



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

## Gemeinde Obrigheim

Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung für den geplanten Lebensmittelmarkt an der Hauptstraße 59

CIMA Beratung + Management GmbH  
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart  
T 0711-64 864 62  
F 0711-64 864 69  
cima.stuttgart@cima.de  
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Ihr Ansprechpartner:

Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektbearbeitung:

Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

Stuttgart, Juli 2016

© 2016 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.....	4
2. Entwicklungstendenzen in der Handelslandschaft in Deutschland.....	5
2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
2.3 Sortimentsstruktur nach Betriebstypen.....	7
2.4 Entwicklung der Flächenleistungen im Lebensmitteleinzelhandel.....	8
3. Standortdaten.....	9
3.1 Makrostandort Obrigheim.....	9
3.2 Einzelhandelskennziffern.....	9
3.3 Mikrostandort „Hauptstraße 59“.....	11
4. Nachfrage- und Angebotssituation im Einzugsgebiet.....	13
4.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotential.....	13
4.2 Angebotssituation in der Gemeinde Obrigheim.....	15
4.3 Marktposition der Gemeinde Obrigheim.....	17
4.4 Verkaufsflächenpotential in der Gemeinde Obrigheim im kurzfristigen Bedarfsbereich.....	18
5. Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit der geplanten Einzelhandelsnutzungen.....	19
5.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen.....	19
5.2 Umsatzprognose für den geplanten Lebensmittelmarkt.....	20
5.3 Marktpositionen des geplanten Lebensmittelmarktes (Prognose-Varianten).....	20
5.4 Konzentrationsgebot.....	22
5.5 Kongruenzgebot.....	23
5.6 Beeinträchtigungsverbot.....	24
5.7 Integrationsgebot.....	25
6. Zusammenfassende Bewertung.....	27

## 1. Auftrag

Im Oktober 2015 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Gemeinde Obrigheim beauftragt, eine vorhabenbezogene Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung für die geplante Ansiedlung eines Lebensmittel- sowie eines Drogeriefachmarktes am Standort „Hauptstraße 59“ in der Gemeinde Obrigheim durchzuführen.

In der Marktuntersuchung der CIMA vom Februar 2016 wurde festgestellt, dass für den Drogeriemarkt das Kongruenzgebot nicht eingehalten wird und die Genehmigungsfähigkeit für diese Nutzungskomponente nicht vorhanden ist.

Von Seiten des RP Karlsruhe und des Regionalverbandes wurde für das ursprüngliche geprüfte Nutzungskonzept (LM-Markt und Drogeriemarkt) ebenfalls keine Genehmigungsfähigkeit gesehen. In Abstimmung mit der Gemeinde Obrigheim als Auftraggeberin wurde vereinbart, eine Aktualisierung der Marktuntersuchung vorzunehmen.

Im Rahmen der Aktualisierung erfolgt eine Neubewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens, welche sich nur noch auf die Nutzungskomponente Lebensmittelmarkt (inkl. Back-Shop) bezieht. Der Drogeriemarkt wird nicht mehr in die Prüfung einbezogen.

Neben der Neuberechnung der Kaufkraftzuflüsse und Umsatzumverteilungseffekte erfolgt die Ermittlung der Verkaufsflächengröße, ab der für den Lebensmittelmarkt von einer raumordnerischen Verträglichkeit auszugehen ist. Die Prüfung erfolgt in verschiedenen Varianten, um einen Korridor bzgl. der zulässigen Verkaufsfläche aufzeigen zu können.

Auf der Grundlage der im § 11 Abs. 3 BauNVO, im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg formulierten Prüfkriterien ist der Nachweis zu erbringen, dass mit der vorgesehenen Ansiedlung des geplanten Lebensmittelmarktes keine negativen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen in der Gemeinde Obrigheim selbst sowie für die Nachbarkommunen zu erwarten sind.

## 2. Entwicklungstendenzen 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 bereits zwischen 800 und 1.000 qm VK.

---

<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

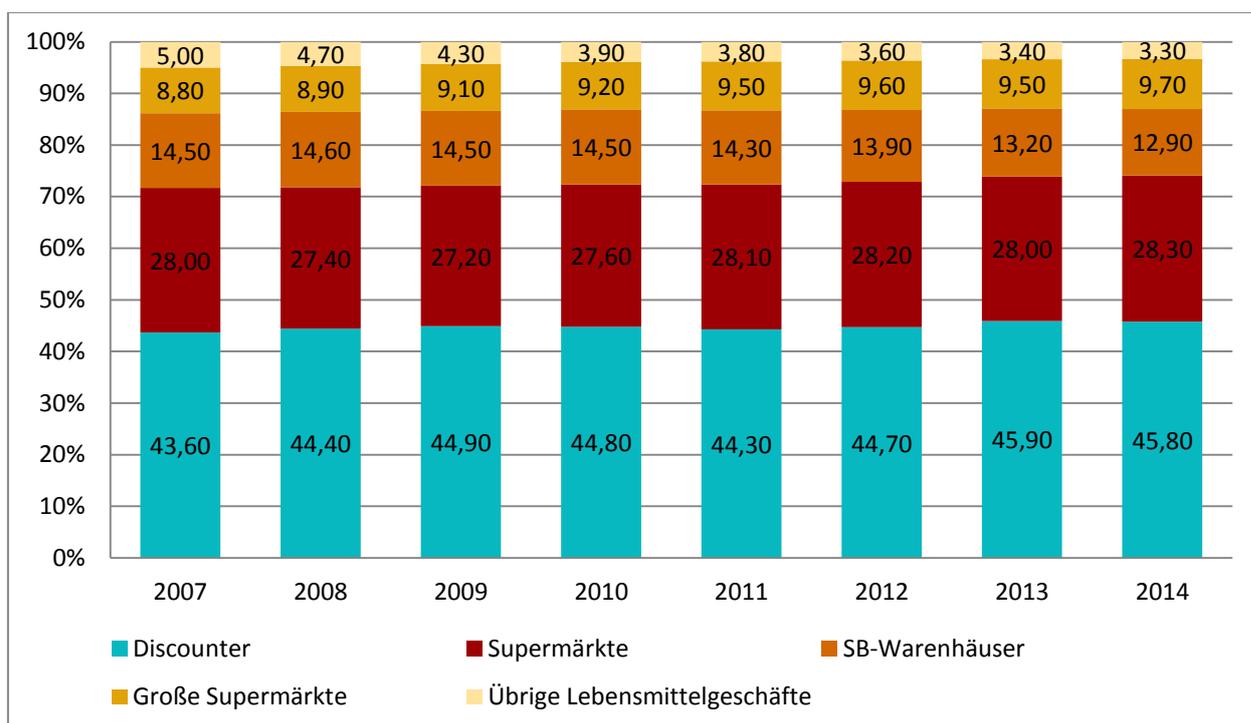
## 2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist bundesweit von ca. 64.000 Betrieben im Jahr 1990 auf ca. 38.500 Betriebe im Jahr 2014 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. 35,1 Mio. qm VK im Jahr 2014 um ca. 94 % gewachsen, wobei insbesondere im Lebensmitteldiscountmarkt eine vergleichsweise starke Flächendynamik vorhanden war.

Die Umsatzleistung im Lebensmitteleinzelhandel stieg von ca. 85,3 Mrd. € im Jahr 1990 um ca. 71 % auf ca. 146,2 Mrd. € im Jahr 2014 an. Der Marktanteil des Betriebstyps Supermarkt am gesamten Lebensmittelumsatz konnte in den Jahren von 2007 (28,0 %) bis 2014 (28,3 %) nur leicht gesteigert werden.<sup>4</sup>

Abb. 1 Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2007 bis 2014



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

Die Verteilung der Umsatzanteile ist seit 2007 insgesamt als relativ konstant einzuordnen. Leichte Gewinne verzeichnen neben den Supermärkten die Discounter zu Lasten der SB-Warenhäuser sowie der übrigen Lebensmittelgeschäfte (z.B. „Tante-Emma-Läden“).

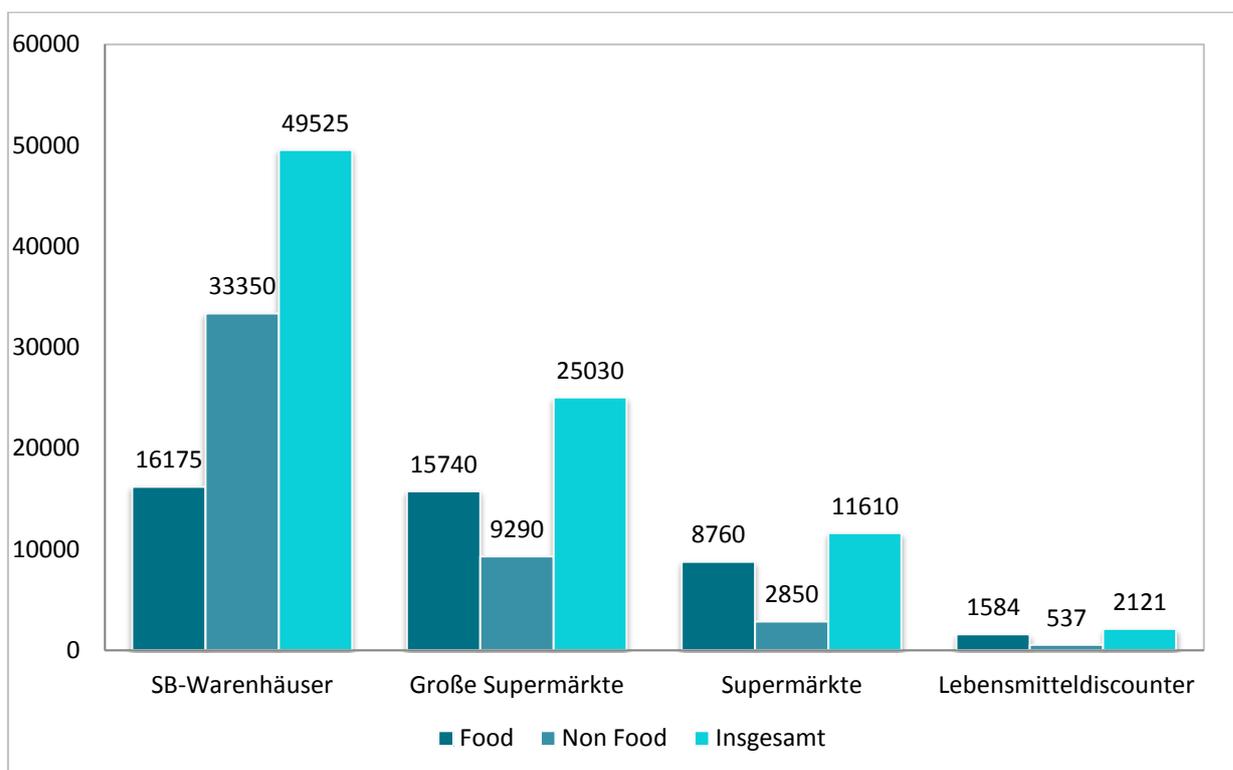
<sup>4</sup> Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2014

### 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 Abb. 1 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.

## 2.4 Entwicklung der Flächenleistungen im Lebensmitteleinzelhandel

Die gestiegene Artikelvielfalt, die veränderten Ansprüche an die Warenpräsentation, die Veränderungen bei den Einkaufsgewohnheiten u.v.m. haben unmittelbaren Einfluss auf die Verkaufsflächengröße von Einzelhandelsbetrieben.

Mit steigender Verkaufsflächengröße ist nicht automatisch von einem proportionalen Umsatzzuwachs auszugehen, da großzügigere Verkaufsflächengrößen auch unter den Aspekten der Optimierung der innerbetrieblichen Logistik und der Förderung eines reibungslosen Betriebsabflusses einzustufen sind.

Mit dem Verkaufsflächenwachstum insgesamt und der nach wie vor anhaltenden Standortexpansion ist in den letzten Jahren ein steter Rückgang der Flächenleistungen (Umsatz pro qm VK) eingetreten. Für den Betriebstyp Lebensmittelsupermarkt liegt die branchenübliche Flächenproduktivität zwischen 3.500,- bis 4.500,- € pro qm/VK.

### 3. Standortdaten

#### 3.1 Makrostandort Obrigheim

Die Gemeinde Obrigheim liegt auf der Westseite des Neckars im Neckar-Odenwald-Kreis und grenzt im Osten an das Mittelzentrum Mosbach, in dessen Mittelbereich die Gemeinde liegt. Im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar ist der Gemeinde Obrigheim keine zentralörtliche Versorgungsfunktion zugewiesen.

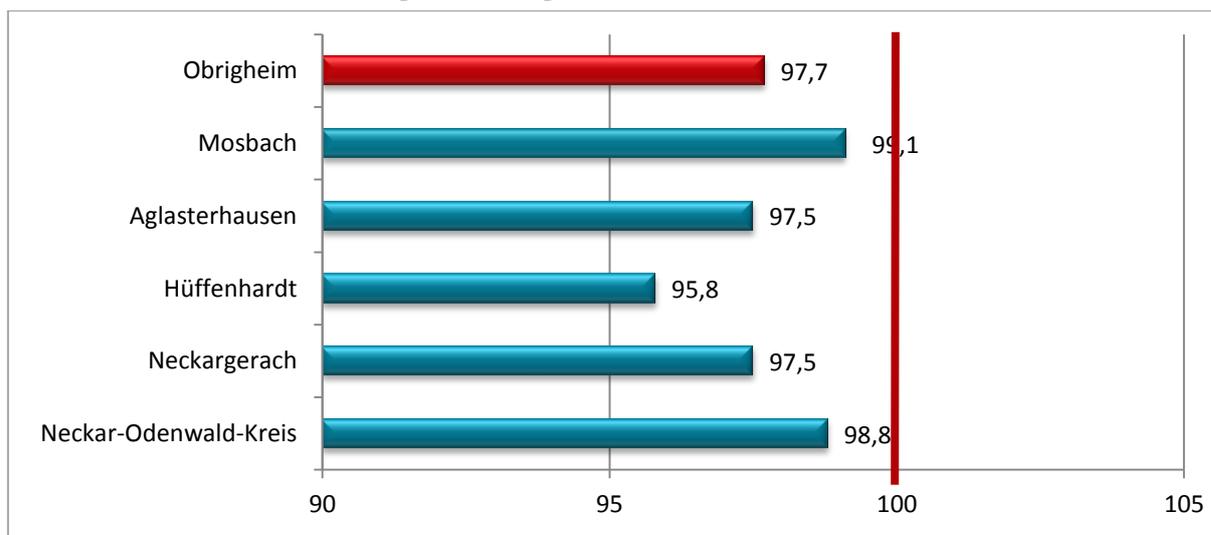
Gegenwärtig beläuft sich die Einwohnerzahl in der Gemeinde Obrigheim auf ca. 5.150 Personen. Die Gemeinde setzt sich neben dem Hauptort Obrigheim (ca. 3.890 EW) aus den Ortsteilen Mörstelstein (ca. 430 EW) und Asbach (ca. 830 EW) zusammen.<sup>5</sup>

#### 3.2 Einzelhandelskennziffern

Mit einem regionalen Kaufkraftkoeffizienten (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 97,7 liegt die Gemeinde unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert). Im regionalen Vergleich weist lediglich das benachbarte Mittelzentrum Mosbach einen höheren Wert auf, welcher mit 99,1 annähernd auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts liegt.

Der Neckar-Odenwald-Kreis insgesamt weist einen Wert von 98,8 auf, welcher über dem Wert der Gemeinde Obrigheim und unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Abb. 3 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE/CIMA/IMB Research 2014; Bearbeitung: CIMA 2015

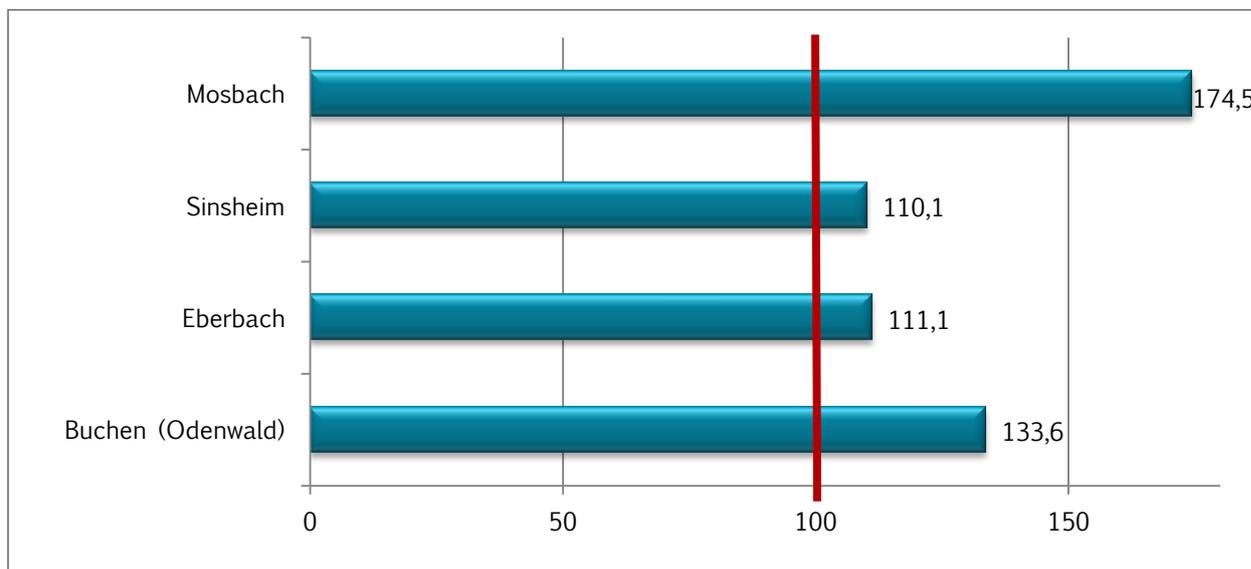
<sup>5</sup> Quelle: Gemeinde Obrigheim, Stand: 31.12.2014

Die **Zentralitätskennziffer** (Einzelhandelsumsatz im Verhältnis zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde wird erst für Kommunen ab einer Größenordnung von mehr als 10.000 Einwohnern ausgewiesen. Ein Wert über 100,0 signalisiert per Saldo einen Kaufkraftzufluss von außerhalb des Stadt- bzw. Gemeindegebietes.

Für eine Darstellung der Kaufkraftströme im Neckar-Odenwald-Kreis werden die Zentralitätskennziffern der Mittelzentren dargestellt. Per Saldo weisen alle Mittelzentren im Kreis einen deutlichen Kaufkraftzufluss und eine starke Marktposition auf. Insbesondere die Nachbarstadt Mosbach weist mit einem Wert von 174,5 einen beträchtlichen Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadtgrenzen und somit auch aus der Gemeinde Obrigheim auf.

Eine vergleichende Betrachtung der Zentralitätskennziffer der Gemeinde Obrigheim (ohne zentralörtliche Funktion) mit den aufgeführten Mittelzentren ist nicht zielführend. Nachrichtlich wird auf die sehr niedrige Zentralitätskennziffer (26,3) der Gemeinde Obrigheim hingewiesen, so dass ein hoher Kaufkraftabfluss aus der Gemeinde deutlich wird. Eine differenzierte Betrachtung der Marktposition der Gemeinde Obrigheim erfolgt in Kap. 4.3.

Abb. 4 Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich der Mittelzentren im Neckar-Odenwald-Kreis



Quelle: BBE|CIMA|MB Research 2015

### 3.3 Mikrostandort „Hauptstraße 59“

Der Planstandort „Hauptstraße 59“ liegt am westlichen Ortseingang von Obrigheim an der Anschlussstelle der Bundesstraße 292. Der westliche Bereich des Areals ist derzeit durch eine Immobilie bebaut, welche ehemals durch ein Möbelhaus genutzt wurde. Derzeit wird die Immobilie zur Zwischennutzung als Flüchtlingsunterkunft genutzt. Bei einer Projektrealisierung wird die Immobilie abgebrochen. Der östliche Bereich des Grundstücks stellt eine unbebaute Grünfläche dar.

Im Osten und im Norden grenzt Wohnbebauung an den Planstandort. Im Süden und im Westen (auf der Westseite der B 292) schließen sich landwirtschaftliche Nutzflächen an.

Weitere Einzelhandelsnutzungen sind im Standortumfeld nicht vorhanden. Ein räumlicher und funktionaler Bezug zum Ortskern besteht nur bedingt. Allerdings liegt ein räumlicher Bezug zu den angrenzenden Wohngebieten vor, so dass der Planstandort auch unter Berücksichtigung der ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle „Obrigheim Ortseingang“) noch als städtebaulich integriert zu bewerten ist.

Durch die Lage an der Hauptstraße als Hauptverkehrsachse in der Gemeinde Obrigheim sowie an der Anschlussstelle zur B 292 ist sowohl die Erreichbarkeit als auch die Einsehbarkeit als gut zu bewerten.

Abb. 5 Planstandort sowie Standortumfeld



Fotos: CIMA November 2015

Abb. 6 Lage Mikrostandort Hauptstraße 59 in der Gemeinde Obrigheim



Quelle: OpenStreetMap, Bearbeitung: CIMA 2016, \*Abgrenzung nach Einschätzung CIMA

## 4. Nachfrage- und Angebotssituation im Einzugsgebiet

Zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des geplanten Lebensmittelmarktes an der Hauptstraße 59 werden die wesentlichen Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation im Raum Obrigheim dargestellt.

### 4.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotential

Der Schwerpunkt der Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten liegt bei dem täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfsbereich 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 größeren Vertriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser mit ausgeprägtem Nonfood-Angebot).

Aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel im östlich angrenzenden Mittelzentrum Mosbach sowie im westlich angrenzenden Kleinzentrum Aglasterhausen beschränkt sich das Einzugsgebiet weitestgehend auf die Gemeinde Obrigheim selbst mit ca. 5.150 Einwohnern (inkl. Ortsteile).

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.668,- € für das Jahr 2015 angesetzt werden<sup>6</sup>. Hiervon entfallen

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

Für das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes kann unter Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus von einem Kaufkraftpotential von ca. 28,5 Mio. € für den Einzelhandel insgesamt ausgegangen werden. Hiervon entfallen auf den Food-Bereich ca. 10,3 Mio. € und auf den Nonfood-Bereich ca. 18,2 Mio. €.

---

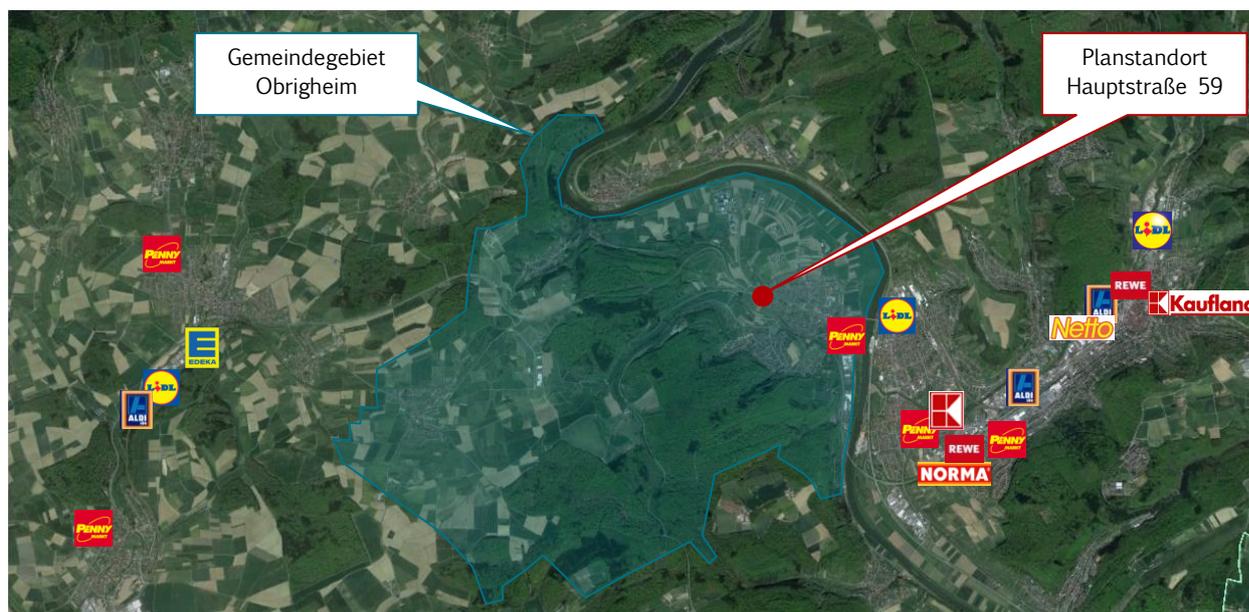
<sup>6</sup> Quelle: BBEICIMA/MB Research, 2014

Tab. 1 Das Kaufkraftpotential im Einzugsgebiet in Mio. €

Bedarfsgruppe	Gemeinde Obrigheim
Food	10,3
Nonfood	18,2
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>28,5</b>

Quelle: CIMA-Berechnungen

Abb. 7 Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes sowie die prägenden Wettbewerber im Umland (schematische Darstellung)



Quelle: Google Earth Pro, Bearbeitung CIMA 2016

## 4.2 Angebotssituation in der Gemeinde Obrigheim

In der Gemeinde Obrigheim sind insgesamt 17 Einzelhandelsbetriebe verortet. Davon sind 10 Betriebe dem kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. 7 Betriebe dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen.

Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe beläuft sich auf insgesamt ca. 2.210 qm, wovon ca. 1.050 qm auf den kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. 1.160 qm den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich entfallen.

Die Einzelhandelsbetriebe generieren insgesamt einen Umsatz von ca. 7,5 Mio. €. Der Umsatz im kurzfristigen Bedarfsbereich beläuft sich auf ca. 4,8 Mio. €, wovon ca. 3,5 Mio. € im Lebensmitteleinzelhandel umgesetzt werden. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich werden ca. 2,7 Mio. € umgesetzt.

Tab. 2 Einzelhandelsbestand in der Gemeinde Obrigheim

Bedarfsbereich	Anzahl	Verkaufsfläche	Umsatz
kurzfristiger Bedarfsbereich	10	1.050 qm	4,8 Mio. €
mittel- und langfristiger Bedarfsbereich	7	1.160 qm	2,7 Mio. €
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>17</b>	<b>2.210 qm</b>	<b>7,5 Mio. €</b>

Quelle: CIMA-Erhebung, November 2015

Im **Lebensmitteleinzelhandel** ist als prägender Anbieter der Lebensmittelmarkt der Fa. Penny zu nennen. Der Lebensmitteldiscountmarkt am Standort „Auweg 2“ stellt den einzigen größeren Lebensmittelmarkt innerhalb der Gemarkungsgrenzen der Gemeinde Obrigheim dar. Im Ortsteil Asbach ist weiterhin ein „Gutkauf Frischemarkt“ auf einer sehr kleinen Verkaufsfläche mit eingeschränkten Ladenöffnungszeiten ansässig, welcher die Charakteristika eines typischen „Tante-Emma-Ladens“ besitzt.

Ergänzt wird das Angebot im Lebensmittelsegment durch Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie kleinflächige Anbieter für Obst und Gemüse, welche z.T. innerhalb des Ortskerns verortet sind.

Als weitere Anbieter mit einem Angebot im **kurzfristigen Bedarfsbereich** sind eine Apotheke sowie ein Betrieb mit Tabak/Zeitschriften (inkl. Lotto-Toto-Annahmestelle) zu nennen. Des Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren wird nur im Randsortiment des Lebensmittelmarktes angeboten.

Das Angebot im **mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** ist in der Gemeinde Obrigheim auf wenige Betriebe begrenzt. Im mittelfristigen Bedarfsbereich sind ein Textilfachmarkt der Fa. kik sowie ein Fachgeschäft für Zooartikel zu nennen, während das Angebot im langfristigen Bedarfsbereich

reich aus einem Betrieb für Elektrogroß- und Kleingeräte, einem Fachgeschäft für Mobilfunk und Unterhaltungselektronik, einem Fachgeschäft für Kurzwaren sowie einer Tonbrennerei, welche neben Töpfereikursen auch Ihre Waren anbietet, besteht.

Der Großteil der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde ist innerhalb des Ortskerns bzw. in den angrenzenden Ergänzungslagen verortet. Das Einzelhandelsangebot ist in der Gesamtheit nur als bedingt attraktiv zu bewerten. Für den Einzelhandel ist die Ladenzeile im Ortskern in der Hauptstraße prägend, welche einen „in die Jahre gekommenen“ Eindruck macht und bereits über einige Leerstände verfügt.

Insbesondere im Erdgeschoss konnten einige Leerstände bislang nicht neu belegt werden. Durch die rückversetzte Lage und die nicht optimale Einsehbarkeit der Schaufensterflächen liegt hier ein städtebaulicher Misstand vor.

Weiterhin ist auf die begrenzten Platzverhältnisse innerhalb des Ortskerns hinzuweisen. Die Entwicklungsmöglichkeiten für weitere Ladenflächen, welche den gestiegenen Flächenansprüchen des Einzelhandels gerecht werden, sind räumlich stark begrenzt.

Abb. 8 Einzelhandelbetriebe in der Hauptstraße innerhalb des Ortskerns der Gemeinde Obrigheim



Fotos: CIMA November 2015

### 4.3 Marktposition der Gemeinde Obrigheim

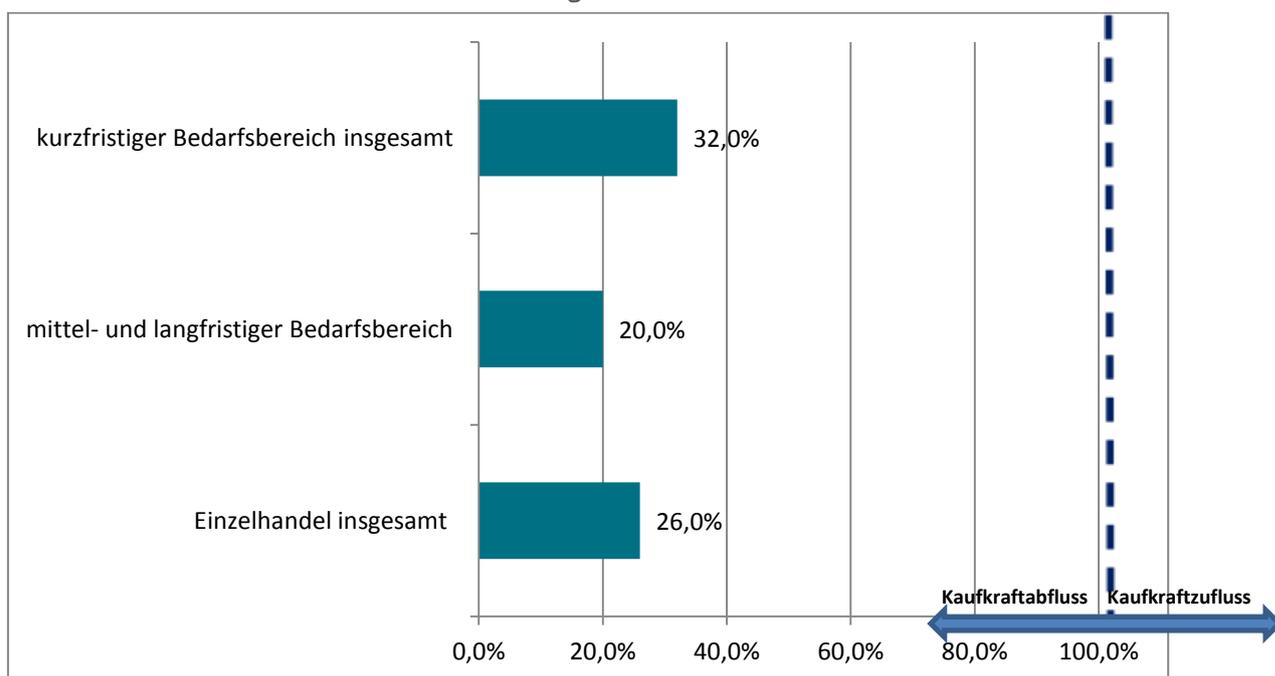
Aufgrund der „überschaubaren“ Angebotssituation im Einzelhandel in der Gemeinde Obrigheim liegt insgesamt eine sehr niedrige Kaufkraftbindung von ca. 26 % vor, d.h. dass ein Großteil der Kaufkraft aus der Gemeinde abfließt.

Selbst in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten insgesamt liegt nur eine niedrige Kaufkraftbindung von ca. 32 % bzw. im Food-Segment von 34 % vor, so dass nahezu zwei Drittel des vorhandenen Kaufkraftpotentials aus der Gemeinde abfließen. Der Wert ist selbst für eine Gemeinde in der Größenordnung von Obrigheim als niedrig zu bewerten.

Die regionalplanerisch zugeordnete Aufgabe der Selbstversorgung erfüllt die Gemeinde Obrigheim derzeit nur sehr bedingt.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich liegt eine Handelszentralität von ca. 20 % vor, so dass auch hier ein hoher Kaufkraftabfluss aus der Gemeinde vorliegt.

Abb. 9 Handelszentralität in der Gemeinde Obrigheim nach Bedarfsbereichen



CIMA-Berechnungen 2016

#### 4.4 Verkaufsflächenpotential in der Gemeinde Obrigheim im kurzfristigen Bedarfsbereich

Aufgrund des Sonderfalls mit einer ausgesprochen niedrigen Kaufkraftbindung im kurzfristigen Bedarfsbereich von ca. 32 % werden unabhängig von den Planvorhaben die Entwicklungsmöglichkeiten der Gemeinde Obrigheim in Form einer Berechnung des Verkaufsflächenpotentials im kurzfristigen Bedarfsbereich dargestellt.

Unter der Annahme, dass in der Gemeinde Obrigheim ein attraktives Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich vorliegen würde, ist eine Kaufkraftbindung von ca. 60 – 65 % als realistisch einzustufen. Bei einer durchschnittlichen Flächenleistung von 4.500,- €/qm VK liegt somit ein Verkaufsflächenpotential von insgesamt ca. 1.050 qm in der Gemeinde Obrigheim vor.

Von den 1.050 qm entfallen ca. 800 qm VK auf den Food-Bereich und ca. 250 qm VK auf den restlichen kurzfristigen Bedarfsbereich.

Dieses Verkaufsflächenpotential ergibt sich ausschließlich aus einer erhöhten Kaufkraftbindung in der Gemeinde Obrigheim und ist gegenüber den Bestandsbetrieben in Obrigheim als wettbewerbsneutral zu bewerten.

Tab. 3 Verkaufsflächenpotential in der Gemeinde Obrigheim im kurzfristigen Bedarfsbereich

Bedarfsbereiche	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	IST- Zentralität in %	Ziel- Zentralitäten in %	Prognose- Umsatz in Mio. €	Zusatz- Umsatz in Mio. €	Ø Umsatz/ qm VK	VK- Potential (gerundet)
<b>Food</b>	3,5	10,3	34 %	70 %	7,2	3,7	4.500	800
<b>restlicher kurzfr. Bedarf*</b>	1,3	4,6	28 %	50 %	2,3	1,0	4.500	250
<b>kurzfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>4,8</b>	<b>14,9</b>	<b>32 %</b>	<b>60 – 65 %</b>	<b>9,5</b>	<b>4,7</b>	<b>4.500</b>	<b>1.050</b>

CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich; \*Drogerie-, Parfümeriewaren, Apotheken/Arzneimittel, Schnittblumen/Floristik, Zeitschriften/Zeitungen

## 5. Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit der geplanten Einzelhandelsnutzungen

Da mit dem geplanten Lebensmittelmarkt die Grenze zum großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO überschritten wird ist im Rahmen des erforderlichen Bebauungsplanverfahrens der Nachweis zu erbringen, dass mit Planvorhaben keine negativen städtebaulichen und regionalplanerischen Auswirkungen in der Gemeinde Obrigheim selbst bzw. in den Nachbarkommunen zu erwarten sind.

Da der Gemeinde Obrigheim im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar keine zentralörtliche Funktion zugewiesen ist, ist zudem der Nachweis zu erbringen, dass der großflächige Lebensmittelmarkt für die Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde Obrigheim erforderlich ist.

Die Prüfung erfolgt in verschiedenen Varianten mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen, um zu zeigen, bis zu welcher Verkaufsflächengröße von einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens auszugehen ist.

### 5.1 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen

Zur Prüfung der Zulässigkeit des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO, dem einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg werden folgende Prüfkriterien zur Beurteilung herangezogen:

- die Ausrichtung von Umfang und Zweckbestimmung des Vorhabens nach der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe der Standortgemeinde (*Konzentrationsgebot, 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 (*Integrationsgebot*).

## 5.2 Umsatzprognose für den geplanten Lebensmittelmarkt

Die Modellrechnungen werden für die verschiedenen Prognosevarianten und den daraus resultierenden Planumsatzleistungen unter Zugrundelegung einer branchenüblichen Flächenleistungen (Umsatz pro qm VK) für Lebensmittelmärkte in Höhe von ca. 4.500,- € pro qm VK durchgeführt, welches unter Berücksichtigung des vorhandenen Kaufkraftpotentials sowie der ausgeprägten Wettbewerbssituation im Umland bereits einen oberen Wert darstellt.

Auf den Nonfood-Bereich entfallen in Abhängigkeit des Betriebstyps durchschnittlich etwa 20 % der Umsatzleistung (inkl. sog. Nonfood Aktionswaren).

Tab. 4 Rechnerische Umsatzleistungen des geplanten Lebensmittelmarktes in Mio. € (Prognosevarianten)

Verkaufsfläche (in qm)	Prognose-Umsatz in Mio. €		
	Umsatz (Food)	Umsatz (Nonfood)	Umsatz (gesamt)
1.000	3,60	0,90	4,50
1.100	3,96	0,99	4,95
1.200	4,32	1,08	5,40
1.300	4,68	1,17	5,85
1.400	5,04	1,26	6,30
1.500	5,40	1,35	6,75

Quelle: CIMA-Berechnungen

Bei einem Korridor der Verkaufsflächengröße von 1.000 qm VK bis zu max. 1.500 qm VK ergeben sich Prognose-Umsätze für den geplanten Lebensmittelmarkt von insgesamt 4,50 Mio. € bis 6,75 Mio. € bzw. im Food-Bereich von 3,6 bis max. 5,4 Mio. €.

Für den geplanten Lebensmittelmarkt wird unabhängig von der Verkaufsflächengröße von einer gleichbleibenden Flächenleistung von ca. 4.500,- €/ qm VK ausgegangen. Insofern wird bei diesem Ansatz ein „worst case“ Ansatz zugrunde gelegt, da i.d.R. mit steigender Verkaufsfläche nicht von einem proportional ansteigenden Umsatz auszugehen ist.

## 5.3 Marktpositionen des geplanten Lebensmittelmarktes (Prognose-Varianten)

Im Folgenden werden die zum Erreichen des Prognose-Umsatzes notwendigen Kaufkraftabschöpfungsquoten im Kernsortiment Food in verschiedenen Varianten von 1.000 qm VK bis max. 1.500 qm VK ermittelt.

Tab. 5 Rechnerische Kaufkraftabschöpfungsquoten im Lebensmittelsegment zur Erreichung der Planumsatzleistung

Daten	Gebiet Obrigheim	Umsatz von außerhalb Obrigheim	Prognoseumsatz (Food)
Kaufkraft (Food) in Mio. €	10,3	--	--
<b>Flächenvariante 1.000 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	28 - 29 %	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>2,90</b>	<b>0,70</b>	<b>3,60</b>
<b>Flächenvariante 1.100 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	30 - 31%	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>3,10</b>	<b>0,86</b>	<b>3,96</b>
<b>Flächenvariante 1.200 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	32- 33%	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>3,30</b>	<b>1,02</b>	<b>4,32</b>
<b>Flächenvariante 1.300 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	34 - 35%	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>3,50</b>	<b>1,18</b>	<b>4,68</b>
<b>Flächenvariante 1.400 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	36 - 37 %	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>3,70</b>	<b>1,34</b>	<b>5,04</b>
<b>Flächenvariante 1.500 qm VK</b>			
Marktanteile bzw. Kaufkraftabschöpfung	38 - 39 %	--	--
<b>Umsatz Food in Mio. €</b>	<b>3,90</b>	<b>1,50</b>	<b>5,40</b>

CIMA Modellrechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Zur Erreichung des rechnerischen Prognose-Umsatzes ist bei einem unteren Wertansatz mit einer Verkaufsfläche von 1.000 qm VK ein rechnerischer Marktanteil von 28 - 29 % in der Gemeinde Obrigheim notwendig, während bei einem oberen Wertansatz mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 qm VK ein Marktanteil von 38 - 39 % erforderlich ist.

Unter Berücksichtigung der Angebotssituation im Umland (Mosbach, Aglasterhausen) ist der erforderliche Marktanteil beim oberen Wertansatz als recht hoch zu bewerten, so dass der rechnerische Prognose-Umsatz nach Einschätzung der CIMA kaum zu erreichen ist.

#### 5.4 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 Unterezentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

*Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung zu erwarten sind.*

Der Gemeinde Obrigheim ist im einheitlichen Regionalplan der Metropolregion Rhein-Neckar keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit grundsätzlich nur in Ausnahmefällen zulässig, wenn dies zur nachhaltigen Sicherung der Nahversorgung beiträgt. Bei einer Beurteilung des Konzentrationsgebotes sind für die Gemeinde Obrigheim folgende Aspekte zu beachten:

- Als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion übernimmt die Gemeinde vorrangig eine Versorgungsfunktion für die Gemeinde selbst. Unter Berücksichtigung der niedrigen Kaufkraftbindung in der Gemeinde Obrigheim von ca. 26 % im Einzelhandel insgesamt sowie 32 % im kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. 34 % im Food-Segment kann die Gemeinde Obrigheim die regionalplanerisch zugeordnete Versorgungsfunktion (Eigenversorgung) nur bedingt wahrnehmen.
- Derzeit ist mit der Fa. Penny nur ein Lebensmittelmarkt in der Gemeinde Obrigheim ansässig (ca. 700 qm VK; Betriebstyp Lebensmitteldiscounter), wobei der Standort der Fa. Penny unter handelsbezogenen Aspekten (PKW-Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, keine Erweiterungsmöglichkeiten etc.) als nicht optimal zu bewerten ist.
- Durch den Wegfall des Schlecker-Marktes im Ortskern, welcher seitdem nicht revitalisiert werden konnte, ist seit dem Jahr 2012 eine Verschlechterung der Nahversorgungssituation insgesamt eingetreten.
- Für die Gemeinde Obrigheim kann damit insgesamt ein „Handlungsdruck“ zur Aufwertung des Lebensmittel- bzw. des Grundversorgungsangebotes konstatiert werden.

- Durch die Realisierung des geplanten Lebensmittelmarktes wird eine deutliche Aufwertung der Nahversorgungssituation und somit eine langfristige und nachhaltige Sicherung der Nahversorgungsfunktion der Gemeinde Obrigheim erreicht.

## 5.5 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).

In der nachfolgenden Modellrechnung wird für die einzelnen Verkaufsflächenvarianten der Umsatzanteil, welcher durch Kunden von außerhalb der Gemeinde Obrigheim erzielt wird, rechnerisch ermittelt.

Tab. 6 Umsatzanteile des geplanten (nach Prognosevarianten) zur Erreichung der rechnerischen Umsatzleistungen

Prognosevariante	Prognoseumsatz (Food) in Mio. €	Umsatzanteile (in Mio. €)		
		Gemeinde Obrigheim in Mio. €	außerhalb der Gemeinde Obrigheim	
			in Mio. €* in %*	
1.000 qm VK	3,60	2,70	0,90	25,6 %
1.100 qm VK	3,96	2,90	1,06	27,1 %
1.200 qm VK	4,32	3,10	1,22	28,4 %
1.300 qm VK	4,68	3,30	1,38	29,5 %
1.400 qm VK	5,04	3,50	1,54	30,5 %
1.500 qm VK	5,40	3,70	1,70	31,3 %

Quelle: CIMA-Modellrechnung, Rundungsdifferenzen möglich

Bei einer Verkaufsflächengröße von 1.400 qm VK würde der Umsatzanteil durch Kunden von außerhalb der Gemeinde Obrigheim über der 30 %-Marke liegen, ab der von einer Verletzung des Kongruenzgebotes ausgegangen werden kann.

Bis zu einer Verkaufsflächengröße von 1.300 qm VK kann demgegenüber noch von einer Einhaltung des Kongruenzgebotes ausgegangen werden.

## 5.6 Beeinträchtigungsverbot

Derzeit liegt in der Gemeinde Obrigheim im Lebensmitteleinzelhandel eine niedrige Kaufkraftbindung von ca. 34 % vor. Mit der Ansiedlung eines modernen und leistungsfähigen Lebensmittelmarktes ist eine nicht unerhebliche Steigerung der Kaufkraftbindung im Grundversorgungssegment möglich.

Unter Berücksichtigung des derzeitigen hohen Kaufkraftabflusses ist eine Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote vorrangig als ein „Rückholen“ der derzeit aus der Gemeinde abfließenden Kaufkraft zu bewerten. Dieser Umsatzanteil sowie die Umsätze, welche durch einen Kaufkraftzufluss von außerhalb der Gemeinde realisiert werden, sind für den relevanten Einzelhandelsbestand in Obrigheim selbst als „wettbewerbsneutral“ einzustufen

Für den geplanten Lebensmittelmarkt ist von folgenden Umsatzeffekten (bezogen auf das Hauptsortiment Food) auszugehen, wobei nach Prognosevarianten differenziert wird:

Tab. 7 Umsatzumverteilungseffekte im Food-Bereich durch den geplanten Lebensmittelmarkt in Abhängigkeit der Verkaufsflächengröße

Prognosevariante	1.000 qm	1.100 qm	1.200 qm	1.300 qm	1.400 qm	1.500 qm
	VK	VK	VK	VK	VK	VK
<b>Umsatzerhöhung (im Food-Bereich) durch Lebensmittelmarkt in Mio. €</b>	<b>3,60</b>	<b>3,96</b>	<b>4,32</b>	<b>4,68</b>	<b>5,04</b>	<b>5,40</b>
abzgl. Umsatz durch verstärkte Kaufkraftbindung (Food) in Obrigheim in Mio. €	2,7	2,9	3,1	3,30	3,5	3,7
abzgl. verstärkter Kaufkraftzufluss aus dem Umland in Mio. €	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,3
<b>Umverteilungsrelevanter Umsatz gegenüber Bestand Obrigheim in Mio. €</b>	<b>0,10</b>	<b>0,16</b>	<b>0,22</b>	<b>0,28</b>	<b>0,34</b>	<b>0,40</b>
<b>Ist-Umsatz (Food) gesamt in Obrigheim in Mio. €</b>	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>	<b>3,50</b>
<b>Umverteilung gegenüber Bestand Obrigheim in %</b>	<b>3 %</b>	<b>5 %</b>	<b>6 %</b>	<b>8 %</b>	<b>10 %</b>	<b>11 %</b>

CIMA-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Eine Umsatzumverteilungsquote oberhalb des Schwellenwertes von 10 %, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen vermutet werden können, liegt ab einer Verkaufsfläche von 1.400 qm bis 1.500 qm VK vor.

Innerhalb des Verkaufsflächenkorridors von 1.200 qm VK bis 1.300 qm VK bewegen sich die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten zwischen 6 % bis 8 %, so dass für diese Verkaufsflächengrößen das Beeinträchtigungsverbot noch eingehalten wird.

### **Auswirkungen auf die Gemeinde Obrigheim**

Die Umsatzumverteilungen in der Gemeinde Obrigheim werden sich vorrangig gegenüber dem Lebensmittelmarkt der Fa. Penny außerhalb des Ortskerns auswirken. Die Betriebe innerhalb des Ortskerns (vorrangig Lebensmittelhandwerk) verfügen nur bedingt über eine vergleichbare Zielgruppenansprache, so dass geringere Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten sind.

### **Auswirkungen auf die umliegenden Zentralen Orte**

Sowohl das angrenzende Mittelzentrum Mosbach als auch das Kleinzentrum Aglasterhausen verfügen selbst über eine ausgeprägte Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel, so dass bei einem rechnerischen Umsatz im oberen Wertansatz von insgesamt ca. 1,5 Mio. € von außerhalb der Gemeinde Obrigheim keine signifikanten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Bestandsbetrieben in den umliegenden Zentralen Orten vorliegen.

Nach Einschätzung der CIMA werden sich etwa ca. 75 % (1,0 Mio. €) gegenüber den Bestandsbetrieben in der Stadt Mosbach bzw. ca. 25 % (0,3 Mio. €) gegenüber den Bestandsbetrieben in der Gemeinde Aglasterhausen umverteilen.

In den westlichen Stadtteilen Diedesheim und Neckarelz der Stadt Mosbach, welche an die Gemeinde Obrigheim grenzen, ist mit der Fa. Lidl, der Fa. Penny, der Fa. Norma, der Fa. Kaufland, der Fa. Rewe, der Fa. Aldi eine ausgeprägte Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz von ca. 1,0 Mio. € sind negative städtebauliche Auswirkungen in der Stadt Mosbach ausgeschlossen.

In der Gemeinde Aglasterhausen liegt mit den Lebensmittelmärkten der Fa. Edeka, der Fa. Aldi, der Fa. Lidl und der Fa. Penny ebenfalls ein leistungsfähiges Angebot im Lebensmitteleinzelhandel vor. Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz von ca. 0,3 Mio. € sind negative städtebauliche Auswirkungen ebenfalls auszuschließen. Eine Verletzung des Beeinträchtigungsverbotes liegt somit für die umliegenden Zentralen Orte nicht vor.

## **5.7 Integrationsgebot**

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

Der Planstandort Hauptstraße 59 liegt am westlichen Ortseingang der Gemeinde Obrigheim. Unter Berücksichtigung der im Westen und im Norden angrenzenden Wohnbebauung kann der Planstandort noch als städtebaulich integriert bewertet werden.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass aufgrund der baulichen Gesamtsituation innerhalb des Ortskerns keine marktüblichen Verkaufsflächengrößen geschaffen werden können, welche den Anforderungen bei Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten entsprechen.

Zudem verfügt der Planstandort mit der Bushaltestelle „Obrigheim Ortseingang“ über einen ÖPNV-Anschluss (Buslinie 622 bzw. 633), so dass dem städtebaulichen Integrationsgebot insgesamt entsprochen wird.

## 6. Zusammenfassende Bewertung

Unter Zugrundelegung der § 11 Abs. 3 BauNVO, im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg formulierten Prüfkriterien wurden die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des geplanten Lebensmittelmarktes am Standort „Hauptstraße 59“ in der Gemeinde Obrigheim untersucht.

Als wesentliche Punkte können festgehalten werden:

- Der Gemeinde Obrigheim ist im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind daher zunächst nur in Ausnahmefällen zulässig, sofern diese zu einer Sicherung der Nahversorgung beitragen.
- In der Gemeinde Obrigheim liegt derzeit eine Kaufkraftbindung im kurzfristigen Bedarfsbereich von ca. 32 % bzw. von ca. 34 % im Food-Segment vor, welche als weit unterdurchschnittlich einzustufen ist. Mit dem Lebensmitteldiscountmarkt der Fa. Penny ist lediglich ein Lebensmittelmarkt ansässig, welcher hinsichtlich der Standortbedingungen als nicht optimal einzustufen ist und über keine Erweiterungsmöglichkeit verfügt.
- Für die Gemeinde Obrigheim kann ein „Handlungsdruck“ zur langfristigen Sicherung bzw. Aufwertung des Lebensmittel- bzw. Grundversorgungsangebotes konstatiert werden. Die Ansiedlung eines „großflächigen“ Lebensmittelmarktes (über 800 qm VK) kann damit als Maßnahme zur langfristigen und nachhaltigen Sicherung der Nahversorgungsfunktion der Gemeinde Obrigheim eingestuft werden und steht mit den Aussagen des **Konzentrationsgebotes** in Einklang.
- Für den geplanten Lebensmittelmarkt kann bis zu einer Verkaufsflächengröße von ca. 1.300 qm VK von einem Umsatzanteil von unter 30 % von außerhalb der Gemeinde Obrigheim und somit von der Einhaltung des **Kongruenzgebotes** ausgegangen werden.
- Innerhalb des Verkaufsflächenkorridors von 1.200 qm VK bis 1.300 qm VK bewegen sich die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten zwischen 6 % bis 8 %, so dass für diese Verkaufsflächengrößen das Beeinträchtungsverbot noch eingehalten wird. Die Umverteilungseffekte werden vorrangig gegenüber dem Lebensmitteldiscountmarkt der Fa. Penny außerhalb des Ortskerns wirksam.
- Auswirkungen auf die umliegenden zentralen Orte sind in erster Linie durch eine Verminderung des Kaufkraftabflusses aus der Gemeinde Obrigheim zu erwarten, welche aufgrund der ausgeprägten Angebotssituation im Mittelzentrum Mosbach sowie im Kleinzentrum

Aglasterhausen allerdings auf einem sehr geringen Niveau liegen werden. Für den geplanten Lebensmittelmarkt bei einer Größenordnung von max. 1.300 qm VK ist nicht von einer Verletzung des **Beeinträchtigungsverbotes** auszugehen.

- Der Planstandort „Hauptstraße 59“ am westlichen Ortseingang der Gemeinde Obrigheim ist unter Berücksichtigung der im Osten und Norden angrenzenden Wohnbebauung als städtebaulich integriert einzustufen. Zudem liegt mit der Bushaltestelle „Obrigheim Ortseingang“ ein ÖPNV-Anschluss vor, welcher den Planstandort an den Ortskern anbindet. Dem **Integrationsgebot** wird mit der geplanten Ansiedlung des Lebensmittelmarktes mit Schwerpunkt auf der Grund- bzw. Nahversorgung in räumlicher Nähe zu den Wohngebietsschwerpunkten in der Gemeinde Obrigheim somit entsprochen.

#### **Fazit**

Um mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Gemeinde Obrigheim und der benachbarten zentralen Orte auszuschließen, kann unter Berücksichtigung der regionalplanerischen Prüfkriterien für den geplanten Lebensmittelmarkt in der Gesamtbetrachtung eine Verkaufsfläche in der Größenordnung von 1.200 qm VK bis 1.300 qm VK als verträglich eingestuft werden.