



26. Februar 2019

Städtebaulich und raumordnerisch orientierte

Auswirkungsanalyse

zur möglichen Integration eines Bauernmarktes in das bestehende Gartencenter Göppert sowie als Grundlage für die Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“ (SO-Gebiet „Gartencenter“) in der Stadt

Haslach (Ortenaukreis)

Areal am Allmendweg bzw. der Bollenbacher Straße

ecostra-Gutachten im Auftrag der Stadt Haslach

Analysen und Strategien für Märkte und Standorte in Europa

Das ecostra-Leistungsprogramm umfasst:

- Standort- & Potenzialanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Analysen für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Auswirkungen nach § 11.3 BauNVO etc.
- Plausibilitätsprüfungen von vorliegenden Gutachten, Stellungnahmen und Unterlagen
- Wettbewerbsuntersuchungen
- Meinungsforschung

Speziell für Auftraggeber aus der Privatwirtschaft erarbeiten wir außerdem

- Flächen- und Nutzungskonzepte für Einzelhandelsgroßprojekte
- Vermietungsanalysen (Branchen- & Betriebstypenmix, Magnetbetriebe, Mietansätze etc.)
- Tenant Demand Reports
- Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
- Analysen zur Optimierung des Standortnetzes

Speziell für Auftraggeber auf Seiten der öffentlichen Hand bieten wir

- Einzelhandels- und Märktekonzepte
- die fachgutachterliche Begleitung von Stadtentwicklungs- und Stadtumbaumaßnahmen
- Maßnahmen- und Handlungskataloge zur Stabilisierung und Weiterentwicklung von Geschäftsstraßen
- Vergnügungstättenkonzepte
- Untersuchungen zur Nahversorgungssituation
- Gewerbeflächenbedarfsanalysen
- Regionalwirtschaftliche Analysen (z.B. Auswirkungen, Umweganalysen, Umweltauswirkungen von Kongressen und Messen)

Titelbild:
Zum Allmendweg ausgerichtete Vorderfront des Gartencenters Göppert

ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden
Tel. +49 - (0)611 - 71 69 575 0
Fax. +49 - (0)611 - 71 69 575 25

www.ecostracom
info@ecostracom



Vorbemerkung

Seit vielen Jahren betreibt die Familie Göppert in Haslach im Kinzigtal ein Gartencenter mit entsprechenden Produktionsanlagen. Der Standort befindet sich im planungsrechtlichen Außenbereich zwischen dem Allmendweg und der Bollenbacher Straße und wurde im Laufe der Zeit immer wieder ergänzt und erweitert.

Zur Weiterentwicklung und wirtschaftlichen Absicherung des Standortes ist nun die Vergrößerung des bereits vorhandenen „Boutiquebereichs“ und somit eine Erweiterung des Angebotes an zentrenrelevanten Sortimenten sowie die Integration eines sog. „Bauernmarktes“ mit ca. 150 m² Verkaufsfläche (VK) geplant. Außerdem soll ein gastronomischer Bereich das Gartencenter ergänzen. In diesem Zusammenhang ist die Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“ geplant, in dem ein SO-Gebiet „Gartencenter“ festgesetzt werden soll. Hierzu liegt bereits ein Vorentwurf vor, zu dem aus der Beteiligung der Behörden und TÖBs bereits eine Reihe von Anregungen eingegangen ist.


Zur Bereitstellung einer belastbaren Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage für das anstehende Genehmigungsverfahren sowie als Grundlage zur Aufstellung des B-Plans hat die Stadt Haslach im Kinzigtal bei ecostra am 10. Dezember 2018 eine städtebaulich und raumordnerisch orientierte Auswirkungsanalyse zu dem Vorhaben in Auftrag gegeben. Dabei sollen insbesondere auch die bestehenden Verkaufsflächengrößen in den relevanten Warenbereichen erfasst sowie die geplanten Veränderungen bestimmt werden, so dass auf dieser Grundlage – wie von den beteiligten Behörden und TÖBs ange-regt – entsprechende Festsetzungen im B-Plan vorgenommen werden können.

Zur Bewertung der Standortqualität sowie der aktuellen Flächen- und Nutzungskonzeption des Gartencenters Göppert und der Erfassung der derzeitigen Wettbewerbssituation erfolgten in der 5. KW 2019 durch ecostra-Mitarbeiter eine Besichtigung des Objektstandortes und Vor-Ort-Aufnahmen der maßgeblichen Wettbewerbsstandorte im überörtlichen Umfeld sowie der Einzelhandelssituation in der Haslacher Innenstadt.

Alle für diese Untersuchung verwendeten Daten und Angaben wurden nach bestem Wissen erfasst, aufbereitet und ausgewertet. Sämtliche verwendete Fotos und Abbildungen stammen – soweit nicht anders gekennzeichnet – von ecostra. Die Weitergabe des vorliegenden Gutachtens bedarf der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers. ecostra verpflichtet sich hiermit, sämtliche im Zusammenhang mit dem Vorhaben zugeleiteten Informationen ebenso vertraulich zu behandeln, wie die Aussagen dieses Berichts.

Wiesbaden, den 26. Februar 2019

ecostra GmbH



Dr. Joachim Will



Thomas Terlinden, M.A.

Inhaltsangabe

Vorbemerkung

1.	AUFGABENSTELLUNG UND RECHTSRAHMEN DER STANDORTENTWICKLUNG	1
1.1	Aufgabenstellung	1
1.2	Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel	2
1.2.1	Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)	2
1.2.2	Gesetzliche Rahmenbedingungen in Baden-Württemberg (LEP 2002, Einzelhandelserlass, Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017)	3
2.	STANDORT- UND OBJEKTBSCHREIBUNGEN SOWIE -BEWERTUNGEN	11
2.1	Der Makrostandort Haslach	11
2.1.1	Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten	11
2.1.2	Verkehrsinfrastruktur	12
2.1.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	12
2.1.4	Wirtschaft und Arbeitsmarkt	13
2.2	Der Einzelhandelsstandort Haslach	13
2.2.1	Die Einkaufsinnenstadt von Haslach	14
2.2.2	Sonstige Einzelhandelslagen in der Stadt Haslach	17
2.2.3	Überörtliche und regional wirksame Einkaufsorte im Untersuchungsraum	18
2.3	Standort- und Objektbeschreibung Gartencenter Göppert	18
2.3.1	Standortbeschreibung Gartencenter Göppert	18
2.3.2	Objektbeschreibung und -daten des bestehenden Gartencenters Göppert	21
2.3.3	Projektdaten für die geplante Angebotserweiterung im Gartencenter Göppert	26
2.3.4	Standort- und Objektbewertung des Gartencenters Göppert	27
3.	DIE ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSSITUATION	29
3.1	Die projektrelevante Wettbewerbssituation in den Kernsortimenten des Gartencenters Göppert	29
3.2	Die Wettbewerbssituation in den zentrenrelevanten Randsortimenten	31
3.3	Wettbewerbsplanungen und zukünftige Wettbewerbssituation	36
3.4	Fazit aus der Wettbewerbsanalyse	39
4.	EINZUGSGEBIET, BEVÖLKERUNGS- UND KAUFKRAFTPOTENZIALE	40
4.1	Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenziale	40
4.1.1	Methodische Grundlagen	40
4.1.2	Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes des Gartencenters Göppert	40
4.1.3	Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach	41

4.2	Die einzelhandels- und die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	43
4.2.1	Methodische Grundlagen	43
4.2.2	Aktuelles Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet	45
5.	UMSATZERWARTUNG, KAUFKRAFTSTRÖME UND MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN DES UNTERSUCHUNGSOBJEKTES	47
5.1	Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen	47
5.2	Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des Untersuchungsprojekts	48
5.2.1	Umsatzleistung, Marktanteile und Umsatzherkunft des Gartencenters Göppert im derzeitigen Bestand	48
5.2.2	Umsatzleistung, Marktanteile und Umsatzherkunft des sortimentspezifisch erweiterten Gartencenters Göppert	51
5.3	Die Kaufkraftbewegungen im Lebensmitteleinzelhandel	53
5.4	Empfehlungen zur Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“ mit Festsetzungen für ein SO-Gebiet „Gartencenter“	56
6.	FAZIT	61

Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Anhang: Mietflächen/Verkaufsflächen-Definition (MF/V) der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.v. (gif)

1. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen der Standortentwicklung

1.1 Aufgabenstellung

Seit vielen Jahren betreibt die Familie Göppert in Haslach im Kinzigtal ein Gartencenter mit entsprechenden Produktionsanlagen. Der Standort befindet sich im planungsrechtlichen Außenbereich zwischen dem Allmendweg und der Bollenbacher Straße und wurde im Laufe der Zeit immer wieder ergänzt und erweitert, wobei nach Angabe der unternehmenseigenen Homepage derzeit von einer Verkaufsfläche in einer Größenordnung von ca. 5.000 m², einer Produktionsfläche von ca. 7.500 m² sowie Freiflächen von ca. 3.000 m² auszugehen ist.

Zur Weiterentwicklung und wirtschaftlichen Absicherung des Standortes ist nun die Vergrößerung des bereits vorhandenen „Boutiquebereichs“ und somit eine Erweiterung des Angebotes an zentrenrelevanten Sortimenten sowie die Integration eines sog. „Bauernmarktes“ mit ca. 150 m² Verkaufsfläche (VK), bei welchem v.a. regionale Produkte aus der Landwirtschaft verkauft werden sollen, geplant. Außerdem soll ein gastronomischer Bereich (inkl. Eventlocation) in das Gartencenter integriert werden.

In diesem Zusammenhang ist von Seiten der Stadt Haslach die Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“ geplant, in dem ein SO-Gebiet „Gartencenter“ festgesetzt werden soll. Hierzu liegt bereits ein Vorentwurf vor, zu dem aus der frühzeitigen Beteiligung der Behörden und TÖBs bereits eine Reihe von Hinweisen und Anregungen eingegangen ist. So wurde u.a. von verschiedenen TÖBs empfohlen

- die maximale Gesamtverkaufsfläche festzusetzen und von der reinen Produktionsfläche abzugrenzen
- die Flächenanteile der Kern- sowie der Randsortimente zu bestimmen
- die zentrenrelevanten Randsortimente auf ein stadt- und raumverträgliches Maß zu begrenzen.

Zur Bereitstellung einer belastbaren Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage für das anstehende Genehmigungsverfahren sowie als Grundlage zur Aufstellung des B-Plans hat die Stadt Haslach im Kinzigtal bei ecostra am 10. Dezember 2018 eine Auswirkungsanalyse zu dem Vorhaben in Auftrag gegeben, welche detailliert die mit dem Projekt verbundenen Wirkungen auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung analysiert. Dabei sollen insbesondere auch die Verkaufsflächen im Bestand sowie bei der geplanten Erweiterung entsprechend der relevanten Sortimentszuordnungen bestimmt werden, so dass auf dieser Grundlage – wie von den beteiligten Behörden und TÖBs angeregt – entsprechende Festsetzungen im B-Plan vorgenommen werden können.

Grundlage dieser Überprüfung bilden zunächst die Vorgaben des §11 Abs. 3 BauNVO sowie der relevanten landes- und regionalplanerischen Vorschriften (hier u.a. Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002, Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017, Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Darstellung des projektrelevanten Rechtsrahmens
- Beschreibung und Bewertung des Untersuchungsstandortes und Bestandsobjektes Gartencenter Göppert in Haslach; Darstellung der Projektdaten der geplanten Erweiterung und Umstrukturierung
- Erfassung, Darstellung und Bewertung des relevanten Wettbewerbs
- Abgrenzung des Einzugsgebiets, Ermittlung des aktuellen Bevölkerungspotenzials und der planobjektbezogenen Kaufkraftvolumina sowie Prognose der Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2030
- Analyse der durch das Vorhaben ausgelösten Kaufkraftströme sowie mögliche Auswirkungen der Projektplanung auf Aspekte des Städtebaus und der Raumordnung sowie auf die Nahversorgung
- Abschließende Bewertung und Empfehlungen zur möglichen Realisierung der geplanten Erweiterung des Gartencenters Göppert in Haslach sowie zu möglichen Festsetzungen im vorgesehenen Bebauungsplan „Allmendweg“.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse dient dem Auftraggeber als Informations- und Bewertungsgrundlage in Zusammenhang mit der geplanten Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“.

1.2 Der Rechtsrahmen für die Standortentwicklung im Einzelhandel

1.2.1 Bundesrechtliche Regelungen (BauGB, BauNVO)

Wesentliche Rechtsgrundlagen für die Standortentwicklung im Einzelhandel stellen die Regelungen des Baugesetzbuches (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Im BauGB werden förmliche Verfahren zur Aufstellung verschiedener Pläne geregelt. Die BauNVO bestimmt Art und Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche. Die zentrale Norm des §11 Abs. 3 BauNVO führt hierzu aus:

- „(3)
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 Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Entsprechend der BauNVO greift die Regelvermutung des §11 Abs. 3 Satz 3, wonach Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Ergänzend hat das Bundesverwaltungsgericht geurteilt, dass Einzelhandelsbetriebe großflächig sind, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. In diesem Fall wird von den Genehmigungs- und Planungsbehörden zunächst vermutet, dass der Betrieb nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung und auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung hat, so dass der Betrieb nur in bestimmten Gebieten zulässig ist (Kerngebiete, bestimmte Sondergebiete).

Neben den bundesrechtlichen Gesetzen und Verordnungen sind weiterhin die Raumordnungsgesetze, Landesentwicklungspläne sowie ggf. ergänzende Verordnungen der jeweiligen Bundesländer von Bedeutung. Die Zuweisung der allgemeinen Raumordnungsangelegenheiten in die Gesetzgebungskompetenz der Länder hat zur Folge, dass je nach Bundesland z.T. unterschiedliche gesetzliche Regelungen zu beachten sind.

1.2.2 Gesetzliche Rahmenbedingungen in Baden-Württemberg (LEP 2002, Einzelhandelserlass, Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017)

Der aktuell gültige Landesentwicklungsplan für Baden-Württemberg¹ vom September 2002 (LEP 2002) sowie der Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg vom Februar 2001² beinhalten u.a. Grundsätze und Ziele, die für die Standortentwicklung im Einzelhandel von Bedeutung sind. So wird im Kapitel 3 „Siedlungsentwicklung und Flächenvorsorge“ des LEP 2002 unter Punkt 3.3 „Wirtschaftsentwicklung, Standortbedingungen“ u.a. festgehalten:

¹ Vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): Landesentwicklungsprogramm 2002 (LEP 2002), Stuttgart, 2002

² Vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001, Stuttgart, 2001, Az.: 6-2500.4/7

„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.*

Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.

Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.“

Die zentralörtliche Hierarchie mit ihren abgestuften Versorgungsfunktionen ist für Baden-Württemberg ebenfalls im LEP 2002 festgehalten.¹ Danach halten Ober- und Mittelzentren höherwertige Güter und Dienstleistungen für den spezialisierten, mittel- und langfristigen Bedarf vor. Unterzentren dienen der Deckung des qualifizierten und häufig wiederkehrenden Bedarfs der Grundversorgung. Jeder zentrale Ort übernimmt innerhalb der hierarchischen Struktur und der flächendeckenden Funktionsteilung im Raum für einen entsprechenden Verflechtungsbereich auch Funktionen der niedrigeren Zentralitätsstufe(n). Diese Vorgaben der Landesplanung werden auf der regionalen Ebene weiter konkretisiert. Maßgeblich ist im vorliegenden Fall der Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017, dessen Teilfortschreibung „Einzelhandelsgroßprojekte“ vom 16.07.2010 sowie dessen Gesamtfortschreibung in der Fassung des Satzungsbeschlusses der Verbandsversammlung vom 08.12.2016 im September 2017 verbindlich genehmigt wurde.² Folgende zentrale Orte mit entsprechender Versorgungsfunktion werden im Regionalplan Südlicher Oberrhein definiert:

¹ Vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): LEP 2002, S. 20ff

² Vgl. REGIONALVERBAND SÜDLICHER OBERRHEIN (Hrsg.): Regionalplan Südlicher Oberrhein 3.0, Freiburg, September 2017

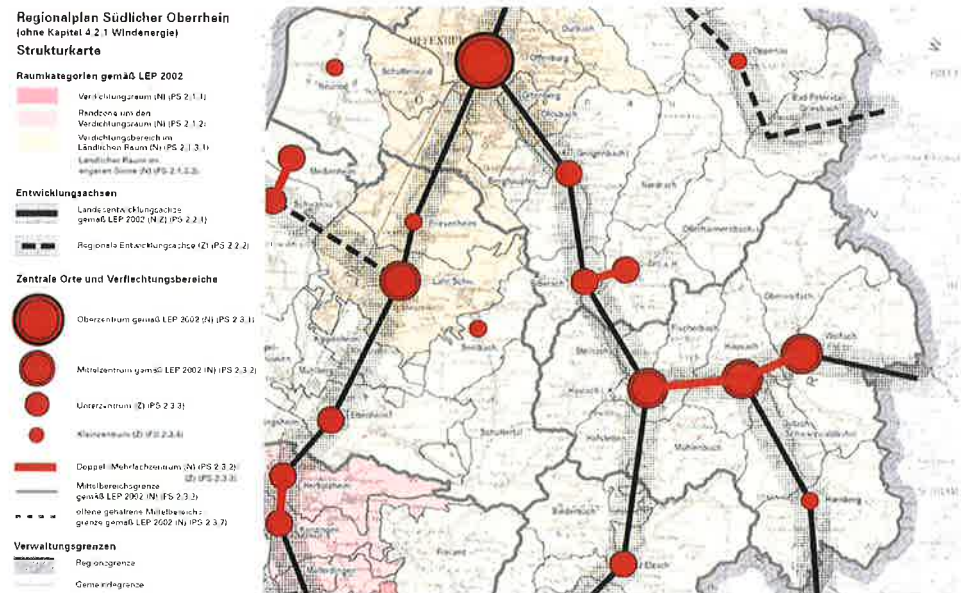


- **Oberzentren** sollen als Standorte großstädtischer Prägung die Versorgung ihres Verflechtungsbereiches mit hoch qualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten. Als Oberzentren für die Region Südlicher Oberrhein sind die Städte Freiburg im Breisgau und Offenburg definiert.
- **Mittelzentren** dienen als Schwerpunkte für Angebote an Bildung, Gesundheit und Kultur. Sie sollen als Standorte eines vielfältigen Angebots an höherwertigen Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie den gehobenen, spezialisierten Bedarf decken können. Im Untersuchungsraum bilden die benachbarten Gemeinden Haslach im Kinzigtal, Hausach und Wolfach ein Mittelzentrum in Funktionsteilung. Weitere Mittelzentren in der Region Südlicher Oberrhein sind z.B. Lahr/Schwarzwald im Westen oder Waldkirch und Emmendingen im Südwesten.
- **Unterzentren** sollen als Standorte von Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie auch den qualifizierten, häufig wiederkehrenden Bedarf eines Verflechtungsbereichs der Grundversorgung decken können. Unterzentren im Untersuchungsraum sind laut Regionalplan Südlicher Oberrhein z.B. die Gemeinden Biberach/Baden und Zell am Harmersbach (in Funktionsteilung) im Norden oder Elzach im Südwesten.
- **Kleinzentren** sollen als Standorte von Arbeitsplätzen und zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung so entwickelt werden, dass sie den häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf ihres Verflechtungsbereichs decken können. Kleinzentren im Untersuchungsraum sind z.B. die Gemeinde Seelbach westlich und die Gemeinde Hornberg südöstlich von Haslach.
- Alle anderen Gemeinden in der Region, d.h. **Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion**, sollen der örtlichen Grundversorgung der Bevölkerung dienen und über die entsprechende Ausstattung verfügen. Beispielgemeinden im überörtlichen Umfeld von Haslach sind die Nachbargemeinden Fischerbach, Hofstetten, Mühlenbach und Steinach.

Damit ergibt sich für die Stadt Haslach die folgende zentralörtliche Systematik: Landes- bzw. regionalplanerisch ist Haslach – in Funktionsteilung mit den Nachbargemeinden Hausach und Wolfach im Osten – als Mittelzentrum ausgewiesen. Ansonsten sind im näheren Untersuchungsraum lediglich einzelne Klein- und Unterzentren lokalisiert (vgl. Abb. 1).

Zum Verflechtungsbereich des gemeinsamen Mittelzentrums Haslach im Kinzigtal / Hausach / Wolfach zählen dabei die Gemeinden Fischerbach, Gutach (Schwarzwaldbahn), Haslach im Kinzigtal, Hausach, Hofstetten, Hornberg, Mühlenbach, Oberwolfach, Steinach und Wolfach.

Abb. 1: Auszug aus der Strukturkarte des Regionalplans Südlicher Oberrhein (Gesamtfortschreibung, Stand September 2017)



Quelle: Regionalplan Südlicher Oberrhein: Gesamtfortschreibung (ohne Kapitel 4.2.1 Windenergie), Strukturkarte, Stand: September 2017

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ergänzt diese Regelungen durch Vorgaben z.B. zu Hersteller-Direktverkaufszentren als einer besonderen Form des großflächigen Einzelhandels oder den Auswirkungen mehrerer kleinerer Betriebe in einem räumlichen Zusammenhang. Auf letzteren Sachverhalt bezieht sich die sog. „Agglomerationsregel“. Hierzu heißt es:¹

2.3.3 Sonderfall Agglomeration

Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO können jedoch auch dadurch gegeben sein, dass mehrere kleinere Betriebe mit einer Größe von jeweils unter 1.200 m² Geschossfläche in räumlichem und zeitlichem Zusammenhang errichtet werden, zu vorhandenen Betrieben neue Betriebe unter 1.200 m² hinzutreten oder vorhandene Betriebe entsprechend erweitert oder umgenutzt werden sollen. Solche als isolierte Einzelfälle gegebenenfalls für sich unbedenkliche Vorhaben müssen in ihrem Zusammenhang gesehen werden und können durch eine derartige Agglomeration gemeinsam zu Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO, wenn nicht sogar zu einem Einkaufszentrum werden.

Darüber hinaus werden das Kongruenzgebot sowie das Beeinträchtigungsverbot im Einzelhandelserlass noch einmal wie folgt präzisiert:²

¹ Vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): op.cit. (Einzelhandelserlass), S. 9f

² Vgl. WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): op.cit. (Einzelhandelserlass), S. 11f. Hinweis: Dieser Einzelhandelserlass ist am 20.02.2008 außer Kraft getreten und in Ergänzung sonstiger Vorschriften nur noch als Auslegungshilfe zu verwenden.

3.2.1.4 Verletzung des Kongruenzgebots

Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll.

3.2.2.3 Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns und der verbrauchernahen Versorgung (...)

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 vorhabensspezifischen Sortiment.

Bezogen auf Einzelhandelsgroßprojekte erfolgt eine vertiefende Behandlung im Kapitel 2.4.4 „Einzelhandel“ des Regionalplans Südlicher Oberrhein. Hier wird folgendes festgelegt:

2.4.4 **Einzelhandel**

(G) **Gewährleistung einer verbrauchernahen Versorgung**

2.4.4.1

Um eine verbrauchernahe Versorgung in der gesamten Region zu gewährleisten, sollen im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung integrierte und wohngebietsnahe Standorte für die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben herangezogen werden. Dabei soll insbesondere den Bedürfnissen von Behinderten, Familien mit Kindern und Senioren angemessen Rechnung getragen und auf eine gute Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Fußgänger- und Fahrradverkehr hingewirkt werden.

(Z) **Konzentrationsgebot**

2.4.4.2

Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (Einzelhandelsgroßprojekte) ist in der Regel nur in den Ober-, Mittel- und Unterezentren zulässig.

Abweichend hiervon kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung erforderlich ist und von den Einzelhandelsgroßprojekten keine überörtlichen Auswirkungen zu erwarten sind oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsräumen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterezentren zusammengewachsen sind. Die Plansätze 2.4.4.3 bis 2.4.4.5 gelten entsprechend.

Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory Outlet Center) sind als besondere Form des großflächigen Einzelhandels grundsätzlich nur in den Oberzentren Freiburg i. Br. und Offenburg zulässig. Bei einer Geschossfläche von weniger als 5.000 m² kommen ausnahmsweise

auch Standorte in Mittelzentren in Betracht. Die Plansätze 2.4.4.3 bis 2.4.4.7 gelten entsprechend.

(Z) **Beeinträchtungsverbot**

2.4.4.3

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

(Z) **Kongruenzgebot**

2.4.4.4

Bei der Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten ist die Verkaufsfläche des Vorhabens auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereich abzustimmen.

(N) **Integrationsgebot**

2.4.4.5

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

(Z) **Vorranggebiete für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte**

2.4.4.6

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte auszuweisen, zu errichten und zu erweitern. In den Vorranggebieten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte sind andere mit der Vorrangigen unvereinbare raumbedeutsame Nutzungen ausgeschlossen. Außerhalb der Vorranggebiete für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ist die Ausweisung und Errichtung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen (Ausschlussgebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte). Ausnahmsweise sind bestandsorientierte Erweiterungen zulässig, sofern sie entsprechend der Plansätze 2.4.4.2 bis 2.4.4.4 regionalplanerisch verträglich sind.

Zentrenrelevante Randsortimente sind in den Ausschlussgebieten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte auf die Verkaufsflächenengröße zu begrenzen, die der Schwelle zur Großflächigkeit entspricht. Die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente hat sich der Verkaufsfläche des Hauptsortiments unterzuordnen.

(G) **Vorbehaltsgebiete für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (Ergänzungsstandorte)**

2.4.4.7

Auch Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollen in städtebaulich integrierten Lagen ausgewiesen, errichtet und erweitert werden. Sofern dort keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen, kommen auch Standorte in städtebaulichen Randlagen in Frage. In der Raumnutzungskarte sind Vorbehaltsgebiete für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt. In den Vorbehaltsgebieten für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ist der Einzelhandelsnutzung in der Abwägung mit konkurrierenden raumbedeutsamen Nutzungen ein besonderes Gewicht beizumessen.



(Z) **Einzelhandelsagglomeration**

2.6.9.8

Mehrere – auch an sich selbstständige, nicht-großflächige – Einzelhandelsbetriebe, die aufgrund ihres räumlichen und funktionalen Zusammenhangs negative raumordnerische Auswirkungen erwarten lassen, sind wie ein einheitliches Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

In der diesbezüglichen Raumnutzungskarte des Regionalplans Südlicher Oberrhein ist für die Stadt Haslach ein Vorranggebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte definiert, welches den historischen Ortskern zwischen Gartenstraße im Osten, Seilerbahnstraße im Süden, Steinacher Straße im Westen und Engelstraße im Norden umfasst und im Norden zudem um das Gebiet bis zur Schwarzwaldstraße (B33) erweitert ist. Zudem ist direkt nordöstlich des innerstädtischen Vorranggebietes ein Vorbehaltsgebiet für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (Ergänzungsstandorte) ausgewiesen, welches sich über die Fachmarkttagglomeration (u.a. Aldi, dm, Edeka, Fressnapf, Rewe) zwischen der Straße „Im Spießacker“ bzw. der Mühlenstraße im Süden, der Sägestraße (B294) im Westen und der Schwarzwaldstraße im Norden und Osten erstreckt. Der Standort des Gartencenters Göppert liegt planungsrechtlich in einem Außenbereich und außerhalb sowohl des ausgewiesenen Vorranggebietes für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte als auch des Vorbehaltsgebietes für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte.

Weiterhin wird in der Begründung des Regionalplans Südlicher Oberrhein bezogen auf Einzelhandelsgroßbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auch der Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten behandelt. Darin wird festgestellt:

„Es ist daher unerlässlich, dass zum Schutz der zentralörtlichen Versorgungskerne die zentrenrelevanten Randsortimente auf ein verträgliches Maß begrenzt bleiben. Entscheidender Prüfmaßstab bildet hierbei die Schwelle zur Großflächigkeit. Daneben soll sichergestellt werden, dass sich die für zentrenrelevante Sortimente bestimmte Verkaufsflächengröße eines Einzelhandelsgroßprojekts der für nicht-zentrenrelevante Sortimente bestimmten Verkaufsfläche quantitativ deutlich unterordnet. In der Praxis hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bewährt.“¹

Die bundes- und landesrechtlichen sowie regionalplanerischen Regelungen zur Steuerung der Standortentwicklung im großflächigen Einzelhandel beinhalten somit eine Reihe von Vorgaben, welche bei einer Prüfung und Bewertung eines Einzelhandelsprojektes zu beachten sind. Zusammengefasst sind hier v.a. folgende Punkte von Bedeutung:

- **Konzentrationsgebot.** Dieses beinhaltet die Zuordnung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Orten einer bestimmten Zentralitätsstufe (z.B. Unter-

¹ Vgl. REGIONALVERBAND SÜDLICHER OBERRHEIN (Hrsg.): op.cit. S. B35f

Mittel- oder Oberzentren), während eine entsprechende Ansiedlung z.B. in Gemeinden ohne jede landesplanerisch festgelegte Zentralität nicht vorgesehen ist. Jedoch kommen abweichend hiervon auch „Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung erforderlich ist und von den Einzelhandelsgroßprojekten keine überörtlichen Auswirkungen zu erwarten sind sowie wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsräumen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.“

- **Kongruenzgebot.** Demnach sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe nach Umfang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen. Sie sollen so bemessen sein, dass der Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet bzw. sich in diesen einfügt. Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll.
- **Beeinträchtungsverbot.** Ein großflächiges Einzelhandelsprojekt darf weder die Versorgungsfunktion städtebaulich integrierter Bereiche der Standortgemeinde noch die Versorgungsbereiche benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigen.¹ Auch sog. Nahversorgungsbereiche – d.h. Standorte mit einem im Wesentlichen fußläufigen Einzugsgebiet, die der Nahversorgung dienen – können zentrale Versorgungsbereiche sein, deren Funktionsfähigkeit nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.
- **Integrationsgebot.** Großflächige Einzelhandelsprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten – d.h. in engem räumlichem und funktionalem Zusammenhang mit den zentralen Einkaufsbereichen – realisiert werden. Bei großflächigen Einzelhandelsprojekten mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten können auch sonstige Standortlagen in Betracht kommen.

Die nachfolgenden Analysen werden aufzeigen, inwieweit das Planvorhaben in der Stadt Haslach mit diesen raumordnerischen und landesplanerischen Vorgaben in Einklang steht.

¹ Eine wesentliche Beeinträchtigung wird dann vermutet, wenn durch das geplante großflächige Einzelhandelsprojekt bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten Umsatzrückgänge von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten Umsatzverluste von ca. 20 % zu erwarten sind, wobei diese Schwelle der Umsatzumverteilung nicht statisch zu bewerten ist. So wäre z.B. zwischen einem Umsatzrückgang von ca. 9,9 % und 10,1 % kein nennenswerter qualitativer Unterschied in den tatsächlichen Auswirkungen feststellbar. Nach der aktuellen Rechtsprechung besteht die Möglichkeit von negativen Auswirkungen auf die geschützte Planungshoheit der Nachbargemeinde und damit eine Abwägungspflicht dann, wenn eine Umsatzumverteilung zu Lasten der Nachbarkommunen durch das angegriffene Vorhaben von etwa 10 % zu erwarten ist, weil die damit verbundenen primärwirtschaftlichen Folgen, insbesondere Betriebsschließungen, zu einer Veränderung der städtebaulichen Gestaltung führen und damit die Nachbargemeinde zu einer Änderung ihrer bisherigen Planung zwingen kann (vgl. OVG Rheinland-Pfalz, Urt. v. 25.04.2001, OVG Rheinland-Pfalz, Beschluss v. 08.01.1999, OVG Münster, Urt. v. 06.06.2005, 10 D 148/04).

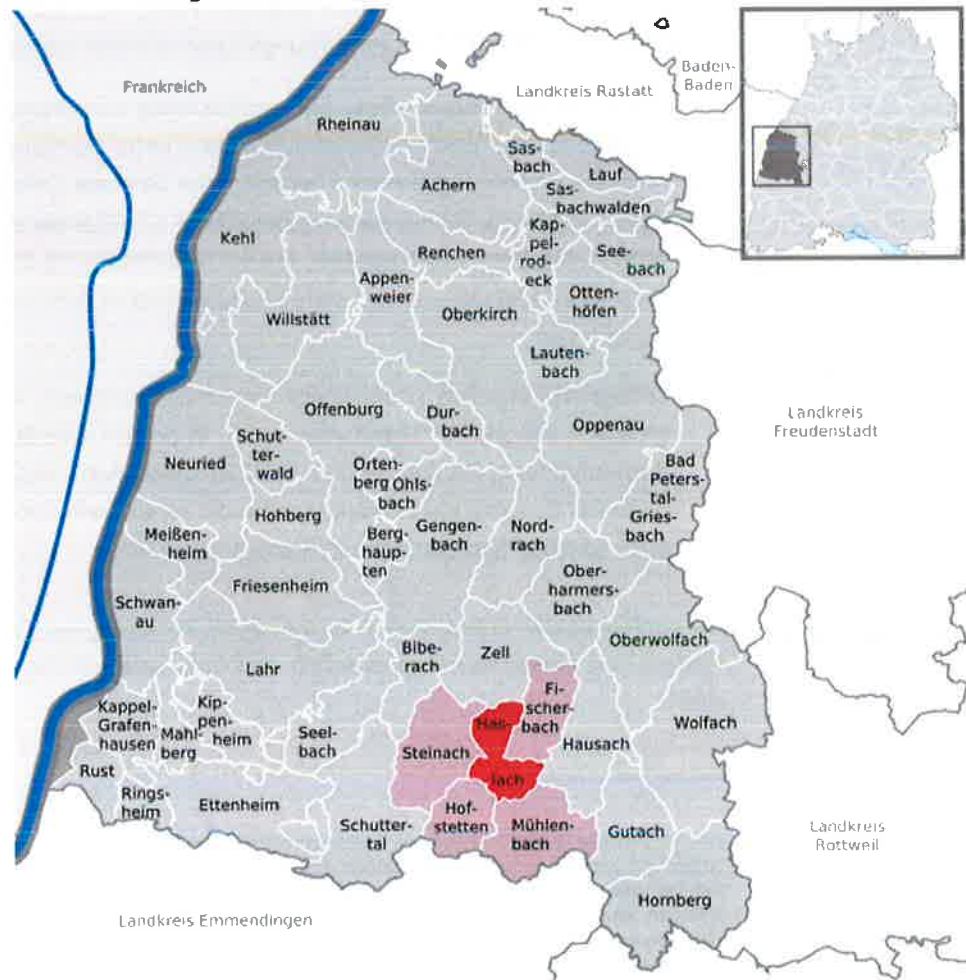
2. Standort- und Objektbeschreibungen sowie -bewertungen

2.1 Der Makrostandort Haslach im Kinzigtal

2.1.1 Geographische Lage und allgemeine Rahmendaten

Die Stadt Haslach (ca. 7.095 Einwohner) ist im südwestlichen Baden-Württemberg im Ortenaukreis lokalisiert. Naturräumlich liegt die Stadt im Schwarzwald und weist im Übergang des Kinzigtals zu den Gipfeln des Schwarzwaldes eine ausgeprägte Topographie auf. Hausberg der Stadt ist der Urenkopf mit ca. 555 m über NN. Zur Stadt Haslach gehören neben der Kernstadt die Stadtteile Bollenbach und Schnellingen sowie weitere Dörfer, Wohnplätze und Gehöfte. Nächstgelegenes Oberzentrum ist ca. 25 km nordwestlich die Stadt Offenburg.

Abb. 2: Die Lage der Stadt Haslach innerhalb des Ortenaukreises



Quelle: www.wikipedia.org; Karte erstellt von Hagar66

2.1.2 Verkehrsinfrastruktur

Die Verkehrsinfrastruktur im Untersuchungsraum orientiert sich aufgrund des bergigen Reliefs weitestgehend an den Flusstälern. Mit Abstand wichtigste Verkehrsachsen sind dabei die Bundesstraßen B33 (Offenburg – Villingen-Schwenningen) und B294 (Freiburg – Freudenstadt), welche im Kinzigtal z.T. auf einer gemeinsamen Trasse zusammengeführt werden und welche in west-östlicher Richtung mitten durch die Kernstadt von Haslach verläuft. Die nächstgelegenen Autobahnanschlussstellen sind im Westen bei Lahr/Schwarzwald bzw. bei Offenburg (A5 Basel – Karlsruhe – Frankfurt/Main) ca. 30 km und im Osten bei Zimmern ob Rottweil (A81 Stuttgart – Singen) knapp 50 km entfernt. Aufgrund der Konzentration auf eine Hauptverkehrsachse kommt es v.a. zu den Hauptverkehrszeiten in den Städten Haslach, Hausach und Wolfach zu einer hohen Verkehrsbelastung.

Bezogen auf den SPNV ist Haslach regional an die Kinzigtalbahn (Offenburg – Haslach – Freudenstadt) und an die Regionalexpresslinie (Karlsruhe – Konstanz) angebunden. Zudem verbinden örtliche und regionale Buslinien die Gemeinden und einzelnen Ortsteile im Kinzigtal miteinander.

2.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Die Stadt Haslach besteht wie bereits o.a. aus der Kernstadt, den Stadtteilen Bollenbach und Schnellingen sowie weiteren Dörfern, Wohnplätzen und Gehöften, wobei die Siedlungsschwerpunkte v.a. die am linken Kinzigufer gelegene Kernstadt sowie bereits deutlich nachrangig am rechten Kinzigufer Bollenbach (ca. 950 Einwohner) und Schnellingen (ca. 450) sind. Die Gebiete abseits der Kinzig sind aufgrund der ansteigenden Topographie nur spärlich besiedelt.

Nach dem Zweiten Weltkrieg bis Anfang der 1970er Jahre (ca. 6.155 Einwohner im Jahr 1970) war Haslach zunächst durch einen Bevölkerungsanstieg gekennzeichnet. Bis in die Mitte der 1980er Jahre folgte eine Phase mit einer stagnierenden bzw. leicht rückläufigen Bevölkerungszahl (ca. 5.830 Einwohner im Jahr 1983). Seitdem ist eine erneute Trendwende mit einem mehr oder weniger kontinuierlichen Bevölkerungswachstum zu verzeichnen und seit dem Jahr 2016 weist die Stadt Haslach mehr als 7.000 Einwohner auf.

Bis zum Jahr 2030 wird der Stadt Haslach sowohl vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg (Basisjahr 2014) als auch von der Bertelsmann Stiftung (Basisjahr 2012)¹ ein Bevölkerungsrückgang zwischen -2,5 und -5,0 % prognostiziert. Angesichts der tatsächlichen Bevölkerungsentwicklung seit dem Jahr 2014 ist diese Bevölkerungsprognose jedoch unter Vorbehalt zu betrachten.

¹ Vgl. BERTELSMANN STIFTUNG (Hrsg.): Demographiebericht Haslach. Ein Baustein des Wegweisers Kommune, o.O., o.J.

2.1.4 Wirtschaft und Arbeitsmarkt

Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg arbeiten derzeit ca. 4.220 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Haslach. Davon entfallen ca. 43 % aller Beschäftigten auf das Produzierende Gewerbe, was im Bundesvergleich (ca. 31 %) ein deutlich überdurchschnittlicher Anteil dieses Sektors an der Gesamtbeschäftigtenzahl darstellt. Weitere ca. 17 % der Beschäftigten arbeiten im Wirtschaftszweig „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“, während sich die übrigen Beschäftigten auf die „Sonstigen Dienstleistungen“ (ca. 39 %) sowie sehr deutlich nachrangig auf die Land- und Forstwirtschaft verteilen. Insgesamt weist Haslach eine diversifizierte und mittelständische Wirtschaftsstruktur auf, wobei u.a. die Ditter Plastic GmbH + Co KG, Benz GmbH Werkzeugsysteme, Sparkasse Haslach, Protec GmbH Zerspanungstechnik, Scherer GmbH Metallveredelung oder Streit Datentechnik GmbH zu den wichtigsten Arbeitgebern zählen. Nach Auskunft der stadteigenen Website ist Haslach eine der wenigen Städte im Ortenaukreis mit einem Einpendlerüberschuss (ca. 2.710 Einpendlern stehen ca. 1.690 Auspendler gegenüber).

Im gesamten Ortenaukreis spielt zudem der Tourismus zunehmend eine wichtige Rolle. Im Jahr 2017 verzeichnete der gesamte Landkreis ca. 1.645.650 Gästeankünfte bzw. ca. 3.596.300 Übernachtungen. Seit dem Jahr 2004 hat die Zahl der Übernachtungen um ca. +38 % zugenommen. Für die Stadt Haslach werden wiederum auf der stadteigenen Homepage pro Jahr ca. 18.000 Übernachtungen und ca. 100.000 Tagestouristen genannt. Die Arbeitslosenquote des Landkreises beläuft sich im Durchschnitt des Jahres 2017 auf ca. 3,2 % bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen und bewegt sich damit auf einem noch niedrigeren Niveau als das Bundesland Baden-Württemberg mit insgesamt ca. 3,5 %.¹ Mit einem Wert von ca. 105,1 liegt das Kaufkraftniveau der Wohnbevölkerung der Stadt Haslach relativ deutlich über dem Durchschnittswert des gesamten Landkreises (ca. 100,7) wie auch über dem Bundesdurchschnitt von 100.

Die Stadt Haslach ist im LEP Baden-Württemberg von 2002 und im Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017 gemeinsam mit den Nachbarstädten Hausach und Wolfach als Mittelzentrum in Funktionsteilung ausgewiesen. Damit übernimmt das gemeinsame Mittelzentrum eine übergeordnete Versorgungsfunktion für die zum Verflechtungsbereich zählenden Gemeinden Fischerbach, Gutach (Schwarzwaldbahn), Haslach im Kinzigtal, Hausach, Hofstetten, Hornberg, Mühlenbach, Oberwolfach, Steinach und Wolfach.

2.2 Der Einzelhandelsstandort Haslach

Für die Stadt Haslach liegen weder ein Einzelhandelskonzept noch sonstige detaillierte Daten oder Informationen zur Einzelhandelsstruktur vor. Auf der Homepage der Stadt Haslach wird für die Gesamtstadt lediglich ein jährlicher Einzelhandelsumsatz in Höhe von insgesamt ca. 59,0 Mio. € genannt.

¹ Vgl. STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.): www.statistik-bw.de



Weitere Erkenntnisse zum Einzelhandel in Haslach liefert der Handelsmonitor Oberrhein.¹ Laut Handelsmonitor Oberrhein bewegt sich die Einzelhandelszentralität im kurzfristigen Bedarfsbereich in der Stadt Haslach – ebenso wie im benachbarten Hausach – in einer Größenklasse von mehr als 150 % (S. 80). Somit fließt im kurzfristigen Bedarfsbereich per Saldo in deutlichem Umfang Kaufkraft aus den Umlandgemeinden in die Stadt Hausach; der entsprechende Zentralitätswert zeigt eine bereits gute Umlandausstrahlung in diesem kurzfristigen Bedarfsbereich. Für die zentrenrelevanten Sortimentsbereiche wird in Haslach im Zeitraum von 2008 bis 2017 eine relative Flächenzunahme in einer Größenordnung von 5 – 20 % konstatiert (S. 84 ff).

Die wichtigsten Einzelhandelslagen innerhalb der Stadt Haslach wurden für die vorliegende Auswirkungsanalyse von ecostra-Mitarbeitern im Rahmen einer qualitativen Vor-Ort-Begehung erfasst und bewertet. Auftragsgemäß wurde jedoch keine detaillierte Bestandserhebung durchgeführt.

2.2.1 Die Einkaufsinnenstadt von Haslach

Die Einkaufsinnenstadt von Haslach erstreckt sich über die historische Altstadt sowie das nördlich angrenzende Teilgebiet und wird von der Schwarzwaldstraße im Norden, der Neuen Eisenbahnstraße bzw. Hofstetter Straße im Westen, dem Bachbett des Klosterbachs und Mühlenbacher Talbachs bzw. der Sandhaasstraße im Süden und der Grafenstraße sowie Sägestraße (B294) im Osten begrenzt. Damit ist die Einkaufsinnenstadt räumlich gleichzusetzen mit dem im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebiet für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte.

Dabei ist der überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe im südlichen Teilgebiet der Einkaufsinnenstadt in der historischen Altstadt gelegen, welche kreisrund vom „Inneren Graben“ bzw. von der Engelstraße im Norden umgeben ist. Außerhalb der Altstadt ist die Einzelhandelsdichte vergleichsweise gering. Bedingt durch die historische Bebauung wird die Einzelhandelsstruktur durch kleindimensionierte und inhabergeführte Fachgeschäfte dominiert. Zu den sehr wenigen Filialisten zählen der Textildiscounter NKD im „Inneren Graben“ und das Elektrofachgeschäft Euronics ganz am südlichen Rand der Innenstadt. Haupteinkaufsstraße ist die z-förmig verlaufende Hauptstraße, welche sich im südlichen Teilabschnitt räumlich zum Marktplatz erweitert. Zudem weisen die Engelstraße und mit Abstrichen die Kirchgasse eine gewisse Verdichtung an Einzelhandelsbetrieben auf, während diese in den übrigen Straßen und Gassen kaum noch anzutreffen sind. Insgesamt können der Innenstadt ca. 46 Einzelhandelslokale zugeordnet werden, welche alle Bedarfsbereiche und eine Vielzahl an Warengruppen und Einzelhandelsbranchen umfassen. Damit verfügt die Innenstadt für eine Stadt dieser Größe über ein vergleichsweise umfangreiches und diversifiziertes Einzelhandelsangebot.

¹ GMA GESELLSCHAFT FÜR MARKT- UND ABSATZFORSCHUNG: Handelsmonitor Oberrhein – Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 bis 2017. Ludwigsburg, 2017

Tab. 1: Die Arbeitsstätten des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Einkaufsinnenstadt von Haslach untergliedert nach Warengruppen und Sortimenten sowie Einordnung der Zentrenrelevanz

Bedarfsbereiche / Warengruppen	Arbeitsstätten ¹	Zentrenrelevanz nach Handelsmonitor Oberrhein ²
1. Nahrungs- und Genussmittel insgesamt	10	
Lebensmittel, Reformwaren	1	n/z
Getränke; Spirituosen; Tabak	1	n/z
Brot, Back- & Konditorwaren	5	n/z
Fleisch & Wurstwaren	3	n/z
2. Gesundheit, Körperpflege insgesamt	2	
Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	1	n/z
Apothekerware ³	1	n/z
3. Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf insgesamt	0	
Blumen, Pflanzen	0	z
Zoo- und Heimtierbedarf	0	z
4. Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	1	
Zeitungen, Zeitschriften	0	z
Bücher	1	z
1.-4. Überwiegend kurzfristiger Bedarf	13	
5. PBS⁴, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren insgesamt	2	
Papier-, Büro-, Schreibwaren	1	z
Hobby-, Bastelbedarf, Musikalien	1	z
Spielwaren	0	
6. Bekleidung, Schuhe, Sport insgesamt	15	
Oberbekleidung, gemischtes Sortiment	4	z
Damenbekleidung	4	z
Herrenbekleidung	1	z
Kinderbekleidung	1	z
Wäsche, Kurzwaren	0	z
Schuhe, inkl. Sportschuhe	4	z
Lederwaren	0	z
Sportbekleidung	1	z
7. GPK⁴, Hausrat, Geschenkartikel insgesamt	3	
GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel	2	z
Haus-, Tisch- und Bettwäsche	1	z
5.-7. Überwiegend mittelfristiger Bedarf	20	
8. Elektrowaren insgesamt	3	
Weißer Ware	1	z
Leuchten, Elektro-Installation, Zubehör	0	z
Braune Ware (Radio, TV)	2	z
Tonträger, Bildträger	0	z
Telefon und Zubehör	0	z
Büromaschinen, Computer und Zubehör	0	z
9. Einrichtung insgesamt	3	
Möbel	1	--
Kücheneinrichtungen	0	--
Antiquitäten, Kunst	2	z
Tapeten, Bodenbeläge, Farben, Lacke	0	--
10. Sonstiger Einzelhandel insgesamt	7	
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	0	--
Foto	0	z
Optik, Hörgeräte-Akustik	3	z
Uhren, Schmuck	2	z
Autozubehör	0	--
Sportgeräte	1	--
Sonstige Einzelhandelswaren	1	z
8.-10. Überwiegend langfristiger Bedarf	10	
2.-10. Non-Food insgesamt	36	
1.-10. Einzelhandelswaren insgesamt	46	

¹ = Zuordnung der Arbeitsstätten nach Umsatzschwerpunkten

² = Zuordnung der Zentrenrelevanz nach „Handelsmonitor Oberrhein: „n/z“ = nahversorgungs- und zentrenrelevant, „z“ = zentrenrelevant; „-“ = nicht zentrenrelevant

³ = Papier-, Bürobedarf und Schreibwaren

⁴ = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: ecostra-Einzelhandelserhebung, Stand: Januar 2019



Gewisse Angebotsschwerpunkte sind im kurzfristigen Bedarfsbereich für das Lebensmittelhandwerk (fünf Bäckereien und drei Metzgereien) und im mittelfristigen Bedarfsbereich für die Warengruppe „(Sport-) Bekleidung, Schuhe“ mit insgesamt ca. 15 Betrieben festzustellen. Eine Übersicht der in Betrieb befindlichen Einzelhandelsbetriebe untergliedert nach Sortimenten liefert die Tabelle 1. Dabei wird deutlich, dass garten-centertypische Kernsortimente des Untersuchungsobjektes sind in der Haslacher Innenstadt nicht vertreten sind. Zudem weist die Haslacher Innenstadt in einigen Sortimenten, welche im „Handelsmonitor Südlicher Oberrhein“ als zentrenrelevant eingestuft werden und zu den Randsortimenten des Gartencenters Göppert zählen (z.B. „Blumen, Pflanzen“ oder „Zoo- und Heimtierbedarf“ Angebotslücken auf. Somit sind die entsprechenden Sortimentsbereiche im konkreten Fall als nicht zentrenrelevant zu bewerten.

Nennenswerte Angebotsüberschneidungen zum Gartencenter Göppert als Untersuchungsobjekt sind nur bei vergleichsweise wenigen Betrieben in der Innenstadt, wie z.B. Spielzeug- und Schreibwarengeschäft Aberle, CASA oder „Buchladen“ in der Hauptstraße, dem Haushaltwarengeschäft Best in der Kreuzgasse (welches durch das Optikgeschäft Gutmann ebenfalls auch von der Hauptstraße zugänglich ist), Ölmayer's in der Engelstraße, dem Lotto / Toto-Geschäft am Marktplatz sowie den verschiedenen Betrieben des Lebensmittelhandwerks festzustellen, wobei sich diese Angebotsüberschneidungen jedoch immer nur auf Teilsortimente der o.a. Ladenlokale beschränken.



Den dichtesten Einzelhandelsbesatz in der Haslacher Innenstadt weist die Hauptstraße auf, welche etwa z-förmig durch die Altstadt verläuft



Im Süden ist die Hauptstraße „Am Marktplatz“ platzartig erweitert. Hier ist neben dem Rathaus das Modegeschäft Giesler lokalisiert, welches in der Innenstadt zweimal vertreten ist



Etwas versteckt an der Ecke Kreuzgasse / Kirchgasse liegt das Haushaltwarengeschäft Best, welches jedoch sowohl über die Kreuzgasse als auch durch das Ladenlokal eines Optikers über die Hauptstraße zugänglich ist

Die Nutzungsstruktur in der Innenstadt wird neben den Einzelhandelsbetrieben durch konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Verwaltungsgebäude und in den Nebenlagen abseits der Hauptstraße verstärkt durch Wohnbebauung bestimmt.

Insgesamt weist die Haslacher Innenstadt mit ihrer oft historischen Bebauung, den z.T. sehr ansehnlichen Häuserfassaden (z.B. Rathaus) und den schmalen Straßen und Gassen eine hohe städtebauliche Qualität auf. Geschmälert wird die Aufenthaltsqualität allerdings durch den PKW-Verkehr, da die gesamte Innenstadt verkehrsberuhigt (d.h. Einbahnstraßen, Spielstraßen, Tempolimit), jedoch an keiner Stelle als reine Fußgängerzone gestaltet ist. Die Passantenfrequenz in der Innenstadt ist nur schwach und es ist davon auszugehen, dass die Geschäfte meist direkt mit dem PKW angefahren werden. Es sind immer wieder einzelne Ladenleerstände zu sehen, ohne dass diese räumlich konzentriert oder als insgesamt problematisch einzustufen sind. Zudem fallen im Innenstadtbereich verschiedene Neubau- und Sanierungsprojekte aus (meist Wohnhäuser sowie das geplante „Stadthotel“ an der Ecke Hauptstraße / Neue Eisenbahnstraße), so dass offensichtlich in die Gebäudestruktur der Innenstadt investiert wird.

2.2.2 Sonstige Einzelhandelslagen in der Stadt Haslach

Über die Haslacher Innenstadt hinaus ist unmittelbar nordöstlich angrenzend im Kreuzungsbereich Sägestraße / Schwarzwaldstraße (B33 bzw. B294) eine Fachmarkttagglomeration gelegen, welche im Regionalplan Südlicher Oberrhein 2017 als „Vorbehaltsgebiet für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (Ergänzungsstandorte)“ definiert und abgegrenzt ist. Mit Aldi, Edeka (inkl. Bäcker in der Vorkassenzone), dm, Rewe (inkl. Bäcker und Blumenladen in der Vorkassenzone) und Fressnapf sind hier jedoch ausschließlich Anbieter aus den zentrenrelevanten Sortimentsbereichen zu finden. Den Fachmärkten sind zahlreiche PKW-Stellplätze zentral vorgelagert, von denen auch die Einkaufsinnenstadt in wenigen Gehminuten erreicht werden kann.



In der innenstadtnahen Fachmarkttagglomeration sind meist großdimensionierte Fachmärkte aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich und damit zentrenrelevante Sortimente angesiedelt

Weitere größer dimensionierte Einzelhandelsbetriebe befinden sich in integrierter Streulage, wie z.B. Netto-Markendiscount in der Lindenstraße oder Treff 3000-Discounter in der Steinacher Straße oder in dezentraler Solitär-lage, wie z.B. Gutmann Elektrofachmarkt in der Schwarzwaldstraße oder das Gartencenter Göppert als Untersuchungsobjekt im Ortsteil Bollenbach.

2.2.3 Überörtliche und regional wirksame Einkaufsorte im Untersuchungsraum

Im überörtlichen und regionalen Umfeld kommt insbesondere folgenden Städten eine Bedeutung als Einkaufsorte zu:

- Die östlichen Nachbargemeinden Hausach (ca. 7 km entfernt) und Wolfach (ca. 12 km), mit denen Haslach ein Mittelzentrum in Funktionsteilung bildet, verfügen in den jeweiligen Innenstädten ebenfalls über ein gewisses Einzelhandelsangebot, sind insgesamt jedoch durch Einzelhandelsbetriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs geprägt.
- Zur Deckung des gehobenen und spezialisierten Bedarfs stehen nordwestlich von Haslach die Große Kreisstadt Lahr/Schwarzwald (ca. 22 km) als Mittelzentrum und insbesondere die Kreisstadt Offenburg (ca. 28 km) als Oberzentrum zur Verfügung, welche deutlich urbaner geprägt sind als die Stadt Haslach und insgesamt über ein weitaus tieferes und breiteres Angebot im Einzelhandel verfügen.
- Freiburg im Breisgau (ca. 44 km) im Südwesten und Villingen-Schwenningen (ca. 46 km) im Südosten liegen als weitere regional bedeutsame Oberzentren nochmals deutlich weiter von der Stadt Haslach entfernt.

Auf die spezifische Wettbewerbssituation des Gartencenters Göppert im Untersuchungsraum wird im Kap. 3 im Detail eingegangen werden.

2.3 Standort- und Objektbeschreibung Gartencenter Göppert

Nachfolgend erfolgen sowohl eine Beschreibung und Bewertung des Untersuchungsstandorts als auch des Objekts Gartencenter Göppert sowie eine Darstellung der geplanten Erweiterung und Umstrukturierung des Warenangebots. Abschließend werden die Erkenntnisse in Form einer SWOT-Analyse zusammengefasst.

2.3.1 Standortbeschreibung Gartencenter Göppert

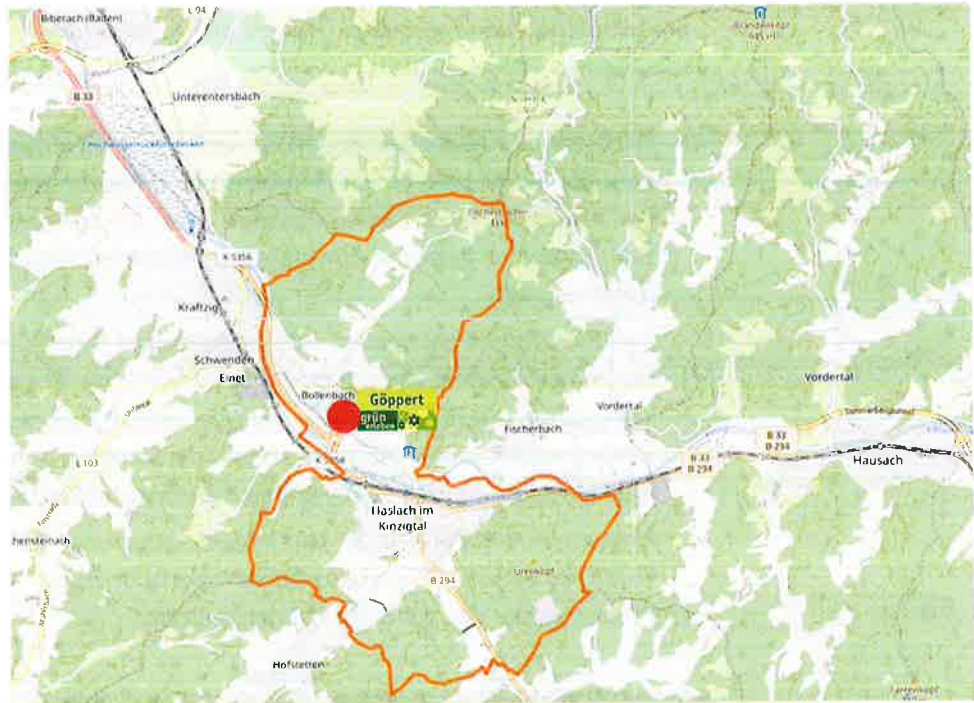
Das Gartencenter Göppert ist im Westen von Haslach am südlichen Siedlungsrand des Ortsteils Bollenbach gelegen und wird durch den Allmendweg im Süden, landwirtschaftliche Nutzflächen im Westen sowie einem Umspannwerk bzw. der Bollenbacher Straße im Norden und Osten begrenzt.

Das nähere Umfeld des Untersuchungsstandortes im Allmendweg 11 lässt sich wie folgt beschreiben:

- In südlicher Richtung sind auf der gegenüberliegenden Seite des Allmendwegs eine Streuobstwiese, die Kundenparkplätze des Gartencenters und eine Obstplantage lokalisiert, wobei letztere nicht dem Gartencenter Göppert, sondern dem lokalen Obsthof Schätzle zuzuordnen ist. Weiter südlich verlaufen die Bundesstraße B33 mit einer entsprechenden Zu- und Abfahrt sowie das Flussbett der Kinzig als deutliche räumliche Zäsuren. Jenseits der Kinzig endet das Stadtgebiet von Haslach. Der dortige Hagebaumarkt befindet sich bereits auf Steinacher Stadtgebiet.



Abb. 3: Räumliche Einordnung des Untersuchungsstandortes innerhalb von Haslach



Quelle: www.openstreetmap.org; ecostra-Bearbeitung

Abb. 4: Der Untersuchungsstandort in Haslach-Bollenbach und sein Umfeld



Quelle: GoogleMaps; ecostra-Bearbeitung



- Im Westen ist das Gartencenter von weiteren Obstplantagen und sonstigen landwirtschaftlichen Nutzflächen umgeben.
- Im Norden und Nordwesten schließt sich der Siedlungsbereich des Ortsteils Bollenbach an, welcher durch eine ausgelockerte Wohnbebauung meist mit Einfamilienhäusern gekennzeichnet ist.
- Richtung Osten und Südosten wurden zwischen den Ortsteilen Bollenbach und Schnellingen weitere Obstplantagen sowie ein kleines Gewerbegebiet (z.B. Hemmler & Gegg GmbH, Mabetec Beschichtungstechnik) angelegt. Weiter Richtung Südosten folgt entlang der Schnellinger Straße der gleichnamige Ortsteil, welcher deutlich kleiner als Bollenbach und ebenfalls durch aufgelockerte Wohnbebauung gekennzeichnet ist.



Blick auf die zum Allmendweg ausgerichtete Vorderfront mit den Verkaufshallen (Bild links) sowie in östliche Richtung entlang dem Allmendweg mit vorgelagerter Kundenparkplätzen. Links von den parkenden PKW sind Gewächshäuser zu erahnen, welche überwiegend als Produktionsfläche genutzt werden



Auf der gegenüberliegenden Seite des Allmendwegs ist der überwiegende Teil der Kundenparkplätze angelegt



Westlich angrenzend an die Verkaufshalle wird eine neue Lagerhalle errichtet. Im Bildhintergrund ist die Wohnbebauung von Bollenbach zu sehen



Östlich des Standorts mündet die zuführende Bollenbacher Straße unmittelbar in die Bundesstraße B33. Der Kreuzungsbereich mit der B33 ist nicht ampelgeregelt und etwas unübersichtlich (Bild links). Die Anlieferung des Gartencenters erfolgt rückwärtig über die Bollenbacher Straße. Hier sind wiederum die Gewächshäuser und zur Aufzucht vorgesehene Freiflächen zu erkennen



Die kleinräumige Erschließung des Untersuchungsstandortes erfolgt für die Kunden über den Allmendweg, eine schmale, aber asphaltierte Nebenstraße, welche als Tempo 30-Zone ausgewiesen ist. Bereits ca. 100 m östlich der Kundenparkplätze mündet der Allmendweg in die Bollenbacher Straße, welche wiederum unmittelbar südlich in die Bundesstraße B33 übergeht. Diese verläuft längs durch das Kinzigtal und den Schwarzwald von Offenburg im Nordwesten bis Villingen-Schwenningen im Südosten und ist wechselseitig in jeweils eine Fahrtrichtung zweispurig ausgebaut, so dass die PKW-Erreichbarkeit des Gartencenters Göppert in regionaler Hinsicht als gut zu bewerten ist. Der Standortbereich und das direkte Umfeld sind im Kinzigtal weitgehend eben gestaltet, so dass auf der B33 aus beiden Fahrtrichtungen eine gute Einsehbarkeit gewährleistet ist. Aus den Ortsteilen Bollenbach und Schnellingingen ist das Gartencenter Göppert auch fußläufig oder mit dem Fahrrad erreichbar.

Insgesamt handelt es sich somit um einen dezentralen Standort in gewerblichem Umfeld, welcher zwischen den Siedlungsbereichen der Ortsteile Bollenbach und Schnellingingen gelegen ist und aufgrund der unmittelbaren Nähe zur B33 eine gute PKW-Erreichbarkeit besitzt. Trotz der fußläufigen Anbindung an die beiden umliegenden Ortsteile weist der Standort – unter Berücksichtigung der Siedlungsstrukturen insgesamt sowie der im Gartencenter Göppert angebotenen Sortimente – eine sehr hohe Autokundenorientierung auf. Städtebaulich handelt es sich um eine nicht integrierte Standortlage und raumordnerisch liegt der Standort außerhalb der im Regionalplan abgegrenzten Vorranggebiete für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte als auch Vorbehaltsgebiete für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (Ergänzungsstandorte).

2.3.2 Objektbeschreibung und -daten des bestehenden Gartencenters Göppert

Der Standort des heutigen Gartencenters Göppert wird seit dem Jahr 1993 zur Produktion bzw. Aufzucht von Pflanzen genutzt. Zeitgleich betrieb das Ehepaar Göppert ein Blumengeschäft in der Haslacher Innenstadt. In den folgenden Jahren wurde der Standort am Allmendweg ausgebaut und um Verkaufsflächen erweitert, so dass im Jahr 1999 die Eröffnung als Gartencenter stattfand. Auch in den darauf folgenden Jahren wurden die Produktions- und Verkaufsflächen sukzessive vergrößert.

Heute umfasst das Gartencenter Göppert zum Allmendweg ausgerichtete Verkaufsgewächshäuser bzw. Gewerbehallen für den Verkauf mit einem überdachten Eingangsbereich, welche sich in Innenverkaufsfläche (Warm- und Kalthalle) und Außenverkaufsfläche (Baumschule) untergliedern. Nördlich und östlich angrenzend an die Verkaufsfläche befinden sich umfangreiche Gewächshausflächen zur Produktion, welche z.T. jedoch saisonal für die Kunden zugänglich sind und zum Abverkauf genutzt werden. Kleine Teilflächen in den Verkaufsgewächshäusern werden als Nebenflächen (z.B. Büro / Sozialraum, Floristiklager, Servicefläche) genutzt. Weiterhin liegen im Norden des Grundstücks an der Bollenbacher Straße ein Betriebsleiterwohnhaus sowie die Zufahrt für die Anlieferverkehre des Gartencenters und im Osten angrenzend an das benachbarte Umspannwerk ein betriebseigenes Pelletheizkraftwerk, welches das Untersuchungsobjekt mit Heizenergie versorgt. Zudem wurde zum Besichtigungszeitpunkt westlich angrenzend an die Verkaufshallen eine zusätzliche Lagerhalle neu errichtet.





In der Warmhalle werden v.a. kleinere Topf- und Zimmerpflanzen und das entsprechende Zubehör angeboten



Die Kalthalle umfasst weitgehend Pflanzen für den Garten und wiederum entsprechendes Zubehör, wie z.B. Blumentöpfe, Düngemittel (Bild rechts) oder Geräte und Werkzeuge für die Gartenarbeit



Während im überdachten Bereich der Baumschule (Bild links) auch im Winter kleinere Bäume und Ziersträucher verkauft werden, steht der unüberdachte Baumschulbereich saisonal bedingt fast komplett leer



Neben den für ein Gartencenter typischen Waren beinhaltet das Angebot des Untersuchungsobjektes auch verschiedene Randsortimente, welche zum einen räumlich gebündelt in der „Boutique“ im Kassensbereich und zum anderen immer wieder arrangiert zwischen den Pflanzen in der Warm- und Kalthalle angeboten werden. Dazu zählen insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente GPK, Dekoartikel, Einrichtungsbedarf oder Floristikbedarf



Auch Kerzen und Servietten gehören zu den zentrenrelevanten Randsortimenten



(Garten-) Möbel werden ebenfalls angeboten, sind jedoch als nicht zentrenrelevant einzustufen



In einem räumlich etwas separierten Bereich werden Schnittblumen verkauft und Sträuße gebunden



Weitere zentrenrelevante Sortimente sind z.B. Lebensmittel (Wein, Saft, Olivenöl, Kartoffeln, saisonales Obst & Gemüse) oder Gruß- und Glückwunschkarten

Im Zusammenhang mit der vorliegenden Untersuchung erfolgte in der 5. KW 2019 durch ecostra-Mitarbeiter ein Aufmaß der Verkaufsflächen in der Differenzierung nach Warenbereichen. Als fachliche Grundlage wurde hierzu u.a. die gif-Richtlinie zur Verkaufsflächendefinition herangezogen.¹

Das Gartencenter Göppert verfügt unter Zugrundelegung der Grundfläche somit insgesamt über ca. 11.260 m² VK, wobei die Glasgewächshäuser, welche saisonal auch für die Kunden zugänglich sind und in denen Verkauf stattfindet, handelswissenschaftlich als Verkaufsfläche zu werten und somit vollständig einzurechnen sind.² Lediglich die Foliengewächshäuser im Nordwesten und Nordosten des Grundstückes (insgesamt ca. 2.900 m²) sind als reine Produktionsflächen zu klassifizieren.

Die aktuelle Flächenkonzeption des Gartencenters ist in einer schematischen Übersicht der nachfolgenden Abbildung 5 zu entnehmen und stellt sich im Detail wie folgt dar:

-
- ¹ Vgl. gif – GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (HRSG.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Wiesbaden, 2014, S. 205ff. Die Verkaufsflächendefinition ist ausführlich im Anhang dieser Auswirkungsanalyse dargestellt.
 - ² Eine Fläche, auf der Waren präsentiert und verkauft werden und die dem Kunden zugänglich ist, wird auch dann vollständig als Verkaufsfläche gewertet, wenn diese nur zu bestimmten Zeiten (z.B. im Sommer) zugänglich ist.

Tab. 2: Derzeitige Verkaufsflächenkonzeption des Gartencenters Göppert

Verkaufsflächen:			
	Sortiment	Zentrenrelevanz¹	VK in m²
•	Warmhalle		
	Zimmerpflanzen und Zubehör	nein	680
	Floristikbedarf	ja	95
	GPK/Deko/Einrichtungsbedarf	ja	290
	Schnittblumen	ja	60
	Lebensmittel	ja	15
	Bücher	ja	10
	Tierfutter	ja	5
	(Hand-) Schuhe	ja	5
	Warmhalle gesamt		1.160
•	Kalthalle		
	Pflanzen und Zubehör	nein	1.065
	GPK/Deko/Einrichtungsbedarf	ja	50
	(Garten-) Möbel / Korbwaren	nein	70
	Tierfutter / zoolog. Bedarf	ja	40
	Grabschmuck	nein	10
	Gartenwerkzeuge	nein	60
	(Garten-) Schuhe	ja	5
	Kalthalle gesamt		1.300
•	Baumschule		
	Baumschule überdacht	nein	1.000
	Baumschule Freiland	nein	2.000
	Baumschule gesamt		3.000
•	Glasgewächshäuser²		
	Pflanzen	nein	5.800
	Glasgewächshäuser gesamt		5.800
	Gartencenter insgesamt		11.260

¹ = Einstufung der Zentrenrelevanz nach Handelsmonitor Südlicher Oberrhein bzw. Regionalplan Südlicher Oberrhein

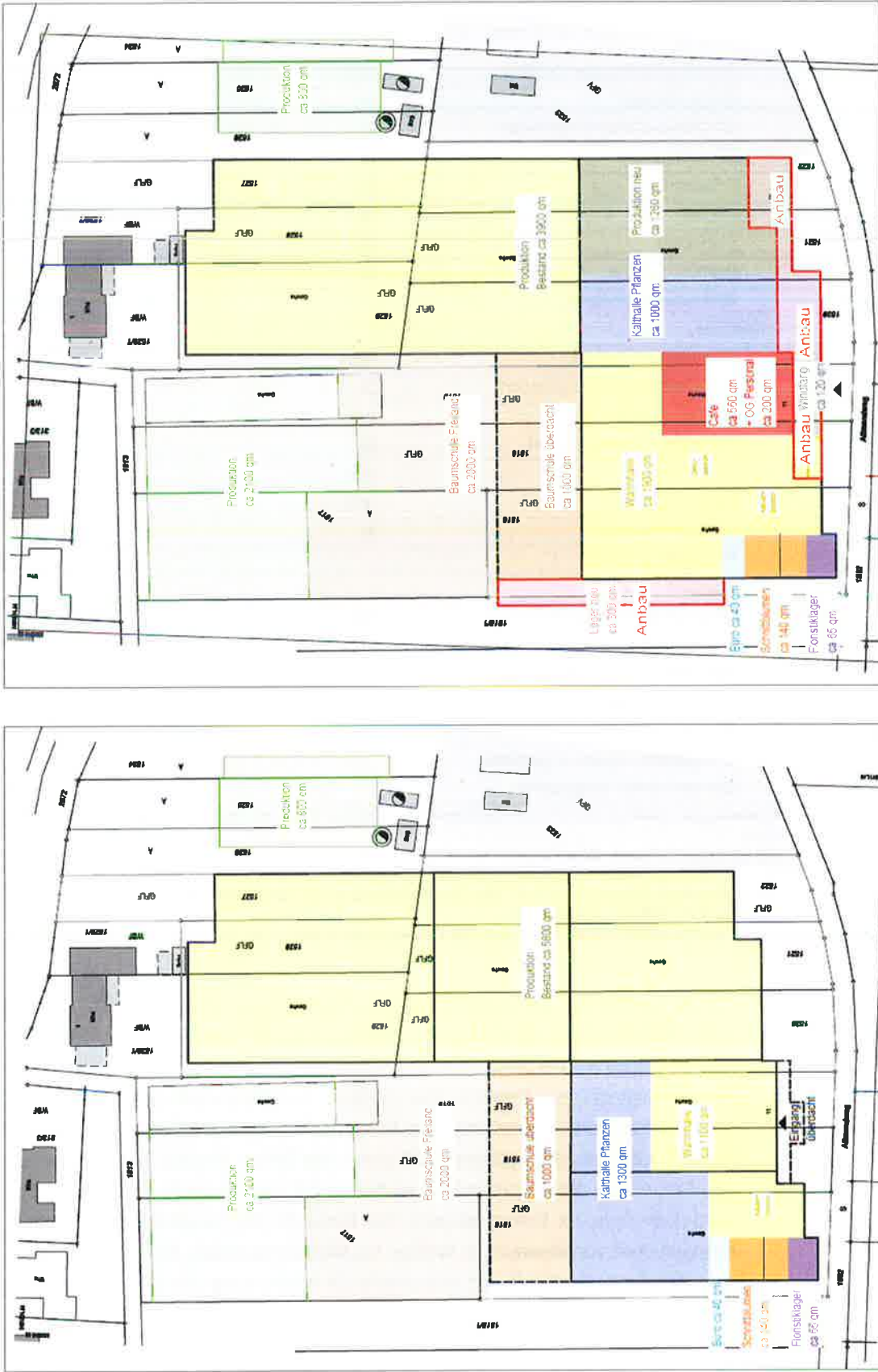
² = Die Glasgewächshäuser stellen ursprünglich eine Produktionsfläche dar, welche nach Auskunft der Betreiber inzwischen saisonal jedoch vollständig für die Kunden zugänglich sind und in denen parallel zur Aufzucht Pflanzen direkt abverkauft werden. Somit sind die Glasgewächshäuser aus handelswissenschaftlicher Sicht in vollem Umfang der Verkaufsfläche zuzurechnen.

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis einer Vor-Ort-Begehung in der 5. KW 2019

Für die Kunden des Gartencenters stehen insgesamt ca. 120 asphaltierte bzw. gepflasterte PKW-Stellplätze zur Verfügung, welche z.T. direkt dem Eingang vorgelagert, mehrheitlich jedoch auf der gegenüberliegenden Seite des Allmendwegs angelegt sind. Nach Betreiberangaben besuchten im Jahr 2018 ca. 117.000 Kunden das Gartencenter Göppert. Auf Basis der Auswertung einer Kundenerfassung aus Oktober 2016 stammen die Kunden dabei aus dem gesamten Südosten des Ortenaukreises sowie den angrenzenden Gemeinden der umgebenden Landkreise (LK Freudenstadt, LK Rottweil, Schwarzwald-Baar-Kreis, LK Emmendingen). Die Kernzone der Kundenherkunft ist dabei das Kinzigtal etwa von Biberach im Westen bis Wolfach im Osten. Eine nähere Aufschlüsselung der Kundenherkunft und entsprechende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt im Kap. 4.



Abb. 5: Übersicht der Nutzungsstruktur des Gartencenters Göppert im Bestand (Bild links) sowie nach der geplanten Umstrukturierung (Bild rechts)



Quelle: innovativSchmid

2.3.3 Projektdaten für die geplante Angebotserweiterung im Gartencenter Göppert

Im Gartencenter Göppert sind Umstrukturierungen in der Flächenkonzeption und eine gewisse Ausweitung des Angebots geplant. Der Bereich der Warmhalle soll deutlich vergrößert werden und die Kalthalle wird verlagert und ersetzt einen Teil der derzeitigen Fläche in den Glasgewächshäusern, welche zurzeit vorrangig als Produktionsfläche genutzt wird, aufgrund der saisonalen Zugänglichkeit für die Kunden aus handelswissenschaftlicher Sicht jedoch bereits jetzt zur Verkaufsfläche gerechnet wird. Gleichzeitig soll das Gartencenter um einen Bauernmarkt mit ca. 150 m² VK, welcher v.a. regionale Lebensmittel anbietet und um einen Restaurationsbetrieb bzw. eine Event-Location mit ca. 500 m² Grundfläche erweitert werden (s. Übersichtsplan Abb. 5).¹ Während der Bauernmarkt eine Unterabteilung des Gartencenters sein wird, stellt der geplante Gastronomiebetrieb rechtlich und organisatorisch eine eigenständige Mieteinheit dar, welche von externen Pächtern betrieben werden soll.

Die Angebotsanpassungen und -erweiterungen erfolgen dabei weitgehend im Bestand. An baulichen Erweiterungsmaßnahmen sind lediglich eine neue Lagerhalle mit ca. 300 m² VK im Westen des Gartencenters (welche zum Besichtigungszeitpunkt Ende Januar 2019 bereits in Bau war) und eine Vergrößerung der überbauten Fläche im Eingangsbereich der Verkaufsgewächshäuser um ca. 580 m² durch das Verschieben der Außenfassade in Richtung des Allmendwegs vorgesehen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die zusätzlichen ca. 580 m² im Eingangsbereich in ihrer Flächendimensionierung fast vollständig durch die Einrichtung des geplanten Gastronomiebetriebs aufgebraucht werden. Diese Gastrofläche ist laut gif-Richtlinie zwar zur Verkaufsfläche des Gartencenters zu zählen, insgesamt bleibt zum Verkauf von Waren (Einzelhandelstätigkeit) genutzte Fläche durch die Umbaumaßnahmen jedoch praktisch unverändert (ca. 11.260 m² vor im Vergleich zu ca. 11.265 m² nach dem Umbau).

Insgesamt ergibt sich für das neukonzipierte Gartencenter nachfolgende Verkaufsfächenaufstellung:

• Warmhalle (inkl. Schnittblumen)	ca. 1.955 m ² VK
• Kalthalle:	ca. 1.000 m ² VK
• Baumschule überdacht:	ca. 1.000 m ² VK
• Baumschule Freiland:	ca. 2.000 m ² VK
• Glasgewächshäuser:	ca. 5.160 m ² VK
• Bauernmarkt	ca. 150 m ² VK
• Gastronomiebetrieb ²	ca. 500 m ² VK
insgesamt	ca. 11.765 m² VK

¹ Die Betreiberfamilie Göppert hat im persönlichen Vor-Ort-Gespräch erläutert, dass der Bauernmarkt eine Verkaufsfläche von nur ca. 85 m² umfassen soll. Im Vorentwurf des Bebauungsplans sind 150 m² VK als maximal zulässig festgesetzt. Im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen und Analysen werden die maximal zulässigen 150 m² VK als Berechnungsgrundlage angesetzt.

² Basierend auf der gif-Richtlinie zur Verkaufsflächendefinition ist eine innerhalb des Verkaufsraums befindliche Fläche eines Gastronomiebetriebs als Verkaufsfläche zu bewerten (s. Anhang).

Der Umfang der heute bereits angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente (derzeit ca. 575 m² VK) soll im Zuge der Neukonzeption nicht ausgebaut werden. Nach Betreiberangaben sind in diesem Bereich lediglich geringfügige, z.T. saisonal bedingte, Anpassungen möglich, wie z.B. die Ausweitung des Angebotes an Schuhen und Stiefeln oder der geplante Verkauf von Sonnenhüten im Sommer jeweils zur Gartenarbeit oder die Erweiterung des Tierfutterangebotes um Hunde- und Katzenfutter (Vogelfutter wird bereits jetzt verkauft). Eine Ausdehnung des Sortiments „Tiernahrung / zoologischer Bedarf“ über das Tierfutter hinaus ist jedoch nicht geplant. Eine deutlich räumliche Ausweitung der derzeit bereits angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente ist planungsrechtlich auch nicht erlaubt.¹

Zusätzlich zu den heute bereits angebotenen zentrenrelevanten Randsortimenten wird die Verkaufsfläche des geplanten Bauernmarktes im Vorentwurf dieses Bebauungsplans auf maximal 150 m² festgesetzt. Hier soll das Angebot an bereits jetzt angebotenen Lebensmitteln (z.B. Kartoffeln, Obst & Gemüse, Wein, Säfte, Öle, Brotverkauf jeweils freitags) gebündelt und ausgeweitet werden. Dabei sollen regionale Lebensmittel, welche v.a. nach ihrer saisonalen Verfügbarkeit direkt beim Produzenten eingekauft werden, im Vordergrund stehen und ggf. um eine „italienische Note“ (z.B. Nudeln, Olivenöl, Wein, Grappa) ergänzt werden.

Das derzeitige Parkplatzangebot mit ca. 120 Kundenstellplätzen soll dem Umfang nach unverändert bleiben und im Rahmen des Umbaus lediglich im Eingangsbereich neu geordnet werden.

2.3.4 Standort- und Objektbewertung des Gartencenters Göppert

Die spezifischen Eigenschaften und Entwicklungsmöglichkeiten eines Einzelhandelsstandortes können durch eine Analyse der Stärken („Strengths“), Schwächen („Weaknesses“), Chancen („Opportunities“) und Gefahren („Threats“) – d.h. durch eine sog. SWOT-Analyse – transparent gemacht werden. Diese Merkmale üben einen entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung und damit die Umsatzerwartung und Marktpositionierung eines Einzelhandelsobjektes aus. Nachfolgend werden im Speziellen auch die für ein Gartencenter relevanten Standortfaktoren berücksichtigt.

Aus **betrieblicher Sicht** ist zu konstatieren, dass der Objektstandort in Haslach-Bollenbach gut für den Betrieb eines Gartencenters geeignet ist. Dies ergibt sich v.a. aus der guten PKW-Erreichbarkeit aus dem regionalen Umfeld durch die Lage an der B33, der vergleichsweise geringen Wettbewerbsintensität und der ausreichenden Flächenverfügbarkeit am Standort. Zudem begünstigt das Klima im Kinzigtal die Standortbedingungen für ein Gartencenter mit eigener Produktion.

¹ In der Begründung des neu aufzustellenden Bebauungsplans ist festgesetzt, dass das Angebot dieser heute bereits angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente auf einer Verkaufsfläche von maximal 600 m² zulässig ist. Vgl. BÜRO GFRÖRER GMBH & CO. KG: Bebauungsplan „Allmend“ in Haslach-Bollenbach. Begründungen zum Bebauungsplan und den örtlichen Bauvorschriften. Fassung vom 10.01.2018 – Vorentwurf, S. 7

Tab. 3: SWOT-Analyse der Standort- und Objekteigenschaften sowie Entwicklungsmöglichkeiten des Gartencenters Göppert

Stärken („Strengths“)	Schwächen („Weaknesses“)
<ul style="list-style-type: none"> • Gute PKW-Erreichbarkeit und Einsehbarkeit an Anschlussstelle der B33 	<ul style="list-style-type: none"> • Relativ geringes Einwohnerpotenzial im näheren Einzugsgebiet durch dünn besiedeltes Kinzigtal
<ul style="list-style-type: none"> • Langjährig etablierter Handelsstandort für Pflanzen und Gartenbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kreuzungsbereich der Bollenbacher Straße mit der B33 ist nicht ampelgeregelt, so dass die Verkehrssituation zu Stoßzeiten etwas unübersichtlich sein kann
<ul style="list-style-type: none"> • Einziger Produzent und Händler mit einem derart tiefen und breiten Angebot an Pflanzen und Gartenbedarf im mittleren Kinzigtal 	<ul style="list-style-type: none"> • Städtebaulich nicht integrierte Standortlage
<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt geringe Wettbewerbsintensität im regionalen Umfeld 	<ul style="list-style-type: none"> • Solitärstandort ohne Möglichkeit zu Kopplungseinkäufen; fehlendes handelsbezogenes Umfeld
<ul style="list-style-type: none"> • Räumlich weit ausgedehntes Einzugsgebiet 	
<ul style="list-style-type: none"> • Klimatische Gunstlage im Kinzigtal zur Aufzucht von Pflanzen 	
<ul style="list-style-type: none"> • Angebot an garten- und pflanzenaffinen Randsortimenten erhöht die Verweildauer im Center 	
<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Beratungsintensität durch entsprechende Mitarbeiterzahl auf der Fläche 	
<ul style="list-style-type: none"> • Überdurchschnittliches Kaufkraftniveau in der Stadt Haslach und in den Nachbarstädten Hausach und Wolfach 	
<ul style="list-style-type: none"> • Als Mittelzentrum ist Haslach landesplanerisch als Standort für großflächigen Einzelhandel vorgesehen 	
Chancen („Opportunities“)	Gefahren („Threats“)
<ul style="list-style-type: none"> • Bei Bedarf ggf. Erweiterungsoptionen durch Freiflächen im Standortumfeld 	<ul style="list-style-type: none"> • Zunehmende Bedeutung des Online-Shoppings auch im Bereich Gartenbedarf
<ul style="list-style-type: none"> • Geplante Ausweitung des Angebots bei den Randsortimenten trägt zur Standortsicherung bei 	

Quelle: ecostra-Zusammenstellung

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich um einen nicht integrierten Standort am südöstlichen Siedlungsrand des Ortsteils Haslach-Bollenbach sowie in einem teils gewerblich geprägten Umfeld. Somit weist der Standort eine sehr hohe Autokundenorientierung auf.

Aus **raumordnerischer Sicht** ist festzustellen, dass das Gartencenter ein räumlich weitläufiges Einzugsgebiet besitzt, so dass auch die raumordnerischen Belange der Nachbargemeinden zu berücksichtigen sind. Im Rahmen der geplanten Umstrukturierung wird es allerdings zu keiner merklichen Ausweitung der Verkaufsfläche des Gartencenters kommen und die derzeit vorzufindende Angebotssituation genießt Bestandschutz. Die nachfolgenden Untersuchungsschritte im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse sind somit insbesondere vor dem Hintergrund der geplanten Ausdehnung der zentrenrelevanten Randsortimente und der sich daraus ergebenden Auswirkungen auf die entsprechenden Einzelhandelsstrukturen in Haslach und Umgebung zu sehen.



3. Die Angebots- und Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Angebots- und Wettbewerbssituation wurden in der 5. KW 2019 von ecostra-Mitarbeitern die für das Gartencenter Göppert relevanten Wettbewerbsstandorte in Haslach sowie in den umliegenden Gemeinden erfasst und anhand ausgewählter Kriterien bewertet. Dabei wurden auf der einen Seite die Wettbewerber im Kernsortiment „Blumen, Pflanzen, Pflanzenzubehör und Gartenbedarf“ – d.h. insbesondere Gartencenter, Bau- und Heimwerkermärkte, Raiffeisenmärkte – und auf der anderen Seite die Wettbewerber der im Gartencenter Göppert angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente – und hier insbesondere der Wettbewerb des neu geplanten Bauernmarktes im Lebensmitteleinzelhandel – untersucht.

3.1 Die projektrelevante Wettbewerbssituation in den Kernsortimenten des Gartencenters Göppert

Im Einzelnen ist innerhalb des Untersuchungsraumes insbesondere auf folgende Wettbewerbsstandorte hinzuweisen:

(A) Steinach	Hagebaumarkt	Strickerfeld 16
	<p>Bau- & Heimwerkermarkt mit Gartencenter, ca. 6.000 m² VK (ca. 4.900 m² Innen- plus ca. 2.000 m² nicht überdachte Außenfläche), mehr als ca. 100 PKW-Stellplätze. Moderner und funktional gestalteter Markt mit hoher Glasfront im Eingangsbereich, in dem eine Bäckerei lokalisiert ist. Die Innenfläche gliedert sich in den Bau- & Heimwerkerbereich (ca. 3.150 m² VK) und das Gartencenter (ca. 1.750 m² VK). Zudem zählen ein angrenzender Gebäudeteil für Fachausstellungen (z.B. Fliesen) und ein Baustoffhandel zum Objekt, welche jedoch nicht der Verkaufsfläche zugerechnet wurden. Im Gartencenter fokussiert sich das Angebot (ggf. saisonal bedingt) kaum auf Blumen und Pflanzen, sondern mehr auf Baumaterialien (Holz, Metall) für den Garten. Zudem sind nur in geringem Umfang zentrenrelevante Sortimente (z.B. Süßigkeiten, Haushaltswaren, (Bastel-) Bücher, Karnevalsbedarf, Arbeitskleidung, Trinkflaschen) vorhanden, so dass die Sortimentsüberschneidungen zum Gartencenter Göppert nur gering sind. Befriedigende Kundenfrequenz.</p> <p>Der Hagebaumarkt liegt Luftlinie nur ca. 500 m vom Untersuchungsobjekt entfernt in dezentraler Lage auf der Gemeindegrenze zwischen Steinach und Haslach und ist bereits von der B33 einsehbar und gut mit dem PKW erreichbar. Der Bau- & Heimwerkermarkt weist ein überörtliches Einzugsgebiet auf.</p>	

(B) Steinach**Gärtnererei Frank****Biberacher Straße 3**

Gärtneriebetrieb mit Produktionsflächen und kleinem Verkaufsraum (ca. 50 m²). Betriebsferien im kompletten Januar 2019 und damit auch zum Erhebungszeitpunkt, so dass keine Angaben zum angebotenen Sortiment möglich sind. Ob abseits des kleinen Ladenlokals aus den Gewächshäusern heraus Verkauf stattfindet, war ebenfalls nicht festzustellen. Versteckte Lage in einem Wohngebiet abseits einer Hauptverkehrsstraße.

(C) Hausach**Raiffeisen Kinzigtal****Eisenbahnstraße 3a**

Raiffeisenmarkt, ca. 900 m² VK (ca. 800 m² Innen- plus ca. 100 m² überdachte Außenfläche), ca. 30 – 40 PKW-Stellplätze. Angebotsschwerpunkt bei Lebensmitteln mit großer Getränkeabteilung, wobei regionale Produkte (z.B. Wein, Obst & Gemüse, Wurstkonserven, Brot und Backwaren, Nudeln) dominieren. Darüber hinaus recht großes Angebot im zoologischen Bedarf (Tierfutter, Spielzeug für Tiere etc.) und bei Arbeitskleidung. Dagegen nur sehr wenig Gartenbedarf und keinerlei Pflanzen (ggf. saisonal bedingt). Somit kaum Überschneidungen zum Kernsortiment, aber durchaus zu den angebotenen oder geplanten Randsortimenten, des Gartencenters Göppert. Nicht voll befriedigende Kundenfrequenz. Lage am östlichen Stadtausgang von Hausach an der Ortsdurchfahrt und nahe der Anschlussstelle zur B33. Das Umfeld ist im Norden durch Wohnbebauung, im Süden und Osten durch Gewerbe und z.T. Einzelhandel (u.a. Aldi, Lidl, dm) sowie Gartenbau Burkhardt (s. Wettbewerber D) geprägt.

(D) Hausach**Gartenbau Burkhardt****Eisenbahnstraße 1c**

Gartenbaubetrieb mit angeschlossenem Gartenfachmarkt, ca. 600 m² VK plus separate Ausstellungsflächen für Garten- und Landschaftsbau, weitere meist überdachte Außenflächen waren zum Erhebungszeitpunkt – ggf. saisonal bedingt – ungenutzt. Ca. 30 PKW-Stellplätze. Das Angebot im Gartenfachmarkt umfasst relativ wenige Topfpflanzen, sondern vielmehr ergänzenden Bedarf an Pflanzengefäßen, Deko für Heim und Garten, Kerzen, Gartenmöbel etc. Sehr niedrige Kundenfrequenz. Insgesamt scheint der Fokus mehr auf dem Garten- und Landschaftsbau zu liegen, wenngleich in den Randsortimenten durchaus Überschneidungen zum Gartencenter Göppert zu erkennen sind. Dezentrale Lage ganz am östlichen Stadtrand von Hausach direkt im Mündungsbereich von B33 und B294 und damit sehr gute PKW-Erreichbarkeit. Das Umfeld ist durch Gewerbe und hier mit u.a. Aldi, Lidl, dm oder dem Raiffeisenmarkt (s. Wettbewerber C) durch Einzelhandel geprägt.

(E) Lahr/Schwarzwald**Gartencenter Dehner****Im Götzdamm 10**



Gartencenter mit Tierfachmarkt, ca. 3.250 m² VK (ca. 2.250 m² Innen- plus ca. 1.000 nicht überdachte Außenfläche). Mehrere 100 PKW-Stellplätze (z.T. gemeinsam mit benachbarten Einzelhandelsnutzungen). Die Innenfläche wird etwa jeweils zu gleichen Teilen durch den Tierfachmarkt (u.a. großes Angebot an Lebewesen) und das Gartencenter genutzt. Das Sortiment im Gartencenter (u.a. Blumen, Pflanzen, Bäume, Deko, GPK, Wein, Spirituosen, Grillabteilung) weist große Überschneidungen zum Untersuchungsobjekt auf. Verkehrsgünstige Lage im Kreuzungsbereich von B3 und B415 mit weiteren großdimensionierten Fachmärkten (u.a. Obi, MediaMarkt, Rewe, dm) in der Nachbarschaft.

Neben den o.a. Wettbewerbern sind in den Gemeinden Biberach (Baden) und Wolfach weitere Raiffeisenmärkte lokalisiert, welche eine ähnliche Sortimentsgliederung wie der Raiffeisen Kinzigtal (s. Wettbewerber C) aufweisen und somit in den für ein Gartencenter typischen Kernsortimenten nur vergleichsweise geringe Überschneidungen aufweisen. Somit wird auf eine nähere Beschreibung verzichtet. In Haslach selbst war in der Vergangenheit in der Schwarzwaldstraße ebenfalls ein Raiffeisenmarkt gelegen, welcher inzwischen größtenteils jedoch durch einen Elektrofachmarkt genutzt wird. Am diesem Standort bietet die „ZG Raiffeisen Agrar“ nur noch „Beratung rund um Grünland und Nutztier“ und „landwirtschaftliche Produkte für Haus, Hof & Schnapsbrennerei“ an und konzentriert sich somit auf das Agrargeschäft und nicht auf den Verkauf an den Endverbraucher.

3.2 Die Wettbewerbssituation in den zentrenrelevanten Randsortimenten

Bezogen auf die zentrenrelevanten Randsortimente wird insbesondere der größer dimensionierte Lebensmitteleinzelhandel untersucht. Im Einzelnen ist insbesondere auf folgende Wettbewerbsstandorte innerhalb des Untersuchungsraumes hinzuweisen:

(1) Haslach im Kinzigtal**Edeka Lehmann****Im Spießacker 15-17**



Supermarkt, ca. 1.800 m² VK, 5 Kassen, ca. 180 PKW-Stellplätze. K&U-Bäckerei sowie Lotto-Toto in der Vorkassenzone. Langegezogene Frischetheken für Wurst, Fleisch, Käse und Fisch. Übersichtliche Warenpräsentation, wengleich in Teilen etwas schlecht ausgeleuchteter Markt (Neonröhren). Insgesamt sehr leistungsfähiger Markt. Bestandteil der Fachmarkttagglomeration mit Rewe (s. Nr. 3), Aldi (s. Nr. 2), dm und Fressnapf, wobei der Markt jedoch etwas abseits an der Rückseite des Aldi-Discounters liegt. Jedoch eigene direkte Zu- und Abfahrt zur vorbeiführenden B294 und gute Einsehbarkeit. Der Bereich nördlich der B294 ist durch Gewerbenutzungen, südlich durch Wohnbebauung und die Innenstadt geprägt. Gute Kundenfrequenz. Als flächengrößter LM-Markt übernimmt Edeka eine Versorgungsfunktion für die gesamte Stadt Haslach und auch die Nachbargemeinden. Zudem kann der Markt von Pendlerverkehren profitieren.

(2) Haslach im Kinzigtal**Aldi****Schwarzwaldstraße 28**

Hard-Discounter, ca. 900 m² VK, 3 Kassen, ca. 115 PKW-Stellplätze (sowie weitere vor übrigen Märkten der FMA). Typischer Aldi-Discounter mit modernen Ausstattungsmerkmalen (z.B. Ruhebänke und Kaffeeautomat in VKZ). Bestandteil der Fachmarkttagglomeration mit Rewe (s. Nr. 3), Edeka (s. Nr. 1), dm und Fressnapf, wobei die Märkte um die zentral vorgelagerten Stellplatzbereiche der einzelnen Filialisten arrondiert ist. Direkte Zu- und Abfahrt zur vorbeiführenden B294 und gute Einsehbarkeit. Der Bereich nördlich der B294 ist durch Gewerbenutzungen, südlich durch Wohnbebauung und die Innenstadt geprägt. Befriedigende Kundenfrequenz. Insgesamt übernimmt die FMA eine überörtliche Versorgungsfunktion und kann zudem von Pendlerverkehren profitieren.

(3) Haslach im Kinzigtal**Rewe****Im Spießacker 1**

Supermarkt, ca. 1.575 m² VK, 4 Kassen, ca. 210 PKW-Stellplätze. Blumenladen und Bäcker in Vorkassenzonen. Frischetheken (Fleisch, Wurst, Käse), SB-Backwaren und Salatbar. Eher schlichtes Ladenlayout und etwas umständliche Kundenführung durch Lage am Ende des Parkplatzes und z.T. fehlende Querverbindungen zwischen den einzelnen Gängen. Bestandteil der Fachmarkttagglomeration mit Aldi (s. Nr. 2), Edeka (s. Nr. 1), dm und Fressnapf, wobei die Märkte um die zentral vorgelagerten Stellplatzbereiche der einzelnen Filialisten arrondiert ist. Dabei exponierte Lage im Kreuzungsbereich von Schwarzwaldstraße (B33) und Sägerstraße (B294) und direkte Zu- und Abfahrt zur vorbeiführenden Bundesstraße. Schwache Kundenfrequenz. Insgesamt übernimmt die FMA eine überörtliche Versorgungsfunktion und kann zudem von Pendlerverkehren profitieren.

(4) Haslach im Kinzigtal**Netto****Lindenstraße 1**

Soft- / Marken-Discounter, ca. 850 m² VK, 3 Kassen, ca. 115 PKW-Stellplätze. Kleines Ladenlokal mit Poststelle und Verkauf von GPK im Eingangsbereich. Backwaren in Selbstbedienung. Typisches Ladenlayout eines Netto-Discounters. Lage direkt an der Hauptdurchfahrtsstraße (B294) und gut einsehbar, jedoch etwas abseits der dominierenden Fachmarkttagglomeration (s. Wettbewerber 1 bis 3) sowie kein direkter Anschluss an die Bundesstraße. Die Zufahrt erfolgt rückwärtig über die Lindenstraße. Schwache Kundenfrequenz. Aufgrund der Lage Nachteile im Vergleich zu den Wettbewerbern sind Einzugsgebiet und Marktdurchdringung deutlich begrenzt.

(5) Haslach im Kinzigtal**Treff 3000****Steinacher Straße 4**

Soft- / Marken-Discounter, ca. 675 m² VK, 2 Kassen, ca. 30 PKW-Stellplätze. Backwaren in Selbstbedienung. Relativ kleiner Discounter mit wenig zeitgemäßem Marktauftritt. Lage abseits der leistungsfähigen FMA (s. Wettbewerber Nr. 11 – 13) und in zweiter Reihe zur B33, so dass der Markt auf der Vorbeifahrt auf der Bundesstraße weder eingesehen noch direkt angefahren werden kann. Die Anfahrt erfolgt über die Steinacher Straße. Im Umfeld befinden sich Gewerbebetriebe im Norden und Osten, der Friedhof im Westen und Wohnbebauung im Süden. Die Kundenfrequenz ist nur schwach. Der Markt übernimmt v.a. die Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung.

(6) Steinach**Edeka Bruder****Hauptstraße 32**

Supermarkt, ca. 750 m² VK, 3 Kassen, ca. 40 PKW-Stellplätze. K&U-Bäckerei in VKZ, Frischetheken für Wurst, Fleisch, Käse und Fisch, Getränkeabteilung in abgetrennten Raum. Etwas verwinkelter Verkaufsraum mit in die Jahre gekommenen Ladenlayout. Lage am südlichen Ende des Ortskerns an der Ortsdurchfahrt, jedoch sehr versteckt in zweiter Reihe. Kaum einsehbar und Zufahrten zu Parkplätzen wenig auffällig. Schwache Kundenfrequenz. Das Standortumfeld ist durch Wohnbebauung mit nur vereinzelt Handels- und Gewerbebetrieben geprägt. Der Markt übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Gemeinde Steinach.

(7) Hausach**Rewe****Hauptstraße 80**

Supermarkt, ca. 1.000 m² VK, 3 Kassen, ca. 80 PKW-Stellplätze. Bäckerei in der Vorkassenzzone. In die Jahre gekommener Supermarkt im Erdgeschoss eines Wohn- / Geschäftshauses. Fleischtheke. Der Markt wirkt etwas beengt sowie dunkel und weist schmale Kundengänge auf. Schlechte Einsehbarkeit von der Hauptstraße. Nicht voll befriedigende Kundenfrequenz. Im Nachbargebäude sind ein Treff 3000-Discounter (s. Wettbewerber Nr. 7) sowie Gastronomie- und Freizeitnutzungen untergebracht. Ansonsten ist das Umfeld durch Wohnnutzung bestimmt. Der Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das westliche Stadtgebiet von Hausach.

(8) Hausach**Treff 3000****Hauptstraße 82**

Supermarkt, ca. 640 m² VK, 2 Kassen, ca. 40 PKW-Stellplätze. In die Jahre gekommener Discounter im Erdgeschoss eines Wohn- / Geschäftshauses mit Gastronomie- und Freizeitnutzungen im EG und OG. Der Markt und insbesondere der gemeinsame Erschließungsbereich mit einem Imbiss machen einen schmutzigen Eindruck. Schlechte Einsehbarkeit von der Hauptstraße. Sehr schwache Kundenfrequenz. Im Nachbargebäude ist ein Rewe-Supermarkt (s. Wettbewerber Nr. 6) untergebracht. Ansonsten ist das Umfeld durch Wohnnutzung bestimmt. Der Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das westliche Stadtgebiet von Hausach.

<p>(9) Hausach</p> 	<p>Lidl In den Brachfeldern 3</p> <p>Soft- / Marken-Discounter, ca. 1.000 m² VK, 4 Kassen, ca. 90 PKW-Stellplätze. Modernes Ladenlayout mit SB-Backwaren und SB-Kaffeeautomat. Lage am östlichen Rand des Siedlungsbereichs in einem kleinen Gewerbegebiet. Standortagglomeration mit Aldi, dm und einem kleinen Elektromarkt. Weiterer Einzelhandel entlang der Eisenbahnstraße (u.a. Gartencenter Burkhardt, Raiffeisenmarkt). Autokundenorientierter Standort mit guter PKW-Erreichbarkeit im Mündungsbereich von B294 und B33. Allerdings Lage in Sackgasse und eingeschränkte Einsehbarkeit von der Eisenbahnstraße. Der Standortbereich übernimmt räumliche Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie die östlich und südlich anschließenden Nachbargemeinden.</p>
<p>(10) Hausach</p> 	<p>Aldi In den Brachfeldern 5</p> <p>Hard-Discounter, ca. 925 m² VK, 3 Kassen, ca. 80 PKW-Stellplätze. Moderner, aber relativ kleiner Discounter mit z.T. in Holz gehaltenem Ladenlayout, guter Ausleuchtung und einer Ruhebänk in der Vorkassenzzone. Lage am östlichen Rand des Siedlungsbereichs in einem kleinen Gewerbegebiet. Standortagglomeration mit Lidl, dm und kleinem Elektromarkt. Weiterer Einzelhandel entlang der Eisenbahnstraße (u.a. Gartencenter Burkhardt, Raiffeisenmarkt). Autokundenorientierter Standort mit guter PKW-Erreichbarkeit im Mündungsbereich von B294 und B33. Allerdings Lage in Sackgasse und eingeschränkte Einsehbarkeit von der Eisenbahnstraße. Der Standortbereich übernimmt räumliche Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie die östlich und südlich anschließenden Nachbargemeinden.</p>
<p>(11) Fischerbach</p>	<p>„IK – Ihr Kaufmann“ Hauptstraße 44</p> <p>LM-SB-Geschäft, ca. 250 m² VK, 1 Kasse, ca. 5 PKW-Stellplätze. Kleiner Nahversorger im Erdgeschoss eines Wohn- / Geschäftshauses im Ortskern von Fischerbach. Vergleichsweise gutes Angebot an Frischeprodukten (z.B. Obst & Gemüse, Brottheke). Der kleine markt übernimmt die Nahversorgung der Wohnbevölkerung in Fischerbach.</p>

Neben den zuvor ausführlich vorgestellten Wettbewerbern in Haslach und Umgebung besitzen im Lebensmittelhandel das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger etc.) und aufgrund des ländlich geprägten Umfelds die Betriebe des landwirtschaftlichen Direktverkaufs (Bauernmarkt, Hofladen, Ab-Hof-Verkauf) eine gewisse Versorgungsbedeutung hat. Hinzuweisen ist hierbei insbesondere auf

- fünf Bäckereien (z.T. inklusive Café) und drei Metzgereien innerhalb der Altstadt bzw. der Einkaufsinnenstadt von Haslach.
- das kleine Fachgeschäft (ca. 60 m² VK) „Bei Ölmayers“ in der Engelstraße ebenfalls in der Haslacher Innenstadt bietet ein spezialisiertes Angebot an Tee und Naturprodukten (z.B. Tee, Öle, Getreide- und Dinkelprodukte, Natursalze, Trockenfrüchte, Gewürze).



- den Kiebitz e.V., welcher „Am Schafsteg 3“ südlich der Haslacher Innenstadt in einem ca. 70 m² großen Ladenlokal regionale Bio-Lebensmittel, wie z.B. frisches Obst & Gemüse, Backwaren, Käse, Molkereiprodukte, frische Nudeln sowie Maultaschen oder Getränke verkauft. Zudem sind auch Körperpflegeprodukte oder Reinigungsmittel erhältlich.
- verschiedene landwirtschaftliche Betriebe oder Obsthöfe, welche in Form von Ab-Hof-Verkäufen eigenproduzierte, meist saisonal abgestimmte Lebensmittel vertreiben. Dazu zählen u.a. der Obsthof Schätzle oder der Biohof Feger in Haslach oder der Obsthof Wolf in Fischerbach.



Naturkost „Bei Ölmayers“ (Bild links) und Metzgerei Winterhalter jeweils in der Engelstraße in der Haslacher Innenstadt



Der Verein „Kiebitz e.V.“ verkauft „Am Schafsteg“ in Haslach Bio-Lebensmittel und Naturkost



Der Obsthof Wolf in Fischerbach bietet regionale Produkte meist aus eigener Produktion an

Bezüglich der sonstigen, bereits heute im Gartencenter Göppert angebotenen bzw. geplanten zentrenrelevanten Sortimente ist auf folgendes Angebot hinzuweisen:

- In Haslach bietet in der Fachmarkttagglomeration „Im Spießacker“ das Blumen-geschäft „Blumen Schöner“, welches im Vorkassenbereich des Rewe-Supermarktes betrieben wird, auf ca. 50 m² VK (plus ca. 75 m² nicht überdachte Außenfläche) Schnittblumen, Zimmerpflanzen und ergänzend Grußkarten an. Auf überörtlicher Ebene sind weitere Blumengeschäfte z.B. in Hausach („La Fleur“), Biberach (Blumen Fäßler) oder Zell am Harmersbach (Blumen Harter) lokalisiert.
- In der gleichen Agglomeration „Im Spießacker“ wird ein Heimtierfachmarkt von Fressnapf mit ca. 400 m² VK betrieben, zu dessen Sortiment u.a. auch Tierfutter zählt.

- Bezogen auf die Haslacher Innenstadt entfallen weitere Sortimentsüberschneidungen mit den zentrenrelevanten Sortimenten des Gartencenters Göppert insbesondere auf das Spielzeug- und Schreibwarengeschäft Aberle, CASA oder „Buchladen“ in der Hauptstraße, das Haushaltswarengeschäft Best in der Kreuzgasse oder das Lotto / Toto-Geschäft am Marktplatz, wobei sich diese Angebotsüberschneidungen jedoch immer nur auf Teilsortimente der o.a. Ladenlokale beschränken (vgl. Kap. 2.2.1).



Das Blumengeschäft „Blumen Schöner“ und der Fressnapf-Heimtierfachmarkt in der Fachmarkttagglomeration in Haslach weisen Überschneidungen zum Sortiment des Gartencenters Göppert auf

3.3 Wettbewerbsplanungen und zukünftige Wettbewerbssituation

Im Bereich Gartencenter oder Bau- & Heimwerkermärkte sind im Untersuchungsraum keine relevanten Projektplanungen bekannt.

Im Lebensmitteleinzelhandel ist in der östlichen Nachbarstadt Hausach mit Beginn des Jahres 2020 die Umwandlung der Standortgemeinschaft eines Rewe-Supermarktes und Treff 3000-Discounters in der Hauptstraße im westlichen Stadtgebiet in einen Edeka-Supermarkt mit angeschlossenem Getränkemarkt geplant, welcher insgesamt ca. 1.640 m² VK umfassen soll. Im Vorkassenbereich des Supermarktes soll zudem ein Bäcker integriert werden. Gleichzeitig plant Rewe den Neubau und die Eröffnung eines Supermarktes mit ca. 1.500 m² auf dem bisher durch die Schwarzwald-Modellbahn genutzten Areal in der Eisenbahnstraße im östlichen Stadtgebiet von Hausach. Auch hier soll in der Vorkassenzone eine Bäckerei eröffnet werden. Ob überhaupt und falls ja, wann, die Rewe-Planung in Hausach umgesetzt werden kann, ist derzeit nicht verlässlich anzuschätzen.

Informationen zu weiteren relevanten Wettbewerbsplanungen im Lebensmitteleinzelhandel liegen nicht vor.



B Gärtnerei Frank

Karte 1: Der relevante Wettbewerb im näheren Umfeld des Gartencenters Göppert in Haslach-Bollenbach

- = Gartencenter Göppert
- ⊗ = Wettbewerber im Bereich Gartencenter (Nummerierung s. Text)
- ⊗ = Wettbewerber im Lebensmittel Einzelhandel (Nummerierung s. Text)

Tab. 4: Darstellung und Bewertung wesentlicher bestehender Wettbewerbsstandorte für das Gartencenter Göppert in Haslach-Bollenbach

Nr. in Karte	Ort / Ortsteil	Straße	Wettbewerber	VK in m ²	Betriebstyp	Wettbewerbsverflechtungen mit Planobjekt*	Standort-lage**
A	Steinach	Strickerfeld 16	Hagebaumarkt	5.400	Bau- & Heimwerkermarkt mit Gartencenter	◆◆◆ (◆)	E
B	Steinach	Biberacher Straße 3	Gärtnerei Frank	--	Gärtnerei mit Verkaufsraum	◆◆ (◆)	D
C	Hausach	Eisenbahnstraße 3a	Raiffeisen Kinzigtal	850	Raiffeisen- & Lebensmittelmarkt	◆◆	D
D	Hausach	Eisenbahnstraße 1c	Gartenbau Burkhardt	600	Gartenbaubetrieb mit Gartenfachmarkt	◆◆◆	E
E	Lahr/Schwarzwald	Im Götzdamm 10	Gartencenter Dehner	2.500	Gartencenter & Zoofachmarkt	◆◆◆ (◆)	E
1	Haslach im Kinzigtal	Im Spießacker 15-17	Edeka Lehmann	1.800	Supermarkt	◆◆ (◆)	C
2	Haslach im Kinzigtal	Schwarzwaldstraße 28	Aldi	900	Soft- / Marken-Discounter	◆ (◆)	C
3	Haslach im Kinzigtal	Im Spießacker 1	Rewe	1.575	Supermarkt	◆◆◆ (◆)	C
4	Haslach im Kinzigtal	Lindenstraße 1	Netto Marken-Discount	850	Soft- / Marken-Discounter	◆	D
5	Haslach im Kinzigtal	Steinacher Straße 4	Treff 3000	675	Soft- / Marken-Discounter	◆	D
6	Steinach	Hauptstraße 32	Edeka Bruder	750	Kleiner Supermarkt	◆ (◆)	D
7	Hausach	Rewe	Hauptstraße 80	1.000	Supermarkt	◆	D
8	Hausach	Treff 3000	Hauptstraße 82	640	Soft- / Marken-Discounter	◆	D
9	Hausach	In den Brachfeldern 3	Lidl	1.000	Soft- / Marken-Discounter	◆	D
10	Hausach	In den Brachfeldern 5	Aldi	925	Soft- / Marken-Discounter	◆	D
11	Fischerbach	Hauptstraße 44	IK – Ihr Kaufmann	250	LM-SB-Fachgeschäft	◆◆	D

* = Einschätzung der Bedeutung des Wettbewerbers bezogen auf das Gartencenter Göppert in Haslach, wobei ◆ = keine Wettbewerbsverflechtung und ◆◆◆ = sehr hohe Wettbewerbsverflechtung darstellt

** =

Bezeichnung der Standortlagen:

- (A) Innenstadt-Haupteinkaufslage
- (B) Innenstadt-Nebeneinkaufslage
- (C) Sonstige zentrale Versorgungsbereiche (z.B. Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren)
- (D) restl. Kernstadt / Streulagen
- (E) Gewerbegebiet / dezentrale Lage

Quelle: ecostra-Standortforschung, Stand: Januar 2019



3.4 Fazit aus der Wettbewerbsanalyse

Die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation zeigt, dass im Untersuchungsraum nur eine schwache Wettbewerbsintensität herrscht.

Im Kernsegment „Pflanzen & Zubehör“ ist der Hagebaumarkt in Steinach aufgrund seiner räumlichen Nähe der bedeutendste Wettbewerber, wenngleich er zum Erhebungszeitpunkt kaum Pflanzen im Sortiment führte, sondern im Bereich des Gartencenters v.a. Gartenmöbel, Gartenhäuser, Grills & Zubehör, Gartengeräte (z.B. Rasenmäher, Motorsägen) und Baumaterialien für den Garten (Holz, Eisen) anbot. Die Sortimentsüberschneidungen zum Gartencenter Göppert sind – ggf. teils saisonal bedingt – wenig umfangreich.

Gleiches gilt auch für Gartenbau Burkhardt in Hausach und Gärtnerei Frank in Steinach, wobei auch hier saisonal bedingt eine exakte Einschätzung schwierig ist. Die Gärtnerei Frank scheint überwiegend in der Produktion und Aufzucht tätig zu sein und verkauft nur aus einem kleinen Verkaufsraum heraus. Gartenbau Burkhardt fokussiert sich auf den Garten- und Landschaftsbau, wobei es in dem angeschlossenen Gartenfachmarkt deutliche Überschneidungen in den Randsortimenten (z.B. GPK, Deko) zum Gartencenter Göppert, aber ein wenig umfangreiches Angebot an Blumen und Pflanzen, gibt.

Auch unter Berücksichtigung der ggf. saisonal bedingten unvollständigen Sortimente bei den Wettbewerbern ist insgesamt zu konstatieren, dass das Gartencenter Göppert im Kernsegment „Pflanzen und Zubehör“ eindeutig das umfangreichste und vielfältigste Angebot aufweist und somit in regionaler Hinsicht eine führende Marktposition einnimmt.

Die deutlichsten Sortimentsüberschneidungen in diesen Sortimenten bestehen zum Gartencenter Dehner in Lahr/Schwarzwald, dessen Wettbewerbsbedeutung aufgrund der bereits recht großen räumlichen Entfernung jedoch ebenfalls bereits nachrangig ist.

Bezogen auf den Lebensmitteleinzelhandel besteht in Haslach und Umgebung ein umfangreiches Angebot an Lebensmittelmärkten, Betrieben des Lebensmittelhandwerks und landwirtschaftlichen Direktverkäufen (Ab-Hof-Verkauf). Der geplante Bauernmarkt im Gartencenter Göppert bietet meist nur geringe Teilsortimente der maßgeblichen Wettbewerber an. Der Bauernmarkt wird den Bewohnern in Haslach-Bollenbach in gewissem Umfang als Nahversorger dienen, da dort abgesehen von Hofläden keine Lebensmittelversorgung gewährleistet ist. Ansonsten wird der Bauernmarkt weitgehend von Mitnahmeeffekten der Kunden des Gartencenters und auch des geplanten Gastronomiebetriebs profitieren und kann sich hier eine Nische innerhalb der bestehenden Wettbewerbslandschaft schaffen.

4. Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

4.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenziale

4.1.1 Methodische Grundlagen

Seitens der Familie Göppert als Betreiber des Gartencenters wurden Daten zur Kundenherkunft zur Verfügung gestellt, welche auf einer im Center durchgeführten Kundenbefragung basieren.¹

Da es sich hierbei nur um eine auf einen kurzen Zeitraum bezogene, stichprobenartige Erhebung handelte, wurden diese Kundenherkunftsdaten fachgutachterlich plausibilisiert, wobei insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden haben:

- die zu erwartende Attraktivität und Anziehungskraft des Gartencenters Göppert in der nach Erweiterung geplanten Größe (Branche, Konzeption, Standorteigenschaften etc.)
- die verkehrlichen, topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung innerhalb des Untersuchungsraumes
- die relevante Wettbewerbssituation in Haslach sowie in den Städten und Gemeinden im regionalen Umland.

Nachfolgend wird das Einzugsgebiet näher beschrieben und die entsprechenden Einwohner- und Kaufkraftdaten werden aufbereitet.

4.1.2 Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes des Gartencenters Göppert

Das abgegrenzte Einzugsgebiet erstreckt sich über den Südosten des Ortenaukreises sowie teils über die Randgemeinden der angrenzenden Landkreise Emmendingen im Süden und Rottweil im Osten (vgl. Karte 2). Das Einzugsgebiet ist in drei Zonen einer abgestuften Kundenanbindungsintensität untergliedert und

- umfasst als **Naheinzugsgebiet (Zone I)** das gesamte Stadtgebiet von Haslach.
- beinhaltet als **mittleres Einzugsgebiet (Zone II)** sämtliche Nachbargemeinden rundum Haslach sowie die Gemeinden Biberach im Westen und Wolfach, Oberwolfach und Gutach im Osten.

¹ Die Befragung fand von Freitag, 30.09.2016, bis Donnerstag, 06.10.2016, statt. Im Rahmen zweier „Tage der offenen Tür“ war das Center auch am Sonntag, 02.10.2016, und Montag, 03.10.2016 (Tag der dt. Einheit) in der Zeit von 10.30 Uhr bis 13.30 Uhr geöffnet. Zur Feststellung der Herkunft wurden die Kunden nach der Postleitzahl ihres Wohnortes gefragt. Insgesamt nahmen ca. 2.700 Kunden an der Befragung teil.

- reicht als **Ferneinzugsgebiet (Zone III)** am weitesten entlang der B294 bzw. B33 in Richtung Osten bis zu den nordwestlichen Gemeinden (Schenkenzell, Schiltach) des Nachbarkreises Rottweil. Während im Süden die nördlichen Grenzgemeinden des Landkreises Emmendingen ebenfalls zum Ferneinzugsgebiet zählen, endet es im Westen und Nordwesten in Annäherung an das Mittelzentrum Lahr/Schwarzwald bzw. das Oberzentrum Offenburg. In Richtung Nordosten ist aufgrund der topographischen Gegebenheiten kein Ferneinzugsgebiet ausgebildet, da sich die dort an die Zone II angrenzenden Gemeinden (z.B. Bad Peterstal-Griesbach oder Bad Ripoldsau-Schapbach) in ihrem Einkaufsverhalten am weiter nordöstlich gelegenen Oberzentrum Freudenstadt orientieren.

Über dieses abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Kundenverflechtungen des Gartencenters Göppert mit sog. Streukunden werden in den weiteren Analyseschritten dieses Gutachtens ebenfalls berücksichtigt.

4.1.3 Aktuelle Einwohnerzahlen und zukünftige Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach

Das so abgegrenzte Einzugsgebiet (Zone I - III) des Gartencenters Göppert in Haslach umfasst derzeit eine Zahl von insgesamt

ca. 92.655 Einwohnern.

Hiervon entfallen

- ca. 7.090 Einwohner = ca. 7,6 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 37.605 Einwohner = ca. 40,6 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 47.960 Einwohner = ca. 51,8 % auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet)

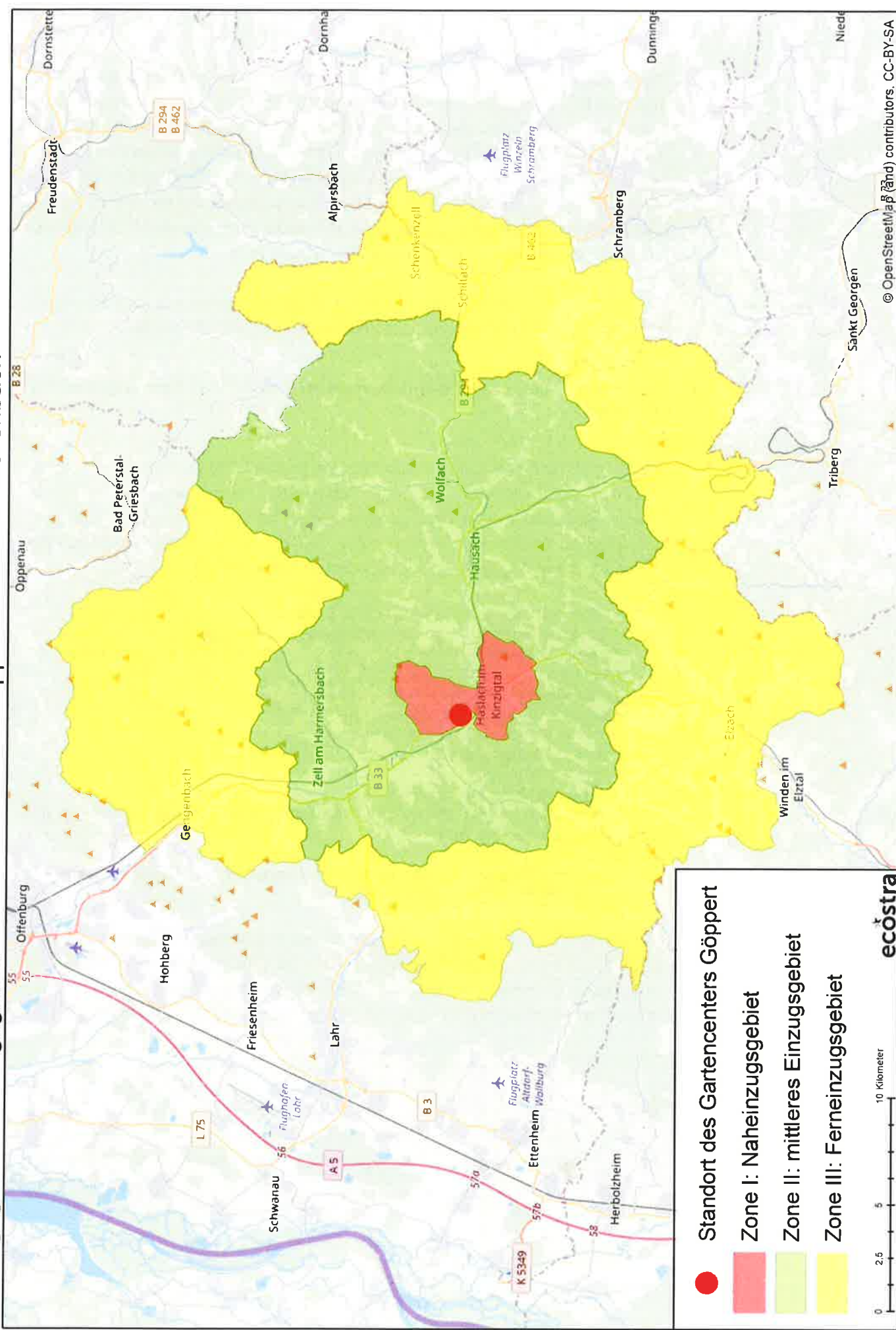
Tab. 5: Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert

• Haslach		
als Zone I (Naheinzugsgebiet)		ca. 7.090 Einwohner
• Biberach (Baden)	• Fischerbach	• Gutach (Schwarzwaldbahn)
• Hausach	• Hofstetten	• Mühlenbach
• Oberwolfach	• Steinach	• Wolfach
• Zell am Harmersbach		
als Zone II (mittleres Einzugsgebiet)		ca. 37.605 Einwohner
Kerneinzugsgebiet (Zone I+II)		ca. 44.695 Einwohner
• Berghaupten	• Gengenbach	• Hornberg
• Nordrach	• Oberharmersbach	• Ohlsbach
• Schuttertal	• Seelbach (Schutter)	• Biederbach
• Elzach	• Schenkenzell	• Schiltach
als Zone III (Ferneinzugsgebiet)		ca. 47.960 Einwohner
Zone I - III (Einzugsgebiet insgesamt)		ca. 92.655 Einwohner

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2018; ecostra-Zusammenstellung



Das abgegrenzte Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach-Bollenbach



- Standort des Gartencenters Göppert
- Zone I: Naheinzugsgebiet
- Zone II: mittleres Einzugsgebiet
- Zone III: Ferneinzugsgebiet



Das Statistische Landesamt Baden-Württemberg prognostiziert bis zum Jahr 2025 für den gesamten Ortenaukreis eine Bevölkerungszunahme um ca. 2,3 %. Allerdings beruhen diese Entwicklungsszenarien auf Zahlen aus dem Jahr 2014 und seit diesem Basisjahr bis heute hat sich die Bevölkerung im Ortenaukreis deutlich positiver entwickelt als vom Landesamt vorhergesagt. Eine Vorausberechnung der Bevölkerungsentwicklung im Einzugsgebiet erweist sich somit als schwierig. Aus fachgutachterlicher Sicht ist bis zum Jahr 2025 also allgemein von einer leicht steigenden Bevölkerungszahl auszugehen, ohne dass die Entwicklung näher quantifiziert werden kann.

Im nachfolgenden Kapitel werden die entsprechenden einzelhandels- und die projektrelevante Kaufkraftpotenziale im abgegrenzten Einzugsgebiet dargestellt.

4.2 Die einzelhandels- und die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.2.1 Methodische Grundlagen

Die Basis für die Berechnung der Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen ist das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten. Hierbei handelt es sich um die Summe aller Erwerbs- und Vermögenseinkommen, die Inländern letztlich zugeflossen sind. Bei dem Privaten Verbrauch handelt es sich um jenen Teil des verfügbaren Einkommens, der nicht gespart wird. Dieser berechnet sich wie folgt:

- Bruttoeinkommen aus unselbständiger Tätigkeit
- + Bruttoeinkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen
- + Einkommen aus Einkommensübertragungen (Renten, Kindergeld etc.) und Vermietungen
- = **Bruttoeinkommen der Haushalte**
- Einkommens- und Vermögenssteuern
- Pflichtbeiträge zur Sozialversicherung
- = **Nettoeinkommen der Haushalte**
- + sonstige Einnahmen
- = **Ausgabefähiges Einkommen**
- Übrige Ausgaben (KFZ-Steuern, freiwillige Beiträge zur gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung etc.)
- Ersparnis
- = **Ausgaben für den Privaten Verbrauch (Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen)**

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für Einzelhandelswaren werden jährlich von ecostra im Rahmen der Grundlagenforschung in einer Tiefe von 40 strukturierten Warengruppen für diverse europäische Länder berechnet.¹ Die entsprechenden Kaufkraftwerte beinhalten sämtliche Ausgaben für Einzelhandelswaren inklusive für Waren des

¹ Bei der Ermittlung der Verbrauchsausgaben werden u.a. die privaten Konsumausgaben aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und die Verbrauchsstichproben der einzelnen Länder berücksichtigt, wobei ggf. gewisse Anpassungen (z.B. Einnahmen aus sog. „Graumarktaktivitäten“) vorgenommen werden müssen. Enthalten sind dabei der über den Einzelhandel erfolgende Umsatz sowie Ausgaben über sonstige Vertriebskanäle (z.B. Direktvertrieb) oder Produktion für den Eigenbedarf. Die einzelnen Warenbereiche werden dabei in einem Ordnungssystem gegliedert, wobei die Warengruppe (z.B. Braune Ware) in Hauptwarengruppen (z.B. Elektroartikel) zusammengefasst werden, welche dann wiederum in die Fristigkeit des Bedarfs (z.B. überwiegend langfristiger Bedarf) und in Food- und Non-Food-Waren aggregiert werden.

Lebensmittel- und Optikerhandwerks sowie für freiverkäufliche, nicht rezeptpflichtige Apothekerwaren. Ausgeklammert werden Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Mineralöle und rezeptpflichtige Arzneimittel.¹

Die aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben (Datenbasis 2017) für Deutschland betragen:

• Nahrungs- und Genussmittel	:	2.396,-- € p.c.
• Non-Food-Waren	:	4.061,-- € p.c.
• Einzelhandelswaren insgesamt	:	6.457,-- € p.c.

Bei der Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials ist weiterhin die spezifische Sortimentsstruktur des Gartencenters Göppert in der jeweils geplanten Größenordnung zu berücksichtigen. Da das Gartencenter über das entsprechende Kernsortiment (Pflanzen plus Zubehör und Gartenbedarf) hinaus verschiedene zentren- und nicht zentrenrelevante Randsortimente (vielfach nur Teilsortimente) führt, sind auch diese (Teil-)Sortimente bei den weiteren Analyseschritten als Teil der sog. „projektrelevanten Kaufkraft“ zu berücksichtigen.²

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabewerte der Wohnbevölkerung in Deutschland in der Differenzierung der projektrelevanten Hauptsortimentsbereiche betragen für

• Gartencenter-typische Kernsortimente	:	68,-- € p.c.
• Nicht zentrenrelevante Randsortimente	:	13,-- € p.c.
• zentrenrelevante Randsortimente	:	423,-- € p.c.

Bei der Berechnung der Kaufkraftvolumina innerhalb der einzelnen Zonen des Einzugsgebietes wurde weiterhin die jeweilige Kaufkraftkennziffer der entsprechenden Gemeinden verwendet.³ Diese Kaufkraftkennziffer gibt das jeweilige Kaufkraftniveau pro Einwohner im Vergleich zum nationalen Durchschnitt (= 100) an. Das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet schwankt zwischen deutlich unterdurchschnittlichen ca. 90,6 in Mühlenbach und sehr weit überdurchschnittlichen ca. 132,7 in Fischerbach jeweils im Ortenaukreis.

¹ Zur Kaufkraftberechnung siehe die Darstellung der Ermittlung des Kaufkraftvolumens bzw. der Verbrauchsausgaben pro Kopf der Wohnbevölkerung nach dem einkommens- und umsatzbasierten Ansatz in GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG E.V. (Hrsg.): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Februar 2014, S. 220f

² Im Gartencenter Göppert sind die folgenden Warengruppen (meist nur als Teilsortimente) vertreten:

- 1. Gartentypisches Kernsortiment (Pflanzen plus Zubehör sowie Gartenbedarf)**
- 2. Nicht zentrenrelevante Randsortimente**
 - (Garten-) Möbel, Grabschmuck
- 3. Zentrenrelevante Randsortimente**
 - Lebensmittel (Teilsortimente eines Bauernmarktes)
 - Schnittblumen
 - Tierfutter / zoologischer Bedarf
 - Bücher (themenbezogene Fachbücher)
 - GPK / Deko / Einrichtungsbedarf
 - Sonstiges, wie z.B. Glückwunschkarten, Handschuhe, (Garten-) Schuhe, Saisonartikel

³ ecostra verwendet hierbei die aktuellen Kaufkraftkennziffern des Instituts MB-Research, Nürnberg



4.2.2 Aktuelles Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet

Unter Ansatz der aktuellen Einwohnerzahl im abgegrenzten Einzugsgebiet, des ortsspezifischen Kaufkraftkoeffizienten sowie der einzelhandels- und projektrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, errechnen sich die nachfolgend ausgewiesenen Kaufkraftvolumina (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Die einzelhandelsrelevanten und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach

Einzugsgebietszonen	Zone I (Naheinzugsgebiet)	Zone II (mittleres Einzugsgebiet)	Zone I-II (Kerneinzugsgebiet)	Zone III (Ferneinzugsgebiet)	Zone I-III (Einzugsgebiet gesamt)
Angaben in Mio. €					
Warengruppen					
Nahrungs- und Genussmittel	17,3	91,9	109,2	114,5	223,7
Gesundheit, Körperpflege	4,8	25,8	30,7	31,4	62,1
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	0,9	4,5	5,4	5,5	10,9
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	1,2	6,7	7,9	8,1	16,0
Kurzfristiger Bedarf	24,2	129,0	153,2	159,6	312,7
PBS, Hobby, Bastelbedarf, Spielwaren	1,6	8,8	10,4	10,7	21,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	6,5	34,9	41,5	42,5	83,9
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	1,2	6,5	7,8	8,0	15,7
Mittelfristiger Bedarf	9,4	50,2	59,6	61,1	120,7
Elektrowaren	5,2	27,9	33,1	33,9	67,1
Einrichtung, Möbel	3,6	19,0	22,6	23,1	45,7
Sonstiger Einzelhandel	4,6	24,8	29,4	30,1	59,6
Langfristiger Bedarf	13,4	71,7	85,2	87,2	172,4
Einzelhandelswaren insgesamt	47,0	251,0	298,0	307,9	605,9
Gartencentertypische Kernsortimente	0,5	2,7	3,2	3,2	6,4
Zentrenrelevante Randsortimente*	3,2	16,9	20,0	20,1	40,1
Nicht zentrenrelevante Randsortimente**	0,1	0,5	0,6	0,6	1,2
Projektrelevante Warengruppen insgesamt	3,7	20,1	23,8	23,9	47,7

* = Lebensmittel, Schnittblumen, Tierfutter / zoologischer Bedarf, Bücher, GPK / Deko / Einrichtungsbedarf, Sonstiges (z.B. Glückwunschkarten, Handschuhe, (Garten-) Schuhe, Saisonartikel), dabei jeweils nur Teilsortimente

** = (Garten-) Möbel, Grabschmuck, dabei jeweils nur Teilsortimente

Quelle: ecostra-Berechnungen; ggf. Rundungsdifferenzen

Das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet des Gartencenters in Haslach beläuft sich demnach derzeit auf

ca. 605,9 Mio. €.

Hiervon entfallen

- ca. 47,0 Mio. € bzw. ca. 7,8 % auf die Zone I (Naheinzugsgebiet)
- ca. 251,0 Mio. € bzw. ca. 41,4 % auf die Zone II (mittleres Einzugsgebiet)
- ca. 307,9 Mio. € bzw. ca. 50,8 % auf die Zone III (Ferneinzugsgebiet)



Für das Einzugsgebiet können nachfolgend dargestellte einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben (Durchschnittswerte) errechnet werden:

Auf die für das Gartencenter Göppert projektrelevanten Warengruppen entfallen insgesamt

ca. 47,7 Mio. €

an Kaufkraft bzw. 7,9 % der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet. Hiervon entfallen wiederum

- ca. 6,4 Mio. € bzw. ca. 13,4 % auf gartencentertypische Kernsortimente
- ca. 40,1 Mio. € bzw. ca. 84,1 % auf zentrenrelevante Randsortimente¹
- ca. 1,2 Mio. € bzw. ca. 2,5 % auf nicht zentrenrelevante Randsortimente

Aufgrund des für das Einzugsgebiet insgesamt zu erwartenden leichten Bevölkerungsanstiegs bis zum Jahr 2025 ist von einer entsprechenden Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in diesem Zeitraum auszugehen.

¹ Der überwiegende Anteil des Kaufkraftpotenzials in den projektrelevanten Warengruppen entfällt auf die zentrenrelevanten Randsortimente, und hier auf den Bereich Lebensmittel. Mit dem geplanten Bauernmarkt wird im Gartencenter Göppert ein relativ breites, aber insgesamt wenig tiefes, Angebot an Lebensmitteln verkauft werden, welches nicht mit dem Angebot eines Lebensmittelvollversorgers (z.B. Supermarkt) vergleichbar ist. Entsprechend wurden hier nur 10 % der Pro-Kopf-Ausgaben im Bereich Lebensmittel angesetzt, welche bezogen auf die im Gartencenter Göppert angebotenen Teilsortimente wirksam werden.

5. Umsatzerwartung, Kaufkraftströme und mögliche Auswirkungen des Untersuchungsobjektes

5.1 Grundlagen, Kaufkraftabschöpfung und Kaufkraftbewegungen

In der Analyse der potenziellen Auswirkungen des Untersuchungsobjektes werden als Grundlage die Ergebnisse der Erhebungen und Einschätzungen u.a. zur Standortstruktur und Leistungsfähigkeit des Einzelhandels im Untersuchungsraum herangezogen. Die aufgrund der Standortqualitäten, der Flächendimensionierung, der Sortimentskonzeption etc. erzielbare Marktdurchdringung des Planvorhabens findet durch eine abgestufte Kaufkraftabschöpfung aus den einzelnen abgegrenzten Zonen des Einzugsgebietes Berücksichtigung.

In der Analyse finden hierzu u.a. zwei methodische Ansätze Verwendung:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens aus dem Einzugsgebiet dar.
- Mit einem zweiten Ansatz, der **Kaufkraftbewegungsanalyse**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote ermittelt.

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung der Umsatzerwartung des Planobjektes mit den errechneten Kaufkraftvolumina für das nach Zonen abgegrenzte Einzugsgebiet aus. Die Kaufkraftbewegungsanalyse berücksichtigt darüber hinaus Veränderungen durch das Planobjekt auf bestehende Kaufkraftströme (Kaufkraftbindung, Kaufkraftzuflüsse etc.) im Untersuchungsraum und lässt Rückschlüsse auf mögliche Umsatzverluste bestehender Anbieter zu. Das Marktanteilkonzept ebenso wie die Analyse der Kaufkraftbewegungen sind seit Jahrzehnten fester Bestandteil der Absatzplanung des Einzelhandels und ermöglichen eine sachgerechte und objektive Beurteilung von Umsatzerwartungen und räumlicher Umsatzherkunft. Aus den Ergebnissen der Kaufkraftbewegungsanalyse können sich sowohl städtebauliche und / oder raumordnerische Auswirkungen ableiten.

Zur Analyse der möglichen Auswirkungen des Planobjektes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum werden somit folgende Analyseschritte durchgeführt:

- Anhand des Marktanteilkonzepts wird die Kaufkraftabschöpfung und damit die umsatzherkunft des Gartencenters Göppert ermittelt.
- Auf derselben Grundlage wird in einem weiteren Schritt die Umsatzerwartung des erweiterten bzw. umstrukturierten Gartencenters ermittelt.
- Die Analyse der Veränderungen der Kaufkraftströme und der sich daraus ableitenden möglichen Auswirkungen konzentriert sich auftragsgemäß ausschließlich auf den Lebensmittelbereich und hier den geplanten Bauernmarkt mit maximal 150 m²

Verkaufsfläche. Mögliche Umsatzzuwächse bei sonstigen Warenbereichen aufgrund einer gestiegenen Attraktivität des gesamten Centers bzw. aufgrund von Kopplungskäufen durch Besucher des Bauernmarktes werden berücksichtigt.

- Im Lebensmittelbereich wird auf Grundlage der Marktdaten (u.a. Kaufkraft, erhobene Bestandsdaten des Einzelhandels, Wettbewerbssituation) der relevante derzeitige Einzelhandelsumsatz in den zu untersuchenden Einkaufslagen bzw. den für das Vorhaben relevanten Wettbewerbsstandorten eingeschätzt, wobei eine einzelbetriebliche Umsatzschätzung erfolgt.
- In einem letzten Schritt wird für jede einzelne zu untersuchende Einkaufslage bzw. jeden einzelnen erfassten Wettbewerbsstandort etc. unter Berücksichtigung der jeweiligen spezifischen Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planobjekt (u.a. bedingt durch die räumliche Nähe oder Ferne, Angebotsstrukturen, vergleichbare oder weniger vergleichbare Betriebstypen) der durch das Untersuchungsobjekt ausgelöste Umsatzabzug analysiert.

D.h. durch eine Gegenüberstellung der Kaufkraftströme zu unterschiedlichen Zeitpunkten (z.B. vor und nach dem fiktiven Markteintritt des neuen Einzelhandelsprojektes) lassen sich im Rahmen einer plausiblen Modellrechnung die für die raumordnerische Projektbewertung relevanten perspektivischen Veränderungen in den Kaufkraftströmen darstellen und bewerten. Die möglichen Auswirkungen lassen sich hierbei anhand des Umsatzabzuges (oder -umverteilung) gegenüber dem Bestand bewerten; bei dieser Umsatzumverteilung handelt es sich um jenen Teil des Umsatzes des Planobjektes, der dem bereits vorhandenen relevanten Einzelhandel in der jeweiligen Einkaufslage künftig entzogen wird. Durch Gegenüberstellung des jeweiligen Wertes der Umsatzumverteilung mit dem jeweiligen derzeitigen relevanten örtlichen Umsatz errechnet sich die Umsatzumverteilungsquote.

5.2 Umsatzerwartung, Umsatzherkunft und Marktanteile des Untersuchungsprojekts

Zunächst wird nun die derzeitige räumliche Umsatzherkunft des Gartencenters nach den abgegrenzten Zonen des Einzugsgebietes ermittelt, d.h. es wird dargelegt, welche Umsatzanteile auf Kunden aus den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes des Untersuchungsobjektes sowie auf Kunden von außerhalb dieses Einzugsgebietes entfallen. Anschließend wird die zu erwartende Umsatzleistung und -herkunft nach Realisierung der geplanten Neustrukturierung des Gartencenters dargestellt. Bei Einzelhandelsobjekten sinkt mit zunehmender räumlicher Entfernung auch die Marktdurchdringung.

5.2.1 Umsatzleistung, Marktanteile und Umsatzherkunft des Gartencenters Göppert im derzeitigen Bestand

Das Gartencenter Göppert in Haslach erwirtschaftet in seiner derzeitigen Konfiguration, Größe und Standortsituation nach vorliegenden Informationen sowie nach Berechnungen von ecostra einen Umsatz in Höhe von

ca. 3,8 Mio. €,



was bei einer gewichteten Verkaufsfläche¹ von ca. 9.760 m² einer Flächenproduktivität von ca. 390,-- € / m² VK entspricht.²

Die Kaufkraftabschöpfungsquote des Gartencenters erreicht im gesamten Einzugsgebiet (Zone I – III) bei den gartencentertypischen Kernsortimenten mit ca. 35 – 36 % einen hohen Wert, welcher insbesondere im Naheinzugsgebiet (Zone I) mit ca. 58 – 59 %, aber auch noch im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) mit ca. 45 – 46 % außerordentlich hoch ist. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es sich um einen Spezialanbieter handelt und dass das Gartencenter Göppert im gesamten abgegrenzten Einzugsgebiet der einzige Handelsbetrieb mit einem derartig umfangreichen und ausdifferenzierten Angebot bei Pflanzen und Gartenbedarf ist. Die entsprechenden Wettbewerber (z.B. Hagebaumarkt und Gärtnerei Frank in Steinach, Gartenbau Burkhardt in Hausach, Raiffeisenmärkte in Hausach) weisen ein vergleichsweise eingeschränktes und im Vergleich zum Untersuchungsobjekt deutlich weniger attraktives und leistungsfähiges Angebot in den gartencentertypischen Kernsortimenten auf. Um einen ähnlich attraktiven Wettbewerber – das Gartencenter Dehner in Lahr/Schwarzwald bietet bspw. ein etwa vergleichbares Angebot, liegt jedoch bereits außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets – zu erreichen, muss aus weiten Teilen des Einzugsgebiets eine große Distanz zurückgelegt werden, so dass das Gartencenter Göppert innerhalb des Einzugsgebiet eine sehr dominante Marktposition einnimmt.

Bei den zentren- und nicht zentrenrelevanten Randsortimenten ist die Kaufkraftabschöpfung deutlich geringer und bewegt sich in einer Größenordnung von maximal 3 % für das gesamte Einzugsgebiet bzw. max. 4 % für das Naheinzugsgebiet. Die geringen Abschöpfungsquoten sind darin begründet, dass im Bereich der Randsortimente meist nur kleine Teilsortimente zum Warenangebot zählen.

¹ Die Gewichtung der Verkaufsfläche erfolgt auf Basis der Verkaufsflächendefinition des gif e.V.: „überdeckt und allseitig in voller Höhe umschlossen“ = 100 %; „überdeckt, jedoch nicht allseitig in voller Höhe umschlossen“ = 50 %; „nicht überdeckt“ = 25 %. Die Verkaufsflächendefinition ist im Detail dem Anhang zu entnehmen. Die gewichtete Verkaufsfläche dient als Basiswert bei der Bestimmung der Flächenproduktivität. Unter Berücksichtigung des nicht überdachten Teilbereichs der Baumschule verringert sich die Verkaufsfläche des Gartencenters von 11.260 m² auf gewichtete 9.760 m². Die gewichtete Gesamtverkaufsfläche lässt sich für die weiteren Analyseschritte in drei Kategorien untergliedern:

- | | | |
|--|--------------------------|---------------------------------------|
| • Gartencenter-typisches Kernsortiment ,
d.h. Blumen (ohne Schnittblumen), Pflanzen,
Bäume, Pflanzgefäße, Erde, Rinden, Dünger etc. | ca. 9.105 m ² | = ca. 93,3 % der Gesamtverkaufsfläche |
| • Randsortiment , aber nicht zentrenrelevant ,
d.h. (Garten-) Möbel, Grabschmuck | ca. 80 m ² | = ca. 0,8 % der Gesamtverkaufsfläche |
| • Zentrenrelevante Randsortimente (z.B.
GPK, Deko, Schnittblumen, Lebensmittel, Bücher, Schuhe) | ca. 575 m ² | = ca. 5,9 % der Gesamtverkaufsfläche |

² Die Flächenproduktivität eines Gartencenters in der vorliegenden Größenordnung bewegt sich etwa zwischen 900,-- € und 1.600,-- € bzw. im Durchschnitt bei ca. 1.200 € je m² VK (vgl. BADEN-WÜRTTEMBERGISCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG E.V. (Hrsg.): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 – Baden-Württemberg. Weingarten, 2018, S. 34). Beim Gartencenter Göppert ist zu berücksichtigen, dass auch der Teil der eigentlichen Produktionsfläche, welcher saisonal für die Kunden zugänglich ist, handelswissenschaftlich zur Verkaufsfläche gerechnet wird, wodurch sich insgesamt die sehr geringe Flächenleistung ergibt. Bei ausschließlicher Betrachtung der gewichteten „Kernverkaufsfläche“ – d.h. Warmhalle, Kalthalle und Baumschule – mit insgesamt ca. 3.960 m² liegt die Flächenproduktivität bei ca. 960,-- € je m² VK und damit im Bereich des genannten Benchmarks.



Tab. 7: Kaufkraftabschöpfung und Umsatz des Gartencenters Göppert im derzeitigen Bestand mit einer gewichteten Verkaufsfläche von ca. 9.760 m²

	Gartencentertypische Kernsortimente			Zentrenrelevante Randsortimente*			Nicht zentrenrelevante Randsortimente			Insgesamt		
	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	0,5	58 – 59	0,3	3,2	2 – 3	0,1	0,1	4	<0,1	3,8	10	0,4
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	2,7	45 – 46	1,2	16,9	2	0,4	0,5	3	<0,1	20,1	8	1,6
Zone III (Ferninzugsgebiet)	3,2	24	0,8	20,1	1	0,2	0,6	1 – 2	<0,1	23,9	4	1,0
Zonen I – III (Einzugsgebiet insgesamt)	6,4	34 – 35	2,2	40,2	1 – 2	0,6	1,2	2 – 3	<0,1	47,8	6	3,0
Streuumsätze			0,6			0,2			<0,1			0,8
Umsatzerwartung insgesamt			2,9			0,8			<0,1			3,8

KK = Kaufkraft

* = Der Sortimentsbereich „Schnittblumen“ ist in dieser Aufstellung den zentrenrelevanten und nicht den gartencentertypischen Sortimenten zugeordnet
ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Tab. 8: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung des umstrukturierten Gartencenters Göppert mit einer gewichteten Verkaufsfläche von ca. 9.765 m²

	Gartencentertypische Kernsortimente			Zentrenrelevante Randsortimente*			Nicht zentrenrelevante Randsortimente			Insgesamt		
	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €	KK-Poten- zial in Mio. €	KK-Ab- schöpfung in %	Umsatz in Mio. €
Zone I (Naheinzugsgebiet)	0,5	62 – 63	0,3	3,2	5	0,2	0,1	4 – 5	<0,1	3,8	12 – 13	0,5
Zone II (Mittleres Einzugsgebiet)	2,7	48 – 49	1,3	16,9	4	0,7	0,5	4	<0,1	20,1	10	2,0
Zone III (Ferninzugsgebiet)	3,2	25 – 26	0,8	20,1	2	0,4	0,6	2	<0,1	23,9	5	1,2
Zonen I – III (Einzugsgebiet insgesamt)	6,4	38	2,4	40,2	3	1,2	1,2	3	<0,1	47,8	7 – 8	3,7
Streuumsätze			0,7			0,3			<0,1			1,0
Umsatzerwartung insgesamt			3,1			1,6			<0,1			4,7

KK = Kaufkraft

* = Der Sortimentsbereich „Schnittblumen“ ist in dieser Aufstellung den zentrenrelevanten und nicht den gartencentertypischen Sortimenten zugeordnet
ecostra-Berechnungen, ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen



Die Randsortimente werden meist nicht im Zuge von gezielten Einkäufen durch die Kunden erworben, sondern sind überwiegend als Mitnahmeeffekte beim Pflanzenkauf zu beurteilen. Daher wird nur ein verhältnismäßig geringer Anteil des insgesamt zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumens dieser Randsortimente im Gartencenter Göppert ausgegeben.

Darüber hinaus erzielt das Untersuchungsobjekt mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes einen Umsatz in Höhe von ca. 0,8 Mio. € bzw. ca. 22 % des Gesamtumsatzes (sog. „Streuumsätze“). Zu diesen Streukunden zählen unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Kundenbefragung aus dem Jahr 2016 u.a. auch Besucher aus Schutterwald, Bad Rippoldsau-Schapbach, Hohberg, Schramberg, Lahr/Schwarzwald, Friesenheim (Baden) oder auch Offenburg.

Diese Umsatzerwartung des Gartencenters Göppert im derzeitigen Bestand mit einer gewichteten Verkaufsfläche von ca. 9.760 m² setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	: ca. 0,4 Mio. €	bzw. ca. 10 %
• Zone II (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 1,6 Mio. €	bzw. ca. 42 %
• Zonen I-II (Kerneinzugsgebiet)	: ca. 2,0 Mio. €	bzw. ca. 52 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 1,0 Mio. €	bzw. ca. 26 %
• Zonen I-III (Einzugsgebiet insgesamt)	: ca. 3,0 Mio. €	bzw. ca. 78 %
• Streuumsätze	: ca. 0,8 Mio. €	bzw. ca. 22 %
• Umsatz insgesamt	: ca. 3,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Aufgegliedert nach den für das Gartencenter Göppert relevanten Sortimentsbereichen können die nachfolgenden Umsatzanteile ermittelt werden:

• Gartencentertypische Kernsortimente	ca. 2,9 Mio. €	bzw. ca. 77 % des Umsatzes
• Zentrenrelevante Randsortimente	ca. 0,8 Mio. €	bzw. ca. 22 % des Umsatzes
• Nicht zentrenrelevante Randsortimente	ca. <0,1 Mio. €	bzw. ca. 1 % des Umsatzes
• Umsatz insgesamt	ca. 3,8 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Der Umsatzanteil der bereits heute verkauften Lebensmittel (z.B. saisonales Obst & Gemüse, Wein, Saft, Öle, Eis) innerhalb der zentrenrelevanten Randsortimente liegt in einer Größenordnung von deutlich <0,1 Mio. €.

5.2.2 Umsatzleistung, Marktanteile und Umsatzherkunft bei Umsetzung der Planung des Gartencenters Göppert

Unter Berücksichtigung der Standorteigenschaften, der Marktsituation im Einzugsgebiet (Kaufkraft, Wettbewerbssituation) sowie der geplanten Sortimentsumstellungen des Untersuchungsobjektes ist nach Berechnungen von ecostra davon auszugehen, dass das Gartencenter Göppert nach der geplanten Umstrukturierung einen Einzelhandelsumsatz in Höhe von insgesamt

ca. 4,7 Mio. €



erwirtschaftet, was bei einer gewichteten Verkaufsfläche von ca. 10.265 m² VK (inkl. der Fläche des Gastronomiebetriebs) einer Flächenproduktivität von ca. 461 € / m² VK entspricht. Damit erhöht sich der Umsatz durch die Sortimentsanpassung um ca. 0,9 Mio. € bzw. um ca. 24 %, so dass die Flächenproduktivität entsprechend ansteigt.¹

Die Kaufkraftabschöpfungsquoten des Gartencenters steigen durch die Umstrukturierung und Attraktivierung über alle Zonen des Einzugsgebiets sowie alle Sortimentsbereiche an. Durch die Erweiterung um den Bauernmarkt erfahren die zentrenrelevanten Randsortimente die deutlichste Steigerung der Marktdurchdringung, wobei sich die Kaufkraftabschöpfungsquote im gesamten Einzugsgebiet (Zone I – III) ausgehend von bisher sehr niedrigen Werten und ausschließlich bezogen auf die jeweiligen Teilsortimente (z.B. Garten-Fachbücher beim Sortiment „Bücher“) mit ca. 3 % ebenso wie in den einzelnen Zonen des abgegrenzten Einzugsgebiets mehr oder weniger verdoppelt. Aber auch in den gartencentertypischen Kernsortimenten (ca. 62 – 63 % in der Zone I bzw. ca. 38 % im gesamten Einzugsgebiet sowie in den nicht zentrenrelevanten Randsortimenten erhöhen sich die Abschöpfungsquoten geringfügig. Obwohl die Verkaufsfläche in den gartencentertypischen Kern- und nicht zentrenrelevanten Randsortimenten nicht ausgeweitet wird, erhöhen sich der Umsatz und damit auch die Marktdurchdringung in gewissem Maße dadurch, dass das Gartencenter durch den Bauernmarkt und auch durch den geplanten Restaurationsbetrieb für die Kunden attraktiver wird, diese länger im Center verweilen und Kopplungskäufe angeregt werden, was sich insgesamt positiv auf die Verkäufe auswirkt.

Darüber hinaus erzielt das Untersuchungsobjekt mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes einen Umsatz in Höhe von ca. 1,0 Mio. € bzw. ca. 22 % des Gesamtumsatzes (sog. „Streuumsätze“). Der derzeit bereits hohe Streuumsatzanteil bleibt somit nach der Umstrukturierung unverändert.

Diese Umsatzerwartung des umstrukturierten Gartencenters Göppert mit ca. 10.265 m² VK setzt sich nach räumlich differenzierten Kundengruppen wie folgt zusammen:

• Zone I (Naheinzugsgebiet)	: ca. 0,5 Mio. €	bzw. ca. 10 %
• Zone II (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 2,0 Mio. €	bzw. ca. 42 %
• Zonen I-II (Kerneinzugsgebiet)	: ca. 2,5 Mio. €	bzw. ca. 52 %
• Zone III (Ferneinzugsgebiet)	: ca. 1,2 Mio. €	bzw. ca. 26 %
• Zonen I-III (Einzugsgebiet insgesamt)	: ca. 3,7 Mio. €	bzw. ca. 78 %
• Streuumsätze	: ca. 1,0 Mio. €	bzw. ca. 22 %
• Umsatz insgesamt	: ca. 4,7 Mio. €	bzw. ca. 100 %

¹ Während die Gastrofläche in Anlehnung an die gif-Richtlinie als Verkaufsfläche zu werten ist, wird die Umsatzerwartung bzw. Kaufkraftabschöpfung aus dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial abgeleitet. Somit wird die Raumleistung unterbewertet, da die Umsätze des geplanten Gastronomiebetriebs nicht eingerechnet werden. Wiederum bezogen auf die gewichtete „Kernverkaufsfläche“ – d.h. Warmhalle, Kalthalle und Baumschule – mit insgesamt nun ca. ca. 4.605 m² und unter entsprechender Vernachlässigung der Gastrofläche und desjenigen Teils der Produktionsfläche, welcher saisonal auch für die Kunden zugänglich ist, steigt die Flächenproduktivität trotz der vergrößerten Kernverkaufsfläche von ca. 960,- € je m² VK nach der Umstrukturierung geringfügig auf ca. 1.020,- € je m² VK.

Aufgegliedert nach den einzelnen relevanten Sortimentsbereichen können die nachfolgenden Umsatzanteile ermittelt werden:

• Gartencentertypische Kernsortimente	ca. 3,1 Mio. €	bzw. ca. 66 % des Umsatzes
• Zentrenrelevante Randsortimente	ca. 1,6 Mio. €	bzw. ca. 33 % des Umsatzes
• Nicht zentrenrelevante Randsortimente	ca. <0,1 Mio. €	bzw. ca. 1 % des Umsatzes
• Umsatz insgesamt	ca. 4,7 Mio. €	bzw. ca. 100 %

Während sich der Umsatz in den gartencentertypischen Kernsortimenten geringfügig von ca. 2,9 Mio. € auf ca. 3,1 Mio. € (ca. +0,2 Mio. € bzw. ca. +7 %) erhöht und in den nicht zentrenrelevanten Randsortimenten absolut kaum feststellbar ist, verdoppelt sich dieser in den zentrenrelevanten Randsortimenten von ca. 0,8 Mio. € auf ca. 1,6 Mio. €.

Dabei wird für den geplanten Bauernmarkt von einer Umsatzleistung in Höhe von ca. 0,7 – 0,8 Mio. € ausgegangen, was bei einer maximalen Verkaufsfläche von 150 m² einer Flächenproduktivität von 5.000,- € je m² VK entspricht. Hierbei handelt es sich um einen absolut oberen Wertansatz, um die Auswirkungen durch den Bauernmarkt keinesfalls zu unterschätzen. Die Umsatzsteigerung im Zuge der Attraktivitätssteigerung des Gartencenters bei den sonstigen zentrenrelevanten Teilsortimenten liegt in einer Größenordnung von weniger als 0,1 Mio. €.

5.3 Die Kaufkraftbewegungen im Lebensmitteleinzelhandel

Für den geplanten Bauernmarkt, welcher die Lebensmittelangebote im Gartencenter Göppert bündeln soll, wird ein Umsatz in Höhe von 0,7 – 0,8 Mio. € erwartet. Bereits jetzt werden innerhalb der zentrenrelevanten Randsortimente Lebensmittel angeboten (z.B. saisonales Obst & Gemüse, Wein, Saft, Öle, Eis), deren Umsatz auf deutlich unterhalb 0,1 Mio. € geschätzt wird. Somit ergibt sich im Lebensmittelbereich durch den Bauernmarkt ein Mehrumsatz in Höhe von ca. 0,7 Mio. €, welcher gegenüber dem bestehenden Einzelhandel umverteilungswirksam wird.

Der Bauernmarkt stellt nur ein untergeordnetes Angebot innerhalb des Gartencenters Göppert dar. Dieses trägt aber zur Gesamattraktivität des Gartencenters bei. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass viele Kunden den Bauernmarkt gezielt aufsuchen werden, sondern dieser wird beim Einkauf von Pflanzen und Gartenbedarf v.a. in Form von sog. Kopplungskäufen durch entsprechende Mitnahmeeffekte genutzt werden. Entsprechend der guten räumlichen Ausstrahlung und des räumlich weitreichenden Einzugsgebiets verteilt sich der Mehrumsatz im Lebensmittelbereich somit ebenfalls auf das gesamte Einzugsgebiet und darüber hinaus auf die Streukunden.

Dabei ist in der räumlichen Differenzierung von folgender Herkunft des Mehrumsatzes im Lebensmittelbereich auszugehen:

	Mehrumsatz im LM-Bereich in Mio. €	Anteil am Mehrumsatz in %
• Zone I (Naheinzugsgebiet) :	ca. +0,1	ca. 14 %
• Zone II (Fernezeugsgebiet) :	ca. +0,3	ca. 43 %
• Zone III (Fernezeugsgebiet) :	ca. +0,2	ca. 29 %
• Streuumsätze :	ca. +0,1	ca. 14 %
• Mehrumsatz insgesamt :	ca. +0,7	ca. 100 %

Im Lebensmitteleinzelhandel ist das durch die Wohnbevölkerung vorhandene Kaufkraftvolumen – soweit entsprechende Lebensmittelangebote vorhanden sind – überwiegend ortsgebunden; d.h., dass der aus der jeweiligen Zone des abgegrenzten Einzugsgebiets stammende Mehrumsatz größtenteils gegenüber den Lebensmittelanbietern in der entsprechenden Intensitätszone bzw. in den dortigen Städten und Gemeinden umverteilungswirksam wird.

Dies bedeutet bezogen auf das Naheinzugsgebiet (Zone I), dass der Mehrumsatz in Höhe von ca. 0,1 Mio. € vorwiegend den Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in der Stadt Haslach im Kinzigtal abgezogen wird. Dieser Umsatzabzug verteilt sich auf eine Vielzahl von Lebensmittelfilialisten, Lebensmittelhandwerkern, Naturkostläden und Ab-Hof-Verkäufen innerhalb des Haslacher Stadtgebiets.

Etwa 0,3 Mio. € des Mehrumsatzes im Lebensmittelbereich stammen aus dem mittleren Einzugsgebiet (Zone II), welches sich aus den Nachbarstädten ringsum Haslach zusammensetzt. Aufgrund der überörtlichen Bedeutung von Haslach als Einkaufsstadt und deren hoher Einzelhandelszentralität im Lebensmitteleinzelhandel wird auch ein gewisser Anteil des Mehrumsatzes aus der Zone II gegenüber den Einzelhandelsbetrieben in Haslach umverteilungswirksam; dies gilt insbesondere für die Nachbargemeinden, welche über keine adäquaten Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel verfügen, wie z.B. Hofstetten, Mühlenbach oder Fischerbach. Der überwiegende Teil dieser insgesamt ca. 0,3 Mio. € wird jedoch dem Lebensmitteleinzelhandel in den übrigen Städten der Zone abgezogen, wobei insbesondere die Städte Biberach und Zell am Harmersbach im Nordwesten und Hausach und Wolfach im Osten über ein umfangreiches Lebensmittelangebot verfügen.

Gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel in Haslach wird der Umsatzabzug somit insgesamt zwischen 0,1 – 0,2 Mio. € betragen. Angesichts dieses absolut nur sehr geringen Umsatzabzugs, welcher sich auf eine große Anzahl von Lebensmittelanbietern aufteilt, sind spürbare städtebauliche Auswirkungen auf einzelne Einzelhandelsbetriebe sowie auf Einzelhandelslagen auszuschließen. Dies gilt sowohl für die Haslacher Einkaufsinnenstadt als auch die Betriebe der Fachmarkttagglomeration „Im Spießacker“ oder sonstige Lebensmittelanbieter im Haslacher Stadtgebiet.

Gleiches gilt für die sonstigen Städte und Gemeinden im abgegrenzten Einzugsgebiet und hier insbesondere für deren Innenstadtbereiche. Auch gegenüber dem LM-SB-Fachgeschäft „Ihr Kaufmann“ im Ortskern von Fischerbach, welches der einzige Nahversorger in Fischerbach mit einer dementsprechend wichtigen Versorgungsfunktion ist, liegt der Umsatzabzug in einzelbetrieblicher Hinsicht unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze.

Somit stellt die Erweiterung des Gartencenters Göppert um den geplanten Bauernmarkt keine Gefährdung der Nahversorgung im Untersuchungsraum dar. Vielmehr kann der Bauernmarkt in gewissem Maße zur Verbesserung der Nahversorgung im Ortsteil Haslach-Bollenbach beitragen, welcher über keine Angebote im Lebensmitteleinzelhandel verfügt. Ggf. können die Bollenbacher den nötigsten Bedarf im Bauernmarkt decken.

Zusammenfassend ist somit festzustellen, dass der geplante Bauernmarkt weder spürbare Auswirkungen auf innerörtliche Strukturen oder städtebauliche Entwicklungstendenzen, noch auf die Nahversorgung oder die zentralörtliche Hierarchie im Untersuchungsraum hat. Somit ist das Vorhaben aus fachgutachterlicher Sicht städtebaulich und raumordnerisch eindeutig als verträglich zu bewerten.

5.4 Empfehlungen zur Aufstellung des Bebauungsplans „Allmend“ mit Festsetzungen für ein SO-Gebiet „Gartencenter“

Für den Standort des Gartencenters Göppert in Haslach liegt bisher kein Bebauungsplan vor. Im Rahmen der geplanten Umstrukturierung und Sortimentserweiterung soll ein Bebauungsplan mit Festsetzungen für ein SO-Gebiet „Gartencenter“ aufgestellt werden, insbesondere auch hinsichtlich der Sortimentsfestsetzungen in den zentrenrelevanten Randsortimenten. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass für das Gartencenter Göppert in seiner jetzigen Verkaufsflächendimensionierung und Sortimentszusammensetzung ein Bestandsschutz vorliegt.

Zum jetzigen Zeitpunkt gliedert sich die Verkaufsfläche des Gartencenters Göppert in folgende Sortimentsbereiche:

Tab. 9: Derzeitige Verkaufsflächenkonzeption des Gartencenters Göppert

Verkaufsflächen:			
Sortiment	Zentrenrelevanz¹	Angebot vorhanden in Haslach Innenstadt	VK in m²
Pflanzen, Zubehör und Gartenbedarf	nein	nein	10.605
Gartencentertypisches Kernsortiment gesamt			10.605
GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf	ja	ja	435
Schnittblumen	ja	nein	60
Lebensmittel	ja	ja	15
Bücher	ja	ja	10
Tierfutter / zoologischer Bedarf	ja	nein	45
Handschuhe, (Garten-) Schuhe	ja	ja	10
Zentrenrelevante Randsortimente gesamt			575
(Garten-) Möbel / Korbwaren	nein	ja	70
Grabschmuck	nein	nein	10
Nicht zentrenrelevante Randsortimente gesamt			80
Verkaufsfläche insgesamt			11.260

¹ = Einstufung der Zentrenrelevanz nach Handelsmonitor Südlicher Oberrhein bzw. Regionalplan Südlicher Oberrhein

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis des Vor-Ort-Aufmaßes in der 5. KW 2019

Die Verkaufsflächendimensionierung in den zentrenrelevanten Randsortimenten beläuft sich derzeit auf insgesamt ca. 575 m², wovon der Sortimentsbereich „GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf“ mit ca. 435 m² den mit Abstand größten Verkaufsflächenanteil einnimmt. Die sonstigen zentrenrelevanten Randsortimente sind bezogen auf die Fläche bereits deutlich nachrangig zu bewerten.

Im Zuge der geplanten Umstrukturierung des Gartencenters soll der Verkaufsflächenumfang bei den zentrenrelevanten Randsortimenten im Lebensmittelbereich von bisher 15 m² auf maximal 150 m² durch Errichtung des Bauernmarktes gesteigert werden.



Bei den übrigen zentrenrelevanten Randsortimenten sollen die Verkaufsflächendimensionierungen größtenteils in ihrem derzeitigen Ausmaß unverändert bleiben. Hier ist nach Angaben der Betreiber lediglich die Ergänzung einzelner Teilsortimente, wie z.B. der Verkauf von Sonnenhüten im Sommer, die Ausweitung des Tierfutterangebots auf Hunde und Katzen oder die Aufnahme einiger Grills ins Sortiment, vorgesehen, ohne dass die Verkaufsfläche in diesen Bereichen nennenswert ausgeweitet wird.

Unter Berücksichtigung der Einrichtung des Bauernmarktes und bei unveränderten Verkaufsflächengrößen der anderen Randsortimente wird sich die Verkaufsfläche im Kernsortiment „Pflanzen, Zubehör und Gartenbedarf“ geringfügig verringern. Die Flächenaufstellung des neustrukturierten Gartencenters ist der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen.

Tab. 10: Geplante Verkaufsflächenkonzeption nach Umstrukturierung des Gartencenters Göppert

Verkaufsflächen:			
Sortiment	Zentrenrelevanz¹	Angebot vorhanden in Haslach Innenstadt	VK in m²
Pflanzen, Zubehör und Gartenbedarf	nein	nein	10.475
Gartencentertypisches Kernsortiment gesamt			10.475
GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf	ja	ja	435
Schnittblumen	ja	nein	60
Lebensmittel	ja	ja	150
Bücher	ja	ja	10
Tierfutter / zoologischer Bedarf	ja	nein	45
Handschuhe, (Garten-) Schuhe	ja	ja	10
Zentrenrelevante Randsortimente gesamt			710
(Garten-) Möbel / Korbwaren	nein	ja	70
Grabschmuck	nein	nein	10
Nicht zentrenrelevante Randsortimente gesamt			80
Gastronomiebetrieb²			500
Verkaufsfläche insgesamt			11.765

¹ = Einstufung der Zentrenrelevanz nach Handelsmonitor Südlicher Oberrhein bzw. Regionalplan Südlicher Oberrhein

² = Basierend auf der gif-Richtlinie zur Verkaufsflächendefinition ist eine innerhalb des Verkaufsraums befindliche Fläche eines Gastronomiebetriebs als Verkaufsfläche zu bewerten (s. Anhang).

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis des Vor-Ort-Aufmaßes in der 5. KW 2019 und des Vorentwurfs des Bebauungsplans

Im Vorentwurf zum Bebauungsplan „Allmend“ wird ein „Sondergebiet Gartencenter“ vorgeschlagen,

„welches weitestgehend die heute bereits vorhandene Nutzung widerspiegelt. Innerhalb dieses Sondergebiets sind daher Gewächshäuser, sonstige bauliche Anlagen und Freiflächen zulässig, die der Erzeugung, der Aufzucht und der Lagerung von Blumen und Zierpflanzen sowie Stauden und Gehölzen dienen und es dürfen



*alle Artikel und Sortimente verkauft werden, die am Bedarf für Gartenbesitzer ausgerichtet sind.*¹

Weiterhin sollen die heute bereits angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente auf einer Verkaufsfläche von maximal 600 m² und zusätzlich der Verkauf von regionalen Lebensmitteln und Produkten auf einer Fläche von maximal 150 m² („Bauernmarkt“) zulässig sein.

Diese Festsetzungen des Vorentwurfs des B-Plans werden übertragen auf die derzeitige Konzeption des Gartencenters eingehalten. Unter der Voraussetzung, dass die bisher angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente in ihrer Flächendimensionierung nicht ausgeweitet werden, werden diese unter Abzug der Verkaufsfläche des geplanten Bauernmarktes ca. 560 m² VK belegen. Somit ist immer noch ein geringer Spielraum für eine gewisse Ausweitung dieser zentrenrelevanten Randsortimente gegeben.

Darüber hinaus werden unter Zugrundelegung dieser Flächenaufteilung auch die entsprechenden Vorgaben aus dem Regionalplan Oberrhein eingehalten. Bezogen auf Einzelhandelsgroßbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird darin auch der Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten behandelt. Dabei wird festgestellt:

*„Es ist daher unerlässlich, dass zum Schutz der zentralörtlichen Versorgungskerne die zentrenrelevanten Randsortimente auf ein verträgliches Maß begrenzt bleiben. Entscheidender Prüfmaßstab bildet hierbei die Schwelle zur Großflächigkeit. Daneben soll sichergestellt werden, dass sich die für zentrenrelevante Sortimente bestimmte Verkaufsflächengröße eines Einzelhandelsgroßprojekts der für nicht-zentrenrelevante Sortimente bestimmten Verkaufsfläche quantitativ deutlich unterordnet. In der Praxis hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bewährt.“*²

Als Schwelle zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben ist eine Verkaufsfläche von 800 m² festgelegt. Die zentrenrelevanten Randsortimente im neustrukturierten Gartencenter liegen mit insgesamt ca. 710 m² VK relativ deutlich unterhalb dieses Schwellenwerts. Der Anteil der Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente an der Gesamtverkaufsfläche (ca. 11.765 m² VK) liegt mit ca. 6,0 % ebenfalls deutlich unter dem empfohlenen Grenzwert.

Die geplanten Festsetzungen im Bebauungsplan sollen negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in der Innenstadt von Haslach sowie in den zentralen Versorgungsbereichen der Städte und Gemeinden im Umland vermeiden. In den im Gartencenter Göppert angebotenen zentrenrelevanten Randsortimenten ist das Angebot beim sonstigen Einzelhandel in Haslach – mit Ausnahme des Lebensmitteleinzelhandels – vergleichsweise

¹ Vgl. BÜRO GFRÖRER GMBH & CO. KG: Bebauungsplan „Allmend“ in Haslach-Bollenbach. Begründungen zum Bebauungsplan und den örtlichen Bauvorschriften. Fassung vom 10.01.2018 – Vorentwurf, S. 7

² Vgl. REGIONALVERBAND SÜDLICHER OBERRHEIN (Hrsg.): op.cit. S. B35f

schwach. Angebotsüberschneidungen sind hier überwiegend mit einzelnen kleinen Fachgeschäften in der Haslacher Einkaufsinnenstadt zu konstatieren. Dabei ist zudem zu berücksichtigen, dass sich die Sortimentsüberschneidungen immer nur auf Teilbereiche der bei den Wettbewerbern vorhandenen Angebote beziehen, wobei sich aufgrund der nur ausschnittweisen Darstellung im Planobjekt die Wirkungen durchwegs unterhalb einer rechnerischen Nachweisbarkeit bewegen.

Um die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen – insbesondere in der Haslacher Innenstadt – auch zukünftig vor Beeinträchtigungen durch eine ggf. ungesteuerte Sortimentsentwicklung am Untersuchungsstandort zu schützen, dabei unter Beachtung des Bestandsschutzes des Gartencenters Göppert gleichzeitig eine gewisse Flexibilität bei der Ausgestaltung der zentrenrelevanten Randsortimente zu ermöglichen, werden aus fachgutachterlicher Sicht nachfolgende Verkaufsflächenobergrenzen für die einzelnen zentrenrelevanten Teilsortimente empfohlen:

Tab. 11: Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen in den zentrenrelevanten Randsortimenten des Gartencenters Göppert

Zentrenrelevante Randsortimente (Warengattungen)	VK aktuell in m ²	Verkaufsflächenobergrenze in m ²
Lebensmittel	15	150
GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf	435	500
Schnittblumen	60	100
Tierfutter / zoologischer Bedarf	45	100
Sonstige zentrenrelevante Randsortimente (z.B. Bücher, Bekleidung & Schuhe) je Warenbereich ¹	20	jeweils 20
insgesamt	575	750

¹ Dabei sollte ein funktionaler Zusammenhang zwischen den Kernsortimenten eines Gartencenters und den aufgeführten Randsortimenten bestehen, z.B. im Sortimentsbereich „Bücher“ Bücher zur Pflanzenpflege und Gartengestaltung oder bei „Bekleidung, Schuhe“ Arbeitskleidung, welche überwiegend zur Gartenarbeit (z.B. Stiefel, Handschuhe, Sonnenhüte) genutzt werden, wie es auch bereits heute im Gartencenter Göppert der Fall ist.

Mit diesen Verkaufsflächenobergrenzen kann das Gartencenter Göppert somit bei den zentrenrelevanten Randsortimenten gewisse Anpassungen vornehmen – dies jedoch immer unter der Prämisse, dass die zentrenrelevanten Randsortimente insgesamt (ohne Berücksichtigung des Bauernmarktes) die im B-Plan verankerte Verkaufsflächenobergrenze von 600 m² nicht überschreiten. Bezüglich der Warengattungen „Schnittblumen“ und „Tierfutter / zoologischer Bedarf“ ist anzumerken, dass diese in der Regel und bezogen auf den Untersuchungsraum konkret auch im Handelsmonitor Oberrhein und Regionalplan Südlicher Oberrhein als zentrenrelevant eingestuft werden. Derzeit werden beide Warengattungen in der Haslacher Innenstadt allerdings nicht angeboten. Dennoch wird fachgutachterlich empfohlen, für beide Branchen Verkaufsflächenobergrenzen zu definieren, um die perspektivische Entwicklung der Innenstadt in diesen Bereichen nicht einzuschränken. Die im Vorentwurf des B-Plans erfolgte Einordnung der „Zooartikel“ zur gartencenterspezifischen Verkaufsfläche ohne Größenbeschränkung sollte entsprechend ggf. nochmals diskutiert werden. Die sonstigen zentrenrelevanten Randsortimente, welche derzeit nur einen sehr geringen Verkaufsflächenanteil im Gar-

tencenter Göppert aufweisen, sollen auf jeweils 20 m² je Warenbereich beschränkt bleiben, wobei zudem ein funktionaler Zusammenhang zwischen diesen sonstigen zentrenrelevanten Randsortimenten und den gartencentertypischen Kernsortimenten ableitbar sein sollte.

Bei Einhaltung der Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen Warengattungen sind Beeinträchtigungen der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum aus fachgutachterlicher Sicht auszuschließen.

Bezüglich des aufzustellenden Bebauungsplans werden zusammenfassend nachfolgende Festsetzungen vorgeschlagen.

Im Bereich des Sondergebietes „Allmend“ sind dabei folgende Nutzungen zulässig:

- Ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Verkaufsflächen für Blumen, Zierpflanzen, Stauden und Gehölze sowie ergänzenden Gartenbedarf (Gartencenter) mit insgesamt 11.765 m² Gesamtverkaufsfläche; davon
 - Lebensmittel (Bauernmarkt mit regionalen Produkten) mit maximal 150 m² VK
 - weitere zentrenrelevante Randsortimente mit insgesamt maximal 600 m² VK; davon
 - GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf maximal 500 m² VK
 - Schnittblumen maximal 100 m² VK
 - Tierfutter / zoologischer Bedarf maximal 100 m² VK
 - Sonstige zentrenrelevante Randsortimente (z.B. Bücher, Bekleidung & Schuhe) je Warenbereich maximal 20 m² VK
- ein Gastronomiebetrieb (Eventlocation) mit maximal 500 m² Fläche.

6. Fazit

In der vorliegenden Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme der derzeitigen Verkaufsflächenaufteilung im Gartencenter Göppert vorgenommen, um darauf basierend Festlegungen für den aufzustellenden B-Plan des neustrukturierten Gartencenters zu empfehlen. Außerdem wurden die möglichen Auswirkungen der Erweiterung des Centers um einen Bauernmarkt mit maximal 150 m² VK in betrieblicher, städtebaulicher und raumordnerischer Hinsicht analysiert. Zusammenfassend können folgende Feststellungen getroffen werden:

- Das Gartencenter Göppert verfügt unter Einberechnung derjenigen Produktionsflächen, welche auch saisonal für Kunden zugänglich und somit als Verkaufsfläche zu werten sind, über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 11.260 m². Davon entfallen ca. 575 m² auf zentrenrelevante und ca. 80 m² auf nicht zentrenrelevante Randsortimente.

Für das Gartencenter sind eine bauliche Erweiterung, Umstrukturierungen und eine Sortimentsausweitung geplant. Dabei soll der Verkaufsflächenumfang der bereits jetzt angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente praktisch unverändert bleiben. Zusätzlich ist allerdings die Einrichtung eines Bauernmarktes mit maximal 150 m² VK zum Verkauf überwiegend regionaler Lebensmittel vorgesehen. Außerdem soll ein Gastronomiebetrieb bzw. eine Event-Location mit ca. 500 m² in das Gartencenter integriert werden. Nach erfolgter Neustrukturierung soll dieses eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 11.765 m² umfassen.

- In einem Fazit aus der Standort- und Objektbewertung ist festzustellen, dass
 - der Objektstandort in Haslach-Bollenbach aus **betrieblicher Sicht** gut für den Betrieb eines Gartencenters geeignet ist. Dies ergibt sich v.a. aus der guten PKW-Erreichbarkeit aus dem regionalen Umfeld durch die Lage an der B33 und der vergleichsweise geringen Wettbewerbsintensität am Standort.
 - es sich in der **städtebaulichen Betrachtung** um einen nicht integrierten Standort am südöstlichen Siedlungsrand des Ortsteils Haslach-Bollenbach sowie in einem teils gewerblich geprägten Umfeld handelt. Somit weist der Standort eine sehr hohe Autokundenorientierung auf.
 - das Gartencenter aus **raumordnerischer Sicht** ein räumlich weitläufiges Einzugsgebiet besitzt, so dass auch die raumordnerischen Belange der Nachbargemeinden zu berücksichtigen sind. Im Rahmen der geplanten Umstrukturierung wird es – außerhalb des Lebensmittelsegments – allerdings zu keiner merklichen Ausweitung der Verkaufsfläche des Gartencenters kommen und die derzeit vorzufindende Angebotssituation genießt Bestandsschutz.
- Die Analyse der Angebots- und Wettbewerbssituation zeigt, dass im Untersuchungsraum bezogen auf das Angebot eines Gartencenters nur eine schwache Wettbe-

werbsintensität herrscht. Im Kernsegment „Pflanzen und Zubehör“ weist das Gartencenter Göppert auf regionaler Ebene eindeutig das umfangreichste und vielfältigste Angebot auf und nimmt somit eine führende Marktposition ein. Die nahe gelegenen Wettbewerber (v.a. Hagebaumarkt und Gärtnerei Frank in Steinach, Gartenbau Burkhardt in Hausach und Raiffeisenmärkte in Hausach, Wolfach oder Biberach) weisen deutlich abweichende Tätigkeits- und Angebotsschwerpunkte auf. Die deutlichsten Sortimentsüberschneidungen bestehen zum räumlich jedoch bereits weit entfernten Gartencenter Dehner in Lahr/Schwarzwald.

Bezogen auf den Lebensmitteleinzelhandel besteht in Haslach und Umgebung ein umfangreiches Angebot an Lebensmittelmärkten, Betrieben des Lebensmittelhandwerks und landwirtschaftlichen Direktverkäufen (Ab-Hof-Verkauf), wobei der geplante Bauernmarkt meist nur geringe Teilsortimente der maßgeblichen Wettbewerber anbietet. Der Bauernmarkt wird den Bewohnern in Haslach-Bollenbach in gewissem Umfang als Nahversorger dienen. Ansonsten wird der Bauernmarkt weitgehend von Mitnahmeeffekten der Kunden des Gartencenters und auch des geplanten Gastronomiebetriebs profitieren und kann hier eine Nische innerhalb der bestehenden Wettbewerbslandschaft besetzen.

- Das abgegrenzte Einzugsgebiet erstreckt sich über den Südosten des Ortenaukreises sowie teils über die Randgemeinden der angrenzenden Landkreise Emmendingen im Süden und Rottweil im Osten. Es ist in drei Zonen einer abgestuften Kundenanbindungsintensität untergliedert und umfasst die Stadt Haslach als Naheinzugsgebiet (Zone I) und im Wesentlichen die Nachbargemeinden rundum Haslach als mittleres Einzugsgebiet (Zone II). Das so abgegrenzte Einzugsgebiet weist derzeit eine Zahl von insgesamt ca. 92.655 Einwohnern auf. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial beläuft sich derzeit auf insgesamt ca. 605,9 Mio. €, das projektrelevante Kaufkraftpotenzial liegt bei ca. 47,7 Mio. €.
- Auf Grundlage u.a. der Markt- und Standortsituation wurde für das Gartencenter ein Bestandsumsatz in Höhe von insgesamt ca. 3,8 Mio. € ermittelt. Die Kaufkraftabschöpfungsquote erreicht im gesamten Einzugsgebiet (Zone I – III) bei den gartencentertypischen Kernsortimenten mit ca. 35 – 36 % einen hohen Wert, welcher insbesondere im Naheinzugsgebiet (Zone I) mit ca. 58 – 59 %, aber auch noch im mittleren Einzugsgebiet (Zone II) mit ca. 45 – 46 % außerordentlich hoch ist. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es sich um einen Spezialanbieter handelt und dass das Gartencenter Göppert im gesamten abgegrenzten Einzugsgebiet der einzige Handelsbetrieb mit einem derartig umfangreichen und ausdifferenzierten Angebot ist, so dass es innerhalb des Einzugsgebiet eine sehr dominante Marktposition einnimmt. Bei den zentren- und nicht zentrenrelevanten Randsortimenten ist die Kaufkraftabschöpfung deutlich geringer und bewegt sich in einer Größenordnung von maximal 3 % für das gesamte Einzugsgebiet bzw. max. 4 % für das Naheinzugsgebiet. Darüber hinaus erzielt das Untersuchungsobjekt mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes einen Umsatz in Höhe von ca. 0,8 Mio. € bzw. ca. 22 % des Gesamtumsatzes (sog. „Streuumsätze“).

- Die Umsatzerwartung des neu neustrukturierten Gartencenters liegt nach ecostra-Einschätzung bei ca. 4,7 Mio. €. Die Kaufkraftabschöpfungsquoten des Gartencenters steigen durch die Umstrukturierung und Attraktivierung über alle Zonen des Einzugsgebiets sowie alle Sortimentsbereiche an. Durch die Erweiterung um den Bauernmarkt erfahren die zentrenrelevanten Randsortimente die deutlichste Steigerung der Marktdurchdringung, wobei sich die Kaufkraftabschöpfungsquote im gesamten Einzugsgebiet (Zone I – III) ausgehend von bisher sehr niedrigen Werten und ausschließlich bezogen auf die jeweiligen Teilsortimente mit ca. 3 % ebenso wie in den einzelnen Zonen des abgegrenzten Einzugsgebietes mehr oder weniger verdoppelt. Das umstrukturierte Gartencenter erzielt mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes einen Umsatz in Höhe von ca. 1,0 Mio. € bzw. ca. 22 % des Gesamtumsatzes (sog. „Streuumsätze“). Während sich der Umsatz in den gartencentertypischen Kernsortimenten geringfügig von ca. 2,9 Mio. € auf ca. 3,1 Mio. € erhöht und die Umsatzausweitung in den nicht zentrenrelevanten Randsortimenten absolut kaum feststellbar ist, verdoppelt sich dieser in den zentrenrelevanten Randsortimenten von ca. 0,8 Mio. € auf ca. 1,6 Mio. €. Der überwiegende Teil der Umsatzausweitung in den zentrenrelevanten Randsortimenten entfällt auf den geplanten Bauernmarkt mit einer Umsatzleistung in Höhe von ca. 0,7 – 0,8 Mio. €.
- Unter Berücksichtigung der bereits jetzt geringfügigen Lebensmittelumsätze des Gartencenters Göppert wird der geplante Bauernmarkt einen Mehrumsatz von ca. +0,7 Mio. € erzielen, welcher umverteilungswirksam wird. Aufgrund der räumlichen Ausstrahlung des Gartencenters und einem weitreichenden Einzugsgebiet und unter Berücksichtigung, dass die Umsätze des Bauernmarktes überwiegend auf Mitnahmeeffekte und Kopplungskäufe beruhen, verteilt sich der zu erwartende Umsatzabzug auf eine Vielzahl an Städten und Gemeinden sowie einzelnen Lebensmittelanbietern im gesamten Einzugsgebiet und darüber hinaus. Somit liegt der Umsatzabzug in einzelbetrieblicher Hinsicht durchgehend unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze. Insgesamt sind durch den geplanten Bauernmarkt weder spürbare Auswirkungen auf innerörtliche Strukturen oder städtebauliche Entwicklungstendenzen, noch auf die Nahversorgung oder die zentralörtliche Hierarchie im Untersuchungsraum festzustellen. Somit ist das Vorhaben aus fachgutachterlicher Sicht städtebaulich und raumordnerisch eindeutig als verträglich zu bewerten.

Die Prüfung der Vorgaben aus den bundes-, landes- und regionalplanerischen Regelungen zur Steuerung der Standortentwicklung im (großflächigen) Einzelhandel führen im gegenständlichen Fall somit zu folgenden Ergebnissen:

- Das **Konzentrationsgebot** wird erfüllt, da Haslach im Kinzigtal als Mittelzentrum als Standort für großflächigen Einzelhandel vorgesehen ist.
- Das **Kongruenzgebot** wird dagegen nicht eingehalten, da mehr als 30 % des Umsatzes des Gartencenters mit Kunden von außerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereichs erzielt werden. Der überwiegende Teil des mittelzentralen Verflechtungsbereichs ist innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes dem Nah- und mittleren Einzugsgebiet (Zonen I und II) zuzuordnen, aus welchen jedoch lediglich



ca. 52 % des Gesamtumsatzes stammen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass – u.a. bedingt durch die Siedlungsstrukturen im Kinzigtal – das Gartencenter Göppert in einem vergleichsweise weiten räumlichen Umfeld der einzige Betrieb mit einem derart umfangreichen Angebot und einer entsprechend großen räumlichen Ausstrahlung ist. So werden ca. 22 % des Gesamtumsatzes allein mit sog. Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt. Durch die geplante Umstrukturierung wird sich die Kundenherkunft nicht wesentlich ändern, so dass die Verletzung des Kongruenzgebotes vor dem Hintergrund des Bestandsschutzes gesehen werden muss. Eine raumordnerisch problematische Situation ergibt sich hierdurch nicht.

- Das **Integrationsgebot** wird ebenfalls verletzt, da der Untersuchungsstandort in dezentraler Lage am südöstlichen Ortsrand von Haslach-Bollenbach lokalisiert ist und weitgehend ein gewerbliches Umfeld besitzt. Hier ist jedoch anzumerken, dass eine städtebaulich integrierte Standortlage für ein derart flächenintensives Gartencenter in der Praxis nicht darstellbar ist. Zudem ist auch an dieser Stelle wiederum auf den Bestandsschutz zu verweisen.
- Das **Beeinträchtungsverbot** wurde insbesondere hinsichtlich der geplanten Errichtung eines Bauernmarktes und somit für den Lebensmittelbereich untersucht. Dabei ist festzustellen, dass der geplante Bauernmarkt weder spürbar negative Auswirkungen auf innerörtliche Strukturen oder städtebauliche Entwicklungstendenzen, noch auf die Nahversorgung oder die zentralörtliche Hierarchie im Untersuchungsraum hat.

Bezüglich des aufzustellenden Bebauungsplans werden nachfolgende Festsetzungen vorgeschlagen.

Im Bereich des Sondergebietes „Allmend“ sind dabei folgende Nutzungen zulässig:

- Ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Verkaufsflächen für Blumen, Zierpflanzen, Stauden und Gehölze sowie ergänzenden Gartenbedarf (Gartencenter) mit insgesamt 11.765 m² Gesamtverkaufsfläche; davon
 - Lebensmittel (Bauernmarkt mit regionalen Produkten) mit maximal 150 m² VK
 - weitere zentrenrelevante Randsortimente mit insgesamt maximal 600 m² VK; davon
 - GPK/Deko/Einrichtungsbedarf/Floristikbedarf maximal 500 m² VK
 - Schnittblumen maximal 100 m² VK
 - Tierfutter / zoologischer Bedarf maximal 100 m² VK
 - Sonstige zentrenrelevante Randsortimente (z.B. Bücher, Bekleidung & Schuhe) je Warenbereich maximal 20 m² VK
- ein Gastronomiebetrieb (Eventlocation) mit maximal 500 m² Fläche.



Mit dem o.a. Textvorschlag für die Festsetzungen im Bebauungsplan werden zum einen die im Vorentwurf aufgeführten Schwellenwerte (max. 600 m² zentrenrelevante Randsortimente plus max. 150 m² Bauernmarkt plus max. 500 m² Gastronomie) und auch die im Regionalplan Südlicher Oberrhein empfohlenen Regelungen bezüglich der zentrenrelevanten Randsortimente bei nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsgroßprojekten (Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente absolut insgesamt unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit und prozentual unterhalb von 10 % der Gesamtverkaufsfläche) eingehalten.

Insgesamt ist aus fachgutachterlicher Sicht zu konstatieren, dass die geplante Umstrukturierung und Sortimentserweiterung des Gartencenters Göppert wirtschaftsstrukturell, städtebaulich und raumordnerisch verträglich ist. Die geplanten Maßnahmen und die veranschlagten Verkaufsflächenobergrenzen als Festsetzungen im aufzustellenden Bebauungsplan werden die ökonomische Tragfähigkeit des Gartencenters verbessern und zur Standortsicherung beitragen, ohne dass die zentralen Einzelhandelslagen in Haslach und den umliegenden Gemeinden in irgendeiner Form beeinträchtigt werden.

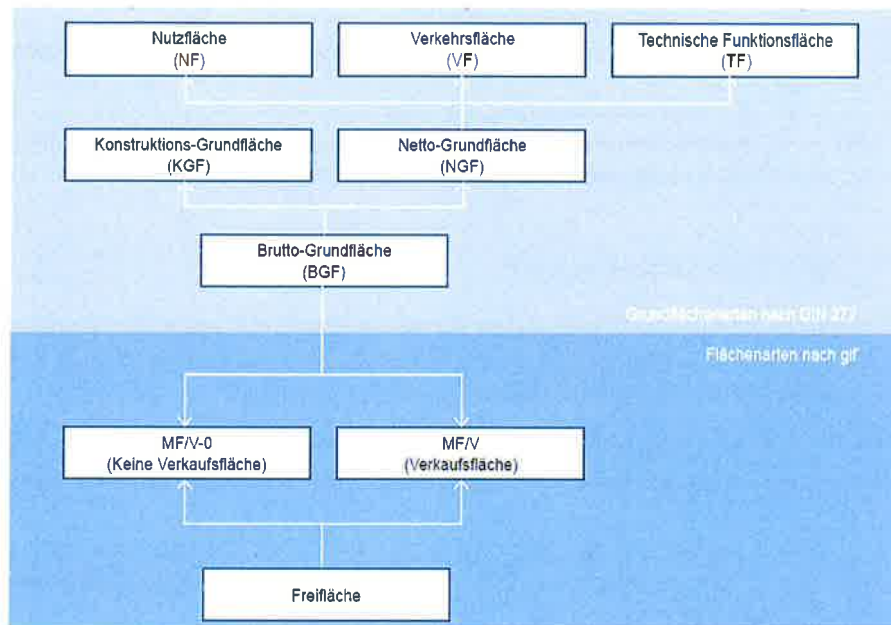
Anhang:

Mietflächen/Verkaufsflächen-Definition (MF/V) der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.v. (gif)

Im Folgenden sind Auszüge aus der Richtlinie der Verkaufsfläche im Einzelhandel (MF/V) dargestellt:

Begriffsbestimmungen nach gif

- Die Flächenarten dieser Richtlinie gliedern sich ausgehend von der **Brutto-Grundfläche** (BGF gemäß DIN 277) in MF/V-0 *Keine Verkaufsfläche nach gif* und MF/V *Verkaufsfläche nach gif*.
- Die Zuordnung von Grundflächenarten gemäß DIN 277 erfolgt i. d. R. raumweise. Grundflächenarten nach DIN 277 und Flächenarten nach gif gliedern sich wie folgt:



Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.v. (gif)

MF/V-0 Keine Verkaufsfläche nach gif

Von den nachfolgenden Grundflächenarten der DIN 277 sind folgende **Flächen keine Verkaufsfläche nach gif** und heißen **MF/V-0**:

- Nutzflächen (NF)
 - Räume und Teilflächen, die für Kunden nicht zugänglich sind und von denen aus keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Abgeschlossene Räume, die für Kunden zwar zugänglich sind, in denen jedoch keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Teilflächen außerhalb von abgeschlossenen Räumen, auf denen keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Fahrzeugabstellflächen, sofern dort keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Sanitär- und Sozialräume.
 - (Zivil-) Schutzräume.

- Technische Funktionsflächen (TF)
Alle Technischen Funktionsflächen.
- Verkehrsflächen (VF)
 - Räume und Teilflächen, die für Kunden nicht zugänglich sind und von denen aus keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Abgeschlossene Räume, die für Kunden zwar zugänglich sind, in denen jedoch keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Teilflächen außerhalb von abgeschlossenen Räumen, auf denen keine Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.
 - Sonstige Wege, Flure, Treppen(-häuser), Aufzugsschächte etc., sofern diese außerhalb der Geschäftsfläche liegen.
 - Wege, Treppen und Balkone, deren ausschließlicher Zweck der Flucht und Rettung dient.
 - Fahrzeugverkehrsflächen.
 - Ladenstraßen / Malls, ausgenommen Aktionsflächen und Kundenbedienzonen.
- Konstruktions-Grundflächen (KGF)
Alle Konstruktions-Grundflächen, ausgenommen Wandöffnungen, von denen aus Verkäufe oder verkaufsbegleitenden Maßnahmen getätigt werden.

MF/V Verkaufsfläche nach gif

Die nachfolgenden Flächenarten sind **Verkaufsfläche nach gif**. Sie heißen **MF/V**. MF/V, die mehreren Nutzern zuzuordnen ist, ist jeweils allen daran beteiligten Nutzern über einen nachvollziehbaren Verteilungsschlüssel anteilig zuzurechnen.

- Brutto-Grundflächen, die nicht der MF/V-0 zugerechnet werden. Die Grundfläche einer Geschäftsfächentrennwand wird, sofern nicht MF/V-0, je zur Hälfte den Anliegern zugeordnet.
- Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkäufe oder verkaufsbegleitende Maßnahmen genutzt werden. Maßgeblich ist die Ausdehnung der dafür sichtbar abgeteilten Fläche.





Folgendes Verkaufsflächenschema veranschaulicht die vorangegangenen Definitionen und Ausführungen.



DIN277	Flächenarten nach gif*	
BGF	MF/V-0	MF/V
NF	<ul style="list-style-type: none"> • Büro- und Bürotechnikräume • Sanitär-, Personal- und Sozialräume • Werkstätten, Labors, Backstuben • Lagerräume, Archive, Putzräume, Kühlräume • Schutzräume • Fahrzeugabstellflächen 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsräume • Ausstellungs- und Präsentationsräume • Umkleieräume für Kunden • Aktionsflächen und Kundenbedienzonen • Kassen- und Packzonen Nur innerhalb von Verkaufsräumen: • Gastronomie-, Spiel- und Ruhezone • Pfandnahme- und Einkaufswagenstationen
TF	<ul style="list-style-type: none"> • Abwasseraufbereitung und -beseitigung • Wasserversorgung, Brauchwassererwärmung • Heizung und Abfallverbrennung • Brennstofflagerung, Gase und Flüssigkeiten • Elektrische Stromversorgung, Fernmeldetechnik • Raumluftechnische Anlagen • Aufzugs- und Förderanlagenmaschinenräume • Hausanschluss und Installation 	
VF	<ul style="list-style-type: none"> • Flure, Treppenhäuser und Aufzugsschächte • Malls (ausgenommen Aktionsflächen und Kundenbedienzonen) • Fahrzeugverkehrsflächen 	<ul style="list-style-type: none"> Nur innerhalb von Verkaufsräumen: • (Roll-)Treppen
KGf	<ul style="list-style-type: none"> • Alle Wände und Stützen 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaufenster und Verkaufsoffnungen
Freiflächen	MF/V-0	MF/V
	<p>Flächen <u>außerhalb</u> der BGF, von denen aus keine Verkäufe oder verkaufsbegleitende Maßnahmen getätigt werden, wie z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fahrzeugabstellflächen und Fahrzeugverkehrswege • Einkaufswagenstationen • Wege, Grünflächen 	<p>Flächen <u>außerhalb</u> der BGF, von denen aus nicht nur vorübergehend Verkäufe oder verkaufsbegleitende Maßnahmen getätigt werden, wie z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsstände • Freiverkaufsflächen

Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.v. (gif)

Gewichtung von Verkaufsflächen im Einzelhandel entsprechend der gif-Richtlinie

Typisierung	Beschreibung	Gewichtung
 MF/V-a	Verkaufsflächen innerhalb der BGF, die überdeckt und allseitig in voller Höhe umschlossen sind.	100 %
 MF/V-b	Verkaufsflächen innerhalb der BGF, die überdeckt, jedoch nicht allseitig in voller Höhe umschlossen sind.	50 %
 MF/V-c	Verkaufsflächen innerhalb der BGF, die nicht überdeckt sind.	25 %
 MF/V-d	Verkaufsflächen außerhalb der BGF, die überdeckt sind.	50 %
 MF/V-e	Verkaufsflächen außerhalb der BGF, die nicht überdeckt sind.	25 %

Quelle: Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.v. (gif)



Karten-, Tabellen- & Abbildungsverzeichnis

Karte 1:	Der relevante Wettbewerb im näheren Umfeld des Gartencenters Göppert in Haslach-Bollenbach	37
Karte 2:	Das abgegrenzte Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach-Bollenbach	42
Tab. 1:	Die Arbeitsstätten des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Einkaufsinnenstadt von Haslach untergliedert nach Warengruppen und Sortimenten sowie Einordnung der Zentrenrelevanz	15
Tab. 2:	Derzeitige Verkaufsflächenkonzeption des Gartencenters Göppert	24
Tab. 3:	SWOT-Analyse der Standort- und Objekteigenschaften sowie Entwicklungsmöglichkeiten des Gartencenters Göppert	28
Tab. 4:	Darstellung und Bewertung wesentlicher bestehender Wettbewerbsstandorte für das Gartencenter Göppert in Haslach-Bollenbach	38
Tab. 5:	Das abgegrenzte und zonierte Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert	41
Tab. 6:	Die einzelhandelsrelevanten und projektrelevanten Kaufkraftvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet des Gartencenters Göppert in Haslach	45
Tab. 7:	Kaufkraftabschöpfung und Umsatz des Gartencenters Göppert im derzeitigen Bestand mit ca. 9.760 m ² VK	50
Tab. 8:	Kaufkraftabschöpfung und Umsatzerwartung des umstrukturierten Gartencenters Göppert mit ca. 9.765 m ² VK	50
Tab. 9:	Derzeitige Verkaufsflächenkonzeption des Gartencenters Göppert	56
Tab. 10:	Geplante Verkaufsflächenkonzeption nach Umstrukturierung des Gartencenters Göppert	57
Tab. 11:	Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen in den zentrenrelevanten Randsortimenten des Gartencenters Göppert	59
Abb. 1:	Auszug aus der Strukturkarte des Regionalplans Südlicher Oberrhein (Gesamtfortschreibung, Stand September 2017)	6
Abb. 2:	Die Lage der Stadt Haslach innerhalb des Ortenaukreises	11
Abb. 3:	Räumliche Einordnung des Untersuchungsstandortes innerhalb von Haslach	19
Abb. 4:	Der Untersuchungsstandort in Haslach-Bollenbach und sein Umfeld	19
Abb. 5:	Übersicht der Nutzungsstruktur des Gartencenters Göppert im Bestand (Bild links) sowie nach der geplanten Umstrukturierung (Bild rechts)	25





ecostra

Wirtschafts-, Standort- und
Strategieberatung in Europa

Bahnhofstrasse 42
D-65185 Wiesbaden

Tel. +49 – (0)611 – 71 69 575 0
Fax +49 – (0)611 – 71 69 575 25

www.ecostracom
info@ecostracom

