



Auswirkungsanalyse für die Wiederherstellung des abgebrannten Edeka-Lebensmittelmarktes in der Stadt Breisach a. Rh.

Auftraggeber: Edeka Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
M. Sc. Franziska Hamscher,
Stadt- und Regionalplanung

Ludwigsburg, am 14.11.2018

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	4
1. Ausgangslage	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	7
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	7
II. Konzentrationsgebot und Standortbeschreibung	9
1. Makrostandort Breisach a. Rh.	9
2. Standortbeschreibung „Ihringer Landstraße“	12
3. Konzentrationsgebot	15
4. Bewertung des Konzentrationsgebotes	16
III. Kongruenzgebot	17
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	17
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
3. Umsatzprognose	20
4. Kongruenzgebot	21
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	22
IV. Beeinträchtigungsverbot	23
1. Wettbewerbsanalyse in Breisach a. Rh. und in Umland	23
1.1 Wettbewerbsstrukturen in Breisach a. Rh.	23
1.2 Projektrelevante Angebotssituation im Umfeld von Breisach a. Rh.	24
1.3 Relevante zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	26
2. Fazit der Angebotsanalyse	27
3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	27
3.1 Methodik	27
3.2 Umsatzumlenkungen	27
3.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Wirkungen	28
4. Beeinträchtigungsverbot	31
5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	32
V. Zusammenfassung	33

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

Nachdem Anfang Juli 2018 der Edeka-Markt in Breisach a. Rh. am Standort Ihringer Landstraße komplett niedergebrannt ist, erteilte die Edeka Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die Wiederherstellung des Edeka-Marktes.

Aktuell gilt am Standort ein Bebauungsplan, der bereits ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel mit 2.215 m² Verkaufsfläche (VK) vorsieht. Die Edeka Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH plant, den Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.350 m² wieder aufzubauen (zzgl. 80 m² Gastronomie). Im Zuge der kompletten Neuplanung des Standortes an der Ihringer Landstraße ist die Änderung des bestehenden Bebauungsplans vorgesehen. Für die Planung ist somit eine städtebauliche Auswirkungsanalyse auf Basis des § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen, welche folgende Punkte behandelt:

- /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale für Lebensmittel
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Breisach a. Rh. und im Umland (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für den wieder aufgebauten Edeka-Lebensmittelmarkt
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie dem Regionalplan 3.0 des Regionalverbandes Südllicher Oberrhein:
 - Konzentrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

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

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ¹

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

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

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

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

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

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

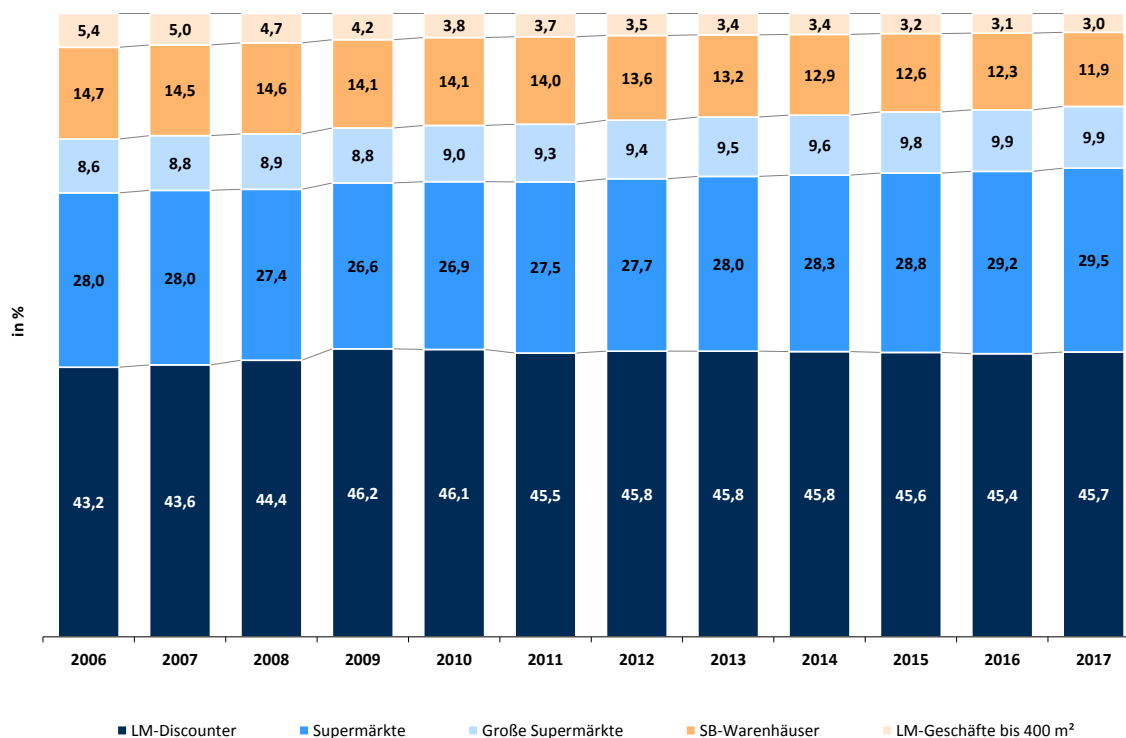
² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche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

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

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

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

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
2006 – 2017**



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Handelsdaten aktuell 2018.

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist 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:³

Kleines Lebensmittelgeschäft

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

Discounter

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 II⁵ führt.

Supermarkt

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

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. Lebensmitteldiscounter 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.

³ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2017, S. 365.

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

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

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 779 m² VK)		Supermarkt (Ø 982 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.461 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2017.

Lebensmittelvollsortimenter sprechen mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an als Discounter. So werden z. B. Artikelzahl der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Bio-Lebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten). Aktionswaren aus dem Nonfood-Bereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfood-Bereichs ausdrückt. Das Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Damit bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.).

II. Konzentrationsgebot und Standortbeschreibung

Zunächst ist im Rahmen des Konzentrationsgebotes zu bewerten, ob die Stadt Breisach a. Rh. unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe prinzipiell geeignet ist. Hierfür erfolgt zunächst die Darstellung des Makrostandortes Breisach a. Rh. Darüber hinaus wird die Vorhabenplanung dargestellt.

1. Makrostandort Breisach a. Rh.

Die **Stadt Breisach a. Rh.** im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald liegt westlich des Oberzentrums Freiburg i. Brsg. sowie östlich angrenzend an den Rhein und Frankreich. Durch die direkte Lage am Rhein mit Überquerungsmöglichkeit von sowie nach Frankreich ist hier eine hohe Austauschbeziehung zwischen den beiden Ländern vorhanden.

Im Regionalplan 3.0 des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein wird der Stadt Breisach a. Rh. die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums in der Randzone um den Verdichtungsraum Freiburg i. Brsg. zugewiesen. Gemeinden im Mittelbereich sind das Kleinzentrum Vogtsburg i. K. sowie die Gemeinden Ihringen und Merdingen. Das Oberzentrum Freiburg liegt westlich in rd. 30 Minuten Fahrzeitentfernung. In rd. 20 – 25 Minuten Fahrzeitentfernung nach Südwesten liegen die funktionsteiligen Mittelzentren Bad Krozingen und Staufen i. B. Nordöstlich befindet sich in rd. 13 Minuten Fahrzeit das Kleinzentrum Vogtsburg i. K. und in rd. 22 Minuten Fahrzeit das Unterzentrum Endingen i. K.

Insgesamt zählt die Stadt Breisach a. Rh. aktuell rd. 15.430 Einwohner.⁶ Zwischen 2012 und 2017 ist für Breisach eine Bevölkerungszunahme um ca. 9 % festzustellen. Auch perspektivisch prognostiziert das Statistische Landesamt Baden-Württemberg zwischen 2017 und 2025 der Stadt eine Bevölkerungszunahme um weitere 6 %. Im Vergleich zu den Kommunen im Umland sowie dem Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald (vgl. folgende Tabelle) weist Breisach in der Bevölkerungsentwicklung eine überdurchschnittliche Entwicklung auf. Bezüglich der prognostizierten Einwohnerzahl bis 2025 weist Breisach a. Rh. mit 6,4 % positivere Werte als das Oberzentrum Freiburg i. Brsg. oder der Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald auf.

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

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose von Breisach a. Rh. im Vergleich

	Bevölkerung*		Veränderung		Prognose 2025 in %**
	2012	2017	absolut	anteilig in %	
Breisach a. Rh.	14.119	15.431	1.312	9,3	6,4
Merdingen	2.550	2.561	11	0,4	-1,2
Ihringen	5.822	6.102	280	4,8	1,4
Vogtsburg i. K.	5.745	5.896	151	2,6	1,2
LK Breisgau-Hochschwarzwald	248.757	262.785	14.028	5,6	2,3
Freiburg i. Brsg.	215.721	227.972	12.251	5,7	2,3

* Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2006 – 2017

** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung (Basis 2014).

Die **Siedlungsstruktur** der Breisacher Kernstadt konzentriert sich im Wesentlichen auf den Bereich zwischen der L 164 im Osten, dem Rhein im Westen, der B 31 im Süden und der Hafenstraße im Norden. Die **Gewerbegebiete** konzentrieren sich auf den Bereich nördlich der Altstadt entlang der Hafenstraße bis zur Burkheimer Landstraße sowie am südlichen und am östlichen Siedlungsrand.

Die **verkehrliche Anbindung** von Breisach a. Rh. an das regionale bzw. überregionale Verkehrsnetz ist über die B 31 an die A 5 gegeben. Darüber hinaus ist die Stadt Breisach a. Rh. über die Bahn sehr gut an das Oberzentrum Freiburg i. Brsg. und damit an den Fernverkehr angebunden.

Die Stadt Breisach a. Rh. verfügt darüber hinaus über eine gewisse Bedeutung als **Arbeitsplatzstandort**. Trotz der hohen Zahl von ca. 2.780 Berufseinpendlern verfügt Breisach a. Rh. dennoch über eine negative Berufspendlerbilanz von – 1.688.⁷

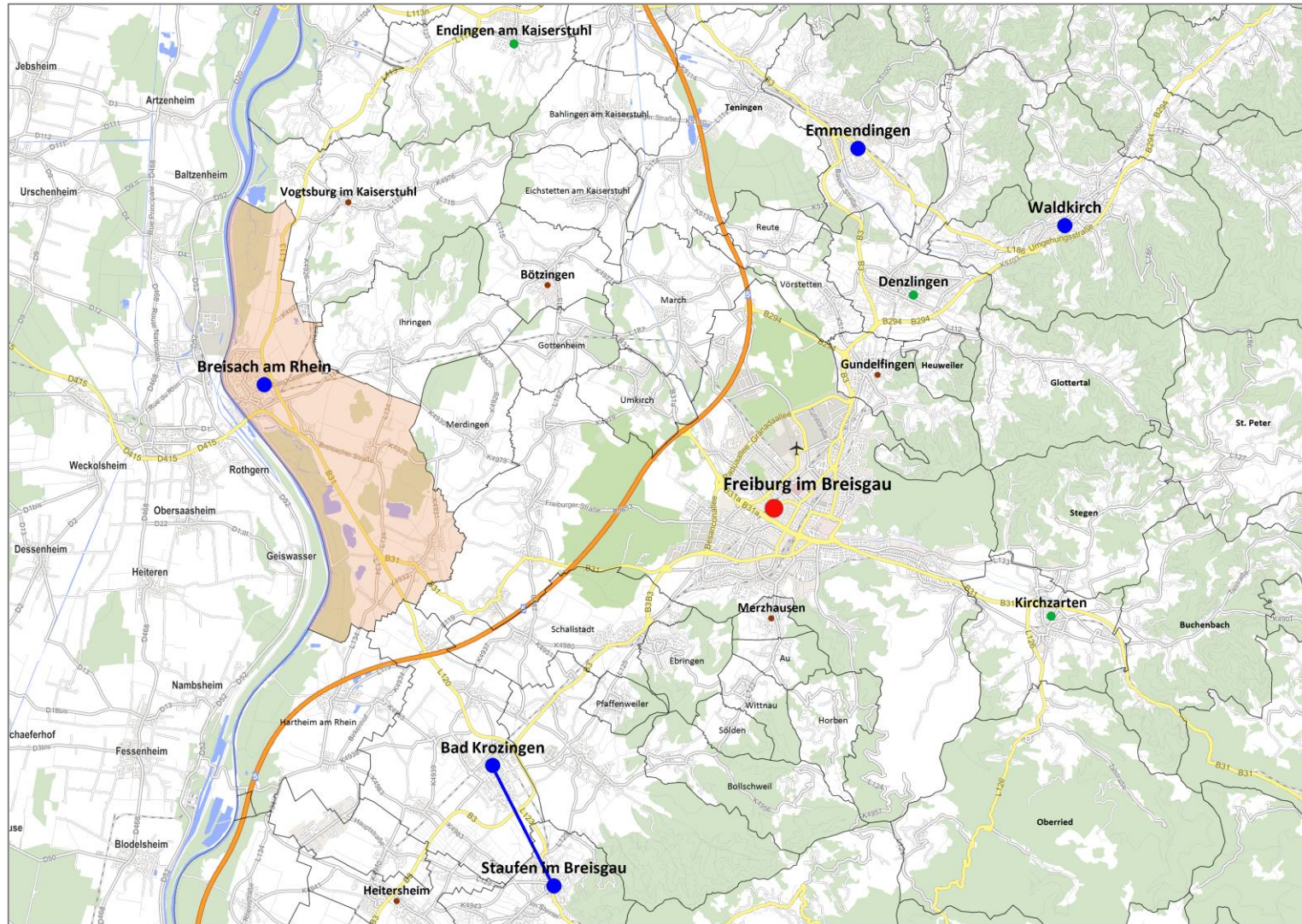
Durch die günstige Lage im naturräumlich und klimatisch attraktiven Breisgau sowie aufgrund der Nähe zum französischen Elsass ist der **Tourismus** ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Im Jahr 2016 lag die Zahl der Übernachtungen bei rd. 117.320.⁸ Darüber hinaus ist noch auf die nicht verzeichneten Tagesgäste hinzuweisen.

Der **innerstädtische Einzelhandelsschwerpunkt** von Breisach a. Rh. konzentriert sich auf den Bereich zwischen der Rheinstraße bis hin zum Marktplatz sowie auf die als Fußgängerzone ausgestaltete Neutorstraße bis hin zum Neutorplatz und ergänzend auf die parallel verlaufende Richard-Müller-Straße und den Gutgesellentorplatz. Neben den angeführten innerstädtischen Lagen befindet sich im Bereich „**Zum Kaiserstuhl**“ ein Fachmarktstandort (Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi sowie Fachmärkte Takko-Modemarkt, Deichmann-Schuhmarkt, dm-Drogeriemarkt, Fristo-Getränkemarkt). Durch seine Lage zu Wohngebieten wirkt der Bereich als Nahversorgungslage. Darüber hinaus ist auf das Angebot der Fa. Rewe an der Bahnhofstraße hinzuweisen.

⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017.

⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: Tourismus Baden-Württemberg im Kalenderjahr 2016.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum
- Kleinzentrum

Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2018

Ergänzend hat sich im Norden von Breisach a. Rh. an der **Hafenstraße** eine dezentrale Gewerbegebietslage entwickelt, in der sich u. a. ein OBI-Bau- und Heimwerkermarkt sowie ein Küchenanbieter befindet.

Insbesondere in Bezug auf die Austauschbeziehungen mit Frankreich ist auf einen starken Kaufkraftzufluss, speziell im Nahrungs- und Genussmittelbereich, hinzuweisen.

2. Standortbeschreibung „Ihringer Landstraße“

Es ist vorgesehen, die übrigen Bestandteile des abgebrannten Edeka-Marktes an der Ihringer Landstraße komplett zu entfernen, um dort einen neuen Edeka-Markt zu bauen. Der Standort des Marktes liegt am südöstlichen Siedlungsrand des Kernortes Breisach a. Rh. Der Standort liegt im Gewerbegebiet, in dem sich auch weitere Einzelhandelsnutzungen wie z. B. das Dänische Bettenlager, die Esso-Tankstelle ebenso wie der Thomas Philipps-Markt befinden. Südlich bzw. südwestlich wird das Gewerbegebiet durch die Bundesstraße 31 begrenzt. Im Norden des Gewerbegebietes verläuft die Ihringer Landstraße (L 114), welche aus Richtung der Bundesstraße sowie aus Richtung des Kernortes im Norden die einzige Verbindungsachse ins Gewerbegebiet bzw. zum Edeka-Markt bildet. Parallel zur Ihringer Landstraße verläuft das Gleisbett der Breisgau S-Bahn, welches am Bahnhof Breisach endet. Das **direkte Standortumfeld** des Edeka-Marktes lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Im Norden begrenzt die Ihringer Landstraße das Grundstück. Nördlich davon liegen das Gleisbett sowie der Bahnhof Breisach a. Rh., der Rewe-Lebensmittelmarkt in der Bahnhofstraße und die restliche Kernstadt von Breisach.
- Westlich grenzen vereinzelte Wohngebäude sowie im weiteren Verlauf die Esso-Tankstelle, ein Autohändler und das Dänische Bettenlager an den Standort an.
- Südwestlich schließt die Ihringer Landstraße über einen Kreisverkehr an die Bundesstraße 31 an. In rd. 2 Minuten Fahrzeitentfernung vom Standort kann über die Bundesstraße der Rhein bzw. die französische Landesgrenze erreicht werden.
- Südlich der Altimmoblie von Edeka grenzen direkt ein leerstehendes Wohnhaus sowie die Henry-Ford-Straße an. Dort liegt auch die Straßenmeisterei Breisach. Etwas weiter südöstlich befindet sich neben der Straßenmeisterei der Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt.
- Im Osten sowie südöstlich ist auf gewerbliche Nutzungen (großvolumige Gewerbehalle u. a.) sowie ein Fitnessstudio hinzuweisen.

- Nordöstlich erstreckt sich zwischen der Ihringer Landstraße und dem Gleisbett ein weiterer kleiner Bereich, welcher von gewerblichen Unternehmen genutzt wird.

Foto 1: Abgebrannter Edeka-Markt



Foto 2: Zufahrt zum Grundstück



Foto 3: Ihringer Landstraße Richtung Innenstadt



Foto 4: Ihringer Landstraße und Blick auf Bahnhof vom Edeka



Foto 5: Fußgängerquerung Gleisbett am Bahnhof



Foto 6: Gewerbebetriebe östlich und nordöstlich des Standortes



Foto 7: Gewerbehalle östlich der Edeka-Standortes

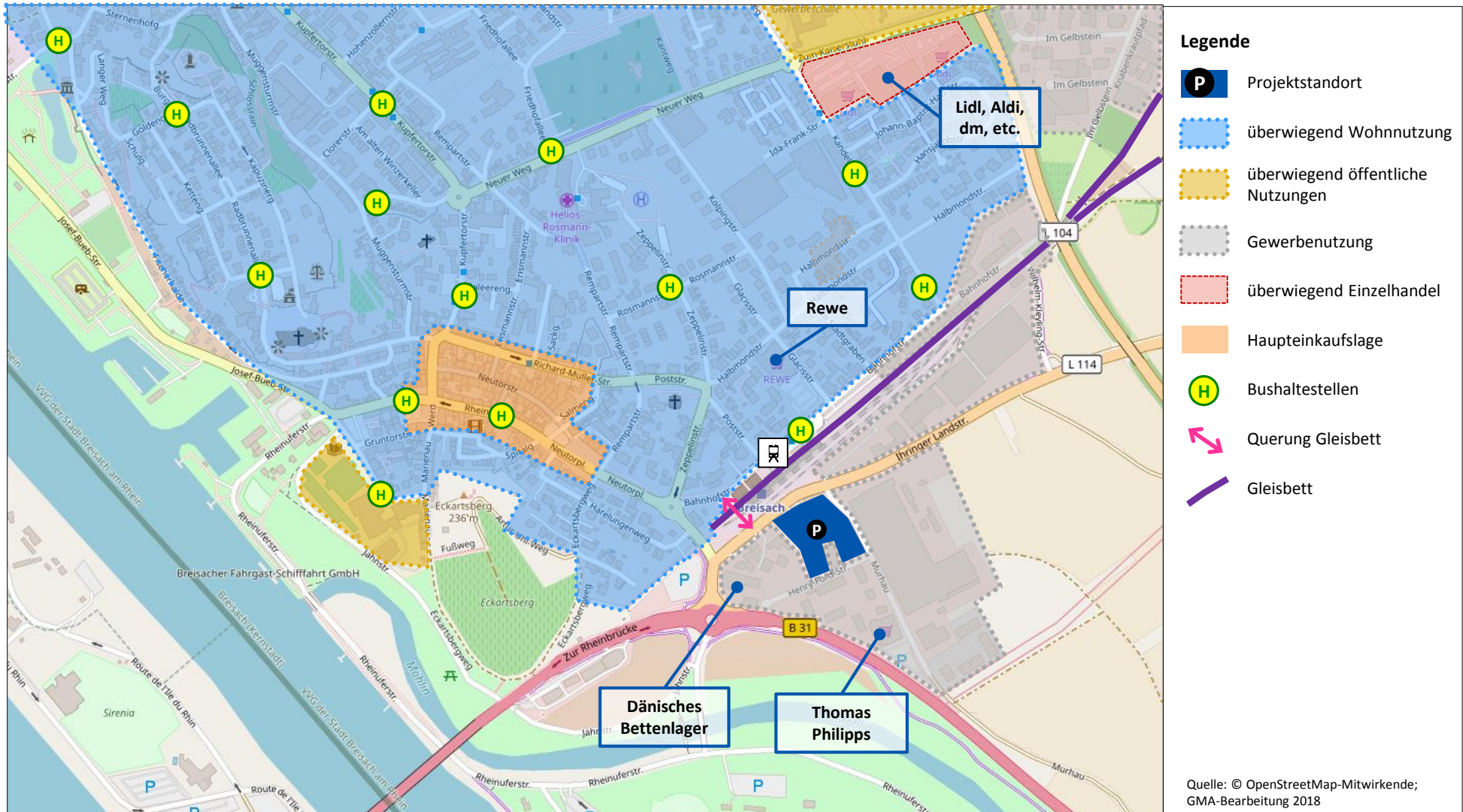


Foto 8: Henry-Ford-Straße im Süden des Edeka-Standortes



GMA-Aufnahmen 2018

Karte 2: Vorhabenplanung „Ihringer Landstraße“



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes für den Individualverkehr ist durch die Lage an der Ihringer Landstraße, welche den Standort zum einen über den Neutorplatz mit der restlichen Kernstadt verbindet, sowie zum anderen auf die Bundesstraße 31 Richtung Frankreich bzw. Freiburg / Bad Krozingen führt, als gut zu bewerten. Zu Fuß oder per Fahrrad kann der Standort über die straßenbegleitenden Gehwege sowie über den Gleisübergang am Bahnhof erreicht werden. Am südwestlichen Ende des Bahnsteigs sowie des Bahnhofsgebäudes befindet sich ein kleiner, eher unscheinbarer Gleisübergang. Dieser könnte perspektivisch ausgebaut werden, um eine schnellere und attraktivere Verbindung in Richtung Bahnhofstraße bzw. in Richtung der Wohnsiedlungsbereiche zu erzeugen. Darüber hinaus befindet sich in der Bahnhofstraße der Bahnhof für die Breisgau-Bahn Richtung Gottenheim – Freiburg sowie auch die nächstgelegene Bushaltestelle mit Anschluss an Buslinien des Anbieters Südbadenbus sowie der Freiburger Verkehrs AG. Die Erreichbarkeit des Standortes per ÖPNV ist demnach zum einen innerörtlich sowie aus den Ortsteilen, aber auch überörtlich gewährleistet.

3. Konzentrationsgebot

Maßgeblich für das Konzentrationsgebot 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.

Im **Regionalplan 3.0** des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein wird das Konzentrationsgebot in Plansatz 2.4.4.2 Konzentrationsgebot wie folgt ergänzt:

„(1) Z Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (Einzelhandelsgroßprojekte) ist in der Regel nur in den Ober-, Mittel- und Unterzentren zulässig.“⁹

⁹ Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 56.

4. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Die Stadt Breisach a. Rh. ist gemäß Regionalplan 3.0 des Regionalverbands Südlicher Oberrhein als Mittelzentrum ausgewiesen und dient somit der Versorgung ihres Mittelbereiches mit Angeboten des gehobenen, spezialisierten Bedarfs. Darunter fallen auch die Angebote der Grundversorgung, weshalb Breisach a. Rh. grundsätzlich zur Ansiedlung, Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. **Das Konzentrationsgebot wird somit eingehalten.**

III. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

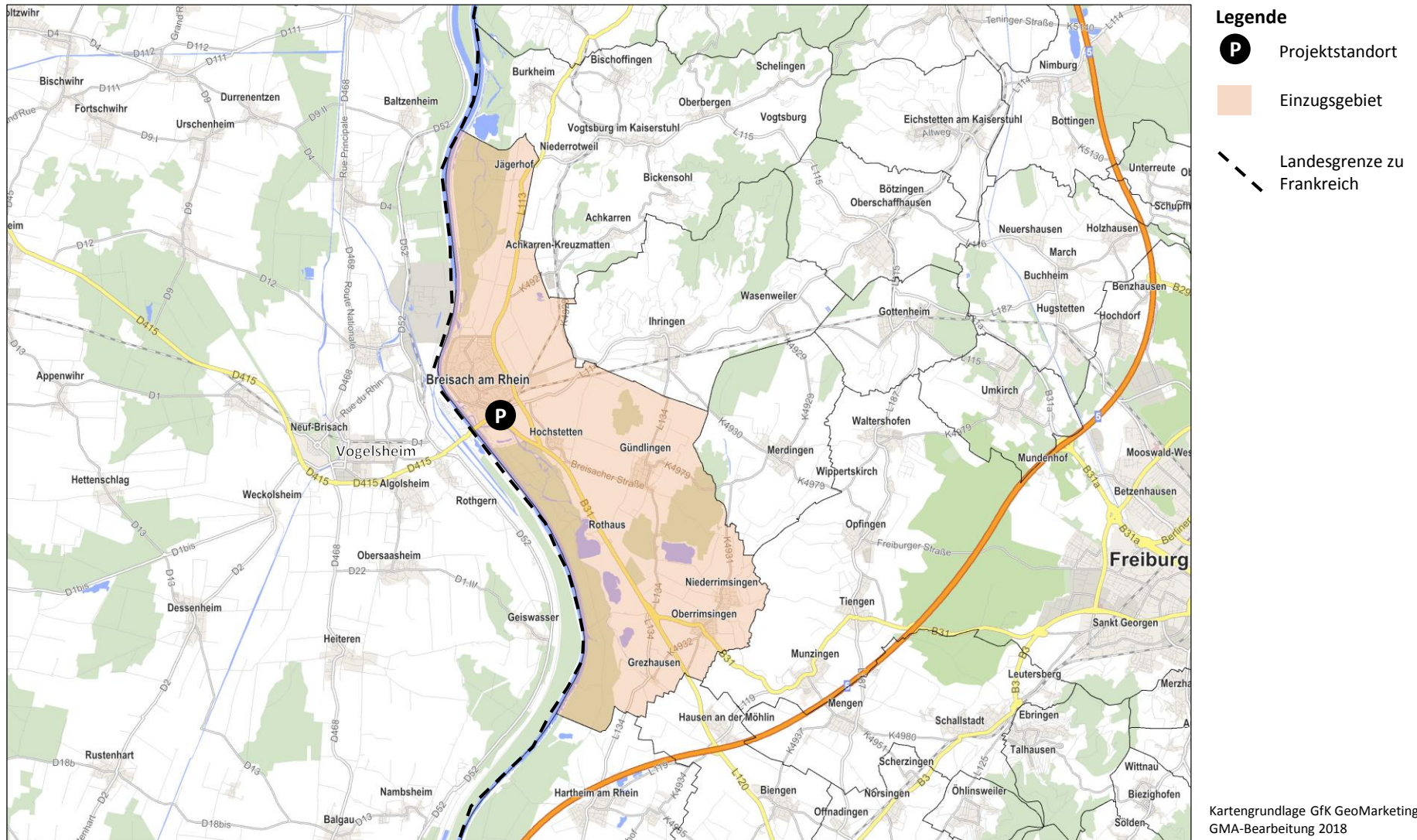
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den zu erweiternden Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials 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 Vorhabenstandort gerechnet werden kann. Ein Einzugsgebiet kann darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, 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 an den Standort 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, Lage direkt am Übergang zu Frankreich)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- /// Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Breisach a. Rh. und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel V.)
- /// die Nähe zu anderen Einzelhandelsbetrieben und Kopplungspotenziale
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Karte 3: Einzugsgebiet des neu gebauten und erweiterten Edeka-Lebensmittelmarktes in Breisach a. R.



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren kann im vorliegenden Fall nur die Stadt Breisach a. Rh. selbst als Einzugsgebiet abgegrenzt werden.

Die im Mittelbereich von Breisach liegenden, östlich angrenzenden Gemeinden Merdingen, Ihringen und Vogtsburg i. K. verfügen jeweils über eigene Nahversorgungsstrukturen. Jede der Gemeinden verfügt über mindestens einen Lebensmittelvollsortimenter, so dass der Edeka-Markt in Breisach nur durch sog. Mitnahmeeffekte (Pendler, Kopplung mit anderen Erledigungen wie Shopping, Gastronomie, Arztbesuch etc.) Umsätze aus diesen Bereichen generiert. Abgesehen von Pendlerbeziehungen und touristischen Effekten ist insgesamt auf deutscher Seite von eher geringen Umsatzanteilen aus den Nachbargemeinden auszugehen, zumal in Ihringen und Vogtsburg ebenfalls Edeka-Märkte vorhanden sind. In diesem Zusammenhang ist auch auf den Neubau des REWE-Marktes in Merdingen hinzuweisen, der ebenfalls dazu geführt hat, dass Kaufkraftzuflüsse aus den deutschen Nachbargemeinden eher rückläufig sind.

Durch die Lage von Breisach a. Rh. bzw. des Edeka-Marktes unweit des Rheins, mit direkter Brücke nach Frankreich, bestehen hier intensive Austauschbeziehungen bzw. ein hoher Kaufkraftzufluss aus Frankreich. Obwohl sich an der französischen Bundesstraße D 415 das Gewerbegebiet von Vogelsheim mit Lidl und einem Intermarché (französischer Supermarkt) befindet, ist davon auszugehen, dass knapp ein Fünftel der Kunden des Edeka-Marktes aus Frankreich stammen (vgl. auch Zählungen der Fa. Edeka).

Das Kerneinzugsgebiet für den Edeka-Markt an der Ihringer Landstraße beschränkt sich jedoch auf die Stadt Breisach a. Rh. mit **rd. 15.430 Einwohnern**.¹⁰

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. € 6.035.¹¹

Bezogen auf Vorhaben, deren Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland

ca. 2.210 €.¹²

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹³ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Breisach a. Rh. bei 97,0 und damit auf einem durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt =

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 31.12.2017).

¹¹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹² Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹³ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

100,0). Für Breisach a. Rh. beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel damit auf ca. **33,1 Mio. €**.

Ergänzend ist bei Lebensmittelmärkten ein Umsatzanteil mit Randsortimenten aus dem Nichtlebensmittelbereich zu berücksichtigen, der bei ca. 10 % liegt. Ein großer Teil davon entfällt jedoch auf das sog. Nearfood-Sortiment (i. W. Drogerie, Blumen, Tiernahrung).

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilskonzept¹⁴ 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.¹⁵ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilskonzepts 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. Hingegen lässt das Marktanteilskonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilskonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich demnach für den neu gebauten Edeka-Lebensmittelmarkt mit ca. 2.350 m² VK anhand des Marktanteilskonzeptes ermitteln:

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzeptes (Edeka-Lebensmittelmarkt mit 2.350 m² VK)

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Breisach a. Rh.	33,1	25	8,3	1,0	9,3	76
Streukunden aus Deutschland (v. a. Ihringen)			0,9	0,1	1,0	8
Kunden aus Frankreich			1,7	0,2	1,9	16
Insgesamt			10,9	1,3	12,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt ca. 10 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

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

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

¹⁵ 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.

Somit lässt sich für den neu gebauten Edeka-Lebensmittelmarkt auf rd. 2.350 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 12,2 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 10,9 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 1,3 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

Aus dem angrenzenden Frankreich (u. a. Vogelsheim, Neuf-Brisach, Geiswasser, Obersaasheim-Heiteren, Dessenheim, Widensolen, Kunheim, Biesheim) stammen rd. 16 % des Umsatzes.

4. Kongruenzgebot

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

Im **Regionalplan 3.0** werden die Forderungen des Landesentwicklungsplans 2002 Baden-Württemberg sowie des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg im Plansatz 2.4.4.4 (Z) aufgegriffen. Danach ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereich abzustimmen. In der weiterführenden Begründung des Kongruenzgebotes heißt es:

„[...] Nach LEP PS 3.3.7.1 soll die Verkaufsfläche so bemessen sein, dass das Einzugsgebiet des Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden (vgl. auch PS 2.4.4.3). Die an diesen Kriterien orientierte Verkaufsflächenbegrenzung soll sicherstellen, dass der jeweilige Zentrale Ort ausschließlich die ihm zugewiesene Aufgabe erfüllt und keine Aufgaben außerhalb des ihm zugewiesenen räumlich-funktionellen Aufgabenbereichs wahrnimmt, die die räumlich-funktionellen Aufgabenbereiche benachbarter Zentraler Orte vergleichbarer Zentralitätsstufe beschneidet.

Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt nach Punkt 3.2.1.4 des Einzelhandelserlasses 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 des Einzelhandelsgroßprojektes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll. [...]“¹⁶

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie Regionalplan 3.0 wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes begrenzt sich auf die Stadt Breisach a. Rh. Ein darüber hinaus reichendes Einzugsgebiet ist aufgrund der naturräumlichen Lage und der Wettbewerbsstandorte nicht zu erwarten. Der Streukundenanteil aus Deutschland ist vorrangig auf Pendlerbewegungen und das touristische Kaufkraftpotenzial zurückzuführen. Rd. 16 % des Umsatzes stammen aus dem direkt benachbarten Frankreich.
- Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass ca. 76 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus der Stadt Breisach a. Rh. selbst stammen werden. Die restlichen Umsätze auf deutscher Seite stammen nahezu vollständig aus Vogtsburg, Ihringen und Merdingen, d. h. Gemeinden, die dem Mittelbereich Breisach a. Rh. zugeordnet sind. **Dementsprechend wird das Kongruenzgebot eingehalten.**

¹⁶ Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 57 f.

IV. Beeinträchtungsverbot

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

1. Wettbewerbsanalyse in Breisach a. Rh. und in Umland

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Breisach a. Rh. und im Umland wurde von der GMA im Juli 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche (Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) Betriebe als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Wettbewerbsstrukturen in Breisach a. Rh.

Im Nahrungs- und Genussmittelsektor sind in Breisach a. Rh. derzeit ca. 38 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 7.000 m² angesiedelt.¹⁷ Als wesentliche Hauptwettbewerber des Lebensmitteldiscounters können hierbei folgende Anbieter genannt werden:

- **Rewe**, Supermarkt, ca. 1.700 m² VK, Bahnhofstraße, integrierte Lage im zentralen Versorgungsbereich gemäß Einzelhandelskonzept, gute Warenpräsentation und Marktauftritt, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber.
- **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, ca. 1.200 m² VK, Zum Kaiserstuhl, Fachmarktstandort / Nahversorgungslage am östlichen Siedlungsrand, im direkten Standortumfeld von Aldi, dm, Deichmann, Takko und Getränkemarkt, gesamtstädtische Versorgungsfunktion sowie Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete der Kernstadt, ausreichendes Stellplatzangebot, leistungsfähiger Wettbewerber
- **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, ca. 1.100 m² VK, Zum Kaiserstuhl, Fachmarktstandort / Nahversorgungslage am östlichen Siedlungsrand, im direkten Standortumfeld von Lidl, dm, Deichmann, Takko und Getränkemarkt, gesamtstädtische Versorgungsfunktion sowie Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete der Kernstadt, ausreichendes Stellplatzangebot, leistungsfähiger Wettbewerber

¹⁷ Verkaufsfläche inklusive dem Nichtlebensmittelbereich bei Mehrbranchenunternehmen; Verkaufsfläche ohne abgebrannten Edeka sowie Bäckerei.

Neben den o. g. strukturprägenden Wettbewerbern kann in der Kernstadt noch auf zwei weitere kleinflächige Lebensmittelmärkte hingewiesen werden. Dabei handelt es sich um den Biomarkt am Marktplatz und einen ethnischen Lebensmittelanbieter im Neuen Weg. Darüber hinaus sind diverse Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie Obst- und Gemüsegeschäfte, internationale und kleinere Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet etabliert. Auch ist auf eine Reihe weiterer Getränke- und Weinhandlungen zu verweisen. Die Ortsteile Ober- und Niederrimsingen sowie Gündlingen verfügen über ein rudimentäres, ergänzendes Lebensmittelangebot ohne strukturprägende Anbieter.

Tabelle 4: Zusammenfassung planobjektrelevantes Angebot in Breisach a. Rh.

Gebiet	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz Food in Mio. €**
Breisach a. Rh. (ohne Edeka)	7.000	32 – 33
davon Kernstadt	6.400	30
davon Ortsteile	600	2 - 3

* inkl. Nonfood

** ohne Nonfood; bereinigt

GMA-Zusammenstellung und Berechnung 2018

Es ist festzuhalten, dass sich die Hauptwettbewerber in Breisach a. Rh. in integrierter Lage mit Anschluss an Wohnsiedlungsbereich befinden und somit auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Gemäß der Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept liegt der Rewe-Markt als einziger strukturprägender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich.

1.2 Projektrelevante Angebotssituation im Umfeld von Breisach a. Rh.

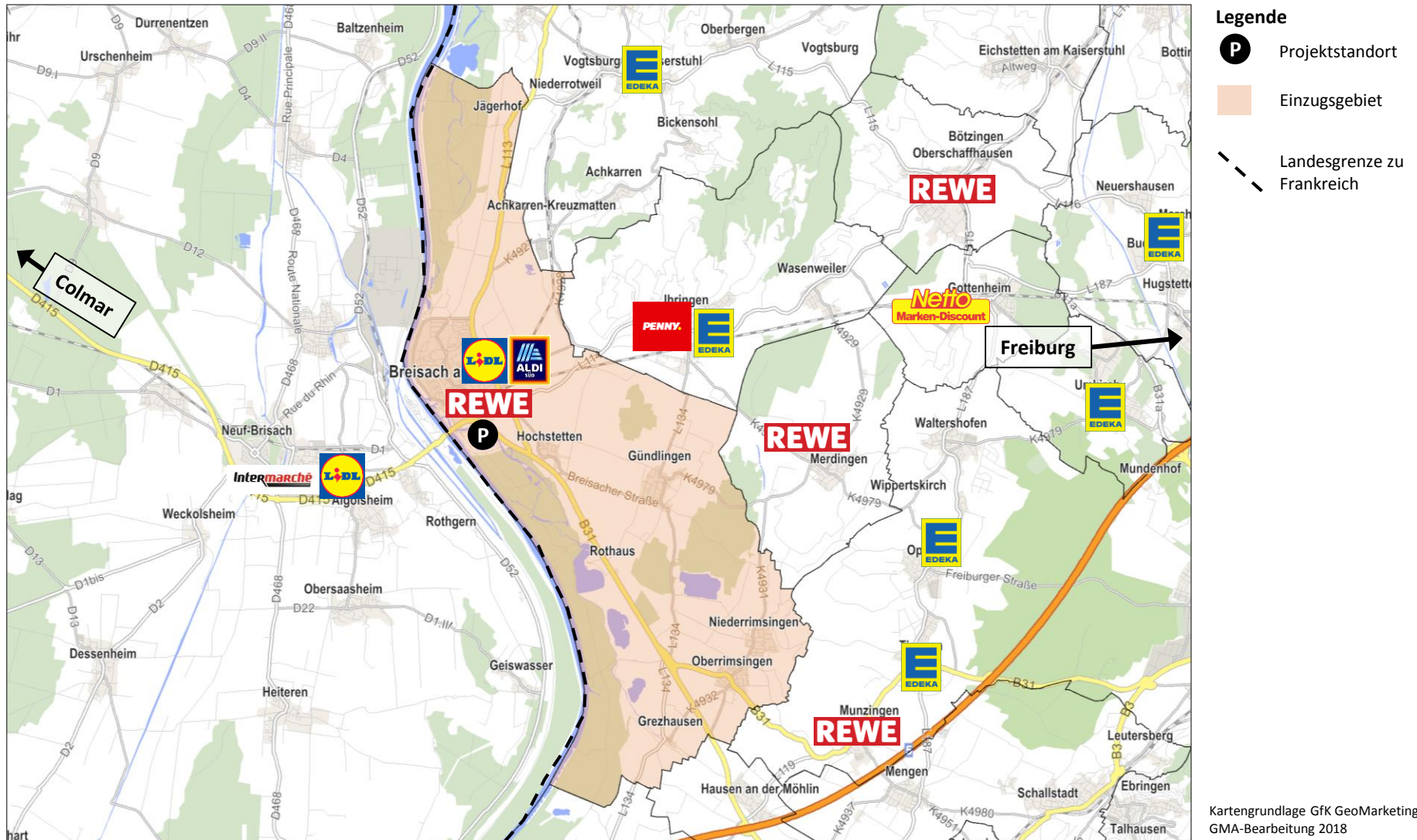
Im Mittelbereich von Breisach a. Rh. ist auf folgende Hauptwettbewerber zu verweisen:

-  **Penny**, Lebensmitteldiscounter, Ihringen, Gewerbegebietslage
-  **E-aktiv Markt Kühl**, Supermarkt, Ihringen, integrierte Lage
-  **E-aktiv Markt Schwörer**, Supermarkt, Vogtsburg, Gewerbegebietslage
-  **Rewe**, Supermarkt, Merdingen, Gewerbegebietslage.

Darüber hinaus verfügen die Gemeinden über weitere Fachgeschäfte im Lebensmittelbereich (Getränkemärkte, Tankstellenshops, Weinverkauf, Feinkostbetriebe) sowie diverse Anbieter des Lebensmittelhandwerks.

Ergänzend zu den relevanten Wettbewerbsstandorten auf deutscher Seite ist auf die dezentralen Handelslagen in Vogelsheim (Zone Commerciale mit den Anbietern Intermarché, Lidl, ergänzende Fachmarktnutzungen überwiegend aus den Textil- und Baumarktsegment) hinzuweisen. Darüber hinaus ist insbesondere auf das Lebensmittelangebot im Regionalzentrum des Elsasses (Colmar) u. a. mit der Fa. Cora Houssen (Verbrauchermarkt) hinzuweisen. Die Versorgung in den übrigen Gemeinden des franz. Einzugsgebietes ist hingegen eher auf eine rudimentäre Grundversorgung beschränkt.

Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)



Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2018

1.3 Relevante zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Die rechtliche Prüfung der Auswirkungen großflächige Einzelhandelsbetriebe gem. § 11 Abs. 3 BauNVO erfordert neben der Prüfung möglicher Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumplanung und der Landesplanung auch die Prüfung der Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung. Hierbei gilt es insbesondere die Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu betrachten.

Wie in vorstehender Ausführung dargelegt, verfügt Breisach a. Rh. über einen zentralen Versorgungsbereich. In den weiteren Nachbargemeinden liegen entweder keine zentralen Versorgungsbereiche vor oder sie sind bzgl. der Auswirkungen des Vorhabens in Breisach a. Rh. nicht relevant, da sie in zu großer Entfernung liegen.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Breisach a. Rh.

Der zentrale Versorgungsbereich Breisachs gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 umfasst im Wesentlichen die als Fußgängerzone gestaltete Neutorstraße und die angrenzenden Bereiche (Gutgesellentorplatz / Marktplatz im Westen, Neutorplatz im Osten sowie die Richard-Müller-Straße im Norden und die Rheinstraße als südliche Begrenzung). Die Haupteinkaufslage wird aufgrund verschiedener weiterer einzelhandelsbezogener bzw. insbesondere dienstleistungsbezogener Nutzungen um den Bereich bis zur Clorerstraße im Norden, der Zeppelinstraße im Osten sowie der Bahnhofstraße im Süden und bis knapp zum Rheinufer im Westen hin ausgedehnt. Der Münsterberg wird aufgrund seiner administrativ-sakralen Funktion in den zentralen Versorgungsbereich eingebunden (vgl. Karte 2).

Insgesamt ist festzuhalten, dass der großzügig abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich eine vorwiegend baulich verdichtete Struktur aufweist. Die Einzelhandelsangebote im Lebensmittelsegment sind, abgesehen vom Rewe-Markt, dem ethnischen Lebensmittelanbieter und dem Bio-Markt als sehr kleinteilig strukturiert zu beschreiben. Die verdichtete Siedlungsstruktur bietet hier auch wenig Spielraum zur Unterbringung größerer Flächeneinheiten. Dennoch funktioniert die Innenstadt, insbesondere mit der Fußgängerzone und den aktuellen Neugestaltungen, als städtebaulich attraktive Shopping-, Gastro- und Flaniermeile.

Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 wurde angemerkt:

„dass die Begrenzung nicht als absolut starr behandelt werden sollte. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zu dem zentralen Versorgungsbereich ist in einer Einzelfallprüfung zu bewerten, inwieweit das Vorhaben dem Versorgungsbereich zuzuordnen ist, ihn ggf. unterstützt bzw. ihm schadet. Dies könnte insbesondere auf potenzielle Standorte für Lebensmittelmärkte zutreffen, sofern sie bestehende Anbieter in der Innenstadt bzw. in den Nahversorgungslagen nicht gefährden.“¹⁸

¹⁸ Stadt Breisach a. Rh.: Markt- und Standortuntersuchung für den Einzelhandel in der Stadt Breisach a. Rh., 2008.

2. Fazit der Angebotsanalyse

Insgesamt ist in **Breisach am Rhein** die Angebotssituation im Lebensmittelbereich mit dem eingeführten Fachmarktstandort / Nahversorgungslage „Kaiserstuhl“ sowie dem Supermarkt Rewe sehr gut ausgeprägt. Der abgebrannte Edeka-Markt ergänzte dieses Angebot bisher.

Im **Mittelbereich** von Breisach a. Rh. ist auf ein gutes Angebot im Lebensmittelsegment zu verweisen. Alle drei Gemeinden verfügen über mindestens einen Supermarkt. In Ihringen wird das Vollsortimentsangebot noch durch einen Discounter ergänzt. Auf direkt angrenzender französischer Seite ist neben den dezentralen Lagen in Vogelsheim vorwiegend auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks zu verweisen.

3. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells¹⁹ basiert.

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

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

3.2 Umsatzumlenkungen

Für die Bewertung des neu gebauten und erweiterten Lebensmittelmarktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Edeka-Lebensmittelmarkt wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 2.350 m² eine Umsatzleistung von ca. 12,2 Mio. € erzielen. Dabei entfallen rd. 10,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Bei der Bewertung der ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ist zu berücksichtigen, dass ein Großteil der Umsatzleistungen bereits durch den abgebrannten Edeka-Markt am Standort Ihringer Landstraße am gebunden wurde. Dieser Lebensmittelmarkt erwirtschaftete einen Gesamtumsatz in der Größenordnung von ca. 9,4 Mio. €, davon einen nahrungs- und genussmittelrelevanten Umsatz von ca. 8,4 Mio. € bzw.

¹⁹ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol, 28, 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

einen Nonfoodumsatz von ca. 1,0 Mio. €. Durch einen temporären Verkauf in einem Zelt soll dieser Umsatz auch während der Neubauphase gebunden werden.

- / Insofern verbleibt **ein umverteilungsrelevanter Umsatz in der Größenordnung von ca. 2,8 Mio. € (davon ca. 2,5 Mio. € im Lebensmittelsegment bzw. ca. 0,3 Mio. € im Nichtlebensmittelsegment).**²⁰
- / Die mit dem Neubau und der Modernisierung einhergehenden zusätzlichen Umsätze in der Größenordnung von bis zu 0,9 Mio. € werden fast ausschließlich zu Lasten bestehender Betriebe in Breisach a. Rh. gehen sowie durch den Kaufkraftzufluss französischer Kunden generiert werden. In diesem Zusammenhang werden überwiegend unmittlere Systemwettbewerber tangiert.

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

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des Marktes vor Abbrand im Lebensmittelbereich	8,4	
	▪ Umsatzumlenkungen gegen Wettbewerber in Breisach a. Rh.	2,1 – 2,2	6 - 7
	<i>davon gegen Anbieter im zentralen Versorgungsbereich (v. a. Rewe)</i>	0,9	7 – 8
	▪ Umsatzumlenkungen gegen Wettbewerber in Frankreich	0,1 – 0,2	n. n.
	▪ Umsatzumlenkungen gegen Wettbewerber im Mittelbereich (Ihringen, Merdingen, Vogtsburg)	0,2	1 - 2
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	10,9	
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des Marktes vor Abbrand im Nichtlebensmittelbereich	1,0	
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,3	n.n.
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	1,3	
	▪ Umsatz insgesamt	12,2	

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Wirkungen

Folgende Kaufkraftbewegungen werden durch die Wiederherstellung des Edeka-Marktes in Breisach a. Rh. ausgelöst:

²⁰ Dies ist als Worst-Case-Prognose (auf Anregung IHK Freiburg) zu verstehen. Obwohl der Markt nahezu auf gleicher Fläche wieder aufgebaut wird, unterstellt diese Prognose einen Umsatzzuwachs von 30 %.

- Im Zuge der Wiederherstellung des abgebrannten Edeka-Marktes an der Ihringer Landstraße ist davon auszugehen, dass der Hauptanteil des umzuverteilenden Mehrumsatzes zum einen vorwiegend zu Lasten der Anbieter in Breisach a. Rh. selbst gehen wird, zum anderen in geringen Anteilen gegenüber den Anbieterstrukturen im Mittelbereich sowie aufgrund der Kundenstruktur an Standorten im Nachbarland Frankreich (in der näheren Umgebung von Breisach a. Rh.) umverteilungswirksam wird.
- Der **zentrale Versorgungsbereich** von Breisach a. Rh. umfasst zum einen diverse kleinteilige Lebensmittelanbieter (u. a. Bäckerei, Metzgerei, Feinkost, Biomarkt) ebenso wie den Rewe-Supermarkt in der Bahnhofstraße. Gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich werden in der Relation die höchsten Umverteilungseffekte i. H. von rd. 0,9 Mio. € bzw. ca. 7 – 8 % umverteilungswirksam. Dies liegt daran, dass sich im zentralen Versorgungsbereich der wichtigste Hauptwettbewerber Rewe befindet, welcher denselben Betriebstyp wie der Edeka-Markt darstellt und somit auch hohe Sortimentsüberschneidungen und dieselbe Kundenansprache aufweist. Darüber hinaus trennen die beiden Standorte letztlich nur das Gleisbett sowie die Ihringer Straße und die Bahnhofstraße. Es ist demnach davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungsquote von rd. 7 – 8 % vorwiegend zu Lasten des Hauptwettbewerbers Rewe gehen wird. Der Rewe-Markt ist als modern aufgestellter und leistungsfähiger Wettbewerber zu betrachten. Bereits heute bzw. bis vor dem Brand des Edeka-Marktes teilen die Anbieter ihr Einzugsgebiet. Durch den Wiederaufbau des Edeka-Marktes sowie der dadurch entstehenden, verhältnismäßig geringen Umsatzerhöhung ist mit keiner Gefährdung des Rewe-Marktes zu rechnen. Die weiteren kleinteiligen Lebensmittelanbieter im zentralen Versorgungsbereich werden von den Umsatzumverteilungsquoten nur marginal betroffen sein. Insgesamt ist somit durch die Wiederherstellung des Edeka-Marktes mit keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs in Breisach a. Rh. zu rechnen.
- Bei einer Worst-Case-Prognose²¹ werden in der **Stadt Breisach a. Rh.** (inkl. zentraler Versorgungsbereich und Ortsteile) Umsatzumverteilungen i. H. von ca. 2,1 – 2,2 Mio. € bzw. insgesamt ca. 6 - 7 % wirksam. Umverteilungen von rd. 0,9 Mio. € werden gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich, weitere rd. 1,2 – 1,3 Mio. € gegenüber den restlichen Anbietern in sonstigen Lagen in der Stadt Breisach a. Rh. wirksam. Bei Letzteren ist davon auszugehen, dass der Großteil davon gegenüber den Hauptwettbewerbern am Fachmarktstandort / in der Nahversorgungslage „Zum Kaiserstuhl“ gehen wird. D. h., vorwiegend die Anbieter Lidl und Aldi sowie der Getränkemarkt Fristo werden hiervon betroffen sein. Die Umsatzumverteilungsquoten belaufen sich auf rd. 6 - 7 % Betriebsschließungen sind in dieser sehr stabilen Standortlage demnach nicht zu erwarten. Eine Schädigung der Nahversorgungsstruktur in Breisach a. Rh. ist somit ebenfalls nicht zu erwarten.

²¹ 30 % Umsatzzuwachs bei unveränderten Flächengröße.

- Die Gemeinden im Mittelbereich von Breisach a. Rh. (Ihringen, Merdingen, Vogtsburg i. K.) verfügen über eigene Versorgungsstrukturen (jeweils ein Supermarkt vorhanden). Umverteilungsquoten i. H. von unter 1 - 2 % gegenüber den Anbietern in diesem Bereich können auf Pendlerverflechtungen und sonstige Mitnahmeeffekte zurückgeführt werden. Eine Gefährdung dieser Nahversorgungsstruktur ist jedoch aufgrund dieser geringen Umverteilungsquoten nicht nachweisbar. Etwas überdurchschnittliche betroffen ist Ihringen. Auf einzelbetrieblicher Ebene können hier auch leicht höhere Umsatzumverteilungsquoten auftreten. Eine generelle bzw. kausale Gefährdung der Nahversorgung in Ihringen ist bei diesen Größenordnungen demnach nicht zu erkennen. Gleichwohl sollte auch das Nahversorgungsangebot in Ihringen mittelfristig modernisiert werden.
- Aufgrund der Kundenstruktur aus dem benachbarten Land Frankreich ist davon auszugehen, dass rd. 0,1 – 0,2 Mio. € gegenüber sonstigen Standorten auf der französischen Seite des Rheins gehen werden. Diese werden sich jedoch gegenüber einer Vielzahl von Standorten (u. a. dezentrale Lage in Vogelsheim, Colmar) verteilen, so dass von einer Beeinträchtigung der bestehenden Versorgungsstrukturen hier nicht auszugehen ist.
- Im **Nonfoodbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Breisach a. Rh. wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Wettbewerbswirkungen in erster Linie gegenüber Anbietern in Breisach a. Rh. sowie Anbietern im angrenzenden Bereich von Frankreich sowie in Teilen im Mittelbereich wirksam werden. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden gegenüber den Hauptwettbewerbern Rewe im zentralen Versorgungsbereich sowie den Anbietern im Fachmarktstandort „Zum Kaiserstuhl“ wirksam werden. Eine Beeinträchtigung bestehender (Nah-)Versorgungsstrukturen oder eine Gefährdung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich Breisach a. Rh. bzw. im angrenzenden französischen Raum oder in den Gemeinden im Mittelbereich ist auszuschließen.

4. Beeinträchtungsverbot

Das Beeinträchtungsverbot gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass das Vorhaben

- ▮ das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
 - ▮ die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens
- nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landesplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des **Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg** aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtungsverbotes ergeben sich aus dem **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg**:

„[...] Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung können sich dadurch ergeben, dass durch die zu erwartende Kaufkraftbindung an einem Standort und dadurch verursachter Geschäftsaufgaben im Wohnbereich die ausreichende Nahversorgung, vor allem für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen, beeinträchtigt ist.

Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden sind insbesondere Auswirkungen auf das Stadtzentrum oder die Nebenzentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde. Solche Auswirkungen können sich beispielsweise ergeben, wenn durch Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb dieser Zentren eine in der Innenstadt oder im Ortskern eingeleitete, mit öffentlichen Mitteln geförderte städtebauliche Sanierungsmaßnahme nicht planmäßig fortgeführt werden kann oder wenn durch starke Kaufkraftbindung außerhalb der Zentren das Niveau und die Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt oder im Ortskern abzusinken drohen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in anderen Gemeinden können sich ergeben, wenn der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojekts den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und die Entwicklung und Versorgungsfunktion von Nachbargemeinden beeinträchtigt. [...]

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

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

Der **Regionalplan 3.0** fordert hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes gemäß Plansatz 2.4.4.3 (Z):

„Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten darf die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne der Standortgemeinde (Stadt- und Ortskern) und der umliegenden Zentralen Orte (Stadt- und Ortskerne) sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht wesentlich beeinträchtigen.“²²

5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten. Die ermittelten Umverteilungen liegen je Standortlage bei max. 7 – 8 % und damit unterhalb eines kritischen Niveaus. Selbstverständlich können im Einzelfall auch bei diesen Größenordnungen Auswirkungen auftreten (vgl. hierzu Rechtsprechung des OVG Münster). Im konkreten Fall Breisach a. Rh. liegen hierzu jedoch keinerlei Anhaltspunkte vor. Im Gegenteil: Die hier betroffenen Standorte (Rewe bzw. Fachmarktstandort „Zum Kaiserstuhl“) sind moderne und überdurchschnittliche leistungsfähige Standorte. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen oder des zentralen Versorgungsbereichs sind sowohl in Breisach a. Rh. als auch für die Gemeinden und Städte außerhalb – Mittelbereich und angrenzendes Frankreich – auszuschließen.
- Die wettbewerblichen Wirkungen gegenüber Anbietern auf französischer Seite belaufen sich ebenfalls auf einem sehr geringen Niveau und verteilen sich auf diverse Standorte. Auch hier können negative Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot durch das Vorhaben eingehalten wird. Es werden sowohl gegenüber zentralen Versorgungsbereichen als auch gegenüber bestehenden Nahversorgungsstrukturen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst.

²² Regionalverband Südlicher Oberrhein: Regionalplan 3.0 in der Fassung des Satzungsbeschlusses vom 8.12.2016 und dem Eintritt der Rechtswirksamkeit zum 22.09.2017. S. 57.

V. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	- Wiederherstellung des abgebrannten Lebensmittelmarktes auf 2.350 m² VK (zzgl. 80 m² für Gastronomie) - Standort im Gewerbegebiet am südlichen Siedlungsrand
Rechtsrahmen und Untersuchung	Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Breisach a. Rh.	- Breisach a. Rh.: Mittelzentrum - Einzelhandelsstrukturen: zentraler Versorgungsbereich mit vorwiegend kleinteiligen Geschäften und Rewe. Größere Lebensmittelmärkte am östlichen Siedlungsrand des Kernorts am Fachmarktstandort / Nahversorgungslage (Aldi, Lidl, dm, Takko, Deichmann, Fristo)
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Das Einzugsgebiet umfasst auf deutscher Seite primär die Stadt Breisach a. Rh. - Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 15.430 Personen - Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 33,1 Mio. € - starke Kundenverflechtungen aus Frankreich durch direkte Lage an der Grenze
Umsatzerwartung	Gesamtumsatzleistung bei ca. 2.350 m² VK: 12,2 Mio. €, davon 10,9 Mio. Food und 1,3 Mio. € Nonfood (Worst-Case-Ansatz)²³
Umsatzumverteilungseffekte in %	- ggü. Anbietern in Breisach a. Rh. 6 - 7 % - ggü. Anbietern im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Breisach a. Rh. 7 - 8 % - ggü. Anbietern im Mittelbereich (Ihringen, Vogtsburg, Merdingen) 1 - 2 % - ggü. Anbietern in Frankreich nicht nachweisbar

²³ 30 % Umsatzzuwachs, obwohl sich die Verkaufsfläche nicht wesentlich verändert.

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	Die Stadt Breisach a. Rh. ist gemäß Regionalplan 3.0 des Regionalverbands Südlicher Oberrhein als Mittelzentrum ausgewiesen und dient somit der Versorgung ihres Mittelbereiches mit Angeboten des gehobenen, spezialisierten Bedarfs. Damit ist Breisach a. Rh. grundsätzlich zur Ansiedlung, Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet. Das Konzentrationsgebot wird somit eingehalten.
Kongruenzgebot	Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes begrenzt sich auf die Stadt Breisach a. Rh. Ein darüber hinaus reichendes Einzugsgebiet ist aufgrund der naturräumlichen Lage und der Wettbewerbsstandorte nicht zu erwarten. Der Streukundenanteil aus Deutschland resultiert v. a. aus den Nachbargemeinden Ihringen, Vogtsburg und Merdingen, die dem Mittelbereich Breisach a. Rh. zugehörig sind. Rd. 16 % des Umsatzes stammen aus dem direkt benachbarten Frankreich. Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass ca. 76 % des durch das Vorhaben erzielten Umsatzes aus der Stadt Breisach a. Rh. selbst stammen werden; weitere 10 % stammen aus dem Mittelbereich Breisach a. Rh. Dementsprechend wird das Kongruenzgebot eingehalten.
Beeinträchtigungsverbot	Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten. Die ermittelten Umverteilungen liegen je Standortlage bei max. 7 – 8 % und damit unterhalb eines kritischen Niveaus. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Nahversorgungsstrukturen oder des zentralen Versorgungsbereichs sind sowohl in Breisach a. Rh. als auch für die Gemeinden und Städte außerhalb – Mittelbereich und angrenzendes Frankreich – auszuschließen, zumal die betroffenen Standorte überaus stabil sind. Die wettbewerblichen Wirkungen gegenüber Anbietern auf französischer Seite belaufen sich ebenfalls auf einem sehr geringen Niveau und verteilen sich auf diverse Standorte. Auch hier können negative Auswirkungen ausgeschlossen werden. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Beeinträchtigungsverbot durch das Vorhaben eingehalten wird. Es werden sowohl gegenüber zentralen Versorgungsbereichen als auch gegenüber bestehenden Nahversorgungsstrukturen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Breisach a. Rh. – Lage und zentralörtliche Struktur	11
Karte 2: Vorhabenplanung „Ihringer Landstraße“	14
Karte 3: Einzugsgebiet des neu gebauten und erweiterten Edeka-Lebensmittelmarktes in Breisach a. Rh.	18
Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)	25
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose von Breisach a. Rh. im Vergleich	10
Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Edeka-Lebensmittelmarkt mit 2.350 m ² VK)	20
Tabelle 4: Zusammenfassung planobjektrelevantes Angebot in Breisach a. Rh.	24
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	28
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2006 – 2017	6
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Abgebrannter Edeka-Markt	13
Foto 2: Zufahrt zum Grundstück	13
Foto 3: Ihringer Landstraße Richtung Innenstadt	13
Foto 4: Ihringer Landstraße und Blick auf Bahnhof vom Edeka	13
Foto 5: Fußgängerquerung Gleisbett am Bahnhof	13
Foto 6: Gewerbebetriebe östlich und nordöstlich des Standortes	13
Foto 7: Gewerbehalle östlich der Edeka-Standortes	13
Foto 8: Henry-Ford-Straße im Süden des Edeka-Standortes	13