



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in Philippsburg

AUFTRAGGEBER: Wißmann GbR Christian und Maximilian Wißmann
Bunsenstraße 1, 69207 Sandhausen

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

Ludwigsburg , den 05.08.2022

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

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

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



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
4. Vorhabenbeschreibung	9
II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel (2) des Regionalplans Mittlerer Oberrhein (Teilfortschreibung Einzelhandel)	11
1. Makrostandort Philippsburg	11
2. Wettbewerbsanalyse	14
2.1 Versorgungsstrukturen in Philippsburg	14
2.2 Versorgungsstrukturen im weiteren Untersuchungsraum	16
2.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen in Philippsburg	18
2.4 Bewertung der Wettbewerbssituation	18
3. Bewertung des Konzentrationsgebots – landesplanerische Vorgaben	18
III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel (4) des Regionalplans Mittlerer Oberrhein (Teilfortschreibung Einzelhandel)	20
1. Mikrostandort „Dammstraße“	20
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	23
3. Bewertung des Integrationsgebotes	24
IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel (3) Regionalplan Mittlerer Oberrhein	25
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	25
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	26
3. Umsatzprognose für den geplanten Lebensmitteldiscounter	26
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	27
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	28

V. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg bzw. Z (3)	
Teilfortschreibung Regionalplan Mittlerer Oberrhein	29
1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	29
1.1 Methodik	29
1.2 Umsatzumverteilungen	29
2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	31
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots	31
VI. Agglomerationsregelung gemäß Ziel 2.5.3.10 Regionalplan Mittlerer Oberrhein	32
VII. Zusammenfassung	33

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

In der Stadt Philippsburg ist die Erweiterung des Netto-Marktes an der Dammstraße 2 geplant. Der Markt verfügt aktuell über 790 m² Verkaufsfläche (VK) und soll im Rahmen einer Bebauungsplanänderung auf eine Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² erweitert werden. Die Vergrößerung des Discounters geht mit einer generellen Aufwertung und Modernisierung einher. Ziel der Erweiterung ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraums sowie durch eine optimierte Warenpräsentation die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Damit soll auch seine Rolle als Nahversorger in Philippsburg gestärkt werden. Eine grundlegende Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist mit der Vergrößerung des Verkaufsraums nicht beabsichtigt.

Da es sich bei dem vorgesehenen Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² um ein Einzelhandelsgroßprojekt handelt, ist die Ausweisung eines Sondergebietes nach § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich. Dementsprechend sind die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu prüfen.

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

- /// Rahmenbedingungen in Philippsburg
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des Einzugsgebiets und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale für Lebensmittel
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Philippsburg und im Untersuchungsraum (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes.
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Mittlerer Oberrhein
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot
 - Agglomerationsregelung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurden der Standort sowie sonstige Einzelhandelslagen und der Wettbewerb vor Ort erfasst. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

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

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.²
2. Die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

¹ Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786)

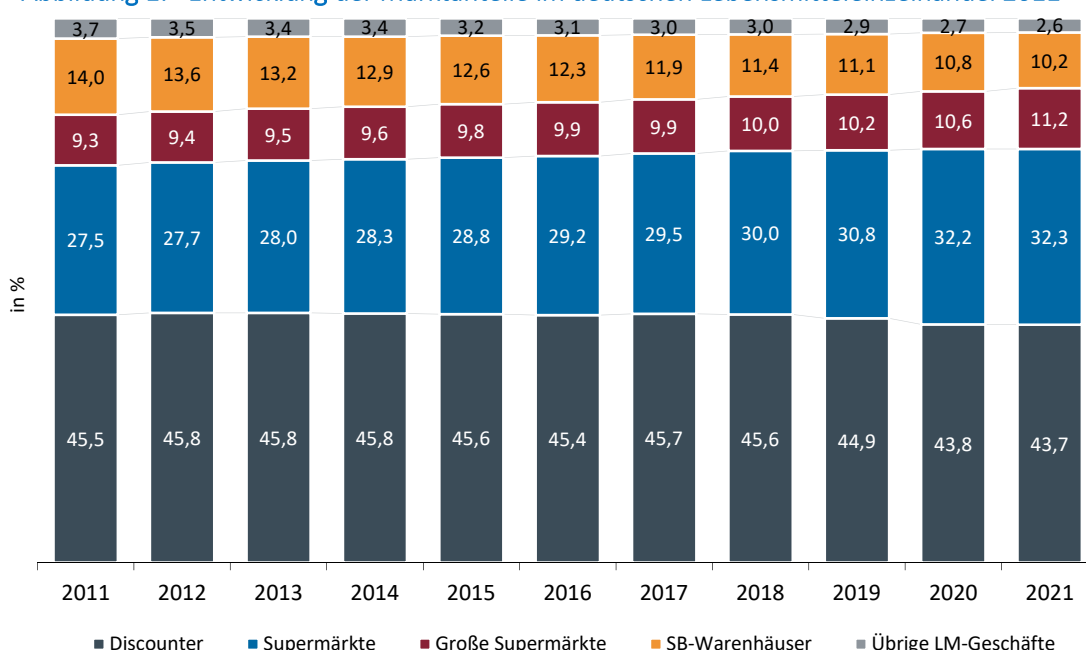
² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

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 die Flächeninanspruchnahme aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Supermärkte und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig. Auch der Marktanteil von Lebensmitteldiscountern ist seit 2019 leicht zurückgegangen.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2011 – 2021



Quelle: EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2022, GMA-Darstellung 2022

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

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:³

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁴ anbietet.

³ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

⁴ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Convenience Store

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellen-shops.

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 II⁵ führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

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

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Lebensmitteldiscounter dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel an (vgl. Tabelle 1). Bei allen Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 805 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.035 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.309 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl (2016)					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.790	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2020.

⁵ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

4. Vorhabenbeschreibung

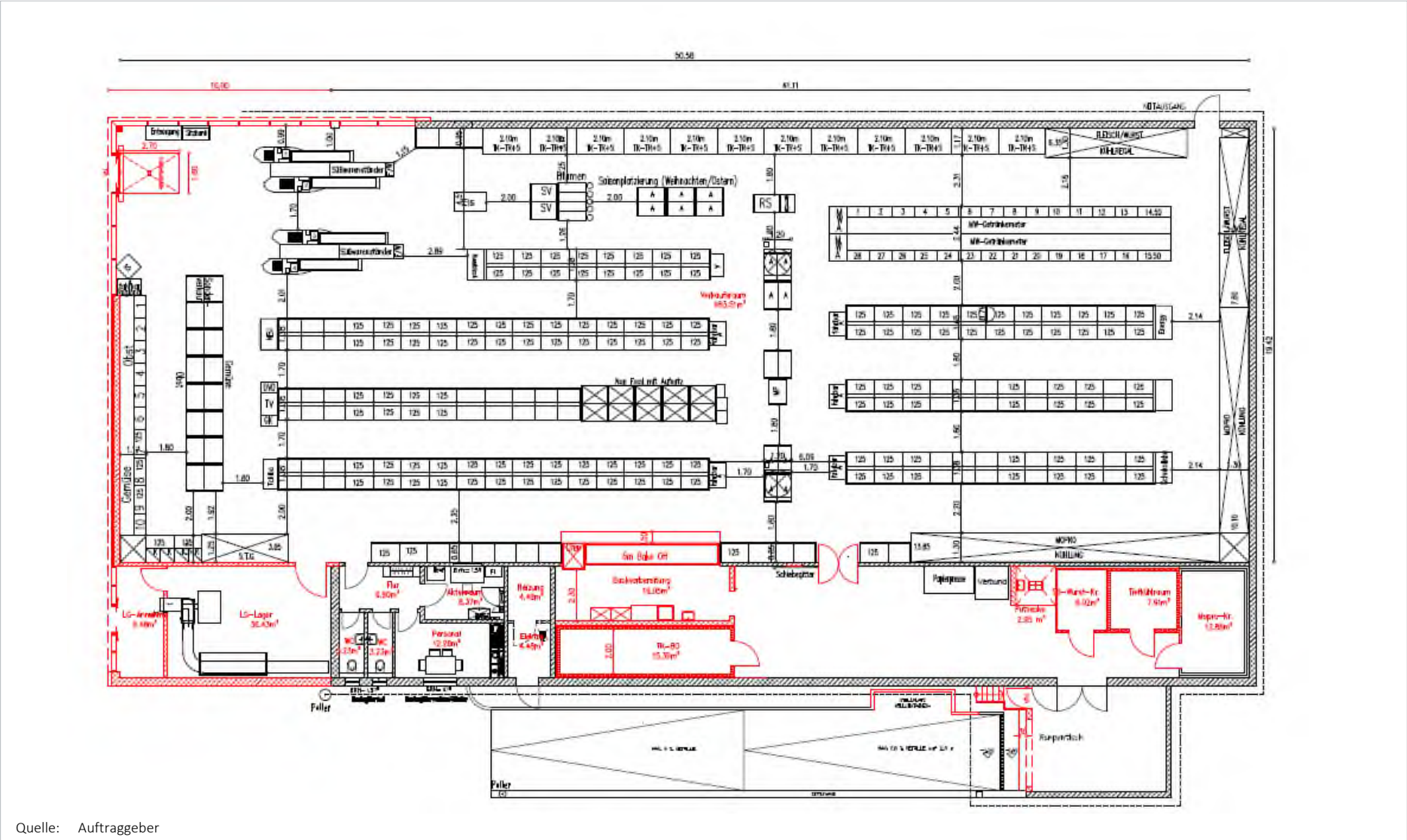
In der Stadt **Philippsburg** soll der bestehende Anbieter Netto, Dammstraße 2, von derzeit 790 m² auf dann ca. 1.000 m² VK vergrößert werden. Der Anbau erfolgt auf dem eigenen Grundstück, wobei das Gebäude nach Westen erweitert wird. Dadurch fallen 4 von den vorhandenen 65 PKW-Parkplätzen weg.

Die **Fa. Netto** offeriert eine für Discounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, Frischeprodukte sowie Molkereiprodukte, Non-Food-Artikel wie Zeitschriften, Pflege-, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) sowie einen hohen Anteil an Handelsmarken (ca. 60 %). Anders als etwa bei Aldi und Lidl spielen wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus den Bereichen Nonfood (z. B. Textilien, Gartenbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf) in den Netto-Filialen nur eine geringe Rolle. Das Netto-Angebot wird zumeist durch eine Bäckereifiliale ergänzt. Mit diesem Konzept profiliert sich Netto v. a. als Nahversorger im ländlichen Raum. Als sog. Softdiscounter führt Netto rd. 5.000 Standardartikel⁶ und liegt damit an der Spitze der Discounter. Somit weist Netto bereits Merkmale eines Supermarktes auf. Die durchschnittliche Größe einer Netto-Filiale liegt bei rd. 810 m² Verkaufsfläche, der Durchschnittsumsatz bei ca. 3,6 – 3,7 Mio. € je Filiale.⁷

⁶ Fa. Netto 2021, www.netto-online.de/unternehmen/Unser-Konzept.chtm.

⁷ Hahn Retail Real Estate Report 2021 / 2022

Karte 1: Projektskizze des Netto-Umbaus in Philippsburg



Quelle: Auftraggeber

II. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel (2) des Regionalplans Mittlerer Oberrhein (Teilfortschreibung Einzelhandel)

1. Makrostandort Philippsburg

Die **Stadt Philippsburg** liegt im Landkreis Karlsruhe am nordwestlichen Rand des Verdichtungsraumes des Oberzentrums Karlsruhe. Gemäß Regionalplan Mittlerer Oberrhein nimmt Philippsburg die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums wahr. Damit übernimmt die Stadt Philippsburg die Aufgabe, ihre Ausstattung so zu sichern und weiter auszubauen, dass sie „die Deckung des Grundbedarfs“ ihres Nahbereichs sowie die Versorgung des eigenen wie benachbarter Nahbereiche „mit Teilleistungen zur Deckung des gehobenen Bedarfs“ gewährleisten kann.⁸ Philippsburg liegt auf der regionalen Entwicklungsachse Philippsburg – Waghäusel – Bad Schönborn – Östringen – (Sinsheim) sowie auf der regionalen Entwicklungsachse (Germersheim) – Philippsburg – Graben-Neudorf – Bruchsal.

Die **Siedlungsstruktur** von Philippsburg wird durch drei räumlich voneinander getrennt gelegene Stadtteile geprägt. Insgesamt leben in Philippsburg derzeit ca. 13.713 Einwohner⁹. Der Siedlungs- und Einwohnerschwerpunkt (rd. 58 % der Einwohner) liegt dabei im Kernort Philippsburg (8.015 EW). Hier ist neben den Hauptwohnlagen auch die Altstadt zu erwähnen. Weitere 20 % der Einwohner (2.656 EW) leben im Stadtteil Huttenheim, rd. 22 % (3.021 EW) in Rheinsheim. Die **Bevölkerungsentwicklung** in der Gesamtstadt Philippsburg verlief somit in den letzten Jahren deutlich positiv: Die Einwohnerzahl hat sich seit 2011 um ca. 1.400 Personen bzw. ca. 11,5 % erhöht. Das größte Bevölkerungswachstum¹⁰ fand im Ortsteil Rheinsheim mit 10,5 % statt, danach Huttenheim mit 9,5 % und am wenigsten wuchs die Kernstadt selbst mit, trotzdem immer noch starken 7,8 %. Damit wächst die Bevölkerungsentwicklung in Philippsburg gegenüber dem Trend des Landkreises (+ 5,6 %)¹¹ überdurchschnittlich. Gemäß aktueller Prognosen der Einwohnerzahl bis 2040 wird sich die Bevölkerung der Stadt Philippsburg konstant entwickeln.¹²

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich

Kommune / Landkreis	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2021	
	2011	2021	absolut	in %
Philippsburg	12.294	13.713	1.419	+ 11,5
Oberhausen-Rheinhausen	9.439	9.667	228	+ 2,4
Waghäusel	19.945	21.178	1.233	+ 6,2
Graben-Neudorf	11.571	12.277	706	+ 6,1
LK Karlsruhe	424.510	448.487	23.977	+ 5,6
Region Mittlerer Oberrhein	991.130	1.042.812	51.682	+ 5,2
Baden-Württemberg	10.512.441	11.124.642	612.201	+ 5,8

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand jeweils 31.12.

⁸ Quelle: Regionalplan Mittlerer Oberrhein 2002, Punkt 2.1.4.

⁹ Quelle: Stadt Philippsburg, Stand: 31.12.2020.

¹⁰ im Bezugszeitraum 31.12.10 bis 31.12.

¹¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg.

¹² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausberechnung bis 2040, Basis Zensus 2011.

Die **verkehrliche Anbindung** von Philippsburg wird vor allem über die Bundesstraße B 35 (Germersheim – Bruchsal – Bretten) geleistet, die an den Stadtteilen Huttenheim und Rheinheim vorbeiführt. Zudem ist die Bundesstraße B 36 (Mannheim – Karlsruhe) in einer Distanz von unter 5 km zu erreichen. Im weiteren Verlauf besteht so auch Anschluss an die Autobahnen A 5 und A 6. Die Anbindung an den **ÖPNV** wird über je einen Bahnhof in den drei Stadtteilen gewährleistet. Zudem ist Philippsburg in das Netz der Karlsruher Verkehrsbetriebe eingebunden. Im lokalen Umfeld verkehren mehrere Buslinien zwischen allen drei Stadtteilen sowie den benachbarten Kommunen. Insgesamt ist die Erreichbarkeit sowohl im Individualverkehr als auch im öffentlichen Verkehr als sehr gut zu beurteilen.

Die **Wirtschaftsstruktur** in Philippsburg wird durch das produzierende Gewerbe dominiert. Dabei sind als wichtigste Arbeitgeber das europäische Zentrallager der Deutschen Goodyear GmbH und das sich im Abbau befindliche Kernkraftwerk Philippsburg zu benennen. Aufgrund der Nähe zum Oberzentrum Karlsruhe kann für die Stadt trotz seiner Funktion als Arbeitsort ein negativer Pendlersaldo von –2.323 Personen konstatiert werden. Den rd. 5.672 Beschäftigten am Wohnort stehen rd. 3.353 Beschäftigte am Arbeitsort gegenüber¹³.

Der **Einzelhandel in Philippsburg** konzentriert sich derzeit überwiegend auf folgende wesentliche Einkaufslagen:

- /// Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** befindet sich im Zentrum des Stadtteils Philippsburg im Umfeld des Marktplatzes sowie angrenzender Teilbereiche der Rote-Tor-Straße, Weiße-Tor-Straße, Söternstraße und Undenheimer Straße. Der Standortbereich ist dabei von kleinstrukturierten Ladeneinheiten geprägt. Neben Angeboten des kurzfristigen Bedarfs (z.B. Bäckerei, Metzgerei, Apotheke) werden auch einige Sortimente aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich vorgehalten. Der langfristige Bedarfsbereich ist nur ausschnittsweise vertreten.
- /// **Weitere Einzelhandelsschwerpunkte** mit überwiegender Nahversorgungsfunktion befinden sich am nordöstlichen Ortsrand im Bereich Söternstraße / Tullastraße, wo zwei Lebensmitteldiscounter und ein Supermarkt angesiedelt sind (Lidl, Penny, Rewe) sowie im Bereich Bruhrainstraße / Gerstenfelderstraße im Süden mit einem Aldi-Discounter und einem dm-Drogeriemarkt.
- /// Im **Stadtteil Huttenheim** beschränkt sich das Einzelhandelsangebot auf Grundversorgungsstrukturen (u. a. Bäcker, Metzger, Apotheke), welche vorrangig in der Rheinstraße und in der Philippsburger Straße zu finden sind. Zusätzlich gibt es im Gewerbegebiet In der Kühweid noch ein Lebensmittelgeschäft für osteuropäische und internationale Lebensmittel.
- /// Im **Stadtteil Rheinsheim** existiert ebenfalls lediglich ein Grundversorgungsangebot, welches sich überwiegend entlang der Hauptstraße befindet. Hier sind u. a. ein Getränkefachhändler, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und eine Apotheke zu nennen. Seit 1,5 Jahren gibt es in der Hauptstraße noch einen genossenschaftlichen Dorfladen, der regionale aber auch vor allem Bioprodukte verkauft.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Stichtag: 30.06.2021

- Dezentrale Gewerbegebiete**, welche vorrangig autokundenorientiert einzuschätzen wären, sind in der Stadt Philippsburg nicht zu finden. Im Gegensatz zu vielen anderen Kommunen konzentriert sich das Einzelhandelsangebot stark auf die Innenstadt und die Nahversorgungszentren in den Stadtteilen (vgl. Karte 3).



Ünal-Supermarkt, Udenheimer Straße



Getränke Böllinger, Hans-Thoma-Straße



Dorfladen und Bäckerei in Rheinsheim



Metzgerei Oberst, Söternstraße

GMA-Aufnahmen 2022

2. Wettbewerbsanalyse

2.1 Versorgungsstrukturen in Philippsburg

Das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird in Philippsburg durch die zwei Standorte Söternstraße / Tullastraße und Bruhrainstraße / Gerstenfelderstraße abgedeckt. Der Standort Söternstraße / Tullastraße am nordöstlichen Ortsausgang Richtung Oberhausen-Rheinhausen und Waghäusel ist geprägt von REWE, Penny und Lidl. Am südlich gelegenen Nahversorgungsstandort befinden sich ein neuer Aldi und ein dm-Drogeriemarkt.

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel in Philippsburg auf ca. 8.000 m², auf der nach gutachterlicher Einschätzung im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine Umsatzleistung von ca. 33 - 34 Mio. € erzielt wird.

Im Einzelnen sind folgende strukturprägende Lebensmittelmärkte in Philippsburg hervorzuheben:

- / **Aldi Süd**, Gerstenfeldstraße: Der Lebensmittel-discounter befindet sich im südlichen Teil von Philippsburg in verkehrsgünstiger und zentraler Lage. Die Neueröffnung des Marktes im Jahr 2017 ging einher mit dem Neubau eines dm-Drogeriemarktes und der Bäckerei Görtz. Dadurch erhält der Standort Agglomerationsvorteile. Somit erweist sich der Aldi-Lebensmitteldiscounter mit seinen 1.200 m² Verkaufsfläche als attraktiver und moderner Markt.



- / **Penny**, Am Freyersee: Der Penny-Lebensmitteldiscounter mit circa 800 m² Verkaufsfläche ist integriert in den nördlichen Nahversorgungsbe-reich. Der Markt hat Agglomerationsvorteile durch die Standortgemeinschaft mit Lidl und Rewe. Der Lebensmittel-discounter präsentiert sich als moderner Markt.



- / **Rewe**, Am Freyersee: Der Markt liegt im nördli-chen Nahversorgungsbereich Söternstraße / Tullastraße. Als Lebensmittelvollsortimenter ist er der einzige der Stadt Philippsburg und deckt damit ein großes Einzugsgebiet innerhalb der Stadtgrenzen ab. Der Markt hat eine Verkaufsflä- che von 1.500 m².



- / **Lidl**, Tullastraße: Der Lidl-Lebensmitteldiscounter befindet sich als dritter Betrieb am verkehrsgünstigen Standort Söternstraße / Tullastraße. Der 1.300 m² (VK)-große Markt ist modern auf- gestellt. Die beengte Park- und Straßensituation vor dem Betrieb ist negativ zu bewerten.



2.2 Versorgungsstrukturen im weiteren Untersuchungsraum

Außerhalb von Philippsburg befinden sich zahlreiche Kommunen in unterschiedlicher Größe mit eigenständigen Nahversorgungsstrukturen. Außerhalb der Stadt Philippsburg ist daher auf folgende Wettbewerbsbetriebe hinzuweisen (vgl. Karte 3):

Die Angebotsstrukturen im Umland lassen sich wie folgt charakterisieren (vgl. Karte 3 und Tabelle):

- In der nordwestlich gelegenen Stadt **Oberhausen-Rheinhausen** ist ein umfangreiches Angebot im Nahrungs- und Genussmittelbereich vorhanden. Der Standort Weiherweg stellt umfasst die Wettbewerbsbetriebe Edeka, Penny und Norma. Durch die verschiedenen Betriebstypen Vollsortimenter und Discounter entstehen hier Agglomerationsvorteile. Der verkehrsgünstige Standort ist zwischen Oberhausen und Rheinhausen von der Landstraße bzw. Kolpingstraße sehr gut zu erreichen. Mit diesem Standort sichert die Stadt Oberhausen-Neuhausen ihre Nahversorgung. Der Edeka-Supermarkt und der Penny-Lebensmitteldiscounter entsprechen jeweils den neusten Modernisierungsstandards.
- Im westlich gelegenen **Waghäusel** befinden sich Lebensmittel-Anbieter vor allem an dezentralen Standorten. Das SB-Warenhaus Globus im südlichen Gewerbegebiet hat aufgrund des sehr breiten Sortiments ein dementsprechend großes Einzugsgebiet. Aldi und Netto befinden sich ebenfalls in einem Gewerbegebiet im Westen der Stadt an der Mannheimer Straße. Im Stadtteil Kirrlach befinden sich ein Rewe, Penny, Lidl und Netto.

Tabelle 3: Anbieter im weiteren Untersuchungsraum

Ort / Stadtteil	Anbieter	Adresse	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ²	Lage*
Oberhausen-Rheinhausen	Edeka Garcia	Weiherweg	Supermarkt	1.600	Gewerbegebiet
	Norma	Weiherweg	Discounter	800	Gewerbegebiet
	Penny	Weiherweg	Discounter	1.100	Gewerbegebiet
Waghäusel-Wiesental	Globus	Hambrücker Landstraße	SB-Warenhaus	ca. 12.000	Gewerbegebiet (B)
	Aldi	Mannheimer Str.	Discounter	900	Gewerbegebiet
Waghäusel-Kirrlach	Netto	Mannheimer Str.	Discounter	800	Gewerbegebiet
	REWE	Waghäusler Str.	Supermarkt	1.600	Gewerbegebiet
	Penny	Waghäusler Str.	Discounter	750	Gewerbegebiet
	Lidl	Bruchsaler Str.	Discounter	950	Gewerbegebiet
	Netto	Kronauer Straße	Discounter	800	Siedlungsfläche (A)

* Ausweisung gemäß Regionalplan Mittlerer Oberrhein bzw. Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

B = Bestandsstandort großflächiger Einzelhandel

A = außerhalb integrierter Lagen (Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte)

Quelle: GMA-Erhebungsdaten 2022

Auch die sonstigen Nachbargemeinden Dettenheim, Hambrücken und Graben-Neudorf verfügen über sehr leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen. Daher kann der zu untersuchende Netto-Markt kein wesentliches überörtliches Einzugsgebiet erschließen.

Karte 3: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum



Legende

- Vorhabenstandort Netto, Dammstraße
- Einzugsgebiet Netto

2.3 Bewertung der Versorgungsstrukturen in Philippsburg

Bei einer Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner im Nahrungs- und Genussmittelbereich (ohne Ladenhandwerk und Spezialanbieter) ist in quantitativer Hinsicht in Philippsburg derzeit ein überdurchschnittlicher Wert festzustellen. Für Philippsburg (ca. 13.713 Einwohner) errechnet sich eine Verkaufsflächenausstattung von 421 m² VK / 1.000 EW. Dieser Wert liegt unter dem Bundesdurchschnitt von 435 m² VK / 1.000 EW¹⁴.

Trotz der leicht unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung ist die **Zentralität** von Philippsburg höher als im Bundesdurchschnitt (100 %). Die Zentralität von Philippsburg ergibt sich aus der Gegenüberstellung des im Lebensmitteleinzelhandel generierten Umsatzes in Philippsburg mit dem örtlichen Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich. Hieraus errechnet sich für die Stadt derzeit eine Zentralität von ca. 109,4 %¹⁵. Somit stammt ein kleiner Teil der Kaufkraft aus dem Umfeld von Philippsburg. Kaufkraftzuflüsse sind aber vor allem auf die leistungsstarken Discounter Aldi und Lidl zurückzuführen. Die Zuflüsse stammen hauptsächlich aus Oberhausen-Rheinhausen, da hier weder Aldi noch Lidl vertreten sind. Der hier zu untersuchende Netto profitiert hingegen kaum von Kaufkraftzuflüssen, da vergleichbare Angebote in allen Nachbargemeinden (Netto, Penny, Norma) vertreten sind.

2.4 Bewertung der Wettbewerbssituation

Für die Stadt Philippsburg ist festzustellen, dass der zu untersuchende Netto Lebensmitteldiscounter unter zunehmenden Modernisierungsdruck durch die Neuansiedlung eines Aldi-Discounters gegenüber geraten ist. Durch das starke Bevölkerungswachstum der Stadt Philippsburg ist gleichzeitig ein deutlicher Anstieg des Nachfragepotentials zu verzeichnen.

3. Bewertung des Konzentrationsgebots – landesplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Stadt Philippsburg unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung 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

¹⁴ Quelle: EHI handel aktuell 2021, S. 80 (ohne Spezialanbieter, Reformhäuser, Getränkemärkte, Bäcker, Metzger, Bio-Läden usw. inkl. Nonfoodanteile).

¹⁵ Zentralität = Umsatz / Kaufkraft. Ein möglicher Ansatz zur Beurteilung einer Kommune als Versorgungsstandort stellt die sog. Zentralitätskennziffer dar. Bei einer Zentralitätskennziffer wird die Kaufkraft in der Standortkommune mit dem Umsatz des Einzelhandels in Relation gebracht. Werte über 100 bedeuten, dass mehr durch den Einzelhandel umgesetzt wird, als Kaufkraft im Untersuchungsgebiet vorhanden ist. Demnach fließt Kaufkraft aus dem Umland zu.

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

Im **Regionalplan** des Regionalverbandes Mittlerer Oberrhein wird das **Konzentrationsgebot** im Kapitel 2.5.3 Regionalbedeutsamer Einzelhandel aufgegriffen:¹⁶

Z (2) *„Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sind nur in Ober-, Mittel und Unterzentren zulässig. Ausnahmsweise kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist. [...]“*

Mit Bezug auf die raumordnerische Kernregelung bzw. das Konzentrationsgebot ist festzuhalten, dass die Stadt Philippsburg als Unterzentrum und somit als Standort für großflächige Einzelhandelsprojekte geeignet ist.

Die raumordnerische Kernregelung / Konzentrationsgebot wird daher erfüllt.

¹⁶ Quelle: Regionalplan Mittlerer Oberrhein. Teilfortschreibung Kapitel 2.5.3 Regionalbedeutsamer Einzelhandel.

III. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel (4) des Regionalplans Mittlerer Oberrhein (Teilfortschreibung Einzelhandel)

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten (= Nahversorgungsfunktion) sowie verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seiner städtebaulichen Integration und seiner Nahversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Dammstraße“

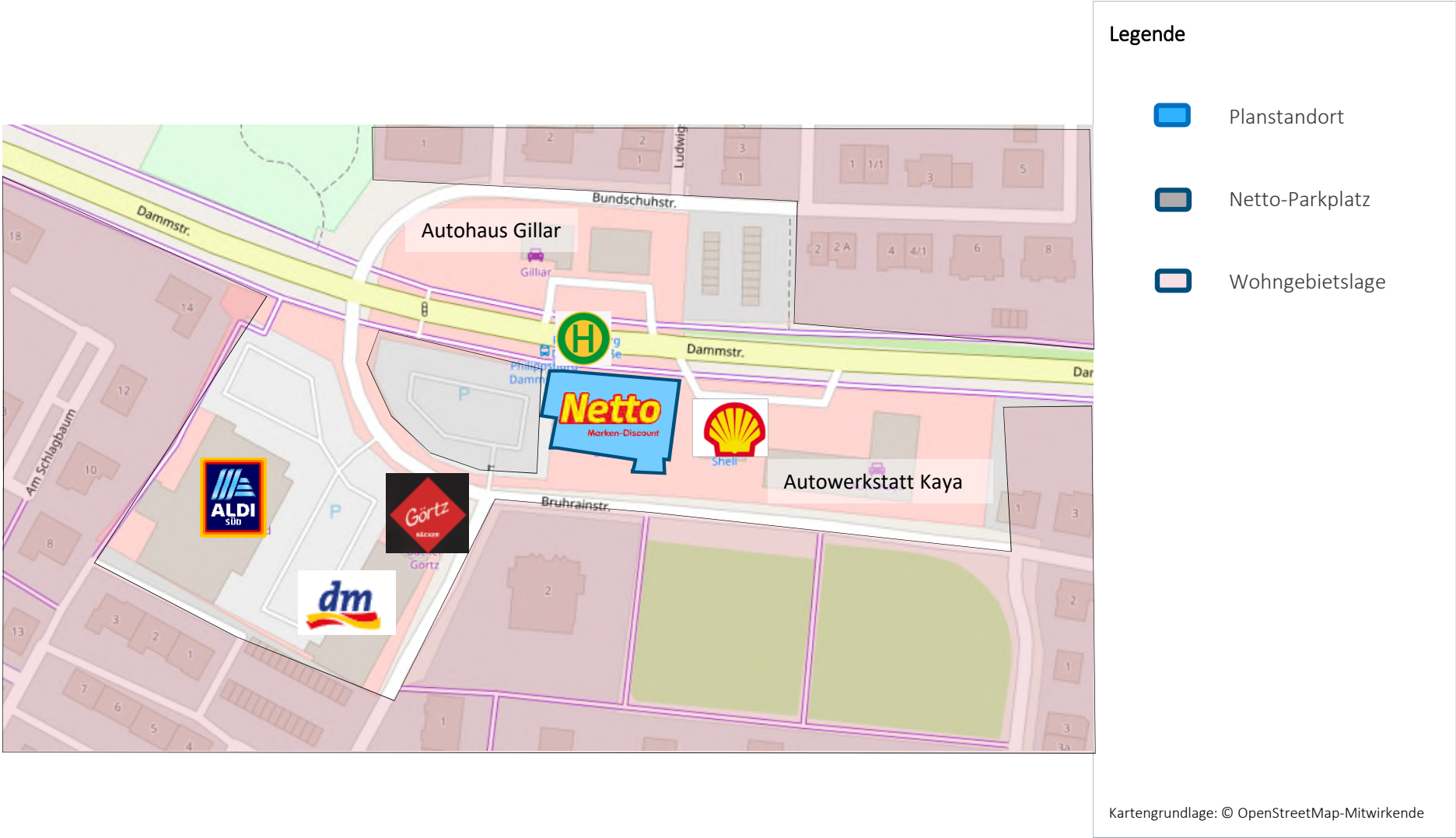
Der **Planstandort** des zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Marktes befindet sich im südlichen Siedlungsgebiet des Stadtteils Philippsburg in der unmittelbaren Nähe des Aldi-Lebensmitteldiscounter und des dm-Drogeriemarktes. Daher ist die Lage bereits als Einzelhandelsstandort etabliert.

Das **direkte Umfeld** des Planstandortes ist wie folgt geprägt: Im südlichen und südöstlichen Umfeld schließen mehrgeschossige Wohngebäude an den Planstandort an. Westlich befindet sich die Bruhrainstraße, über die die Zufahrt zum Parkplatz von Netto erfolgt. Südwestlich ist der neuangesiedelte Aldi Lebensmittel-Discounter und der dm-Drogeriemarkt. Ebenfalls neu ist die Bäckerei Görtz mit gastronomischem Außenbereich. Der Standort wird in Richtung Norden durch die Dammstraße begrenzt. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite ist ein Autohaus verortet. Auch im **weiteren Standortumfeld** ist insbesondere in Richtung Süden, Osten und Westen von einer durch Wohnbebauung geprägten Siedlungsstruktur zu sprechen. In Richtung Norden sind im weiteren Standortumfeld mehrere Schulen (zwei Gymnasien, Realschule, Förderschule) angesiedelt.

Zusammenfassend betrachtet befindet sich das Grundstück an einem Standort mit hoher Nahversorgungsbedeutung für den südlichen Bereich von Philippsburg und insbesondere für die im direkten Standortumfeld wohnenden Einwohner. Sowohl die unmittelbar an den Standortbereich südlich angrenzende Wohnbebauung als auch die im weiteren Umfeld nördlich, östlich und westlich des Planstandortes vorhandenen Wohngebiete befinden sich in fußläufiger Entfernung zum Standort (vgl. Karte 2). Der fußläufige Nahbereich des Standortes umfasst somit große Teile des südlichen Siedlungsgebiets von Philippsburg. Das Stadtzentrum von Philippsburg (zentraler Versorgungsbereich) befindet sich in einer Entfernung von rd. 500 – 600 m und ist fußläufig ebenfalls noch erreichbar, wenngleich größere Austauscheffekte nicht vorhanden sind. Jedoch besteht aus den umliegenden Wohngebieten eine gute fußläufige Verbindung an den Standort durch straßenbegleitende Gehwege.

Von besonderer Bedeutung für die Nahversorgungsfunktion des Standortes ist auch die gute **ÖPNV-Anbindung**. So befindet sich unmittelbar nördlich des Standortes die Bushaltestelle Dammstraße (Linie 192), welche eine Verbindung in die weiteren Wohngebiete von Philippsburg und die anderen Stadtteile herstellt. Die Haltestelle kann zu Fuß über eine Treppe erreicht werden. In einer Entfernung von rd. 600 m befindet sich der S-Bahnhof von Philippsburg. Somit ist auch eine gute Erreichbarkeit des Standortes für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen vorhanden.

Karte 4: Lage des Planstandorts und Umfeldnutzungen



Bezogen auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Philippsburg ist festzuhalten, dass der Standort zwar außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches (Stadtzentrum Philippsburg), jedoch in der Nähe von Wohngebieten liegt. Zudem ist der Standort seit langem (ehemals Wasgau-Frischemarkt und Plus-Lebensmitteldiscounter) im Einzelhandelskonzept als Nahversorgungslage definiert.¹⁷

Die spezifischen Eigenschaften können zusammenfassend in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben sowohl Einfluss auf die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gegebenheiten im Standortumfeld als auch auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung der geplanten Einzelhandelanbieter.

Positive Standortfaktoren

- + ausreichende Grundstücksgröße für die Erweiterung des Marktes
- + Standort bereits als Nahversorgungslage etabliert
- + Lage im Wohngebiet, fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar
- + keine zusätzliche Flächenversiegelung
- + ÖPNV-Anbindung in fußläufiger Entfernung

Negative Standortfaktoren

- Lage außerhalb des Stadtzentrums (vgl. Einzelhandelskonzept der Stadt Philippsburg 2008)



Netto-Außenansicht Eingang



Netto-Außenansicht von Bruhrainstraße



Umgebung Norden und Bushaltestelle



Wohnbebauung Süden / Südosten

¹⁷ In den Nahversorgungslagen sind die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren zulässig.
 Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Philippsburg 2008.



Umgebung Westen

GMA-Aufnahmen 2022



Sichtbarkeit von der Ortseinfahrt

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das sog. Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.1 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, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Im **Regionalplan Mittlerer Oberrhein** werden sog. Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt:¹⁸

Z (2) *„Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte (Integrierte Lagen)*

Einzelhandelsgroßprojekte sind in den in der Raumnutzungskarte ausgewiesenen Vorranggebieten (Integrierten Lagen) anzusiedeln. Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in diesen Standorten ausgewiesen, errichtet und erweitert werden. Ihre Ausweisung und Errichtung außerhalb der Integrierten Lagen ist ausgeschlossen (Ausschlussgebiet). Ausnahmsweise sind bestandsorientierte Erweiterungen zulässig, sofern sie entsprechend der Z (1) bis Z (3) regionalplanerisch verträglich sind.

Zentrenrelevante Randsortimente sind außerhalb der Vorranggebiete zulässig, sofern sie entsprechend der Z (1) bis Z (3) regionalplanerisch verträglich sind.“

¹⁸ Quelle: Regionalplan Mittlerer Oberrhein 2003. Teilfortschreibung Kapitel 2.5.3 Regionalbedeutsamer Einzelhandel.

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- // Der Standort von Netto befindet sich im südlichen Kernstadtbereich von Philippsburg in integrierter, wohngebietsbezogener Versorgungslage. Der Standort ist bereits seit vielen Jahren als Einzelhandelsstandort etabliert.
- // Der Standort liegt zwar nicht im Stadtzentrum von Philippsburg (zentraler Versorgungsbereich), ist jedoch im Einzelhandelskonzept der Stadt Philippsburg als Nahversorgungsstandort definiert. Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um einen wohngebietsbezogenen, integriert gelegenen Nahversorger. Aufgrund seiner funktional und räumlich Wohngebieten zugeordneten Lage dient der Standort der wohnortnahen Versorgung für große Teile der südlichen Bereiche von Philippsburg.
- // Es handelt sich um eine bestandsorientierte Erweiterung, die somit zulässig ist, falls die Ziele (1) bis Ziel (3) erfüllt sind.

IV. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel (3) Regionalplan Mittlerer Oberrhein

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung 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 den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter in Philippsburg kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung der Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale sowie der Vorhabenumsätze bzw. der Umsatzherkünfte.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet kann sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren lassen, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen. In diesem Fall wird eine Zonierung des Einzugsgebiets jedoch nicht vorgenommen, da laut der gutachterlichen Einschätzung nur das Stadtgebiet das Einzugsgebiet darstellt.

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

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

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Netto-Markt am Standort „Dammstraße“ das Einzugsgebiet im Wesentlichen auf die Stadt Philippsburg begrenzen. Alle anderen umliegenden Gemeinden sind haben ihre eigene Nahversorgung (vgl. Kapitel II). Somit bilden die 13.713 EW Philippsburgs die Berechnungsgrundlage für die folgenden Analysen.

Die Umlandgemeinden besitzen eigene Versorgungsstrukturen mit eigenen Discountangeboten (Edeka, Norma und Penny in Oberhausen-Rheinhausen; Aldi und Netto in Waghäusel und zahlreiche weitere in Germersheim). Lediglich aufgrund der Pendlerverflechtungen und mög-

licher Verbundeffekte mit Aldi und dm in sind Kundenzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes zu berücksichtigen. Diese Kundenanteile fließen im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. Streukundeneffekte in die Betrachtung mit ein. Hierbei ist die geographische Nähe zum südlichen Siedlungsbereich von Oberhausen-Rheinhausen von Bedeutung.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.370.¹⁹

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Philippsburg, dessen Sortimentsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.445.²⁰

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²¹ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Philippsburg bei 91,5 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf **ca. 30,7 Mio. €**.

Zusätzlich wird bei Lebensmitteldiscountern ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 15 % (insbesondere Drogeriewaren).

3. Umsatzprognose für den geplanten Lebensmitteldiscounter

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.²² 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.

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

¹⁹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁰ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²¹ Quelle: MB Research, 2022. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

²² 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.

diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognosen lassen sich für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

	Kaufkraft Food in Mio. €	Markt- anteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €* in Mio. €*	Umsatz- gesamt in Mio. €	Umsatz- herkunft in %
Philippsburg	30,7	10	3,1	0,5	3,6	88
Streuumsätze			0,4	0,1	0,5	12
Insgesamt			3,5	0,6	4,1	100

*Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt bei Lebensmitteldiscountern ca. 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für das Vorhaben mit ca. **1.000 m² VK** eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 4,1 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich 3,5 Mio. € und ca. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Mit einer Umsatzleistung von ca. 4.100 € / m² VK ist von einer für den Betreiber Netto typischen Flächenproduktivität (unter Beachtung der standortspezifischen Eigenschaften) auszugehen.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit insgesamt ca. 88 % der ganz überwiegende Teil des Umsatzes aus der Stadt Philippsburg stammt. Etwa 12 % der Umsätze werden über Streuumsätze erzielt (unter der Berücksichtigung der Agglomerationswirkung mit Aldi und dm).

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das Konzentrationsgebot zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP Baden-Württemberg Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

„Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“

Im **Regionalplan Mittlerer Oberrhein** werden die Forderungen des LEP im Plansatz Z (3) aufgegriffen:

„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung und Ordnung und die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen. Ihre Verkaufsfläche ist auf die Einwohnerzahl des zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereich abzustimmen.“

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Umsatzprognose bzw. der Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst im Wesentlichen die Stadt Philippsburg.
- /// Basierend auf der Umsatzprognose ist festzuhalten, dass ca. 88 % des Umsatzes aus Philippsburg stammen. Eine darüber hinausgehende Bedeutung ist aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation nicht zu erwarten.

Das Kongruenzgebot wird eindeutig eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg bzw. Z (3) Teilfortschreibung Regionalplan Mittlerer Oberrhein

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes sind die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen zu ermitteln.

1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

1.1 Methodik

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

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

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

1.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der geplanten Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters an der Heilbronner Straße in Philippsburg werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlagen folgende **Annahmen** getroffen:

- ▀ Der erweiterte Netto-Lebensmitteldiscounter wird nach gutachterlicher Einschätzung auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.000 m² eine Umsatzleistung von ca. 4,1 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 3,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- ▀ Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Netto bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von 790 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von mindestens ca. 3,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,9 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da es sich an den generellen Standortbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- ▀ Nach Abzug der Umsätze des bestehenden Netto-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 0,8 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen

		Umsatzumverteilungseffekte in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	2,9
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in Philippsburg	0,6
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in umliegenden Kommunen	< 0,1
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	3,5
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nichtlebensmittelbereich	0,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	0,6
	▪ Umsatz insgesamt	4,1

GMA-Zusammenstellung 2022

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen sind folgende versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- In der Stadt Philippsburg** sind die Hauptwettbewerber zum Netto Lebensmitteldiscounter die anderen Lebensmitteldiscountern Aldi, Penny und Lidl. Generell sind jedoch bei allen größeren Märkten Umsatzumlenkungen zu erwarten. Diese beschränken sich jedoch auf maximal 2-3 %. Gegenüber den kleineren Lebensmittelanbietern sind aufgrund der geringen Sortimentsüberschneidungen nur sehr geringe Umsatzumlenkungen zu erwarten. Im Allgemeinen kann man von wettbewerblichen Effekten zwischen den Lebensmittel-Anbietern ausgehen. Betriebsschließungen oder eine Gefährdung der Nahversorgung können jedoch ausgeschlossen werden.
- Außerhalb des Einzugsgebietes** sind durch die geplante Erweiterung Umsatzumlenkung nur in deutlich untergeordneter Form gegenüber den Lebensmitteldiscountern (Norma und Penny in Oberhausen-Rheinhausen) zu erwarten. Insgesamt sind hier jedoch kaum messbare wettbewerbliche Effekte zu erwarten (<1 %).
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von weniger als 0,1 Mio. € ausgelöst. Diese Umsätze werden dabei vor allem gegenüber anderen Lebensmitteldiscountern in der Region aber auch gegenüber den sonstigen Anbietern in Philippsburg wirksam werden. Die durch die sehr geringen Umsatzzuwächse im Nonfoodbereich auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen sind in der Einzelbetrachtung sehr gering und mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen werden, v. a. da sich die zusätzlichen Umsatzumverteilungen anteilig auf die Lebensmitteldiscounter in Philippsburg verteilen. Das Vorhaben dient einer Modernisierung der Nahversorgung in der Stadt Philippsburg. Nachbargemeinden sind praktisch gar nicht betroffen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum können ausgeschlossen werden.

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

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 aufgegriffen (bzw. Z(3) der Teilfortschreibung des Regionalplans).

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots

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

- /// In Philippsburg wird eine Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters und eine damit einhergehende Umsatzsteigerung, keine schwerwiegenden Umsatzumlenkungen verursachen. Innerhalb der Stadt werden vor allem im Foodbereich geringe Umsatzanteile von anderen Lebensmitteldiscountern dem Netto-Standort zufließen. Diese Umverteilungsquoten liegen jedoch mit 2-3 % weit unter dem Schwellenwert von 10%, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten wären.
- /// In Bezug auf die umliegenden Städte und Gemeinden ist festzuhalten, dass die Erweiterung von Netto in Philippsburg aufgrund der niedrigen Umsatzumverteilungsquoten keine Wirkungen nach sich zieht. Die sehr geringen Umsatzumverteilungseffekte sind als normale wettbewerbliche Wirkungen einzustufen, ohne dass dadurch Strukturen in den Nachbargemeinden gefährdet werden.
- /// Insgesamt städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass durch die Erweiterung des Netto-Marktes in Philippsburg ein Beitrag zur langfristigen Sicherung der Grundversorgung geleistet werden kann. **Die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbotes werden damit eingehalten.**

VI. Agglomerationsregelung gemäß Ziel 2.5.3.10 Regionalplan Mittlerer Oberrhein

Der Regionalplan Mittlerer Oberrhein legt in Bezug auf Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben als wesentliche Kriterien fest:

Z(10) Einzelhandelsagglomeration

Einzelhandelsbetriebe, die aufgrund ihrer räumlichen und funktionalen Zusammenhangs (Agglomeration) negative raumordnerische und städtebauliche Folgeeffekte auslösen können, sind wie einheitliches Vorhaben zu beurteilen.“

Im Falle des Netto-Marktes an der Dammstraße liegt ggf. eine Einzelhandelsagglomeration gemäß Plansatz 2.5.3 Z (10) vor. Der Standort liegt gegenüber von Aldi und dm. Allerdings befindet sich die Bruhrainstraße dazwischen. Eine gemeinsame Stellplatzanlage existiert nicht, auch sind die Zufahrten zu den jeweiligen Parkplätzen versetzt.

Zunächst bleibt an dieser Stelle festzuhalten, dass mögliche zu erwartende Agglomerationseffekte zwischen den Nutzungen am Standort (Netto, Aldi, dm, Bäckerei) bereits bei der Ermittlung des zu erwartenden Einzugsgebietes, bei der Prognose der Umsatzleistung und bei der Modellierung der zu erwartenden Auswirkungen berücksichtigt wurden. Die Ergebnisse der Umsatzumverteilungsberechnungen sowie die anschließende Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen beinhalten daher bereits die durch die Agglomeration ausgelösten Wirkungen.

Darüber hinaus ist jedoch auch das Gesamtvorhaben angemessen zu würdigen und zu prüfen, inwiefern darüber hinaus Agglomerationseffekte ausgelöst werden, die negative raumordnerische Folgen nach sich ziehen könnten. Zunächst bleibt festzuhalten, dass alle am Standort ansässigen Betriebe als nahversorgungsrelevante Betriebe einzustufen sind, die im Wesentlichen der Grundversorgung der Bevölkerung im Philippsburger Stadtgebiet – im Falle von Netto i. W. der Versorgung der Bevölkerung im südlichen Teil der Kernstadt – dienen. Auch wenn der Verbund mit Aldi und dm zu einer gewissen Steigerung der Attraktivität der Netto-Filiale führen wird, so sind die daraus resultierenden Effekte als vergleichsweise gering einzustufen. Die durch die moderate Steigerung der Umsatzleistung ausgelösten Rückwirkungen an Standorten im Einzugsgebiet werden sich auf einem sehr geringen Niveau bewegen bzw. einzelbetrieblich nicht mehr nachweisbar sein. Daher wird auch in der Zusammenschau der Nutzungen keine gefährdende Größenordnung erreicht.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens					
Grundlagen					
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Erweiterung des bestehenden Netto-Marktes zur langfristigen Sicherung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit /// Der bestehende Markt hat derzeit eine Verkaufsfläche von 790 m², geplant ist eine Erweiterung auf ca. 1.000 m² VK /// Standortumfeld wird geprägt durch Nahversorgungsmärkte (Aldi, dm), vereinzelt Wohnbebauung, sowie in begrenztem Umfang Gewerbe- und Dienstleistungsnutzungen 				
Rechtsrahmen und Untersuchung	/// Auswirkungenanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO				
Standortrahmenbedingungen Philippsburg	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Philippsburg ist ein Unterzentrum /// ca. 13.713 Einwohner /// Einzelhandelsstrukturen: wenige Betriebe aus dem kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich in der Ortsmitte (Bäckerei, Metzgerei, Apotheke) /// Am Standort: Aldi-Filiale, dm-Drogeriemarkt und Bäckerei Görtz /// Weitere Agglomeration: Söternstraße / Tullastraße mit Lidl, Penny und Rewe 				
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet erstreckt sich im Wesentlichen auf Philippsburg /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 13.713 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor im Einzugsgebiet: ca. 30,7 Mio. € 				
Umsatzerwartung	/// Gesamtumsatzleistung Netto-Lebensmitteldiscounter bei ca. 1.000 m ² VK: ca. 4,1 Mio. €, davon ca. 3,5 Mio. € Food und ca. 0,6 Mio. € Nonfood				
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Philippsburg</td> <td style="text-align: right;">2 -3 %</td> </tr> <tr> <td>Umliegende Kommunen</td> <td style="text-align: right;">< 1 %</td> </tr> </table>	Philippsburg	2 -3 %	Umliegende Kommunen	< 1 %
Philippsburg	2 -3 %				
Umliegende Kommunen	< 1 %				
Raumordnerische Bewertungskriterien					
Konzentrationsgebot	Die im Konzentrationsgebot wird im Fall der Netto-Erweiterung eingehalten. Durch die Ausweisung als Unterzentrum (vgl. Regionalplan Mittlerer Oberrhein 2003) liegen in Philippsburg die Voraussetzungen zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor. Mit der Erweiterung des Marktes könnte der Netto-Lebensmitteldiscounter zukunftsfähig aufgestellt und die Grundversorgung vor allem in Anbetracht des starken Bevölkerungswachstums langfristig gesichert werden.				
Integrationsgebot	Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich der Projektstandort städtebaulich integriert und seit Jahren bereits etabliert ist. Darüber hinaus ist die Lage bereits als Nahversorgungsstandort im Einzelhandelskonzept der Stadt Philippsburg definiert. Vor allem für die Bewohner in dem südlich angrenzenden Wohngebiet ist der Standort fußläufig zu erreichen. Das Integrationsgebot wird somit erfüllt.				
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Das Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounters erstreckt sich im Wesentlichen über die Stadt Philippsburg. Im Hinblick auf die Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass ca. 88 % des Umsatzes aus Philippsburg stammen. Circa 12 % des Umsatzes fließen aus Umland zu, v.a. aufgrund der Agglomerationseffekte mit Aldi und dm.				

Raumordnerische Bewertungskriterien

Beeinträchtigungs- verbot	<p>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten. In Philippsburg verbessert sich die Versorgung durch die Modernisierung von Netto. Auswirkungen auf die Stadtmitte sind nicht zu erwarten. In Bezug auf die umliegenden Städte und Gemeinden ist festzuhalten, dass die Erweiterung von Netto in Philippsburg aufgrund der niedrigen Umsatzumverteilungsquoten keine Wirkungen nach sich zieht. Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass durch die Erweiterung des Netto-Marktes in Philippsburg ein Beitrag zur langfristigen Sicherung der Grundversorgung geleistet werden kann. Die Umverteilungsquoten liegen mit max. 2 - 3 % weit ab vom kritischen Schwellenwert (10 %). Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge oder Funktionsfähigkeit der verschiedenen Versorgungslagen in den Nachbargemeinden sind in Folge der Erweiterung von Netto eindeutig auszuschließen.</p>
Agglomerationsregel	<p>Im Falle des Netto-Marktes an der Dammstraße liegt möglicherweise eine Einzelhandelsagglomeration gemäß Plansatz Z (10) vor. Die durch die moderate Steigerung der Umsatzleistung ausgelösten Rückwirkungen an Standorten im Umland werden sich jedoch auf einem sehr geringen Niveau bewegen und einzelbetrieblich nicht mehr nachweisbar sein. Daher wird auch in der Zusammenschau der Nutzungen keine gefährdende Größenordnung erreicht. Insofern ist nicht von einer Ausbildung einer schädlichen Agglomerationswirkung auszugehen.</p>

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Projektskizze des Netto-Umbaus in Philippsburg	10
Karte 2:	Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	13
Karte 3:	Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum	17
Karte 4:	Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen	21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	8
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung im regionalen Vergleich	11
Tabelle 3:	Anbieter im weiteren Untersuchungsraum	16
Tabelle 4:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	27
Tabelle 5:	Prognose der Umsatzumverteilungen	30