



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schwäbisch Hall-Hessental

Auftraggeber: Stadt Schwäbisch Hall

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Markus Wagner

Ludwigsburg, am 09.11.2018

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. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	6
4. Vorhabenbeschreibung	8
5. Makrostandort Schwäbisch Hall	9
6. Mikrostandort „Am Kreuzstein“	13
II. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel	16
1. Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet	16
2. Versorgungsstrukturen außerhalb des Einzugsgebiets	17
III. Einzugsgebiet und Kaufkraft	19
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen	23
1. Umsatzprognosen	23
1.1 Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter	23
2. Umsatzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen	25
V. Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens	30
VI. Raumordnerische Prüfung	32
1. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	32
2. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.3 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	32
3. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020	33
4. Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg	34
VII. Zusammenfassung	36

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

In der Stadt Schwäbisch Hall ist die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters am Standort „Am Kreuzstein“ im Stadtteil Hessental geplant. Der Lebensmitteldiscounter mit derzeit ca. 1.051 m² VK soll auf ca. 1.288 m² VK erweitert werden, womit das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze zur Großflächigkeit (ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² VK) nach § 11 Abs. 3 BauNVO und aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes liegt. Der Standort liegt im Bebauungsplan „Mittelhöhe III“; am Standort ist ein Mischgebiet (MI) ausgewiesen. Im Zuge der Erweiterung soll der Bebauungsplan geändert und ein Sondergebiet (SO) ausgewiesen werden. Da im Standortumfeld des Lidl-Lebensmitteldiscounters mit der Bäckerei Scholl ein weiterer Einzelhandelsbetrieb vorhanden ist, sind die Wirkungen des Gesamtstandortes zu bewerten.

Vor dem Hintergrund einer sachgerechten Abwägung ist eine Beurteilung der mit dem Vorhaben verbundenen Auswirkungen erforderlich. In der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden daher folgende Punkte bearbeitet:

- /// Bewertung des Makrostandortes Schwäbisch Hall
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Am Kreuzstein“ in Hessental
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Standort
- /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Schwäbisch Hall und im Umland
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für Lidl und die im Umfeld gelegenen Bäckerei
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan Heilbronn-Franken 2020
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot
 - Agglomerationsregelung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Oktober 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und auf EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Da das Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, ist § 11 Abs. 3 BauNVO in der aktuellen Fassung von November 2017 zur Bewertung des Vorhabens heranzuziehen:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

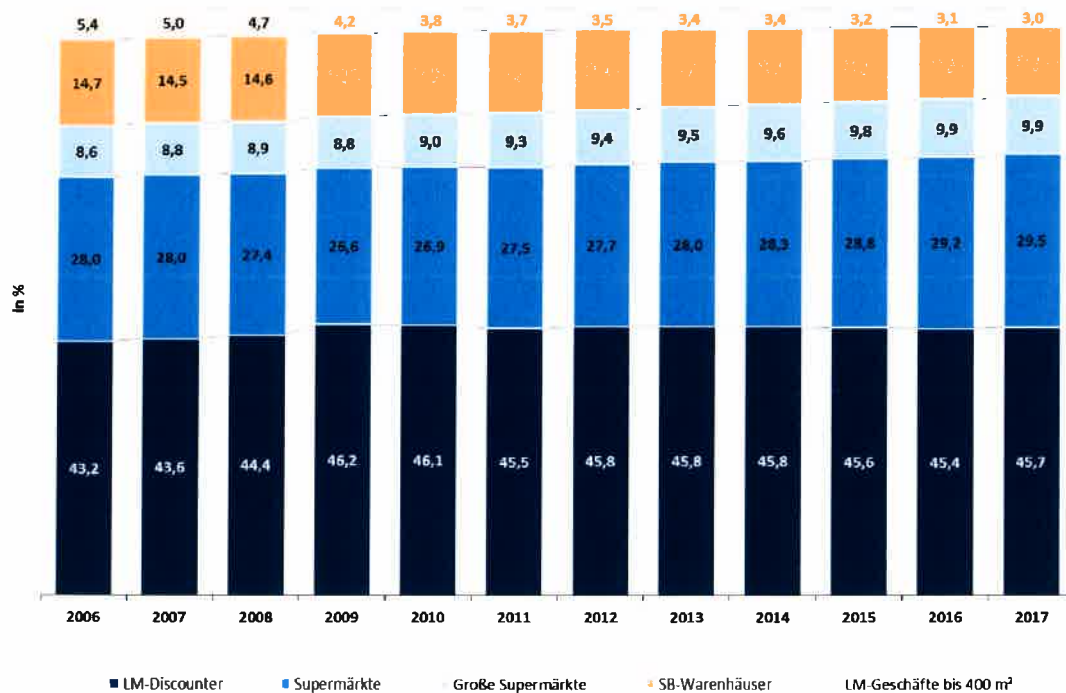
Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder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

3. Marktentwicklungen 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 Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demografischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt, ohne hierbei den Sortimentsumfang bzw. die Sortimentsstruktur zu verändern.

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

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2006 - 2017



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

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 wie folgt lauten:¹

¹ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment² anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer durchschnittlichen 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 II³ führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² 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 m² 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. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmittelvollsortimenter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.027 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
	Durchschnittliche Artikelzahl					
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

² Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

³ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfoodbereichs ausdrückt (max. 15 %).

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

4. Vorhabenbeschreibung

Bei dem Planobjekt in Schwäbisch Hall handelt es sich um eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Lidl. Der bestehende Markt am Standort „Am Kreuzstein“ im Stadtteil Hessental mit rd. 1.051 m² VK soll auf künftig ca. 1.288 m² VK erweitert werden.

Insgesamt soll die Erweiterung der Verkaufsfläche v. a. der Schaffung großzügigerer Verkehrs- und Gangflächen dienen. Damit wird die Kundenfreundlichkeit des Marktes erhöht, sodass ein an die demografische Entwicklung angepasstes, alten- und behindertengerechtes Verkaufsgelände entsteht. So wächst beispielsweise die durchschnittliche Gangbreite innerhalb des Marktes deutlich an; auch die Regalierungshöhe wird verringert und kundenfreundlich gestaltet.

Hinzu kommt der Wunsch nach einer optimierten Warenpräsentation und -logistik um die Lieferintervalle zu reduzieren und die Arbeitsabläufe für das Personal erheblich zu reduzieren (durch Verringerung von Einräumvorgängen in die Regale). Letztlich bedeutet die Vergrößerung des Verkaufsraums auch eine Umwandlung von Lagerflächen in Verkaufsflächen.

Lidl-Märkte sind Filialbetriebe, deren Ursachen für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. So ist mit der Verkaufsflächenerweiterung auch keine Sortimentsveränderung oder Ausweitung verbunden. Insofern handelt es sich auch bei dem (erweiterten) Markt in Schwäbisch Hall-Hessental um eine solche für den Konzern typische Filiale. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Hessental nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Lidl-Märkte im Umfeld.

5. Makrostandort Schwäbisch Hall

Die Große Kreisstadt Schwäbisch Hall (Landkreis Schwäbisch Hall) ist im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg als **Mittelzentrum** eingestuft und übernimmt somit eine überörtliche Versorgungsfunktion.⁴ Die Stadt liegt auf den überregional bedeutsamen Entwicklungsachsen (Stuttgart – Schwäbisch Hall) – Gaildorf – Schwäbisch Hall und (Bretten) – Eppingen – Schwaigern – Leingarten – Heilbronn – Weinsberg – Obersulm – Bretzfeld - Öhringen – Neuenstein / Waldenburg / Kupferzell – Untermünkheim – Schwäbisch Hall - Ilshofen – Crailsheim – (Feuchtwangen).

Die **überregionale Verkehrsanbindung** von Schwäbisch Hall wird v. a. durch die Bundesstraßen B 14 (Stuttgart – Schwäbisch Hall) und B 19 (Künzelsau – Schwäbisch Hall – Gaildorf) bestimmt. Des Weiteren besteht eine Verbindung zur Autobahn A 6 (Heilbronn – Nürnberg). Die Landesstraße L 1060 (Schwäbisch Hall – Bühlertann – Ellwangen) hat ebenfalls eine relativ hohe Bedeutung für die Stadt Schwäbisch Hall als regionale Verkehrsanbindung. Durch einen eigenen Bahnhof ist Schwäbisch Hall an das überregionale Schienennetz (Stuttgart / Heilbronn / Nürnberg) angeschlossen. Des Weiteren sorgen Buslinien innerhalb des Stadtgebietes für eine Anbindung an den ÖPNV.

Die Stadt Schwäbisch Hall zählt aktuell **39.818 Einwohner**⁵. Zwischen 2011 und 2017 hatte Schwäbisch Hall einen dynamischen Bevölkerungszuwachs um ca. + 8,7 % zu verzeichnen. Damit liegt die Stadt im Vergleich zum Landkreis Schwäbisch Hall (+ 4,0 %) auf überdurchschnittlichem Niveau.

Die **Siedlungsstruktur** setzt sich zusammen aus einer recht kompakten Kernstadt mit innerstädtischem Stadtzentrum und den vier angrenzenden Stadtteilen Steinbach, Hessental, Weckrieden und Gelbingen sowie den sechs z. T. deutlich von der Kernstadt abgesetzten Stadtteilen Gailenkirchen, Gottwollshausen, Wackershofen, Eltershofen, Tüngental und Sulzdorf. Dabei sind die Siedlungsstrukturen stark durch die Topografie geprägt. Während sich die Kernstadt und Gelbingen im Kochertal befinden, sind wesentliche Wohnlagen westlich und östlich des Kochertals in topografisch erhöhter Lage zu finden. Durch die besonderen Siedlungsstrukturen haben sich auch die Nahversorgungsstrukturen auf diese Situation eingestellt und sich stadtteilbezogene Versorgungslagen ausgebildet.

⁴ Der Mittelbereich Schwäbisch Hall umfasst die Unterzentren Gaildorf und Obersontheim-Bühlertann sowie die Kleinzentren Mainhardt, Untermünkheim, Ilshofen und Vellberg. Zum Nahbereich von Schwäbisch Hall gehören die Kommunen Schwäbisch Hall, Michelfeld, Rosengarten und Michelbach a. d. Bilz.

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 31.12.2017). Nach Angaben der Stadtverwaltung waren zum 31.12.2017: 39.981 Einwohner in Schwäbisch Hall wohnhaft (Basis: Einwohnerzahlen nach Stadtteilen). Im Folgenden werden aufgrund der Notwendigkeit einer kleinräumigen Abgrenzung des Einzugsgebietes für Schwäbisch Hall die Daten der Stadt herangezogen.

Abbildung 2: Siedlungsstrukturen in der Stadt Schwäbisch Hall



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2018

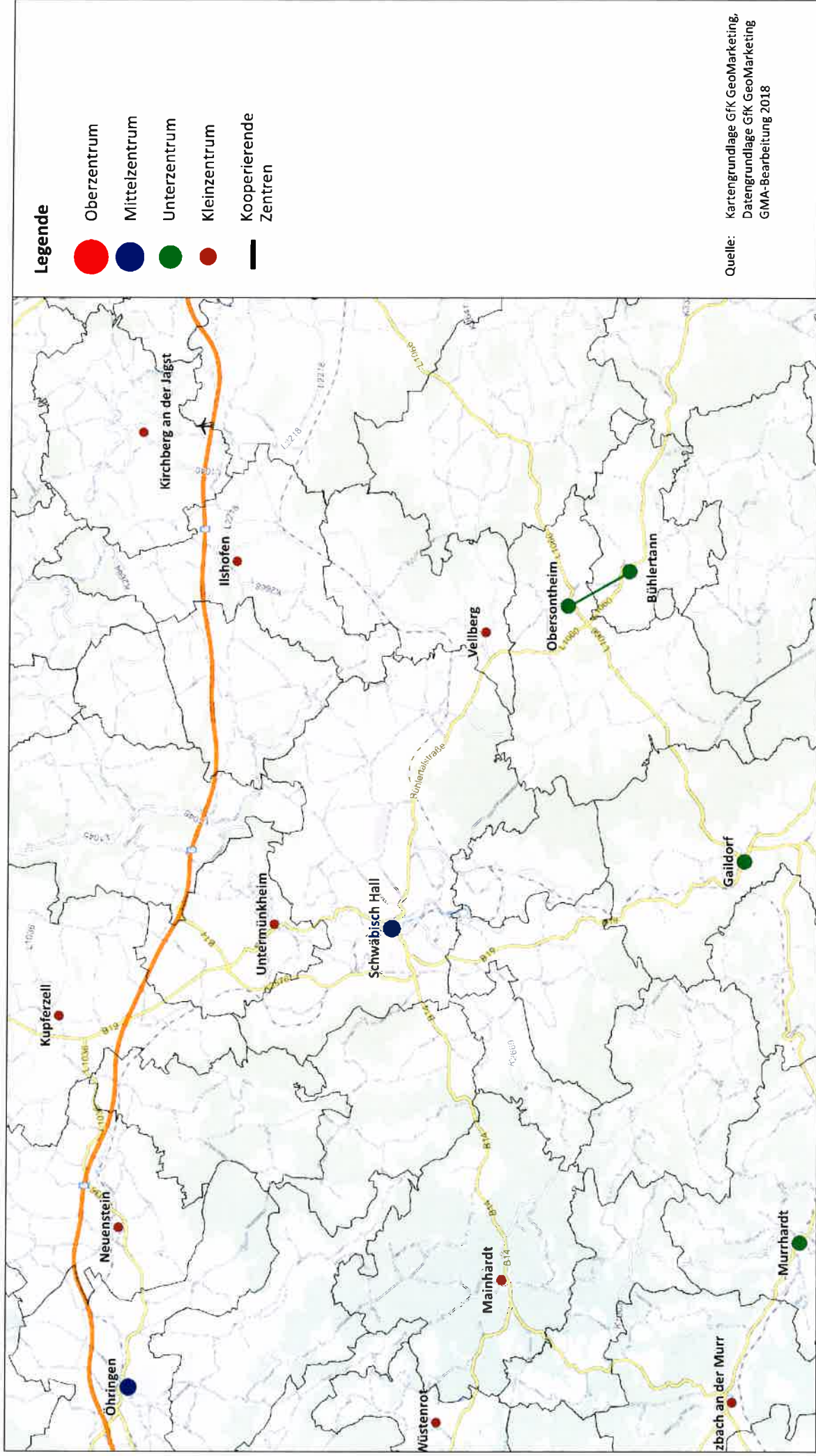
In der **Wirtschaftsstruktur** Schwäbisch Halls nimmt der Dienstleistungssektor eine wichtige Stellung ein. So waren von den 25.234 registrierten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2017 am Arbeitsort Schwäbisch Hall ca. 60 % im Bereich sonstige Dienstleistungen tätig. Während der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr mit ca. 14 – 15 % relativ durchschnittlich vertreten ist, nimmt das produzierende Gewerbe mit ca. 25 % der Beschäftigten im Vergleich zum gleichnamigen Landkreis eine unterdurchschnittliche Rolle ein (zum Vergleich Landkreis Schwäbisch Hall: 45 % produzierendes Gewerbe, 17 – 18 % Handel, Gastgewerbe und Verkehr, 36 – 37 % sonstige Dienstleistungen).⁶

Insgesamt verfügt die Stadt über einen **positiven Pendlersaldo**; den 25.234 Beschäftigten am Arbeitsort stehen rd. 16.555 Beschäftigte am Wohnort gegenüber. Dadurch errechnet sich für das Jahr 2017 ein positiver Saldo von ca. 8.679 Personen⁷.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2017).

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2017).

Karte 1: Lage von Schwäbisch Hall und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Die **Einzelhandelsstrukturen** lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Die Schwäbisch Haller Innenstadt umfasst insbesondere die historisch gewachsene Lage entlang der Neuen Straße, Am Spitalbach, Schwatzbühlgasse, Blockgasse sowie teilweise die Mohrenstraße und angrenzende Seitenstraßen. Der Schwerpunkt hierbei liegt entlang der Neuen Straße. Weitere wichtige innerstädtische Einzelhandelslagen stellen die Gelbinger Gasse sowie die sog. Katharinenvorstadt (westlich des Kochers) dar. Beide Geschäftslagen weisen einen im Vergleich zur Neuen Straße jedoch eher uneinheitlichen Geschäftsbesatz und eine geringere Frequenz auf. Die gesamte Hauptgeschäftslage ist durch kleinflächige Fachgeschäfte gekennzeichnet, die Sortimente entstammen allen Bedarfsbereichen. Seit dem Jahr 2011 hat zudem im Bereich der Salinenstraße westlich der Gelbinger Gasse das Einkaufszentrum „Kocherquartier“ mit ca. 10.000 m² Verkaufsfläche eröffnet. Als Lebensmittelanbieter ist hier REWE im UG integriert. Des Weiteren ist dort im Umfeld eine kleine Markthalle vorhanden. Der ehemalige Kaufland-Standort in der Katharinenvorstadt wurde zwischenzeitlich durch den Biomarkt Biomammut nachgenutzt.
- Als bedeutendster dezentraler Fachmarktstandort ist das **Gewerbegebiet „Stadttheide“** mit den angrenzenden Teilen in Michelfeld zu nennen. Insgesamt haben sich dort Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 50.000 m² angesiedelt, das entspricht etwa der zweifachen Verkaufsflächenausstattung der Schwäbisch Haller Innenstadt und knapp der Hälfte der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Schwäbisch Hall (inkl. angrenzendem Gewerbegebiet auf Gemarkung Michelfeld). Als Magnetbetriebe fungieren u. a. Media Markt und der neu aufgestellte Kaufland.
- **Weitere dezentrale Einzelhandelslagen** befinden sich im Industriegebiet „Gründle“ im Stadtteil Hessental (u.a. mit Kaufland, HEM Expert Elektrofachmarkt und Dehner Garten-Center). Daneben sind weitere größere Handelsnutzungen im Stadtgebiet zu finden, die allerdings keine dominierende Stellung einnehmen.
- In der **Nahversorgung** sind aufgrund der Topografie und Siedlungsstrukturen im Wesentlichen stadtteilbezogene Versorgungsstrukturen vorhanden, die eine Versorgung in der Fläche gewährleisten, wenngleich mit den beiden Kaufland-Standorten im Gewerbegebiet „Stadttheide“ und im Gewerbegebiet „Gründle“ sowie durch das Angebot in der Kernstadt (2 x Rewe, Biomammut) auch größere Standorte vorhanden sind, die eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen.

6. Mikrostandort „Am Kreuzstein“

Der **Standort** für den zur Erweiterung vorgesehenen Lebensmitteldiscounter befindet sich im Stadtteil Hessental an der Ellwanger Straße (L 1060) / Ecke „Am Kreuzstein“. Das Areal wird im Norden durch die Ellwanger Straße, im Osten durch die bis an den Standort heranreichende Wohnbebauung und im Westen durch die westlich der Straße „Am Kreuzstein“ in den vergangenen Jahren aufgesiedelten Wohnbauflächen und das Bäckereicafé der Bäckerei Scholl begrenzt. Direkt südlich des Standorts schließen sich ausgedehnte Wohngebiete sowie im direkten Standortumfeld der Betrieb der Rövish Wohnbau Beteiligungs GmbH an. Insbesondere in den letzten Jahren wurde im Bereich „Am Kreuzstein“ sowie Landgraben ein größeres Neubaugebiet aufgesiedelt. Zudem wird aktuell unweit des Standortes das Wohnbaugebiet „Am Sonnenrain“ erschlossen; perspektivisch ist auch nördlich der Ellwanger Straße im direkten Standortumfeld von Lidl eine Fortführung der Wohnbebauung vorgesehen. Insofern ist festzuhalten, dass das **Umfeld** des Standortes stark durch Wohnbebauung geprägt ist. Der Ortskern von Hessental befindet sich südöstlich des Standortes entlang der Haller Straße und der Kirchstraße, der Einkornstraße, Sulzdorfer Straße sowie Schmiedgasse. Dieser Standortbereich ist ebenfalls vom Planstandort aus noch fußläufig erreichbar.

Foto 1: Lidl-Standort



Foto 2: Wohnbebauung i.R. Süden



Foto 3: Wohnbebauung i.R. Westen

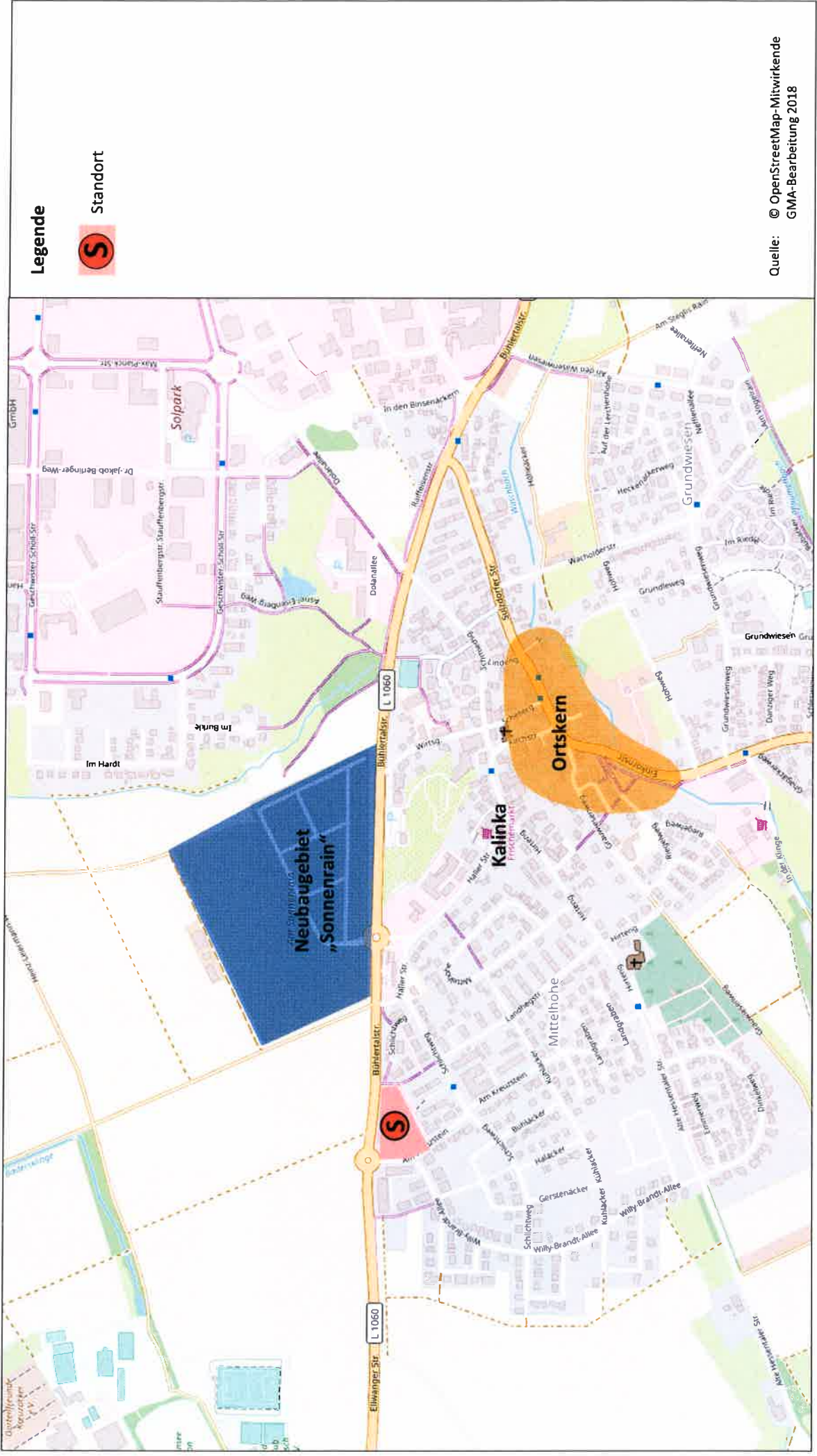


Foto 4: benachbarte Bäckerei



GMA-Aufnahmen 2018

Karte 2: Mikrostandort „Am Kreuzstein“



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird durch die direkte Lage am Kreisverkehr Ellwanger Straße (L 1060) / „Am Kreuzstein“ gewährleistet. Damit ist der Standort v. a. aus den Wohnlagen des Stadtteils Hessental sowie aus den Schwäbisch Haller Stadtteilen Kreuzäcker, Sulzdorf und Weckrieden gut erreichbar. Eine gewisse Versorgungsfunktion übernimmt der Lebensmitteldiscounter Lidl auch für die teilweise deutlich vom Stadtgebiet abgesetzten kleinere Stadtteile auf der Hochfläche östlich des Kernstadtgebiets von Schwäbisch Hall.

Der Lidl-Standort wurde – insbesondere vor dem Hintergrund der bereits bei der Realisierung feststehenden Planungen für weitere Wohngebietsentwicklungen im Umfeld – gezielt als Nahversorger für die östlichen Schwäbisch Haller Stadtteile entwickelt. Des Weiteren kann der Lidl Lebensmitteldiscounter durch seine integrierte Lage ein fußläufiges Einzugsgebiet in Richtung Süden, Westen und Osten erschließen. Dies wird dadurch begünstigt, dass in diese Richtungen direkte Fußwegeverbindungen bestehen. Eine Bushaltestelle (Haltestelle „Am Kreuzstein“) ist ebenfalls fußläufig in einer Distanz von rd. 100 – 200 m erreichbar.

Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass **der Lidl-Standort durch seine vollständig in die Siedlungsstruktur integrierte Lage und das überwiegend durch Wohnnutzungen im Standortumfeld geprägte Umfeld eine wichtige Versorgungsfunktion für den Stadtteil Hessental sowie die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall übernimmt**. Perspektivisch wird diese Versorgungsfunktion noch weiter gestärkt werden, da eine weitere Wohngebietsentwicklung nördlich der Ellwanger Straße geplant ist.

Unter **versorgungsstrukturellen** Gesichtspunkten handelt es sich somit bei dem Lidl-Standort um einen integrierten Nahversorgungsstandort für den Stadtteil Hessental und die auf der östlichen Hochfläche gelegenen Stadtteile von Schwäbisch Hall. Dies wird auch dadurch unterstrichen, dass im westlichen Stadtgebiet von Schwäbisch Hall ein weiterer Lidl-Lebensmitteldiscounter vorhanden ist, welcher seinerseits eine Versorgungsfunktion für diesen Teilbereich des Schwäbisch Haller Stadtgebietes übernimmt.

In **regionalplanerischer** Hinsicht liegt der Standort nicht im Vorranggebiet für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte, welches sich im Fall von Schwäbisch Hall im Kernstadtbereich im Kochertal befindet.

Vor dem Hintergrund der Zielsetzung der Schaffung einer **flächendeckenden qualifizierten Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet von Schwäbisch Hall** ist dabei für den integriert gelegener Lidl-Lebensmitteldiscounter für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall eine Verkaufsflächenenerweiterung zur langfristigen Sicherung des Standortes als angemessen zu bewerten. Aufgrund der besonderen Versorgungsbedeutung auf Stadtteilebene und der von Wohngebieten umrahmten Lage hat der Gesamtstandort keine überregionale Bedeutung. Entsprechend ist der Gesamtstandort nicht als regionalbedeutsamer Standort zu bewerten und demnach auch außerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte zulässig.

II. Versorgungsstrukturen im Lebensmittelhandel

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall-Hessental und im Umland wurde von der GMA im Oktober 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Lidl gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Hinsichtlich der räumlichen Gliederung der Wettbewerbsstrukturen wird dabei auf die kleinräumige Abgrenzung des Einzugsgebietes zurückgegriffen (vgl. Kapitel III.).

1. Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet

In den östlichen Stadtteilen von Schwäbisch Hall (Zone I und II des Einzugsgebietes⁸) sind neben dem Lidl-Lebensmitteldiscounter folgende Wettbewerber vorzufinden:



Kaufland, Großer Supermarkt, Raiffeisenstraße, ca. 4.000 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet „Im Gründle“, mit Tabak- / Zeitschriftenladen, Bäckerei und Metzgerei und HEM-Expert Elektrofachmarkt im Objekt, im weiteren Standortumfeld Hela-Proficenter, Dehner Gartencenter und ein Aldi-Lebensmitteldiscounter.



Aldi, Lebensmitteldiscounter, Raiffeisenstraße, ca. 850 m² Verkaufsfläche, dezentrale Lage im Industriegebiet „Im Gründle“, im Standortumfeld von Kaufland, vom Hauptverkehrsträger aus einsehbar.



Kalinka, ethnischer Supermarkt, Haller Straße, ca. 600 m² Verkaufsfläche, Lage am nordwestlichen Rand des Ortskerns von Hessental, Nahversorger mit auf russische Kunden ausgerichteten Angebot, mittlere Kundenfrequenz, gute fußläufige Erreichbarkeit, Nachfolgenutzung des ehemaligen nah und gut-Marktes.

⁸ vgl. Kapitel III.



Norma, Lebensmitteldiscounter, Crailsheimer Straße, ca. 650 m² Verkaufsfläche, Lage im Gewerbegebiet Kreuzäcker, gut frequentierter Lebensmitteldiscounter, nicht mehr zeitgemäße Verkaufsfläche, Bäcker und Metzger im Vorkassenbereich, Nahversorgungsstandort für den Stadtteil Kreuzäcker.



Edeka Glück, Supermarkt, Dammstraße, ca. 600 m² Verkaufsfläche, Nahversorger für den Schwäbischer Haller Stadtteil Sulzdorf, im Vorkassenbereich zusätzlich eine Bäckerei sowie eine Metzgerei, Lage innerhalb eines Wohngebietes in Sulzdorf mit fußläufiger Erreichbarkeit und ausreichende Stellplatzanzahl.



Feinkost Knausenberger, Spezialitätengeschäft und kleiner Lebensmittelmarkt, ca. 250 m² Verkaufsfläche, Lage im Nahversorgungszentrum im Stadtteil Kreuzäcker, insgesamt leistungsfähiger und attraktiver Anbieter zur Sicherung der Grundversorgung der Stadtteilbevölkerung.

GMA-Erhebungen und Aufnahmen 2018

Neben den oben genannten Hauptwettbewerbern zum Lidl-Lebensmitteldiscounter ist insbesondere auf weitere Spezialanbieter (z. B. Getränkemärkte, Tankstellenshops, Spezialanbieter für italienische Spezialitäten / Balkanspezialitäten) hinzuweisen. Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien / Metzgereien). Insgesamt sind im Einzugsgebiet 34 Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels angesiedelt, welche eine Verkaufsfläche von 9.500 m² besitzen. Diese Betriebe erwirtschaften einen jährlichen Gesamtumsatz im Lebensmittelbereich von ca. 41 Mio. €.⁹

2. Versorgungsstrukturen außerhalb des Einzugsgebiets

Neben den Versorgungsstrukturen in den östlichen Schwäbisch Haller Stadtteilen ist im sonstigen Schwäbisch Haller Stadtgebiet darüber hinaus auf weitere Lebensmittelbetriebe hinzuweisen. So befindet sich in der Innenstadt mit dem Rewe-Lebensmittelvollsortimenter im Kocherquartier, der Markthalle im Kocherquartier sowie dem Anbieter Biomammut am ehemaligen Kaufland-Standort in der Heimbacher Gasse ebenfalls ein ausdifferenziertes Angebot im Lebensmittelbereich. Das Angebot wird hier ergänzt durch zahlreiche Betriebe des Lebensmittelhandwerks so-

⁹ inkl. Lidl-Lebensmitteldiscounter, nur Umsätze im Lebensmittelbereich.

wie Spezialbetriebe. Darüber hinaus sind in der Kernstadt mit dem neuen Rewe-Lebensmittelvollsortimenter in der Salinenstraße und dem Aldi-Lebensmitteldiscounter in der Auwiesenstraße weitere größere Lebensmittelmärkte vorhanden.

Neben den Betrieben in der Kernstadt ist darüber hinaus auf die zahlreichen Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet „Stadtheide“ (teils auf Schwäbisch Haller, teils auf Michelfelder Gemarkung) hinzuweisen. Dort sind mehrere größere Lebensmittelbetriebe (Kaufland, Lidl, Aldi und denn's Biomarkt) vorhanden. Mehrere kleinere nah und gut-Standorte sichern eine Versorgung in den in den westlichen Wohnquartieren. Insgesamt sind auch im restlichen Stadtgebiet von Schwäbisch Hall flächendeckend Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden, was die nahezu ausschließlich auf die östlichen Schwäbisch Haller Stadtteile ausgerichtete Versorgungsbedeutung des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Hessental ebenfalls unterstreicht.

Außerhalb von Schwäbisch Hall ist in Richtung Süden auf Michelbach a. d. Bilz hinzuweisen. Dort sichert ein kleiner Um's Eck-Lebensmittelmarkt eine rudimentäre Grundversorgung. Östlich des Schwäbisch Haller Stadtteils Sulzdorf folgt Vellberg. Dort ist ein Edeka-Lebensmittelvollsortimenter vorhanden, der perspektivisch verlagert und neu aufgestellt werden soll. In Richtung Norden ist auf die tiefen Taleinschnitte von Bühler und Kocher hinzuweisen, welche Austauschbeziehungen in Richtung Norden unterbinden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Kundenaustauschbeziehungen aus umliegenden Kommunen am Standort Lidl in Hessental nur die Ausnahme bilden. Am ehesten ist mit Kundenzuführeffekten aus dem südlich gelegenen Michelbach a. d. Bilz zu rechnen. Diese Effekte werden im weiteren Verlauf der Untersuchung im Rahmen von Streuumsätzen angemessen berücksichtigt.

Insgesamt sind sowohl im Einzugsgebiet als auch in den umliegenden Kommunen jeweils Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Insofern unterstreichen auch die Wettbewerbsstrukturen in der Region eine überwiegend auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtete Funktion des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Hessental.

III. Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den Lidl-Lebensmitteldiscounter und den Gesamtstandort kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung auszugehen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

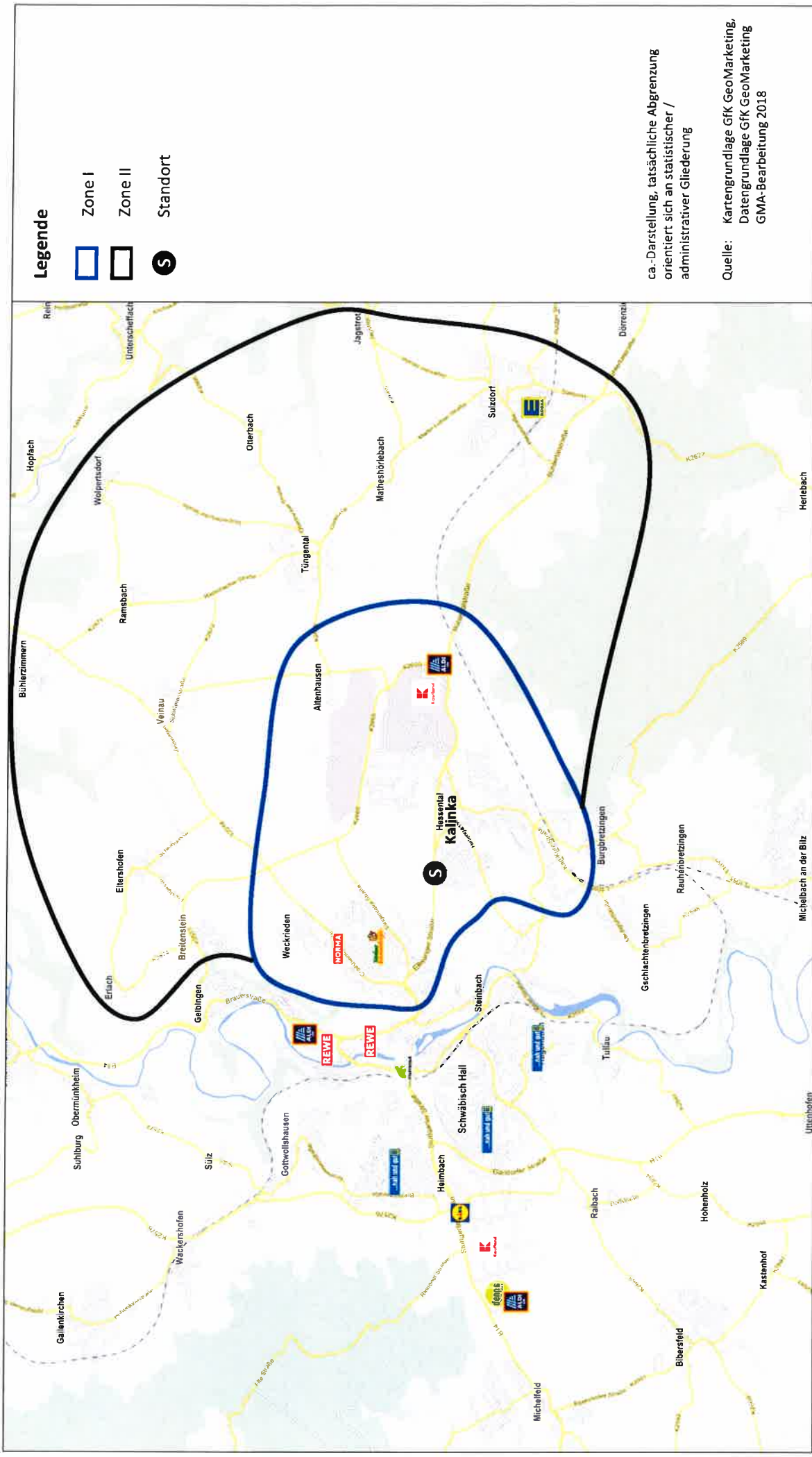
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Attraktivität des Gesamtstandortes (Lidl, Bäckerei Scholl)
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Schwäbisch Hall und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Gesamtstandort in Schwäbisch Hall-Hessental folgendes Einzugsgebiet bestimmen:

///	Zone I:	Schwäbisch Haller Stadtteile Hessental, Weckrieden	ca. 11.600 Einwohner
///	Zone II:	Schwäbisch Haller Stadtteile Eltershofen, Tüngental, Sulzdorf	ca. 5.135 Einwohner
///	Einzugsgebiet gesamt		ca. 16.735 Einwohner.¹⁰

¹⁰ Quelle: Einwohnerzahlen auf Stadtteilebene, Stadt Schwäbisch Hall (Stand: 31.12.2017)

Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schwäbisch Hall-Hessental und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum



Die Abgrenzung des Einzugsgebietes lässt sich hierbei wie folgt begründen:

- In der **Stadt Schwäbisch Hall** selbst sind insgesamt zwei Lidl-Lebensmitteldiscounter vorhanden. Neben dem Lidl-Standort in Hessental ist zudem im westlichen Stadtgebiet im Gewerbegebiet „Stadtheide“ ein weiterer Lidl-Lebensmitteldiscounter vorhanden. Entsprechend orientieren Kunden aus Teilen des Stadtgebietes jeweils an einen der beiden Lidl-Standorte. Während der Lidl-Standort in Hessental insbesondere für den östlichen Teil des Siedlungsbereichs eine Versorgungsfunktion übernimmt, ist für den Lidl-Lebensmitteldiscounter im Gewerbegebiet „Stadtheide“ insbesondere für den westlichen Teil der Stadt eine Versorgungsfunktion zu konstatieren. Entsprechend wurde das Einzugsgebiet innerhalb von Schwäbisch Hall anhand der vorhandenen Einkaufsverflechtungen abgegrenzt, wenngleich an beiden Standorten gewisse wechselseitige Beziehungen bestehen dürften. Diese wurden ebenfalls bei der Umsatzprognose berücksichtigt. Insofern lässt sich für den Lidl-Standort im Stadtteil Hessental ein Einzugsgebiet bestimmen, welches sich im Wesentlichen auf die östlichen Schwäbisch Haller Stadtteile begrenzt.
- Am ehesten ist darüber hinaus mit Kundenzuführeffekten aus Richtung des südlich gelegenen Michelbach a. d. Bilz zu rechnen, wo derzeit nur rudimentäre Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel mit einem kleinen Um's Eck-Markt vorliegen. Diese Kundenzuflüsse werden im weiteren Verlauf der Untersuchung im Rahmen von Streuumsätzen abgebildet.
- Das weitere Einzugsgebiet wird darüber hinaus begrenzt durch die Wettbewerbsstrukturen im näheren Standortumfeld und insbesondere durch andere Lidl-Standorte in der Region. So befindet sich in Richtung Westen der nächstgelegene Lidl-Standort im Gewerbegebiet Stadtheide, in Richtung Nordosten in Ilshofen und in Richtung Süden in Gaildorf. In Richtung Osten folgt der nächste Lidl-Standort erst in einer vergleichsweise großen Entfernung, wenngleich hier die topografischen Rahmenbedingungen die Ausbildung eines größeren Einzugsgebietes unterbinden. Insofern lässt sich festhalten, dass der Standort in Hessental überwiegend eine Versorgungsfunktion für einen Teil der Stadt Schwäbisch Hall übernimmt. Eine überregionale Bedeutung des Standortes ist für Lidl im Stadtteil Hessental nicht anzunehmen.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.035.¹¹

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Schwäbisch Hall-Hessental betragen die **Pro-Kopf-Ausgaben**

■ für Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.210¹²

■ und für Backwaren ca. € 188.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist zudem das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Schwäbisch Hall bei 103,7 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für **Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 38,4 Mio. € und für Backwaren auf 3,3 Mio. €.**

Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet

Zone	Lebensmittel	Backwaren
	in Mio. €	
I	26,6	2,3
II	11,8	1,0
Einzugsgebiet gesamt	38,4	3,3

GMA-Berechnungen 2018

Zusätzlich wird bei Lebensmitteldiscountern ein Teil des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen im Fall von Lidl bei ca. 20 %. Der Bäcker im Umfeld führt keine Randsortimente.

¹¹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹² Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung. Auch die weiteren am Standort vorhandenen Anbieter sind diesem Standortbereich zuzuordnen.

IV. Umsatzprognose und wettbewerbliche Wirkungen

1. Umsatzprognosen

1.1 Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-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.¹³ Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich 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 Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Dabei wurde die Agglomeration (Lidl, Bäcker Scholl im Standortumfeld) berücksichtigt. Das Marktanteilkonzept lässt hingegen keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen 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 Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel IV., 2. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den Lidl-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 1.288 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln¹⁴:

Tabelle 3: Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €*	Umsatzherkunft in %
Zone I	26,6	15	4,0	1,0	5,0	65 – 66
Zone II	11,8	10	1,2	0,3	1,5	19 – 20
Einzugsgebiet	38,4	13 – 14	5,2	1,3	6,5	85
Streuumsätze			0,9	0,2	1,1	15
Insgesamt			6,1	1,5	7,6	100

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

GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

¹³ 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.

¹⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für das Vorhaben mit ca. **1.288 m² VK** eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,6 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich ca. 6,1 Mio. € und ca. 1,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Die Umsatzleistung des Lidl-Standortes ist angesichts der auf den östlichen Kernstadtbereich von Schwäbisch Hall begrenzten Versorgungsbedeutung und vor dem Hintergrund des Vorhandenseins eines weiteren Lidl-Standortes i. V. mit den sonstigen Wettbewerbsstrukturen als angemessen zu bewerten. Mit einer Flächenleistung von rd. 5.900 € / m² VK wird eine angesichts der geplanten Verkaufsflächendimensionierung von ca. 1.288 m² durchschnittliche Leistungsfähigkeit erreicht.¹⁵

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit insgesamt ca. 85 % der überwiegende Teil des Umsatzes des Lidl-Marktes aus Schwäbisch Hall selbst generiert wird. Etwa 15 % der Umsätze werden mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt.

1.2 Umsatzprognose für den Bäcker im Standortumfeld

Neben Lidl ist der Bäcker Scholl im direkten Standortumfeld vorhanden. Auch für diese Nutzung ist im Folgenden eine Ermittlung des Umsatzes und der Umsatzherkunft unter Berücksichtigung der Erweiterung von Lidl notwendig, um die Wirkungen des Gesamtstandortes bewerten zu können.

Folgende Umsatzleistung und Umsatzherkunft ist für den Bäcker Scholl unter Berücksichtigung der Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters zu erwarten:

Tabelle 4: Umsatzleistung der Bäckerei im Standortumfeld

Zonen	Kaufkraft Backwaren in Mio. €	Marktanteil Backwaren in %	Umsatz gesamt in Mio. €*	Umsatzherkunft in %
Zone I	2,3	12 – 13	0,3	68 – 69
Zone II	1,0	7 – 8	< 0,1	17 – 18
Streuumsätze	---	---	<< 0,1	14
Insgesamt	3,3	9 – 10	0,4	100

Quelle: GMA-Berechnungen 2018

Der Bäcker Scholl erzielt auf einer Verkaufsfläche von rd. 70 m² einen Umsatz von 0,4 Mio. €. Dabei ist die Umsatzherkunft in etwa mit der des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters vergleichbar.

¹⁵ Ein Rückgriff auf durchschnittliche Flächenproduktivitäten des Anbieters Lidl ist nicht zulässig, da sich diese auf deutlich kleinere Verkaufsflächen beziehen. Größere Flächen sind aktuell noch eine Ausnahme und statistisch noch nicht erfasst.

1.3 Zusammenfassende Bewertung des Gesamtstandortes

Nach den Daten aus der Umsatzprognose lassen sich folgende Umsatzleistungen und Umsatzherkünfte für den Gesamtstandort ableiten:

Tabelle 5: Umsatz und Umsatzherkunft des Gesamtstandortes

Zonen	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,3	66 – 67
Zone II	1,5 – 1,6	19 – 20
Schwäbisch Hall	6,8 – 6,9	86
Streuumsätze	1,1 – 1,2	14
Insgesamt	8,0	100

Quelle: GMA-Berechnungen 2018

Insgesamt ergibt sich somit für den Gesamtstandort unter Berücksichtigung des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters eine Umsatzherkunft aus Schwäbisch Hall von mindestens rd. 86 %. Darüber hinaus wird ein gewisser Teil des Umsatzes von Kunden aus Schwäbisch Hall getätigt, die außerhalb des Einzugsgebietes, aber noch in Schwäbisch Hall selbst leben.

Insofern unterstreichen die voraussichtlichen Umsatzherkünfte des Gesamtstandortes die nahezu ausschließlich auf die Einwohner von Schwäbisch Hall ausgerichtete Versorgungsfunktion des Gesamtstandortes nach einer Erweiterung von Lidl. So spricht der hohe Umsatzanteil aus dem Mittelzentrum Schwäbisch Hall selbst für eine fehlende Regionalbedeutsamkeit des Marktes. Dies wird sich darüber hinaus durch die weitere perspektivische Aufsiedlung eines Wohngebietes im Standortumfeld nochmals verstärken.

2. Umsatzzumlenkungen / wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen 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 einzelnen 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 ergibt.

Für die Bewertung der geplanten Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schwäbisch Hall-Hessental werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der erweiterte Lidl-Lebensmitteldiscounter wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.288 m² eine Umsatzleistung von ca. 7,6 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 6,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Anbieter Lidl bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von 1.051 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 6,8 Mio. €. Davon entfallen rd. 5,4 – 5,5 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und 1,3 – 1,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- Der Backshop am Standort wird durch die geplante Lidl-Erweiterung keine nennenswerten Umsatzzugewinne zu verzeichnen haben. Etwaige Umsatzzugewinne bewegen sich unterhalb einer messbaren Relevanzschwelle und werden sich mit etwaigen Umsatzverlusten die Waage halten, so dass sich eine Prüfung der hieraus resultierenden Auswirkungen erübrigt.
- Im Folgenden wird von einer Neuansiedlung eines Lidl-Marktes mit ca. 1.288 m² VK unter Berücksichtigung des derzeit bereits vorhandenen Marktes und dem Backshop im Standortumfeld ausgegangen. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Gesamtprojekt von Lidl bewertet. So wurde etwa im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb und möglicher Kopplungseffekte jeweils das Gesamtvorhaben nach einer vollzogenen Erweiterung betrachtet. So ist nach aktueller Rechtsprechung für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkung die Umsatzleistung des bestehenden Lidl-Marktes zu berücksichtigen. Dieser ist bereits seit Jahren am Standort ansässig. Dementsprechend gilt für die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzzumlenkungen, dass sich jeweils nur der durch das Vorhaben generierte Zusatzumsatz nach der Neuaufstellung des Marktes im Sinne wettbewerblicher Wirkungen bzw. ggf. städtebaulichen Auswirkungen bemerkbar machen wird.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter zu erwarten:

Tabelle 6: Umsatzumlenkungen durch die Erweiterung von Lidl in Schwäbisch Hall-Hessental

		Umsatz in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Lebensmittelbereich	5,4 – 5,5
	▪ Umsatzumlenkung gegenüber Anbietern in Schwäbisch Hall (Einzugsgebiet)	0,5
	▪ Umsatzumlenkung gegenüber Anbietern in Schwäbisch Hall (außerhalb des Einzugsgebietes)	0,1
	▪ Umsatzumlenkungen gegenüber Anbietern im Umland	< 0,1
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	6,1
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Marktes im Nichtlebensmittelbereich	1,3 – 1,4
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,1 – 0,2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,5
	▪ Umsatz Lidl insgesamt	7,6

GMA-Berechnungen 2018

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schwäbisch Hall-Hessental zu erwarten:

Innerhalb des Einzugsgebietes werden nahezu ausschließlich die Lebensmittelmärkte im direkten Umfeld des Lidl-Lebensmitteldiscounters mit Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen haben. Am ehesten sind hier als Hauptwettbewerber der Kaufland-Standort im Gewerbegebiet „Gründle“ sowie der im dortigen Standortumfeld gelegene Aldi-Lebensmitteldiscounter zu nennen. Beide Standorte sind überaus leistungsfähig aufgestellt, so dass sich die Umsatzumverteilungseffekte hier auf einem Niveau von unter 1 % bewegen werden.

Gegenüber dem russischen Lebensmittelmarkt Kalinka, welcher nach der Schließung des nah und gut-Marktes eine ausschnittsweise Versorgung in einem spezialisierten Lebensmittelsegment sicherstellt, bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte aufgrund der geringen Distanz zum Standort von Lidl auf einem Niveau von max. 1 – 2 % und werden auch hier gegenüber diesem Standort keine relevanten Rückwirkungen in städtebaulicher Form auslösen. Das dortige Angebot ist stark auf eine besondere Bevölkerungsgruppe ausgerichtet, so dass davon auszugehen ist, dass der Markt einen

hohen Stammkundenanteil besitzt. Diese werden ihre Einkaufsgewohnheiten nicht ändern. Insofern werden gegenüber diesem Anbieter nur sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst.

Gegenüber den im Wohngebiet Kreuzäcker gelegenen Anbietern Norma in der Crailsheimer Straße und Feinkost Knausenberger und den weiteren Betrieben am Limpurger Platz werden allenfalls sehr geringe Effekte in einer Größenordnung von max. 1 % ausgelöst. Auch hier sind schädliche Effekte auszuschließen. Gleiches gilt für den Edeka Markt im Stadtteil Sulzdorf. Hier sind keine messbaren Effekte zu beobachten.

Gegenüber den sonstigen kleineren Anbietern von Lebensmitteln bzw. Betrieben des Lebensmittelhandwerks sind ebenfalls nur sehr geringe Effekte messbar, die sich unterhalb einer rechnerischen Relevanzschwelle bewegen.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen in den östlichen Stadtteilen von Schwäbisch Hall (= Einzugsgebiet des Standortes) zu beobachten wären. Ebenfalls werden die Ortskerne innerhalb des Einzugsgebietes und hier die Standortbereiche Hessental (Kalinka Lebensmittelmarkt und ergänzendes Angebot) sowie im Wohngebiet Kreuzäcker (Feinkost Knausenberger, Bäcker, Metzger) als auch im Stadtteil Sulzdorf (Edeka) durch das Vorhaben nicht im Bestand gefährdet. Auswirkungen auf gewachsene städtebauliche Versorgungsstrukturen sind durch die Erweiterung von Lidl nicht anzunehmen. Vielmehr wird ein für die Nahversorgung wichtiger Lebensmittelmarkt modern und zukunftsfähig aufgestellt und so auch die Infrastruktur für die Versorgung der im Umfeld des Standortes wohnenden Bevölkerung deutlich verbessert.

- **An allen sonstigen Standorten in Schwäbisch Hall außerhalb des Einzugsgebietes** und hier im Einflussbereich des anderen Lidl-Standortes werden ebenfalls nur sehr geringe Umsatzverluste zu erwarten sein. Sowohl die dort ansässigen größeren Lebensmittelmärkte als auch die kleineren Spezialanbieter bzw. Betriebe des Lebensmittelhandwerks in der Innenstadt als auch an sonstigen Standorten im Stadtgebiet werden keine spürbaren Umsatzrückgänge zu erwarten haben, so dass auch hier die Versorgungsstrukturen nicht beeinträchtigt werden.
- **Außerhalb der Stadt Schwäbisch Hall** sind keine Umsatzverluste erkennbar. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind hier auszuschließen.
- Einer besonderen Betrachtung bedürfen die gegenüber dem **direkten Standortumfeld** ausgelösten Rückwirkungen bzw. positiven Effekte der Modernisierung von Lidl. So ist direkt angrenzend eine Bäckerei vorhanden. Infolge der Erweiterung des Lidl-Standortes wird der Bäcker eine etwas höhere Umsatzleistung generieren, die sich jedoch un-

terhalb einer messbaren Toleranzschwelle bewegt. Im Gegenzug dürfte durch das modernere Angebot am Lidl-Standort dieser Bäcker ebenfalls geringfügige Umsatzverluste zu verzeichnen haben, so dass sich Umsatzverluste mit Umsatzzugewinnen in etwa die Waage halten werden. Hier sind keine spürbaren Effekte anzunehmen.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 0,1 – 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Schwäbisch Hall und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente.
- Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der erweiterte Lidl-Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandenen städtebaulichen Strukturen **kippen** können und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumlagen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach einer Modernisierung von Lidl von stabilen Versorgungsstrukturen in Schwäbisch Hall und im Umland auszugehen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Rückwirkungen im Lebensmittelbereich führen werden. Sowohl gegenüber den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. Ortskernen als auch den sonstigen strukturprägenden Anbietern außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem sehr geringen Niveau. Marktaustritte sind infolge der Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters auszuschließen. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des Lidl-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden. Auch die Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte unterstreicht die fehlende Raumbedeutsamkeit des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters. Der Markt dient nahezu ausschließlich einer Versorgung der Bevölkerung im östlichen Kernstadtbereich von Schwäbisch Hall und wird keine nennenswerten übergemeindlichen Auswirkungen nach sich ziehen.

V. Bewertung der Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens

Gemäß Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 sind

„Einzelhandelsgroßprojekte sind [...]Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO. Sie sind einerseits großflächig und haben andererseits wesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung. Für die Regionalplanung von Bedeutung sind dabei die Auswirkungen auf die Zielsetzungen der Regionalplanung, in der Regel also die übergemeindlichen Auswirkungen. Keine Bedeutung für die Regionalplanung haben dagegen die Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung der Standortgemeinde, sofern dadurch keine Zielsetzungen der Regionalplanung berührt werden. Ob ein Einzelhandelsgroßbetrieb regionalbedeutsam ist, lässt sich damit nur beim Einzelfall feststellen.“¹⁶

Folgende Aspekte sprechen im vorliegenden Fall für eine fehlende Regionalbedeutsamkeit des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters und des Gesamtstandortes in Schwäbisch Hall-Hessental:

- Der Lidl-Lebensmitteldiscounter in Schwäbisch Hall-Hessental übernimmt seit Jahren eine wichtige Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall. Der Standort hat insbesondere in der Nahversorgung in den vergangenen Jahren durch die Wohngebietsentwicklung im Umfeld an Bedeutung gewonnen. Durch die maßvolle Verkaufsflächenerweiterung kann der Standort langfristig gesichert und die Nahversorgungsstrukturen in den östlichen Stadtteilen von Schwäbisch Hall an einem integrierten Standort zukunftsfähig aufgestellt werden. Dies ist u. a. auch deshalb von Bedeutung, da wesentliche Teile der geplanten Wohngebietsentwicklung in Schwäbisch Hall im weiteren Standortumfeld in der Umsetzung sind bzw. im Standortumfeld vorgesehen sind. Insofern dient das Vorhaben damit eindeutig der Sicherung der Nahversorgung für Teile des Schwäbisch Haller Stadtgebietes. Übergemeindliche Effekte auf die Grundversorgung anderer Kommunen im Umland sind mit der Erweiterung nicht verbunden.
- Der **Standort** des Vorhabens befindet sich im Stadtteil Hessental und wird in Richtung Westen, Osten und in Richtung Süden durch weitere Wohngebiete begrenzt. Insofern handelt es sich um einen Standort, der in hohem Maße durch Wohnnutzungen im Umfeld geprägt ist. Dies wird noch dadurch verstärkt, dass perspektivisch nördlich der Ellwanger Straße eine weitere Wohngebietsentwicklung erfolgen soll. Mit der Erschließung des ersten Bauabschnittes des Wohngebietes „Sonnenrain“ ist bereits begonnen worden. Insofern wird der Standort auch perspektivisch eine noch größere Versorgungsbedeutung zur Sicherung der Nahversorgung erlangen. Die Lage des Standortes

¹⁶ Regionalplan Heilbronn-Franken, Seite 61 f..

im Stadtteil Hessental i. V. mit den städtebaulichen Strukturen im Standortumfeld unterstreicht die überwiegend auf die örtliche Versorgung der Bevölkerung ausgerichtete Bedeutung des Lidl-Standortes und des Gesamtstandortes. Eine überregionale Bedeutung übernimmt der Standort hingegen nicht.

- Das **Einzugsgebiet** des erweiterten Lidl-Marktes und auch des Gesamtstandortes beschränkt sich i. W. auf Teile des Mittelzentrums Schwäbisch Hall. Eine über das Gemeindegebiet von Schwäbisch Hall hinausgehende Versorgungsbedeutung des Marktes ist sowohl vor dem Hintergrund eines weiteren Lidl-Standortes in Schwäbisch Hall als auch der Wettbewerbsstrukturen in der Region nicht anzunehmen. Insofern unterstreicht auch die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebiets die überwiegend lokale Versorgungsfunktion des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall.
- Die voraussichtlichen **Umsatzherkünfte** des erweiterten Lidl-Marktes und des Gesamtstandortes zeigen die nahezu ausschließlich auf die Versorgung der Bevölkerung in Schwäbisch Hall ausgerichtete perspektivische Bedeutung des Marktes. So stammen mindestens rd. 86 % der Umsatzleistung des Marktes aus dem östlichen Siedlungsbereich von Schwäbisch Hall. Rd. 14 % des Umsatzes werden durch sonstige Kunden generiert (teilweise auch aus dem sonstigen Stadtgebiet von Schwäbisch Hall). Perspektivisch ist bei einer weiteren Aufsiedlung der umliegenden Wohngebiete mit einer noch höheren Versorgungsbedeutung für das nähere Umfeld auszugehen. Auch unter diesem Aspekt ist von einer fehlenden Regionalbedeutsamkeit des erweiterten Lidl-Marktes und des Gesamtstandortes auszugehen.
- **Übergemeindliche Wirkungen** sind im hier vorliegenden Fall ebenfalls zu verneinen. Im Umland von Schwäbisch Hall werden allenfalls sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, die in allen umliegenden Städten und Gemeinden nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der erweiterte Markt einen wesentlichen Baustein zur Sicherung von arbeitsteiligen Nahversorgungsstrukturen innerhalb des Mittelzentrums Schwäbisch Hall darstellen wird. Das Vorhaben ist demnach auch unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes nicht als regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt (vgl. Ziel 2.4.3.2.2 des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020) einzuordnen. Alle für die Bewertung der Regionalbedeutsamkeit heranzuziehenden Aspekte sprechen für das Fehlen von übergemeindlichen Wirkungen. Die Kommunen im Umland von Schwäbisch Hall werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

Insofern ist eine Zulässigkeit des Vorhabens mit rd. 1.288 m² VK vor dem Hintergrund der Regelungen des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 gegeben. Eine Prüfung der weiteren regionalplanerischen Ge- und Verbote wird angesichts der fehlenden Regionalbedeutsamkeit nur der Vollständigkeit halber durchgeführt.

VI. Raumordnerische Prüfung

1. Konzentrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Maßgeblich für die Bewertung des „Konzentrationsgebots“ 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 Heilbronn-Franken 2020¹⁷ und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg¹⁸ wird die o. g. Regelung nachrichtlich aufgegriffen.

Der Stadt Schwäbisch Hall wird im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Insofern kommt Schwäbisch Hall als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Frage.

Das Konzentrationsgebot wird eingehalten.

2. Integrationsgebot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.3 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Das sog. Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen.

„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.“

¹⁷ Quelle: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Ziel 2.4.3.2.2

¹⁸ Quelle: Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kapitel 3.2 Raumordnerische Kernregelung

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 [...].“

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

- Der Standort in Schwäbisch Hall-Hessental ist als reiner Nahversorgungsstandort zu bewerten, welcher in mehreren Richtungen von Wohnnutzungen umgeben ist und zudem für die vorhandenen und in Aufsiedlung befindlichen Wohngebiete eine wichtige Versorgungsbedeutung aufweist. Es handelt sich bei dem Standort um einen reinen Nahversorgungsstandort für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall.
- Insgesamt handelt es sich somit um einen Standort, der – wie bereits ausgeführt – keine Regionalbedeutsamkeit besitzt. Unter regionalplanerischen Gesichtspunkten befindet sich der Standort jedoch bei einer formalen Betrachtung der Festlegungen des Integrationsgebotes außerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte, welcher den Innenstadtbereich von Schwäbisch Hall umfasst. Jedoch wird der Lidl-Lebensmitteldiscounter mit geplanten 1.288 m² Verkaufsfläche (auch unter Berücksichtigung des Backcafés am Standort) keine deutlich über die Stadt Schwäbisch Hall hinausgehende Versorgungsbedeutung erreichen. Insofern wäre der Standort auch außerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevanten Einzelhandel zulässig. Bei einer formalen Betrachtung des Integrationsgebotes ist zu konstatieren, dass sich der Standort außerhalb des regionalplanerisch definierten integrierten Standortbereichs befindet.

3. Kongruenzgebot gemäß Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg und Ziel 2.4.3.2.2 Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

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

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

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

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters und des Gesamtstandortes erstreckt sich im Kern auf Teile des Stadtgebietes von Schwäbisch Hall. Das Einzugsgebiet wird dabei insbesondere durch einen weiteren Lidl-Standort im westlichen Stadtgebiet begrenzt.
- Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass mindestens 85 % des durch das Lidl-Vorhaben generierten Umsatzes aus Schwäbisch Hall selbst stammen. Etwa 15 % des Umsatzes fließen von außerhalb des regelmäßigen Einzugsgebiets des Standorts zu.
- Unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes ist eine ähnliche Kundenherkunft anzunehmen. Diese beläuft sich auf mindestens rd. 86 % aus der Stadt Schwäbisch Hall. Perspektivisch ist durch die geplante weitere Aufsiedlung der umliegenden Wohngebiete eine noch stärkeren Versorgungsbedeutung von Lidl und des Gesamtstandortes für das Umland auszugehen.

Es stammen mindestens ca. 86 % des Umsatzes des Lidl-Lebensmittelmarktes und des Gesamtstandortes aus Schwäbisch Hall selbst. Damit wird der definierte Schwellenwert (mindestens 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten. **Das Kongruenzgebot wird sowohl für Lidl als auch für den Gesamtstandort eingehalten.**

4. Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg

Das Beeinträchtungsverbot 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 wurden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen.

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet, den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. der wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Lidl hinsichtlich des **Beeinträchtungsverbotes** wie folgt bewerten:

- Es handelt sich um ein Vorhaben zur Sicherung und Modernisierung des Lidl-Standortes in Schwäbisch Hall-Hessental. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden hierbei gegenüber dem östlich gelegenen Kalinka-Lebensmittelmarkt (max. 1 – 2 %) ausgelöst, welcher eine andere Zielgruppe bedient. In etwas abgeschwächter Form werden ebenfalls die weiteren Lebensmittelmärkte im Umfeld (Kaufland, Aldi, Norma, Feinkost Knausenberger, Edeka Sulzdorf) mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 1 % zu rechnen haben. Auch hier sind die ausgelösten Effekte als wettbewerbliche Effekte zu bewerten.
- An allen **anderen Standorten im Stadtgebiet** von Schwäbisch Hall bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem nochmals niedrigeren Niveau. Auch hier sind versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.
- Gegenüber der **Innenstadt** bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem nicht mehr messbaren Niveau, so dass städtebauliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs von Schwäbisch Hall ausgeschlossen werden können.
- Gegenüber Standorten **außerhalb der Stadt Schwäbisch Hall** werden ebenfalls keine Umsatzumverteilungen in messbarer Größenordnung. Auch hier sind keine Marktaustritte zu erwarten.
- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im **Nichtlebensmittelbereich** werden zu keiner Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Verschlechterung der Nahversorgung führen. Hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in der Gesamtbetrachtung nur sehr geringe Ausmaße annehmen werden.
- Durch die Erweiterung von Lidl werden die sonstigen Nutzungen im Standortumfeld nur marginal höheren Umsatzleistungen generieren wie im Bestand. Hieraus lassen sich keine rechnerisch messbaren zusätzlichen negativen Effekte ableiten.

Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes nicht verletzt.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes in Schwäbisch Hall-Hessental zur langfristigen Sicherung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit /// Der bestehende Markt hat derzeit eine genehmigte Verkaufsfläche von 1.051 m², geplant ist eine Erweiterung auf ca. 1.288 m² VK, im Standortumfeld wurde das Backcafé Scholl berücksichtigt. /// Das Standortumfeld ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Der Standort übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die östlichen Schwäbisch Haller Stadtteile. Perspektivisch ist von einer noch wichtigeren Versorgungsbedeutung auszugehen, da im Umfeld eine weitere Wohngebietsausweisung erfolgt. 						
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO 						
Standortrahmen- bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Schwäbisch Hall mit zentralörtlicher Funktion eines Mittelzentrums /// Einzelhandelsstrukturen: Wichtigster Versorgungsstandort im Innenstadtbereich mit Betrieben aus allen Bedarfsbereichen, zum Großteil in historischer Altstadt, ergänzt durch Kocherquartier mit größeren Magnetbetrieben. Zwei größere Gewerbegebietsstandorte westlich (Stadt-heide) und östlich (Im Gründle) des Kochers, weiteren Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet. 						
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Das Einzugsgebiet des Gesamtstandortes beschränkt sich auf die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall. /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 16.735 Personen /// Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsektor im Einzugsgebiet: ca. 38,4 Mio. € 						
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatzleistung Lidl bei ca. 1.288 m² VK: ca. 7,6 Mio. €, davon ca. 6,1 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 1,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich /// Umsatzleistung Backcafé: 0,4 Mio. € 						
Umsatzum- verteilungseffekte in %	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">Schwäbisch Hall (östliche Stadtteile)</td> <td style="text-align: right;">max. 1 – 2 %</td> </tr> <tr> <td>Schwäbisch Hall (sonstiges Stadtgebiet)</td> <td style="text-align: right;">< 1 %</td> </tr> <tr> <td>sonstige Standorte</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> </table>	Schwäbisch Hall (östliche Stadtteile)	max. 1 – 2 %	Schwäbisch Hall (sonstiges Stadtgebiet)	< 1 %	sonstige Standorte	nicht nachweisbar
Schwäbisch Hall (östliche Stadtteile)	max. 1 – 2 %						
Schwäbisch Hall (sonstiges Stadtgebiet)	< 1 %						
sonstige Standorte	nicht nachweisbar						

Regionalbedeutsamkeit des Vorhabens

Der Lidl-Lebensmitteldiscounter in Schwäbisch Hall-Hessental übernimmt seit Jahren eine wichtige Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall. Der Standort hat insbesondere in der Nahversorgung in den vergangenen Jahren durch die Wohngebietsentwicklung im Umfeld an Bedeutung gewonnen. Durch die maßvolle Verkaufsflächenerweiterung kann der Standort langfristig gesichert und die Nahversorgungsstrukturen in den östlichen Stadtteilen von Schwäbisch Hall an einem integrierten Standort zukunftsfähig aufgestellt werden. Dies ist u. a. auch deshalb von Bedeutung, da wesentliche Teile der geplanten Wohngebietsentwicklung in Schwäbisch Hall im weiteren Standortumfeld in der Umsetzung sind bzw. im Standortumfeld vorgesehen sind. Insofern dient das Vorhaben damit eindeutig der Sicherung der Nahversorgung für Teile des Schwäbisch Haller Stadtgebietes. Übergemeindliche Effekte auf die Grundversorgung anderer Kommunen im Umland sind mit der Erweiterung nicht verbunden.

Der **Standort** des Vorhabens befindet sich im Stadtteil Hessental und wird in Richtung Westen, Osten und in Richtung Süden durch weitere Wohngebiete begrenzt. Insofern handelt es sich um einen Standort, der in hohem Maße durch Wohnnutzungen im Umfeld geprägt ist. Dies wird noch dadurch verstärkt, dass perspektivisch nördlich der Ellwanger Straße eine weitere Wohngebietsentwicklung erfolgen soll. Mit der Erschließung des ersten Bauabschnittes des Wohngebietes „Sonnenrain“ ist bereits begonnen worden. Insofern wird der Standort auch perspektivisch eine noch größere Versorgungsbedeutung zur Sicherung der Nahversorgung erlangen. Die Lage des Standortes im Stadtteil Hessental i. V. mit den städtebaulichen Strukturen im Standortumfeld unterstreicht die überwiegend auf die örtliche Versorgung der Bevölkerung ausgerichtete Bedeutung des Lidl-Standortes und des Gesamtstandortes. Eine überregionale Bedeutung übernimmt der Standort hingegen nicht.

Das **Einzugsgebiet** des erweiterten Lidl-Marktes und auch des Gesamtstandortes beschränkt sich i. W. auf Teile des Mittelzentrums Schwäbisch Hall. Eine über das Gemeindegebiet von Schwäbisch Hall hinausgehende Versorgungsbedeutung des Marktes ist sowohl vor dem Hintergrund eines weiteren Lidl-Standortes in Schwäbisch Hall als auch der Wettbewerbsstrukturen in der Region nicht anzunehmen. Insofern unterstreicht auch die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebiets die überwiegend lokale Versorgungsfunktion des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall.

Die voraussichtlichen **Umsatzerkünfte** des erweiterten Lidl-Marktes und des Gesamtstandortes zeigen die nahezu ausschließlich auf die Versorgung der Bevölkerung in Schwäbisch Hall ausgerichtete perspektivische Bedeutung des Marktes. So stammen mindestens rd. 86 % der Umsatzleistung des Marktes aus dem östlichen Siedlungsbereich von Schwäbisch Hall. Rd. 14 % des Umsatzes werden durch sonstige Kunden generiert (teilweise auch aus dem sonstigen Stadtgebiet von Schwäbisch Hall). Perspektivisch ist bei einer weiteren Aufsiedlung der umliegenden Wohngebiete mit einer noch höheren Versorgungsbedeutung für das nähere Umfeld auszugehen. Auch unter diesem Aspekt ist von einer fehlenden Regionalbedeutsamkeit des erweiterten Lidl-Marktes und des Gesamtstandortes auszugehen.

Übergemeindliche Wirkungen sind im hier vorliegenden Fall ebenfalls zu verneinen. Im Umland von Schwäbisch Hall werden allenfalls sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, die in allen umliegenden Städten und Gemeinden nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der erweiterte Markt einen wesentlichen Baustein zur Sicherung von arbeitsteiligen Nahversorgungsstrukturen innerhalb des Mittelzentrums Schwäbisch Hall darstellen wird. Das Vorhaben ist demnach auch unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes nicht als regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt (vgl. Ziel 2.4.3.2.2 des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020) einzuordnen. Alle für die Bewertung der Regionalbedeutsamkeit heranzuziehenden Aspekte sprechen für das Fehlen von übergemeindlichen Wirkungen. Die Kommunen im Umland von Schwäbisch Hall werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

Insofern ist eine Zulässigkeit des Vorhabens mit rd. 1.288 m² VK vor dem Hintergrund der Regelungen des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 gegeben.

Raumordnerische Bewertungskriterien (1)

- Konzentrationsgebot** Das Konzentrationsgebot wird eingehalten. Der Stadt Schwäbisch Hall wird im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Insofern kommt Schwäbisch Hall als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Frage.
- Integrationsgebot** Dem Integrationsgebot wird entsprochen. Der Standort in Schwäbisch Hall-Hessental ist als reiner Nahversorgungsstandort zu bewerten, welcher in mehreren Richtungen von Wohnnutzungen umgeben ist und zudem für die vorhandenen und in Aufsiedlung befindlichen Wohngebiete eine wichtige Versorgungsbedeutung aufweist. Es handelt sich bei dem Standort um einen reinen Nahversorgungsstandort für die östlichen Stadtteile von Schwäbisch Hall.
- Insgesamt handelt es sich somit um einen Standort, der – wie bereits ausgeführt – keine Regionalbedeutsamkeit besitzt. Unter regionalplanerischen Gesichtspunkten befindet sich der Standort jedoch bei einer formalen Betrachtung der Festlegungen des Integrationsgebotes außerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte, welcher den Innenstadtbereich von Schwäbisch Hall umfasst. Jedoch wird der Lidl-Lebensmitteldiscounter mit geplanten 1.288 m² Verkaufsfläche (auch unter Berücksichtigung des Backcafés am Standort) keine deutlich über die Stadt Schwäbisch Hall hinausgehende Versorgungsbedeutung erreichen. Insofern wäre der Standort auch außerhalb des Vorranggebietes für zentrenrelevanten Einzelhandel zulässig. Bei einer formalen Betrachtung des Integrationsgebotes ist zu konstatieren, dass sich der Standort außerhalb des regionalplanerisch definierten integrierten Standortbereichs befindet.
- Kongruenzgebot** Das Kongruenzgebot wird unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes erfüllt. Das Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters und des Gesamtstandortes erstreckt sich im Kern auf Teile des Stadtgebietes von Schwäbisch Hall. Das Einzugsgebiet wird dabei insbesondere durch einen weiteren Lidl-Standort im westlichen Stadtgebiet begrenzt.
- Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzustellen, dass mindestens 85 % des durch das Lidl-Vorhaben generierten Umsatzes aus Schwäbisch Hall selbst stammen. Etwa 15 % des Umsatzes fließen von außerhalb des regelmäßigen Einzugsgebiets des Standorts zu.
- Unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes ist eine ähnliche Kundenherkunft anzunehmen. Diese beläuft sich auf mindestens rd. 86 % aus der Stadt Schwäbisch Hall. Perspektivisch ist durch die geplante weitere Aufsiedlung der umliegenden Wohngebiete eine noch stärkeren Versorgungsbedeutung von Lidl und des Gesamtstandortes für das Umland auszugehen.
- Es stammen mindestens ca. 86 % des Umsatzes des Lidl-Lebensmittelmarktes und des Gesamtstandortes aus Schwäbisch Hall selbst. Damit wird der definierte Schwellenwert (mindestens 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten.

Raumordnerische Bewertungskriterien (2)

Beeinträchtigungs- verbot	<p>Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters unter Berücksichtigung des Gesamtstandortes nicht verletzt.</p> <p>Es handelt sich um ein Vorhaben zur Sicherung und Modernisierung des Lidl-Standortes in Schwäbisch Hall-Hessental. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden hierbei gegenüber dem östlich gelegenen Kalinka-Lebensmittelmarkt (max. 1 – 2 %) ausgelöst, welcher eine andere Zielgruppe bedient. In etwas abgeschwächter Form werden ebenfalls die weiteren Lebensmittelmärkte im Umfeld (Kaufland, Aldi, Norma, Feinkost Knaußenberger, Edeka Sulzdorf) mit Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 1 % zu rechnen haben. Auch hier sind die ausgelösten Effekte als wettbewerbliche Effekte zu bewerten.</p> <p>An allen anderen Standorten im Stadtgebiet von Schwäbisch Hall bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem nochmals niedrigeren Niveau. Auch hier sind versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.</p> <p>Gegenüber der Innenstadt bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem nicht mehr messbaren Niveau, so dass städtebauliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs von Schwäbisch Hall ausgeschlossen werden können.</p> <p>Gegenüber Standorten außerhalb der Stadt Schwäbisch Hall werden ebenfalls keine Umsatzumverteilungen in messbarer Größenordnung. Auch hier sind keine Marktaustritte zu erwarten.</p> <p>Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Nichtlebensmittelbereich werden zu keiner Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder einer Verschlechterung der Nahversorgung führen. Hier sind städtebauliche Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen, da sich die Umsatzumverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe verteilen werden und somit in der Gesamtbetrachtung nur sehr geringe Ausmaße annehmen werden.</p> <p>Durch die Erweiterung von Lidl werden die sonstigen Nutzungen im Standortumfeld nur marginal höheren Umsatzleistungen generieren wie im Bestand. Hieraus lassen sich keine rechnerisch messbaren zusätzlichen negativen Effekte ableiten.</p>
--------------------------------------	--

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Schwäbisch Hall und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	11
Karte 2: Mikrostandort „Am Kreuzstein“	14
Karte 3: Einzugsgebiet des erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schwäbisch Hall-Hessental und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	20
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	7
Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet	22
Tabelle 3: Umsatzprognose für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter	23
Tabelle 4: Umsatzleistung der Bäckerei im Standortumfeld	24
Tabelle 5: Umsatz und Umsatzherkunft des Gesamtstandortes	25
Tabelle 6: Umsatzzumlenkungen durch die Erweiterung von Lidl in Schwäbisch Hall-Hessental	27
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Lidl-Standort	13
Foto 2: Wohnbebauung i.R. Süden	13
Foto 3: Wohnbebauung i.R. Westen	13
Foto 4: benachbarte Bäckerei	13