl-Marktes	22
Tabelle 3:	Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch die Verlagerung des Lidl-Marktes (ca. 1.290 m ² VK) in Tuttlingen	29
Abbildungsverzeichnis		
Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2006 - 2016	6
Abbildung 2:	Planvorhaben an der Stockacher Straße	14