



München **Stuttgart** Forchheim  
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

## Stadt Mosbach

CIMA Beratung + Management GmbH  
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart  
T 0711-64 864 61  
F 0711-64 864 69  
cima.stuttgart@cima.de  
www.cima.de

Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung zur geplanten Erweiterung des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl in Mosbach-Diedesheim

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Ihre Ansprechpartner:  
Projektleitung:  
Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektbearbeitung:  
Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

Stuttgart, Mai 2015

© 2015 CIMA Beratung + Management GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

## Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung.....	4
2 Entwicklungstendenzen und Trends in der Handelslandschaft in Deutschland .....	5
2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel .....	5
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
2.3 Sortimentsstruktur nach Betriebstypen .....	7
3 Standortdaten.....	9
3.1 Makrostandort Mosbach.....	9
3.2 Einzelhandelskennziffern .....	10
3.3 Daten zum Mikrostandort.....	11
4 Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation.....	13
4.1 Einzugsgebiet .....	13
4.2 Kaufkraftpotential .....	14
5 Daten zur projektspezifischen Angebotssituation .....	16
5.1 Gesamtstadt Mosbach .....	16
5.2 Angebotssituation im Umland.....	17
6 Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes.....	19
6.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen.....	19
6.2 Planumsatzleistung.....	19
6.3 Gegenwärtige und zukünftige Marktposition .....	20
6.4 Konzentrationsgebot.....	22
6.5 Kongruenzgebot.....	22
6.6 Beeinträchtigungsverbot/ Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche .....	23
6.7 Städtebauliches Integrationsgebot.....	28
7 Zusammenfassende Bewertung.....	29

## 1 Auftrag und Aufgabenstellung

Im März 2015 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, Waldenburg, mit einer Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung zur geplanten Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim beauftragt.

Als Plangröße für die Erweiterung des bestehenden Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl in Mosbach-Diedesheim sind ca. 1.480 qm Verkaufsfläche, inkl. Eingangsbereich von 56 qm, welcher im planungsrechtlichen Sinne lt. Definition des Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zur Verkaufsfläche zählt, vorgesehen.

Mit der geplanten künftigen Verkaufsfläche von ca. 1.480 qm VK wird die Grenze zum großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO, welche nach aktueller Rechtsprechung bei 800 qm VK liegt, nicht nur unwesentlich überschritten.

Für das Vorhaben ist die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit einer Ausweisung als SO-Gebiet vorgesehen. Damit ist auf Basis der in § 11 Abs. 3 BauNVO sowie im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg dargelegten Prüfkriterien der Nachweis zu erbringen, dass mit der vorgesehenen Erweiterung des Lebensmittelmarktes keine negativen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in der Stadt Mosbach selbst sowie für die Nachbarkommunen zu erwarten sind.

Neben der Aufbereitung der handelsrelevanten Grundlagendaten erfolgte im April 2015 eine Standortbegehung und eine Aktualisierung der Daten zur gegenwärtigen Handelsstruktur in Form einer Erhebung aller relevanten Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Mosbach sowie eine Aufnahme der wesentlichen Wettbewerbsstandorte in den umliegenden Kommunen durch CIMA-Mitarbeiter.

## 2 Entwicklungstendenzen und Trends in der Handelslandschaft in Deutschland

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt eine kurze Darstellung der grundlegenden Entwicklungstendenzen für die wesentlichen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel. Ferner wird kurz auf die unterschiedliche Sortimentspolitik der verschiedenen Betriebstypen eingegangen.

Die nachfolgenden Aussagen sind als wertneutral zu verstehen und beinhalten keinerlei Wertung bzgl. der Attraktivität oder Qualität der verschiedenen Betriebstypen bzw. einzelner Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels. Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass die nachfolgenden Definitionen und betriebstypenbezogenen Spezifika unabhängig von den bauplanungsrechtlichen Definitionen zu sortimentsbezogenen Verkaufsflächenfestsetzungen einzuordnen sind.

### 2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel

Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel<sup>1</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II-Artikeln<sup>2</sup> aufweist. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt beim Betriebstyp „Vollsortimenter“ mittlerweile zwischen 1.200 und 1.500 qm VK.

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

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

Der Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** ist als Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft definiert, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Artikel sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht<sup>3</sup>. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt bei diesem Betriebstyp derzeit zwischen 800 und 1.000 qm VK, wobei ein Trend zu wachsenden Verkaufsflächengrößen vorhanden ist.

---

<sup>1</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung

<sup>2</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

<sup>3</sup> Quelle: Begriffsdefinitionen EHI Handelsdaten.de

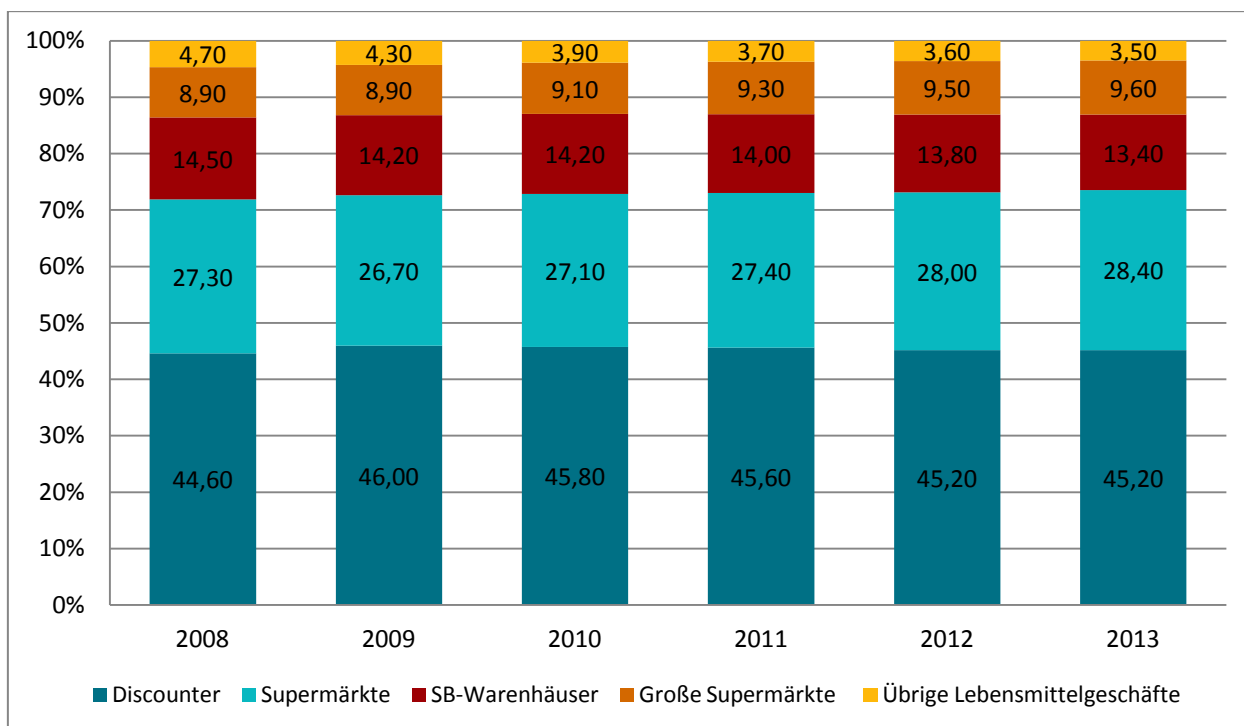
## 2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist bundesweit von ca. 64.000 Betrieben im Jahr 1990 auf ca. 38.600 Betriebe im Jahr 2013 um ca. 40 % gesunken. Von diesem Strukturwandel waren insbesondere kleinere Betriebseinheiten betroffen.

Demgegenüber ist die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel seit 1990 von ca. 18,6 Mio. qm VK auf ca. 35 Mio. qm VK im Jahr 2013 um ca. 94 % gewachsen, wobei insbesondere im Lebensmitteldiscountmarkt eine starke Flächendynamik vorhanden war.

Die Umsatzleistung im Lebensmitteleinzelhandel stieg von ca. 85,3 Mrd. € im Jahr 1990 um ca. 60 % auf ca. 142 Mrd. € im Jahr 2013 an. Der Betriebstyp Discountmarkt konnte in den letzten Jahren seinen Marktanteil am gesamten Lebensmittelumsatz von ca. 23,7 % im Jahr 1990 auf ca. 45,2 % im Jahr 2013<sup>4</sup> deutlich steigern und gehörte damit zu den Gewinnern im strukturellen Wandel der Handelslandschaft.

Abb. 1 Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2008 bis 2013



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

<sup>4</sup> Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

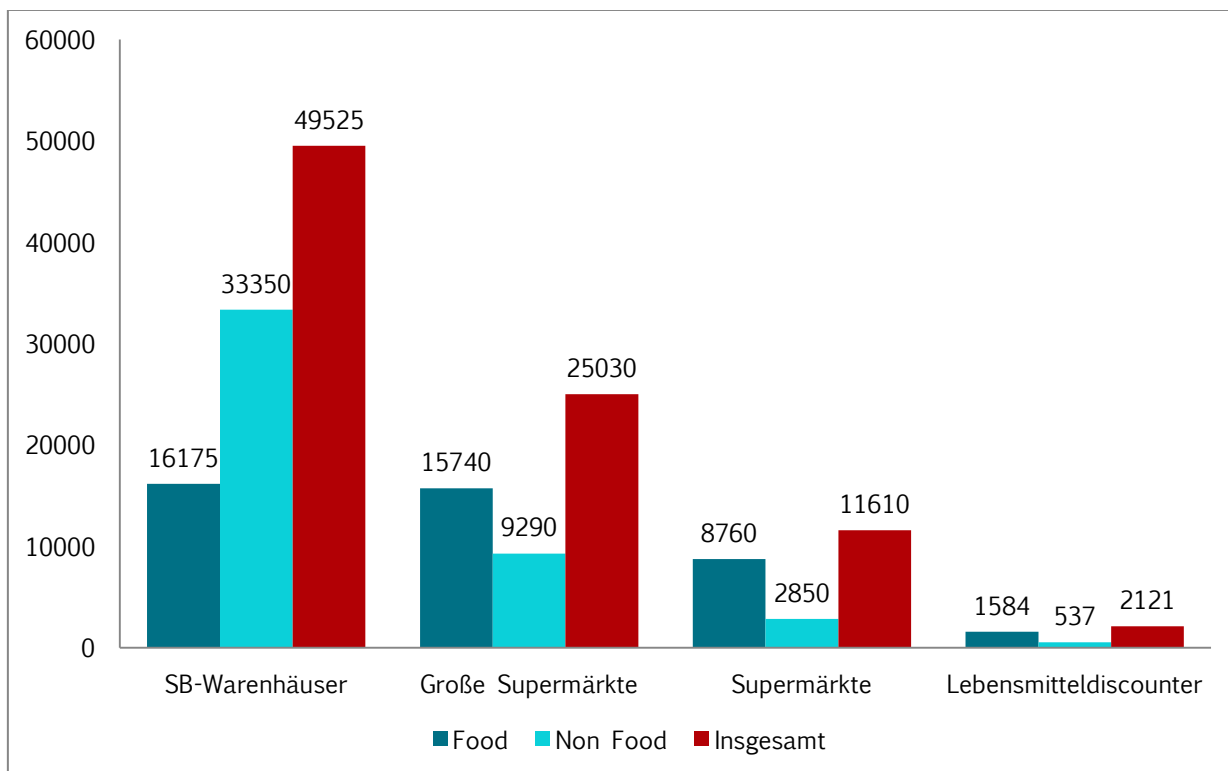
Die Verteilung der Umsatzanteile ist seit 2008 als relativ konstant einzuordnen. Leichte Gewinne verzeichnen die Discounter und die großen Supermärkte zu Lasten der übrigen Lebensmittelgeschäfte (z.B. „Tante-Emma-Läden“).

### 2.3 Sortimentsstruktur nach Betriebstypen

Nach der Sortimentsbreitenerhebung des EHI Retail Institute, Köln, kann im Durchschnitt beim Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** von einer Artikelzahl zwischen ca. 1.400 bis 3.700 Artikeln ausgegangen werden. Die durchschnittliche Artikelzahl beläuft sich auf 2.121 Artikel bei diesem Betriebstyp, wobei diese zwischen den verschiedenen Betreiberfirmen variiert.

Im Gegensatz hierzu ist bei **Lebensmittelsupermärkten** eine deutlich größere Artikelvielfalt vorhanden (durchschnittliche Artikelzahl von ca. 11.610 Artikeln). Somit ist in einem Lebensmittelsupermarkt eine deutlich größere Sortimentsbreite und -tiefe gegeben.

Abb. 2 Durchschnittliche Anzahl der Artikel in Food und Nonfood im deutschen Lebensmittelhandel nach Betriebsformen



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

Bei Berücksichtigung der aktuellen Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist eine zunehmende „Verwischung“ der Grenzen zwischen den verschiedenen Betriebstypen zu beobachten. So wurde beim Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“ in jüngerer Vergangenheit z.B. das Segment „Obst und Gemüse“ oder auch das Segment „Backwaren“ deutlich ausgeweitet. Umgekehrt wird

beim Betriebstyp „Lebensmittelsupermarkt“ mit den sog. „Eigenmarken“ das preisorientierte Marktsegment zunehmend abgedeckt.

Zur Einordnung der geplanten Erweiterung des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl sind in nachfolgender Tabelle wesentliche Strukturdaten der am Markt agierenden Anbieter in diesem Segment dargestellt. Bei den genannten betriebswirtschaftlichen Kennziffern handelt es sich um Durchschnittswerte, welche in Abhängigkeit von der regionalen Wettbewerbssituation und den erschließbaren Marktpotentialen für Einzelstandorte deutlich variieren können.

Tab. 1 Lebensmitteldiscounter in Deutschland 2013 im Vergleich

Unternehmen	durchschnittliche Verkaufsfläche pro Filiale in qm	Marktanteil in %	durchschnittlicher Umsatz pro Filiale in Mio. €	durchschnittlicher Umsatz pro qm in €
Aldi Süd <sup>1</sup>	860	20,5	7,29	7.900
Aldi Nord <sup>1</sup>	775	16,6	3,96	5.200
<b>Lidl<sup>1</sup></b>	<b>855</b>	<b>24,4</b>	<b>4,39</b>	<b>5.100</b>
Norma <sup>1</sup>	630	4,5	2,10	3.300
Penny	610	11,3	3,03	5.000
Netto Marken-Discount	695	18,7	3,16	4.000
Netto (DSK)	770	2,3	3,18	4.100
Sonstige*	---	1,7	---	---
<b>Insgesamt*</b>	---	<b>100,0</b>	---	<b>5.000</b>

<sup>1</sup>Diese Unternehmen veröffentlichen keine Zahlen; alle Angaben sind Schätzwerte. \* Zahlen nicht ausgewiesen  
 Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

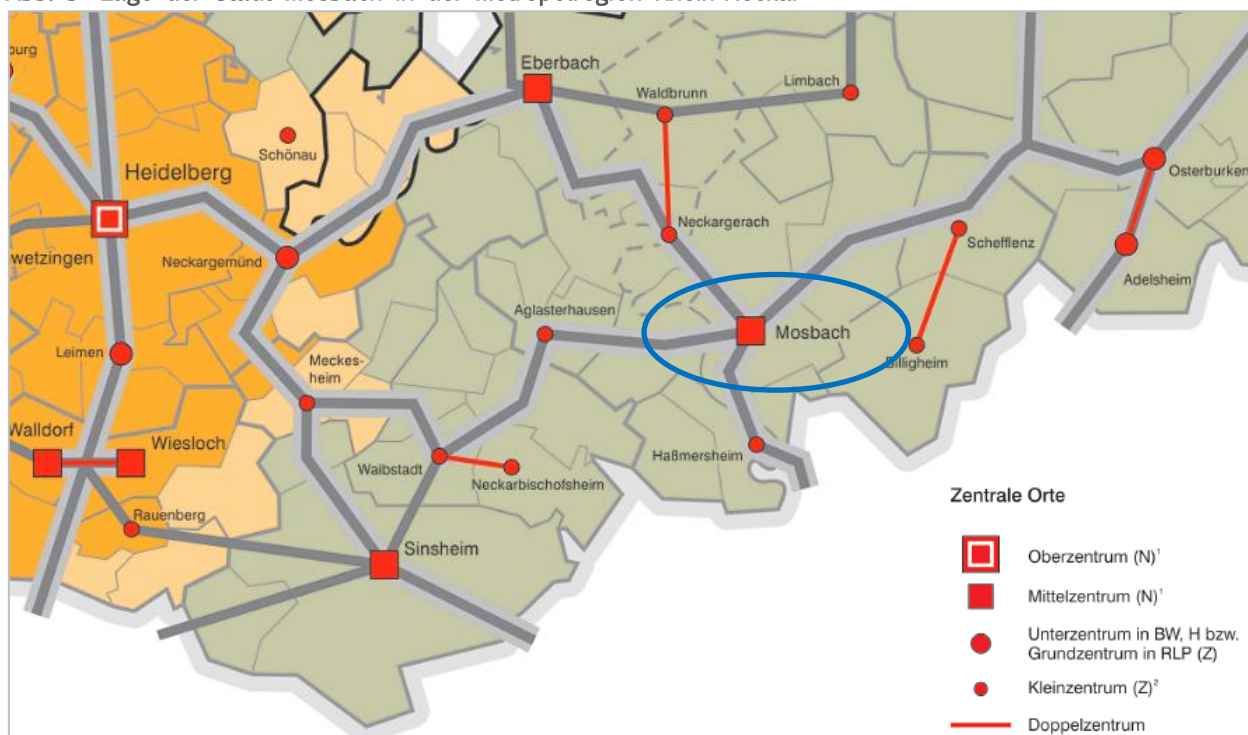


### 3 Standortdaten

#### 3.1 Makrostandort Mosbach

Im einheitlichen Regionalplan der Metropolregion Rhein-Neckar 2014 ist die Stadt Mosbach als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Mittelbereich. Zum Mittelbereich Mosbach gehören die Kommunen Aglasterhausen, Billigheim, Elztal, Fahrenbach, Haßmersheim, Hüffenhardt, Limbach, Mosbach, Neckarzimmern, Neunkirchen, Obrigheim, Schefflenz und Schwarzach.

Abb. 3 Lage der Stadt Mosbach in der Metropolregion Rhein-Neckar



Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar, Raumstrukturkarte; Bearbeitung: CIMA 2015

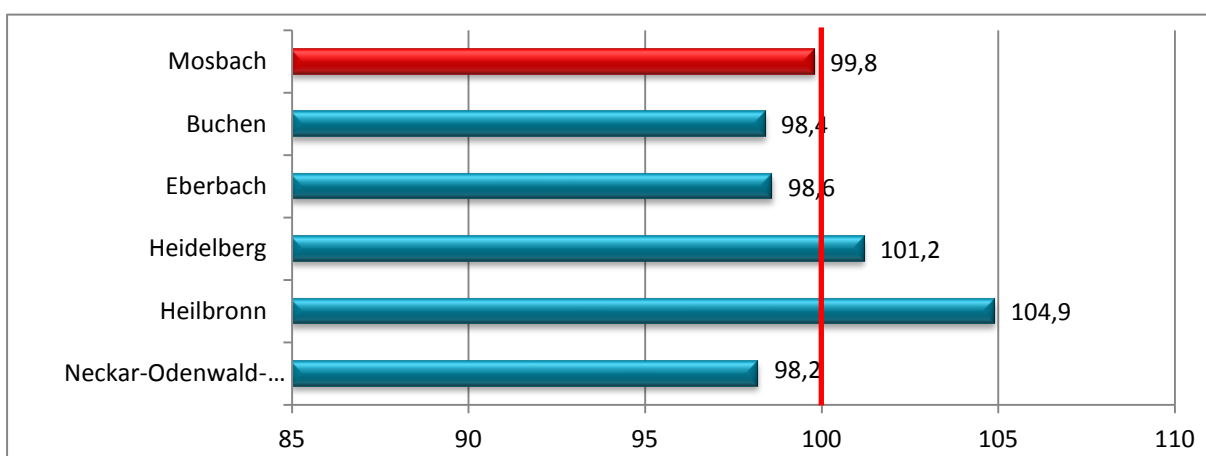
Gegenwärtig beläuft sich die Einwohnerzahl in der Stadt Mosbach auf 23.490 Personen. Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt Mosbach aus dem Stadtteil Mosbach (Kernstadt ca. 9.240 EW, Waldstadt ca. 2.010 EW und Nüstenbach ca. 210 EW) und fünf weiteren Stadtteilen zusammen. Dabei stellen die Stadtteile Neckarelz (ca. 6.940 EW) und Diedesheim (ca. 2.490 EW) neben der Kernstadt die einwohnerstärksten Stadtteile dar.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Quelle: Stadt Mosbach, Stand: März 2015

### 3.2 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 99,8 liegt der Wert der Stadt Mosbach ähnlich wie in den umliegenden Kommunen sowie dem Neckar-Odenwald-Kreis insgesamt leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert). Ausnahmen bilden die Oberzentren Heidelberg und Heilbronn, welche ein Kaufkraftniveau über dem Bundesdurchschnitt aufweisen.

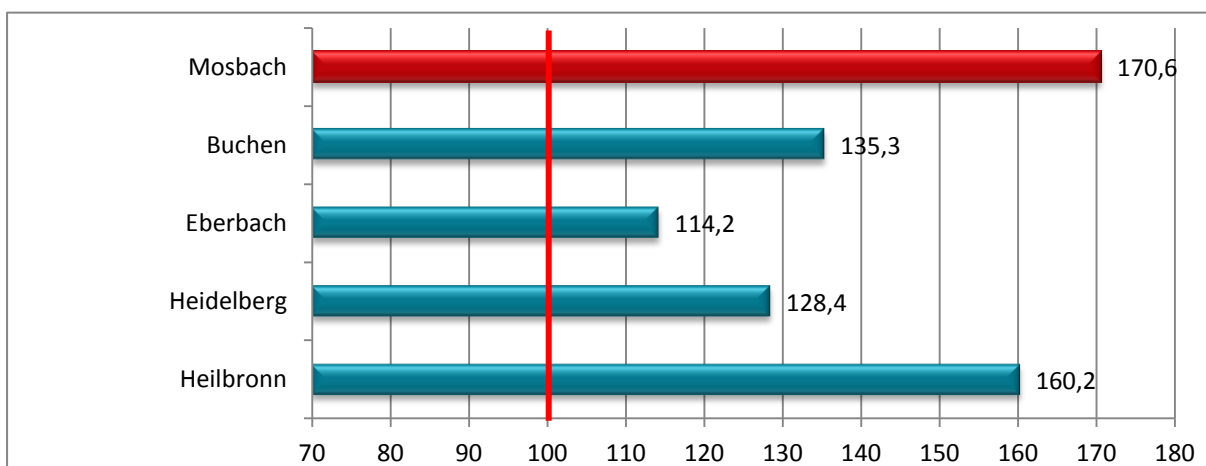
Abb. 4 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2014

Die **Zentralitätskennziffer** (Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz je Einwohner und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde liegt für Mosbach bei 170,6, so dass ein erheblicher Kaufkraftzufluss von außerhalb des Stadtgebietes vorliegt. Der Wert für Mosbach ist auch im Vergleich zu den benachbarten Einkaufsstädten als überdurchschnittlich einzustufen und verdeutlicht die hohe Bedeutung der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt für die umliegenden Kommunen.

Abb. 5 Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2014

### 3.3 Daten zum Mikrostandort

Der Lidl-Markt am Standort „Oberer Herrenweg“ liegt im westlichen Teil des Mosbacher Stadtteils Diedesheim. Das Standortumfeld ist im Osten durch die angrenzende Wohnbebauung geprägt, für welche der Planstandort in fußläufiger Entfernung<sup>6</sup> liegt. Im Süden grenzt das Firmengelände der Fa. Heck Fenster + Innenausstattung, an welches weitere Wohnbebauung anschließt. Auf der Nordseite der Straße „Oberer Herrenweg“ ist ein Gewerbegebiet mit Schwerpunkt auf dem produzierenden Gewerbe vorhanden. Westlich der hochfrequentierten Heidelberger Straße (Zubringer B 37) befindet sich ein Fußballfeld.

Aufgrund der räumlichen Nähe zur Bundesstraße B 37 (ca. 150 m Entfernung) ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes gegeben. Mit der Neckarbrücke ist über die L 636 zusätzlich eine gute Erreichbarkeit durch die Bevölkerung der Gemeinde Obrigheim sowie eine Anbindung zur B 292 gewährleistet.

Durch die Bushaltestelle „Oberer Herrenweg“ in unmittelbarer Nähe zum Projektstandort ist zudem eine Anbindung an das ÖPNV-Netz gegeben.

---

<sup>6</sup> \*wird i.d.R. durch einen 500m-Radius definiert

Abb. 6 Lage des Lidl-Marktes im Stadtteil Mosbach-Diedesheim



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA 2015

Abb. 7 Standort des Lidl-Marktes „Oberer Herrenweg“ Mosbach Diedesheim



Fotos: CIMA April 2015

## 4 Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation

Zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes werden die wesentlichen Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation im Raum Mosbach dargestellt.

### 4.1 Einzugsgebiet

Der Schwerpunkt der Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten liegt bei der vorgesehenen Verkaufsflächengröße auf dem Bereich Food und damit auf der Grundversorgung. Die Absatzreichweite ist daher deutlich niedriger anzusetzen als bei den Betrieben zur mittel- bis langfristigen Bedarfsdeckung (z.B. Bekleidung, Elektrowaren, Möbel) und bei den größerflächigen Vertriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser mit ausgeprägtem Non-Food-Angebot).

Im einheitlichen Regionalplan der Metropolregion Rhein-Neckar ist die Stadt Mosbach als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Mittelbereich. Für den Projektstandort in MOS-Diedesheim kann allerdings vorrangig von einer „erweiterten“ Nahversorgungsfunktion ausgegangen werden, welche nur einen Teil des gesamten Mittelbereiches der Stadt Mosbach als Einzugsgebiet umfasst.

Das Einzugsgebiet des Marktes der Fa. Lidl wird sich aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation im Lebensmittelmarktsegment im Raum Mosbach sowie der Standortverteilung von weiteren Filialen der Fa. Lidl auch nach einer Erweiterung in erster Linie auf die westlichen Stadtteile (Diedesheim und Neckarelz) der Stadt Mosbach sowie auf die angrenzenden Kommunen (Obrigheim, Binau) beschränken. Das Einzugsgebiet des Lidl-Marktes gliedert sich wie folgt:

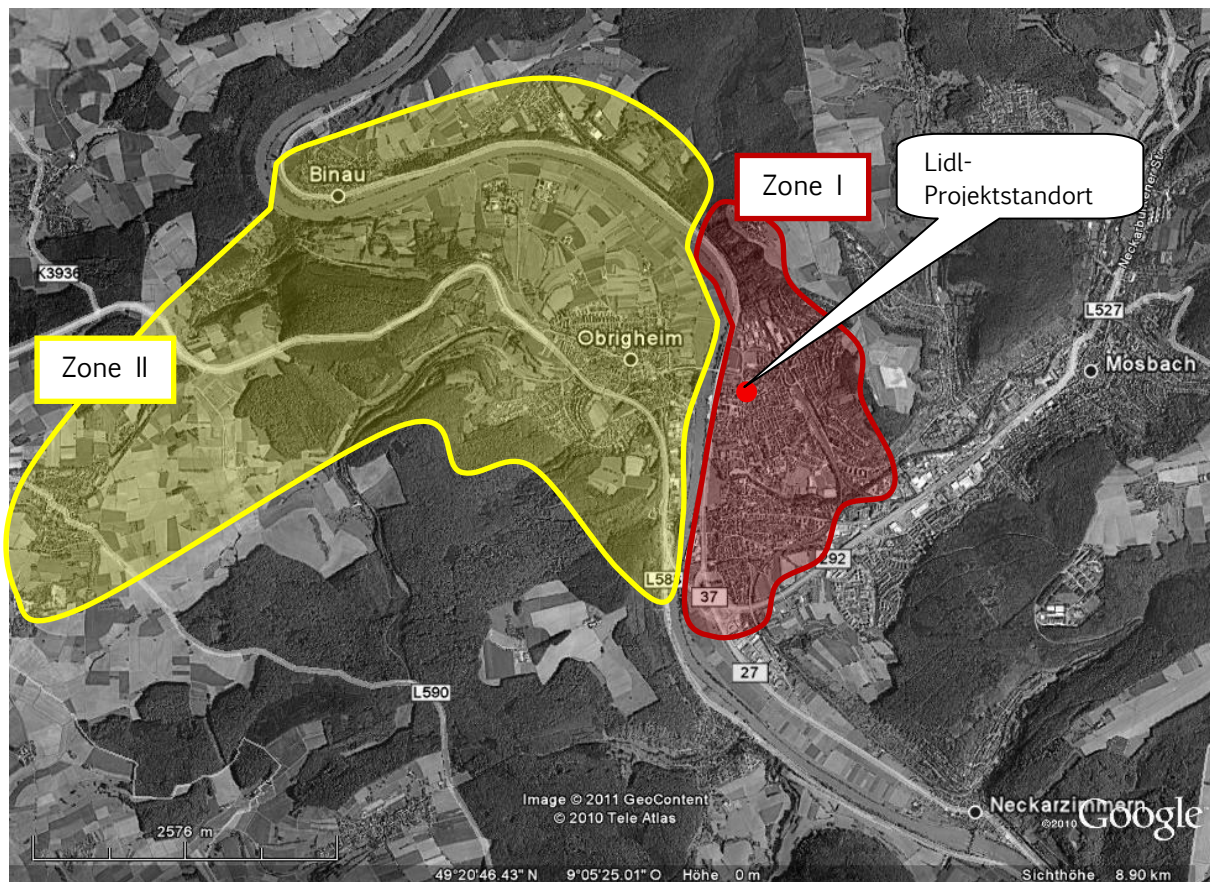
Tab. 2 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Zonen des Einzugsgebietes	Bevölkerungspotential
Mosbacher Stadtteile Diedesheim, Neckarelz (Zone I)*	ca. 9.440 Einwohner
angrenzende Kommunen Obrigheim, Binau (Zone II)**	ca. 6.470 Einwohner
<b>gesamtes Einzugsgebiet</b>	<b>ca. 15.910 Einwohner</b>

Quelle: \*Stadt Mosbach, Stand März 2015; \*\*Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2014

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage nahe der B 37 kann daneben von einem gewissen Umsatzanteil in Form von sog. „Streuumsätzen“ durch Pendler/Touristen (B 37 als „Burgenstraße“) ausgegangen werden.

Abb. 8 Das Einzugsgebiet des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl in Mosbach-Diedesheim (schematische Darstellung)



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA

## 4.2 Kaufkraftpotential

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.668,- € für das Jahr 2014 angesetzt werden<sup>7</sup>. Hiervon entfallen

- ca. 2.056,- € auf den Lebensmittelbereich
- ca. 3.612,- € auf den Nichtlebensmittelbereich

<sup>7</sup> Quelle: BBEICIMA/MB Research, 2014

Für das Einzugsgebiet des Projektstandortes kann unter Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus von einem Kaufkraftpotential von ca. 90,3 Mio. € für den Einzelhandel insgesamt ausgegangen werden. Hiervon entfallen auf die

- Mosbacher Stadtteile Diedesheim, Neckarelz (Zone I) ca. 53,4 Mio. €
- angrenzende Kommunen Obrigheim, Binau (Zone II) ca. 36,9 Mio. €

Im gesamten Einzugsgebiet beträgt das Kaufkraftpotential für den Food-Bereich ca. 32,7 Mio. € und für den Nonfood-Bereich ca. 57,6 Mio. €.

Die Kaufkraftpotentiale sind nach Hauptwarengruppen Food und Nonfood in der nachfolgenden Tabelle für die einzelnen Marktzone ausgewiesen.

Tab. 3 Das Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des Projektstandortes in Mio. €

Sortimente \ Marktzone	MOS- Diedesheim, Neckarelz (Zone I)	Obrigheim, Binau (Zone II)	Einzugsgebiet insgesamt (Zone I-II)
Food	19,4	13,3	32,7
Nonfood	34,0	23,6	57,6
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>53,4</b>	<b>36,9</b>	<b>90,3</b>

Quelle: CIMA-Berechnungen; leichte Rundungsdifferenzen möglich

## 5 Daten zur projektspezifischen Angebotssituation

### 5.1 Gesamtstadt Mosbach

In der Gesamtstadt Mosbach sind derzeit insgesamt 67 Betriebe, welche der Hauptwarengruppe Lebensmittel zuzuordnen sind, ansässig. Das Sortiment Lebensmittel wird auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.250 qm (ohne Nonfood-Verkaufsfläche in den größeren Lebensmittelmärkten) in Mosbach angeboten. Die Umsatzleistung beträgt ca. 74,6 Mio. € (nur Food-Umsatz, um Nonfood-Umsätze der größeren Lebensmittelmärkte bereinigt).

Als strukturprägende Anbieter (VK >500 qm) des Lebensmitteleinzelhandels sind zwei SB-Warenhäuser der Fa. Kaufland, zwei Lebensmittelvollsortimenter der Fa. REWE, jeweils zwei Lebensmitteldiscounter der Fa. Aldi und der Fa. Lidl sowie jeweils ein Lebensmitteldiscounter der Fa. Penny, der Fa. Netto und der Fa. Norma zu nennen.

Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Spezialgeschäfte u.a. für internationale Spezialitäten, diverse Getränkemärkte sowie Tankstellenshops, so dass insgesamt eine ausgeprägte Angebotssituation im Lebensmittelsegment vorliegt.

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte in der Gesamtstadt Mosbach stellt die Standortlage „Pfalz-Graf-Otto-Straße“ mit den strukturprägenden Anbietern Kaufland, Rewe, Aldi einen Versorgungsschwerpunkt dar. In der Kernstadt Mosbach stellen die Standorte der Fa. Kaufland sowie der Fa. Aldi und Fa. Netto (Standortlage Eisenbahnstraße) Versorgungsschwerpunkte dar. Ferner ist die Fa. Lidl mit einer weiteren Filiale (neben dem Standort in Diedesheim) in der Kernstadt Mosbach vertreten.

Mit der Ansiedlung der Einzelhandelsnutzungen am Gartenweg-Areal, unmittelbar angrenzend an den im Regionalplan abgegrenzten Versorgungskern (u.a. Fa. Rewe als Lebensmittelvollsortimenter/Eröffnung im April 2015), erfolgte eine weitere Aufwertung der Einkaufsinnenstadt von Mosbach.

In der Einzelhandelskonzeption 2008 wurden für die Stadtteile Neckarelz und Diedesheim stadtteilbezogene Nahversorgungslagen abgegrenzt, welche allerdings nur eine untergeordnete Bedeutung als Einzelhandelslagen besitzen. In den abgegrenzten Nahversorgungslagen hat seit 2008 ein weiterer Rückgang der Einzelhandelsfunktion stattgefunden.

Innerhalb der abgegrenzten **Nahversorgungslage Neckarelz** stellen gegenwärtig ein Metzgereibetrieb sowie ein Tankstellenshop die einzigen nahversorgungsrelevanten Betriebe dar. Als weiterer



Nahversorgungsstandort für den Stadtteil Neckarelz ist auf den Penny-Markt an der Mosbacher Straße hinzuweisen, welcher bereits außerhalb der abgegrenzten Stadtteillage liegt. Nach Informationen der Stadtverwaltung Mosbach ist eine Verlagerung des Penny-Marktes vom bisherigen Standort in Neckarelz an die Standortlage „Pfalz-Graf-Otto-Straße“ vorgesehen

Für den Stadtteil Diedesheim übernimmt der bestehende Lidl-Markt eine wesentliche Nahversorgungsfunktion. Innerhalb der abgegrenzten **Nahversorgungslage Diedesheim** ist lediglich ein Bäckereibetrieb ansässig.

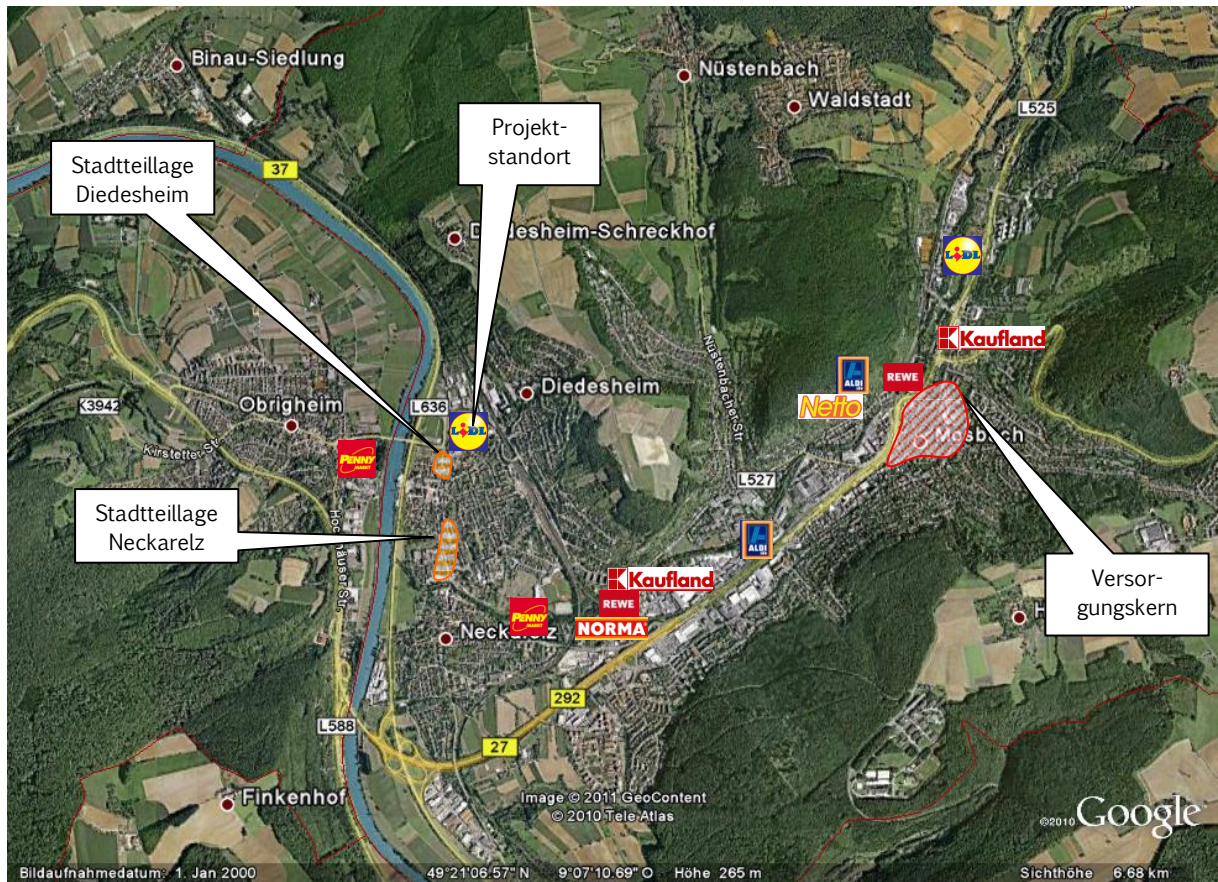
## 5.2 Angebotssituation im Umland

In der Gemeinde Obrigheim ist auf den Discountmarkt der Fa. Penny (Standort Auweg) als einzigen größeren Betrieb im Lebensmittelsegment hinzuweisen. Daneben sind im Bereich der Hauptstraße (Ortskern) Betriebe des Lebensmittelhandwerks ansässig. Zudem sind einzelne Betriebe in Streulagen zu nennen.

In der Gemeinde Binau, welche auf der rechten Neckarseite nördlich an Mosbach angrenzt, ist im Food-Bereich nur ein geringer Bestand vorhanden, welcher durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks geprägt ist. Ein größerer Lebensmittelmarkt ist nicht vorhanden.

Die wesentlichen Anbieter sind nachfolgend in einer schematischen Übersicht kartographisch dargestellt.

Abb. 9 Schematische Übersicht der strukturprägenden Anbieter in Mosbach (inkl. des Versorgungskerns Innenstadt und der Stadtteillagen Diedesheim und Neckarelz) und Obrigheim



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA 2015

## 6 Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes

Die Verkaufsfläche des bestehenden Lidl-Marktes am Standort „Oberer Herrenweg“ soll von derzeit ca. 850 qm VK auf künftig ca. 1.480 qm VK (Plangröße) erweitert werden. Für das Vorhaben ist die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes mit einer Ausweisung als SO-Gebiet vorgesehen.

Auf Basis der in § 11 Abs. 3 BauNVO sowie im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg dargelegten Prüfkriterien ist der Nachweis zu erbringen, dass mit der vorgesehenen Erweiterung des Lebensmittelmarktes keine negativen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in der Stadt Mosbach selbst sowie für die Nachbarkommunen zu erwarten sind.

### 6.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen

In § 11 Abs. 3 BauNVO, im LEP Baden-Württemberg, im einheitlichen Regionalplan der Metropolregion Rhein-Neckar sowie im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg werden folgende Prüfkriterien zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit für großflächige Einzelhandelsbetriebe genannt:

- die Ausrichtung von Umfang und Zweckbestimmung des Vorhabens nach der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe, bezogen auf den regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich (**Konzentrations- sowie Kongruenzgebot**)
- die Vermeidung von Beeinträchtigungen des städtebaulichen Gefüges und der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich (**Beeinträchtungsverbot**)
- die städtebaulich integrierte Lage des Standortes (**Städtebauliches Integrationsgebot**)

### 6.2 Planumsatzleistung

Anhand von Modellrechnungen werden zunächst die marktwirtschaftlichen Wirkungen, welche im Falle der Erweiterung des Lebensmittelmarktes zu erwarten sind, dargestellt. Die Modellrechnungen werden für die verschiedenen Flächenvarianten (Bestands- sowie Plangröße) durchgespielt.

Für den bestehenden Lebensmittelmarkt der Fa. Lidl am Standort „Oberer Herrenweg“ mit ca. 850 qm VK wird eine durchschnittliche Flächenleistung (Umsatz pro qm VK) von Lidl-Märkten von ca. 5.100,- € pro qm VK angesetzt.

Mit der geplanten erheblichen Verkaufsflächenerweiterung um ca. 630 qm ist u.a. aufgrund einer großzügigeren Warenpräsentation und bei Berücksichtigung der Flächenanteile, auf denen nicht unmittelbar Umsatz erzielt wird (z. B. Eingangsbereich), von einer sinkenden Flächenleistung auszugehen.

Aufgrund der sehr ausgeprägten Wettbewerbssituation in der Gesamtstadt Mosbach ist auch nach Erweiterung des Lidl-Marktes am Standort Mosbach-Diedesheim nicht von einer nennenswerten Ausweitung des Einzugsgebietes auszugehen, so dass auch unter diesem Aspekt von einer geringeren Flächenleistung auszugehen ist.

Für den erweiterten Lebensmittelmarkt der Fa. Lidl kann eine künftige Flächenleistung von 4.500,- € pro qm VK angenommen werden, welche in etwa dem Branchendurchschnitt des Betriebstyps Lebensmitteldiscountmarkt entspricht. Auf den Nonfood-Bereich entfallen bei der Fa. Lidl in etwa 20 % der Umsatzleistung (inkl. sog. Nonfood-Aktionswaren).

In Abhängigkeit von der angesetzten Flächenleistung ergeben sich mit der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des Lidl-Marktes folgende Umsatzveränderungen (rechnerische Werte):

- Ist-Umsatz bei ca. 850 qm VK: 4,3 Mio. €, davon ca. 3,4 Mio. € Food
- Plan-Umsatz bei ca. 1.480 qm VK: 6,7 Mio. €, davon ca. 5,3 Mio. € Food

Rechnerisch würde sich durch eine Verkaufsflächenerweiterung von ca. 630 qm ein Umsatzzuwachs für den Lidl-Markt von ca. 2,4 Mio. € insgesamt bzw. 1,9 Mio. € im Food-Bereich ergeben.

### 6.3 Gegenwärtige und zukünftige Marktposition

#### Gegenwärtige Marktposition

Im Folgenden werden die Marktaberschöpfungsquoten für den bestehenden bzw. den erweiterten Lidl-Markt in der Stadt Mosbach-Diedesheim ermittelt, welche zum Erreichen des Planumsatzes rechnerisch erforderlich sind.

In der Zone I (Mosbacher Stadtteile Diedesheim und Neckarelz) ist ein Marktanteil von 11-12 % und im restlichen Einzugsgebiet (Zone II: Gemeinden Obrigheim und Binau) von 7-8 % anzusetzen. Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen in Höhe von 5-6 % der Food-Umsatzleistung wird die Ist-Umsatzleistung (Food) von 3,4 Mio. € erreicht.

Tab. 4 Marktabschöpfungsquoten des bestehenden Lidl-Marktes im Food-Bereich zur Erreichung der Ist-Umsatzleistung

Marktzonen Daten	MOS-Diedesheim, MOS-Neckarelz (Zone I)	Obrigheim, Binau (Zone II)	gesamtes Einzugsgebiet (Zone I + II)	Streuumsatz	Ist-Umsatz (Food)
Kaufkraft (Food)	19,4 Mio. €	13,3 Mio. €	32,7 Mio. €	---	---
derzeitiger Marktanteil	11-12 %	7-8 %	9-10 %	0,2	---
<b>Umsatz Food</b>	<b>2,2 Mio. €</b>	<b>1,0 Mio. €</b>	<b>3,2 Mio. €</b>	<b>0,2 Mio. €</b>	<b>3,4 Mio. €</b>
Umsatz durch Nonfood-Sortimente (20 % des Gesamtumsatzes)					0,9 Mio. €
<b>Gesamtumsatz</b>					<b>4,3 Mio. €</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

### Künftige Marktposition

Der Plan-Umsatz (nur Food-Bereich) für den erweiterten Markt der Fa. Lidl (1.480 qm VK) beläuft sich auf ca. 5,3 Mio. €.

Zum Erreichen des Prognose-Umsatzes (nur Food-Bereich) des erweiterten Lidl-Marktes von ca. 5,3 Mio. € können die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Marktabschöpfungsquoten in den einzelnen Marktgebietszonen angesetzt werden.

Tab. 5 Marktabschöpfungsquoten des erweiterten Lidl-Marktes im Food-Bereich zur Erreichung des Plan-Umsatzes

Marktzonen Daten	MOS-Diedesheim, MOS-Neckarelz (Zone I)	Obrigheim, Binau (Zone II)	gesamtes Einzugsgebiet (Zone I + II)	Streuumsatz	Plan-Umsatz (Food)
Kaufkraft (Food)	19,4	13,3	32,7 Mio. €	---	---
künftiger Marktanteil	16-17 %	12-13 %	15 %	0,4	---
<b>Umsatz Food</b>	<b>3,2 Mio. €</b>	<b>1,7 Mio. €</b>	<b>4,9 Mio. €</b>	<b>0,4 Mio. €</b>	<b>5,3 Mio. €</b>
Umsatz durch Nonfood-Sortimente (20 % des Gesamtumsatzes)					1,4 Mio. €
<b>Gesamtumsatz</b>					<b>6,7 Mio. €</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Zum Erreichen des Prognose-Umsatzes ist eine Erhöhung der Marktabschöpfungsquote im abgegrenzten „Kerneinzugsgebiet“ durch den Lidl-Markt in Mosbach-Diedesheim um ca. 5 % erforderlich. Weiterhin ist eine leichte Steigerung des Umsatzanteils durch sog. Streuumsätze notwendig, um den rechnerischen Planumsatz zu erreichen.

## 6.4 Konzentrationsgebot

Nach Plansatz 3.3.7 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg sollen sich *Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

Die Stadt Mosbach ist im einheitlichen Regionalplan der Metropolregion Rhein-Neckar als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit grundsätzlich zulässig und widerspricht nicht den landesplanerischen Zielsetzungen.

## 6.5 Kongruenzgebot

Nach Plansatz 3.3.7.1 des LEP Baden-Württemberg *soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Von einer Verletzung des Kongruenzgebotes wird ausgegangen, wenn mehr als 30 % des Umsatzes durch Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erzielt werden. (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Die Stadt Mosbach ist im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar als Mittelzentrum ausgewiesen. Neben den überörtlichen Grundversorgungsaufgaben haben die Mittelzentren den gehobenen, spezialisierten Bedarf für ihren jeweiligen Verflechtungsbereich (Mittelbereich) sicher zu stellen.

Die Gemeinde Obrigheim ist dem Mittelbereich Mosbach zugeordnet. Im Regionalplan „Unterer Neckar“<sup>8</sup> erfolgte auf Ebene der Grundversorgung zusätzlich die Ausweisung eines Nahbereiches, wobei die Gemeinde Obrigheim auf der Ebene der Grundversorgung mit dem Mittelzentrum Mosbach als kooperierendes Kleinzentrum ausgewiesen war.

Die Zuordnung der Gemeinde Binau zu einem Mittelbereich wurde im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar offen gelassen, um die beidseitigen Verflechtungen mit den Mittelzentren Mosbach und Eberbach zu berücksichtigen. Im Regionalplan „Unterer Neckar“ erfolgte eine Zuordnung der Gemeinde Binau zum Nahbereich der kooperierenden Kleinzentren Neckargerach/Waldbrunn.

---

<sup>8</sup> Der einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar ist seit 15.12.2014 rechtsverbindlich und ersetzt den Regionalplan „Unterer Neckar“. Zur Beurteilung der nahversorgungsrelevanten Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes wird nachrichtlich nochmals Bezug auf die ursprünglichen Festsetzungen im Regionalplan „Unterer Neckar“ Bezug genommen.

Hinsichtlich der räumlichen Kundenherkunft kann gegenwärtig von folgender Konstellation ausgegangen werden, wobei der Umsatz durch Kunden aus der Zone II auf Basis der Einwohnerzahlen anteilig auf die Gemeinde Obrigheim (ca. 5.120 EW) und Binau (ca. 1.350 EW) umgelegt wurde:

Tab. 6 Räumliche Umsatzherkunft des bestehenden Lidl-Marktes im Food-Bereich

Marktzonen Daten	MOS-Diedesheim, MOS-Neckarelz (Zone I)	Obrigheim (Zone II)	Binau (Zone II)	Streuumsatz	Ist-Umsatz (Food)
Umsatz in Mio. €	2,2	0,8	0,2	0,2	3,4
Umsatzanteil	65 %	23 %	6 %	6 %	100 %

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Für den Bestandsmarkt der Fa. Lidl kann gegenwärtig ein Umsatzanteil von ca. 88 % durch Kunden aus dem Mittel- bzw.- Nahbereich Mosbach angenommen werden.

Nach einer Erweiterung des Lidl-Marktes in MOS-Diedesheim ist von nachfolgender Konstellation auszugehen:

Tab. 7 Räumliche Umsatzherkunft des erweiterten Lidl-Marktes im Food-Bereich

Marktzonen Daten	MOS-Diedesheim, MOS-Neckarelz (Zone I)	Obrigheim (Zone II)	Binau (Zone II)	Streuumsatz	Planumsatz (Food)
Umsatz in Mio. €	3,2	1,35	0,35	0,4	5,3
Umsatzanteil	60 %	25 %	7 %	8 %	100 %

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Nach der Erweiterung des Lidl-Marktes kann von einer leichten Erhöhung der überörtlichen Ausstrahlung ausgegangen werden. Mit einem Anteil von ca. 85 % wird allerdings auch nach der Erweiterung der Schwerpunkt der räumlichen Umsatzherkunft eindeutig bei Kunden aus dem Mittel- bzw. Nahbereich Mosbach liegen.

Unter Beachtung dieser raumordnerischen Vorgabe ist sowohl im Ist-Zustand als auch im Falle der Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes nicht von einer Verletzung des Kongruenzgebotes auszugehen.

## 6.6 Beeinträchtungsverbot/ Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche

Das Beeinträchtungsverbot besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge des zentralen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich nicht beeinträchtigen darf. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder

anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn in Folge von Neuansiedlungen oder Erweiterungen Umsatzumverteilungen bei den zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von mehr als 10 % und bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten von mehr als 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment zu vermuten sind (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Die Prüfung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel im Mittelzentrum Mosbach wird anhand der voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte, die im Falle einer Erweiterung des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl am Standort „Oberer Herrenweg“ eintreten werden, vorgenommen. Die Berechnungen sind nur für den Food-Bereich als Sortimentsschwerpunkt des Lidl-Marktes sinnvoll.

#### Umsatzumverteilung innerhalb der Gesamtstadt Mosbach

Die gegenwärtige Umsatzleistung im Lebensmittelsortiment in der Gesamtstadt Mosbach beläuft sich auf ca. 71,2 Mio. € (um den Lidl-Bestandsmarkt in Diedesheim sowie um die Umsätze durch Nonfood-Sortimente in den größeren Lebensmittelmärkten bereinigter Wert).

Die Berechnung der Umsatzumverteilungseffekte, die mit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes zu erwarten sind, wird zunächst für die Gesamtstadt Mosbach vorgenommen. In der nachfolgenden Modellrechnung werden die Umsatzeffekte dargestellt, welche quasi im Falle einer Neuansiedlung des Lidl-Marktes zu erwarten sind. Hierbei ist der Prognoseumsatz des erweiterten Lidl-Marktes um den Ist-Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes zu bereinigen, da eine Umsatzumverteilung gegenüber dem bestehenden Markt selbst nicht plausibel ist.

▪ Prognose-Umsatz Lidl-Markt 1.480 qm VK:	ca. 5,3 Mio. €
▪ abzgl. rechnerischer Ist-Umsatz Lidl-Markt 850 qm VK:	ca. 3,4 Mio. €
▪ abzgl. verstärkter Kaufkraftzufluss aus Obrigheim/Binau (Zone II)	ca. 0,7 Mio. €
▪ abzgl. höherer Anteil Streuumsätze	ca. 0,2 Mio. €
<hr/>	
▪ <b>Umsatzeffekte durch Erweiterung Lidl-Markt in Mosbach-Gesamtstadt</b>	<b>ca. 1,0 Mio. €</b>

Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz im Kernsortiment Food von ca. 1,0 Mio. € beläuft sich die rechnerische Umsatzumverteilungsquote bei einem projektrelevanten Ist-Umsatz von 71,2 Mio. € in der Gesamtstadt Mosbach auf 1-2 %. Bezogen auf die Gesamtstadt Mosbach liegen die Umsatzumverteilungseffekte damit weit unter dem Schwellenwert von 10 %, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative städtebauliche Auswirkungen vermutet werden können.



### Umsatzumverteilung nach Standortlagen innerhalb der Gesamtstadt Mosbach

Nachfolgend werden die für die Gesamtstadt Mosbach ermittelten Umverteilungseffekte für einzelne Standortlagen kleinräumig differenziert dargestellt. Diesbezüglich wird zur Abschätzung der Auswirkungen vorab nochmals die kleinräumige Bestandssituation kurz dokumentiert.

In der räumlichen Differenzierung nach Standortlagen kann von den nachfolgend dargestellten rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten ausgegangen werden.

Tab. 8 Rechnerische Umsatzumverteilung gegenüber dem relevanten Bestand (ohne bestehenden Lidl-Markt in Diedesheim) nach Standortlagen in der Stadt Mosbach

	Umsatz im Food-Segment	Umverteilungsrelevanter Umsatz	Umverteilungsquoten
Versorgungskern, ZVB Innenstadt	5,9 Mio. €	*	*
sonstige integrierte Standortlagen	35,0 Mio. €	0,4 Mio. €	1-2 %
nicht integrierte Standortlagen (Gewerbe- bzw. Sondergebietslagen)	30,3 Mio. €	0,6 Mio. €	1-2 %
<b>Stadt Mosbach insgesamt</b>	<b>71,2 Mio. €</b>	<b>1,0 Mio. €</b>	<b>1-2 %</b>

\* Unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze  
 Quelle: CIMA-Modellrechnung

#### Versorgungskern, ZVB Innenstadt

Das Angebot innerhalb des im Regionalplan abgegrenzten Versorgungskerns ist geprägt durch das Lebensmittelhandwerk sowie kleinflächige Spezialanbieter (u.a. Obst + Gemüse, Wein). Es liegen nur geringe Überschneidungen mit der Zielgruppenansprache eines Lebensmitteldiscounters vor, so dass die Umverteilungsquote rechnerisch in einem nicht ausweisbaren Bereich liegt.

Negative städtebauliche Auswirkungen auf den Versorgungskern als „schützenswerter Bereich“ können aufgrund geringer Zielgruppenüberschneidungen und der räumlichen Entfernung zum Planstandort ausgeschlossen werden.

#### Sonstige integrierte Lagen

Gegenüber den sonstigen integrierten Lagen kann eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 1-2 % angesetzt werden. Mit der Bebauung des Gartenweg-Areals, welches unmittelbar an den Versorgungskern angrenzt, wurden u.a. ein Lebensmittelvollsortimenter der Fa. Rewe und ein Drogeriefachmarkt der Fa. Müller angesiedelt, welche eine Magnetfunktion für die Einkaufsinnenstadt insgesamt übernehmen.

Mit den weiteren Lebensmittelmärkten u.a. der Fa. Kaufland, der Fa. Penny, der Fa. Netto, der Fa. Aldi liegt eine ausgeprägte Wettbewerbssituation vor, so dass sich der zusätzliche Planumsatz des Vorhabens auf eine Vielzahl von Wettbewerbern verteilt.

Die Stadtteillagen von Diedesheim und Neckarelz besitzen nur eine untergeordnete Nahversorgungsfunktion und können „mangels Masse“ nicht als Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 34,3 BauGB eingestuft werden. In Diedesheim ist lediglich eine Bäckerei innerhalb der Stadtteillage ansässig; in Neckarelz sind eine Metzgerei und ein Tankstellenshop vorhanden.

Als Nahversorgungsstandort für den Stadtteil Neckarelz ist weiterhin auf den Penny-Markt an der Mosbacher Straße hinzuweisen, welcher bereits außerhalb der abgegrenzten Stadtteillage von Neckarelz liegt. Die Umsatzumverteilungseffekte innerhalb der Stadtteile Neckarelz und Diedesheim werden vorrangig gegenüber diesem Standort wirksam, wobei nach Informationen der Stadtverwaltung Mosbach eine Verlagerung des Penny-Marktes vom bisherigen Standort in Neckarelz an die Standortlage „Pfalz-Graf-Otto-Straße“ vorgesehen ist.

#### **Gewerbe- bzw. Sondergebietslagen**

Gegenüber den Wettbewerbern in den Gewerbegebiets- bzw. Sondergebietslagen in der Stadt Mosbach liegt die Umsatzumverteilungsquote bei 1-2 %.

Die Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung der Stadtteile Diedesheim und Neckarelz ist aufgrund der räumlichen Nähe und der umfassenden Angebotssituation vorrangig an die Standortlage „Pfalzgraf-Otto-Straße“, welche einen Versorgungsschwerpunkt in der Gesamtstadt Mosbach darstellt, gekennzeichnet. Die Umsatzumverteilungseffekte werden vorrangig gegenüber den dort ansässigen Betrieben wirksam.

#### **Auswirkungen auf die Umlandkommunen**

Bei der angesetzten Plangröße des erweiterten Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim ist von einem verstärkten Kaufkraftzufluss aus der Zone II an den Projektstandort von ca. 0,7 Mio. € (davon ca. 0,55 Mio. € aus Obrigheim und ca. 0,15 Mio. € aus Binau) auszugehen.

Die gegenwärtige Umsatzleistung im Food-Bereich liegt in der **Gemeinde Obrigheim** bei ca. 3,2 Mio. €. Bei einem Kaufkraftpotential von ca. 10,4 Mio. € im Food-Bereich liegt die Kaufkraftbindung mit ca. 30 % in der Gemeinde Obrigheim auf einem sehr niedrigen Niveau.

In einem „worst-case-Ansatz“ wird davon ausgegangen, dass sich der zusätzlich generierte Kaufkraftzufluss aus Obrigheim gänzlich gegenüber den Bestandsbetrieben umverteilt. Bei einem Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel von 3,2 Mio. € ergibt sich eine rechnerische Umsatzumvertei-

lungsquote von ca. 17 %, welche über dem Schwellenwert von 10 % liegt, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu vermuten sind.

Die Umsatzumverteilung wird vorrangig gegenüber dem Penny-Markt (Standort Auweg) welcher an einer nicht integrierten Standortlage am Ortsrand ansässig ist, wirksam. Da der Penny-Markt allerdings der einzige Lebensmittelmarkt in der Gemeinde Obrigheim ist, würde im Falle einer Schließung dieses Marktes eine deutliche Verschlechterung der Nahversorgungsqualität in der Gemeinde Obrigheim eintreten.

In einer alternativen Modellrechnung werden deshalb nachfolgend die Auswirkungen auf die Gemeinde Obrigheim im Falle einer reduzierten Verkaufsflächengröße von ca. 1.250 qm für den erweiterten Lidl-Markt durchgespielt.

- Plan-Umsatz bei ca. 1.250 qm VK: 5,6 Mio. €, davon ca. 4,5 Mio. € Food

Zum Erreichen des Prognose-Umsatzes (nur Food-Bereich) des erweiterten Lidl-Marktes von ca. 4,5 Mio. € können die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Marktabschöpfungsquoten in den einzelnen Marktgebietszonen angesetzt werden.

Tab. 9 Marktabschöpfungsquoten des erweiterten Lidl-Marktes im Food-Bereich zur Erreichung des Plan-Umsatzes

Marktzone Daten	MOS-Diedesheim, MOS-Neckarelz (Zone I)	Obrigheim, Binau (Zone II)	gesamtes Einzugsgebiet (Zone I + II)	Streuumsatz	Plan-Umsatz (Food)
Kaufkraft (Food)	19,4	13,3	32,7 Mio. €	---	---
künftiger Marktanteil	14-15 %	10-11 %	12-13 %	0,3	---
<b>Umsatz Food</b>	<b>2,8 Mio. €</b>	<b>1,4 Mio. €</b>	<b>4,2 Mio. €</b>	<b>0,3 Mio. €</b>	<b>4,5 Mio. €</b>
Umsatz durch Nonfood-Sortimente (20 % des Gesamtumsatzes)					1,1 Mio. €
<b>Gesamtumsatz</b>					<b>5,6 Mio. €</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Nach Bereinigung des Prognoseumsatzes eines auf 1.250 qm VK erweiterten Lidl-Marktes um den Ist-Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes und um die leicht erhöhten Streuumsätze ist von einem verstärkten Kaufkraftzufluss aus der Gemeinde Obrigheim in Höhe von ca. 0,3 Mio. € auszugehen.

Bei einem projektrelevanten Ist-Umsatz von 3,2 Mio. € in Obrigheim beläuft sich die rechnerischen Umsatzumverteilungsquote bei dieser Flächenvariante auf ca. 9 %, welche unter dem

Schwellenwert von 10 % liegt, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind.

Für die **Gemeinde Binau** kann aufgrund des geringen relevanten Bestandes nicht von wesentlichen Wettbewerbsüberschneidungen ausgegangen werden. Die Ermittlung einer rechnerischen Umverteilungsquote ergibt aufgrund statistischer Effekte (auftretende rechnerisch überproportionale Auswirkungen) wenig Sinn.

## 6.7 Städtebauliches Integrationsgebot

Das städtebauliche Integrationsgebot besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden sollen.

Im konkreten Fall des Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim handelt es sich nicht um eine Neuan siedlung, sondern um eine Verkaufsflächenerweiterung am bestehenden Standort. Unter Berücksichtigung der im Osten und Süden angrenzenden Wohnbebauung, für welche der Lidl-Markt eine unmittelbare Nahversorgungsfunktion übernimmt, kann der Standort in der Gesamtheit als städtebaulich integrierte Lage eingestuft werden.

Bei der Bewertung des städtebaulichen Integrationsgebotes ist keine veränderte Beurteilungsbasis gegenüber der gegenwärtigen Situation gegeben.

## 7 Zusammenfassende Bewertung

Unter Zugrundelegung der relevanten planungsrechtlichen Prüfkriterien wurden die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim, untersucht. Als wesentliche Punkte können festgehalten werden:

- Von einer Ausweitung des Marktgebietes des Lidl-Marktes ist auch im Falle einer Erweiterung der Verkaufsfläche nicht auszugehen. Das Einzugsgebiet des Lidl-Marktes wird sich auch nach der Erweiterung ganz überwiegend auf die Mosbacher Stadtteile Diedesheim und Neckarelz sowie die angrenzenden Gemeinden Obrigheim und Binau beschränken. Der Umsatzanteil des erweiterten Lidl-Marktes von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches von Mosbach wird deutlich unter dem Wert von 30 % (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg) liegen. Eine Verletzung des **Kongruenzgebotes** kann ausgeschlossen werden.
- Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz von 1,0 Mio. € liegt die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den Bestandsbetrieben, bezogen auf die Gesamtstadt Mosbach, bei 1-2 %. Gegenüber dem im Regionalplan abgegrenzten Versorgungskern werden die Umverteilungseffekte aufgrund der bestehenden Standortverteilung der Lebensmittelmärkte in der Stadt Mosbach unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Für die Stadt Mosbach selbst ist keine Verletzung des **Beeinträchtigungsverbotes** nachweisbar.
- Bezüglich der Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung in den Nachbarkommunen ist bei der angesetzten Plangröße von 1.480 qm VK für den erweiterten Lidl-Markt speziell für die Gemeinde Obrigheim eine rechnerische Umverteilungsquote von ca. 17 % anzunehmen. Zur Gewährleistung der raumordnerischen Verträglichkeit ist eine Reduzierung der vorgesehenen Verkaufsflächenerweiterung zu empfehlen. Bei einer Plangröße von 1.250 qm VK für den Lidl-Markt in Mosbach-Diedesheim sind keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung in den Umlandkommunen (speziell für Obrigheim) zu vermuten.
- Im speziellen Fall handelt es sich nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine bestandsorientierte Erweiterung. Aufgrund der angrenzenden Wohnbebauung und der guten Erreichbarkeit durch den ÖPNV kann der Standort, bezogen auf die Gesamtstadt Mosbach, als städtebaulich integriert eingestuft werden. Bei der Beurteilung des **Integrationsgebotes** ist keine veränderte Beurteilungsbasis gegenüber der gegenwärtigen Situation gegeben.

### **Abschließende Empfehlung**

Zur Gewährleistung einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim sollte im Rahmen der Aufstellung des B-Planes eine Begrenzung der max. zulässigen Verkaufsfläche auf 1.250 qm für den Lebensmittelmarkt erfolgen. Bis zu dieser Größenordnung können keine negativen Auswirkungen auf die umliegenden Kommunen (insbesondere auf die Gemeinde Obrigheim) vermutet werden.

Bei dem Standort des Lidl-Marktes in Mosbach-Diedesheim handelt es sich um eine Standortlage, welche sich außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ befindet. Zur Sicherstellung der „Nahversorgungsfunktion“ des erweiterten Lidl-Marktes ist nach den Vorgaben des einheitlichen Regionalplanes der Metropolregion Rhein-Neckar eine Beschränkung der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente (sog. Aktionswaren) auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche des erweiterten Lebensmittelmarktes vorzunehmen.