



## Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Oedheim und Bewertung von Einzelvorhaben



AUFRAGGEBER: Gemeinde Oedheim

PROJEKTLITUNG: Dipl.-Geogr. Markus Wagner

Ludwigsburg, den 07.12.2023

**GMA**  
Forschen. Beraten. Umsetzen.

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Von p.schmelze - Eigenes Werk, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=2763854>



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
**Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München**

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführerin: Birgit Wachs

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10  
[info@gma.biz](mailto:info@gma.biz) / [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Nahversorgung – Definitionen und Entwicklungstrends	6
2.1 Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	7
2.2 Marktentwicklung Drogeriewaren	10
2.3 Sicherung der Nahversorgung als kommunale Aufgabe	13
2.4 Zukünftige Entwicklungen	14
II. Standortanalyse der Gemeinde Oedheim	17
1. Makrostandort Oedheim	17
III. Nachfragesituation	20
1. Marktgebiet und Bevölkerungspotenzial	20
2. Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Oedheim	20
IV. Angebotssituation	22
1. Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in der Gemeinde Oedheim	22
2. Bewertung der strukturprägenden Nahversorgungsanbieter	25
3. Möglicher Entwicklungsstandort „Linkenbrunnen / Weitblick“	26
4. Angebotssituation im Umland	28
V. Entwicklungspotenziale	31
1. Quantitative Bewertung	31
2. Qualitative Bewertung und Entwicklungspotenziale	34
VI. Nahversorgungskonzept für Oedheim	36
1. Entwicklungsoptionen im Lebensmittelbereich	36
2. Entwicklungsoptionen im Nichtlebensmittelbereich	37
3. Empfehlungen	37

<b>VII. Auswirkungsanalyse</b>	<b>39</b>
1. Ausgangslage	39
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	40
3. Vorhabenbeschreibung	40
4. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	41
5. Bewertung des Konzentrationsgebotes	42
6. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	43
7. Bewertung des Integrationsgebotes	43
8. Kongruenzgebot	44
8.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes	44
8.2 Umsatzprognosen	46
8.3 Einordnung der Marktanteile	47
8.4 Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	48
8.5 Bewertung des Kongruenzgebotes	49
9. Beeinträchtigungsverbot	49
9.1 Methodik der Umsatzumverteilungsrechnung	49
9.2 Umsatzumlenkungen	49
9.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	51
9.4 Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	53
9.5 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	53
<b>VIII. Zusammenfassung</b>	<b>54</b>

## I. Grundlagen

### 1. Aufgabenstellung

Die Nahversorgungsstruktur der Gemeinde Oedheim wird heute wesentlich durch den Supermarkt Edeka Ueltzhöfer und den Lebensmitteldiscounter Penny gewährleistet. Daneben sind kleinere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) und sonstige Fachgeschäfte vorhanden. Die beiden Lebensmittelmärkte liegen im Fall von Edeka angrenzend an den Ortskern und im Fall von Penny vollständig umgeben von Bebauung, sodass im Rahmen des Konzeptes die Entwicklungsperspektiven an den bestehenden Standorten zu prüfen sind. Edeka hat angekündigt, sich am bestehenden Standort neu aufzustellen zu wollen. Bei Penny ist eine Verlagerung denkbar.

In diesem Zusammenhang besteht darüber hinaus aktuell die Möglichkeit, einen neuen Versorgungsstandort im nordöstlichen Bereich der Gemeinde zu realisieren. Erste Planungen des Investors sehen hier im Grobkonzept einen Nahversorgungsstandort (Lebensmittelmarkt, Drogerie), eine Bäckerei, Gastronomie und weitere Nutzungen wie Wohnen / Büronutzungen vor. Der Standort befindet sich im Umfeld vom Kindergarten und der derzeit in der Umsetzung befindlichen Wohngebiete Linkenbrunnen I und III mit insg. rd. 120 Bauplätzen mit rd. 560 Einwohnern<sup>1</sup>.

Da die Potenziale von Oedheim trotz der geplanten Wohngebietsentwicklung begrenzt sind, soll untersucht werden, welche Möglichkeiten und Perspektiven der Einzelhandelsstandort Oedheim in der Nahversorgung hat und welche realistischen Handlungsoptionen – auch vor dem Hintergrund der Genehmigungsfähigkeit – vorhanden sind.

Dabei ist insbesondere zu untersuchen, welche Perspektiven für eine langfristige Weiterentwicklung der Nahversorgung in Oedheim gegeben sind. Dazu sind die Kaufkraftpotenziale in Oedheim zu analysieren, und auch die bestehenden Betriebe in Oedheim (Lebensmittelmärkte, Lebensmittelhandwerksbetriebe usw.) im Rahmen der Analyse zu berücksichtigen. Des Weiteren sind die Beziehungen in Richtung der umliegenden Standorte (insbesondere Bad Friedrichshall, Neuenstadt a. K.) zu beleuchten und einzuordnen.

Insgesamt ist die Frage zu klären, wie sich die Gemeinde Oedheim im Hinblick auf die eigenen Entwicklungspotenziale als Nahversorgungsstandort zukünftig positionieren soll.

Zielsetzung der Untersuchung ist es, folgende zentrale Fragestellungen zu klären:

- Welche realistischen Perspektiven bestehen in Oedheim insgesamt zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung?
- Welche Konzepte sind umsetzbar und wirtschaftlich möglich?
- Wieviel Verkaufsfläche ist angemessen für Oedheim?
- Gibt es die Möglichkeit zur Realisierung eines Drogeremarktes?
- Sind die bestehenden Lebensmittelmärkte an ihren aktuellen Standorten zukunftsfähig?

---

<sup>1</sup> Quelle: Angabe der Verwaltung aus den jeweiligen Bebauungsplänen.

- Hätten neue großflächige Standorte Aussicht auf Genehmigung und welche Nutzungen / Dimensionierungen sind möglich?
- Welche Handlungsoptionen sind für die Gemeinde Oedheim vorhanden und welche Entwicklungsszenarien zu empfehlen?

Zur Erarbeitung des Nahversorgungskonzeptes wurde im April 2023 eine Erhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Oedheim vorgenommen. Dabei wurden auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen untersucht und eine Besichtigung des Ortskerns sowie der bestehenden Nahversorger vorgenommen. Darüber hinaus wurden verschiedene sekundärstatistische Quellen (u. a. soziodemografische Daten aus der amtlichen Statistik, Kaufkraftdaten von MB Research sowie EHI handelsdaten) ausgewertet.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung der Gemeinde Oedheim in Bezug auf gemeindeplanerische und bauplanungsrechtliche sowie kommunalpolitische Entscheidungen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen, da auch Informationen Dritter verarbeitet wurden.

## 2. Nahversorgung – Definitionen und Entwicklungstrends

Mit dem Thema Nahversorgung wird heute mehr als nur die reine Bedarfsdeckung verbunden. Die Nahversorgung stellt die Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen. Während die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch als Grundversorgung bezeichnet wird, stellt der Nahversorgungsbegriff ein um den Faktor „Entfernung“ erweitertes Verständnis der Grundversorgung dar. Mit „Nah“ wird dabei eine wohnortnahe, fußläufige Erreichbarkeit umschrieben, wobei ein enger Zusammenhang mit den Leitbildern und Zielen der Stadtentwicklung besteht.

Nahversorgung lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Idealerweise existiert ein zentral gelegenes, auch fußläufig erreichbares Angebot mit Gütern des täglichen Bedarfs.
- Lebensmittel- und Drogeriewarenangebote stehen im Mittelpunkt der Nahversorgung.
- Dienstleistungen und Angebote der medizinischen Versorgung stellen ergänzende Bestandteile der Nahversorgung dar.
- Nahversorgung ist die Grundlage für Lebens- und Standortqualität durch soziale Treffpunkte im Alltag, Kopplungseffekte mit anderen Anbietern und Belebung des öffentlichen Raumes.

Abbildung 1: Facetten der Nahversorgung



Quelle: GMA-Grafik 2023

## 2.1 Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Was früher der Tante-Emma-Laden war, wird heute von unterschiedlichen Anbietern und Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels abgedeckt.

Wesentliche Unterschiede zwischen den Betriebstypen zeigen sich in Sortiment, Betriebsgröße, Bedienprinzip, Preisgestaltung, Kundenkreis und Standortverhalten. Nicht alle Angebotsformen kommen für jeden Standort gleichermaßen in Frage.

Anbieter und Kommunen müssen sich mit den Rahmenbedingungen und Zielvorstellungen für den jeweiligen Standort auseinandersetzen. Während der **Supermarkt** mit seinem Vollsortiment und einer Vielzahl an Produkten eine zentrale Rolle in der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Drogerie- / Haushaltswaren einnimmt, belegt z. B. der **Lebensmitteldiscounter**, mit einer im Vergleich zum Supermarkt geringeren Artikelanzahl, eine andere Rolle in der Nahversorgung.

Das **Lebensmittelhandwerk** (Bäckerei, Metzgerei) wiederum stellt vielerorts eine Ergänzung zu den Lebensmittelmärkten dar und kann darüber hinaus v. a. in einwohnerschwachen Räumen mit ergänzenden Warenangeboten (Kaffee, Frühstücksortiment, eingeschränktes Lebensmittelangebot etc.) zumindest die rudimentäre Grundversorgung sicherstellen. **Kleinflächenkonzepte** und **Dorfläden** konzentrieren auf einer kleinen Verkaufsfläche ein Angebot ausgewählter Lebensmittelsortimente. Sie haben sich in den vergangenen Jahren v. a. in ländlichen Räumen entwickelt, um das Defizit an Nahversorgung auszugleichen.<sup>2</sup> Im Einzelfall existieren auch Konzepte wie „**mobile Läden**“, die eine Grundversorgung mit Lebensmitteln auch in abgelegenen Siedlungsgebieten bewerkstelligen.

<sup>2</sup> In der Praxis haben sich unterschiedliche Betreibermodelle (v. a. Genossenschaft, Verein etc.) und Angebotschwerpunkte (Frischeprodukte wie Obst, Gemüse, Wurst / Fleisch, Käse, Backwaren, regionale Produkte etc.) bewährt.

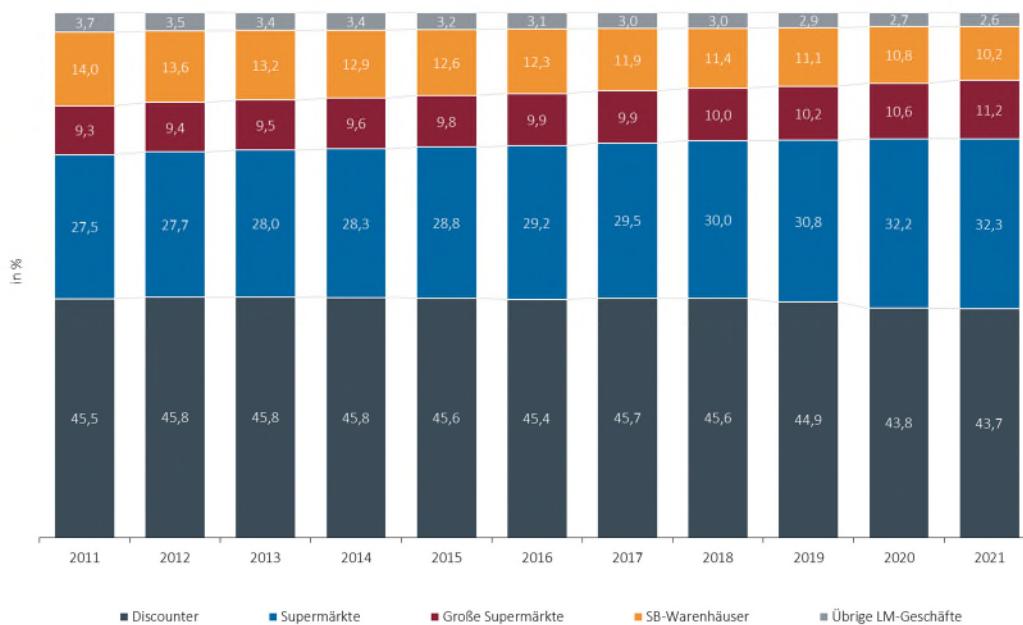
Abbildung 2: Alternative Formen der Nahversorgung



Quelle: GMA-Grafik 2023

Auch die **Verschiebung der Marktanteile und die unterschiedliche Entwicklung** der einzelnen Betriebstypen ist ein prägendes Element im Lebensmittelhandel. Nach einer längeren Konsolidierungsphase der Supermärkte zugunsten der Lebensmitteldiscounter scheint sich der Supermarkt als Vollsortimenter aktuell wieder stärker am Markt zu behaupten. Dennoch hat sich auch der Discounter mit einem Marktanteil von ca. 44 % neben dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Nahversorgung etabliert (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel  
2011 - 2021



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2022 GMA-Darstellung 2023

Im Einzelhandel werden verschiedene **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:<sup>3</sup>

### ***Supermarkt***

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel<sup>4</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II<sup>5</sup> aufweist.*

### ***Großer Supermarkt***

*Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.*

### ***Discounter***

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.*

### ***SB-Warenhaus***

*Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.*

### ***Convenience Store***

*Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.*

### ***Kleines Lebensmittelgeschäft***

*Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment anbietet.*

Wesentliches Unterscheidungskriterium der einzelnen Betriebstypen ist die **Sortimentsstruktur**. Discounter beschränken sich auf ein straffes Sortiment aus Artikeln, die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Durchschnitt bieten Discounter daher nur rd. 2.300 Artikel an, Supermärkte dagegen im Mittel rd. 11.800 Artikel.

<sup>3</sup> Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022

<sup>4</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>5</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte, Bücher und Presseartikel usw.

**Tabelle 1: Sortimentsstruktur von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten**

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 811 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 1.106 m <sup>2</sup> VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl			
	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	11.285	76
Nonfood I	265	11 – 12	1.998	13
Nonfood II	275	12	1.594	11
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	3.592	24
<b>Insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>14.876</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2022

Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Discounter mit ihrem gestrafften Angebot derzeit rd. 811 m<sup>2</sup> auf. Vollsortimenter benötigen dagegen wegen ihres tieferen Sortiments größere Flächen (Supermärkte durchschnittlich 1.106 m<sup>2</sup> VK.<sup>6</sup> Mittlerweile werden allerdings von den Discount-Betreibern Größen zwischen 1.000 und 1.400 m<sup>2</sup> VK als marktgerecht angestrebt. Bei Supermärkten werden i. d. R. Einheiten von 1.200 – 2.000 m<sup>2</sup> VK geplant. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern und an aktuelle Marktkonzepte anzupassen.

Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben. Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine sukzessive Ausweitung der Sortimente mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).

## 2.2 Marktentwicklung Drogeriewaren

Zur Einordnung des Betriebstyps Drogeriemarkt wird hierfür im Nachfolgenden die Definition kurz vorgestellt:

### „Drogeriemarkt:

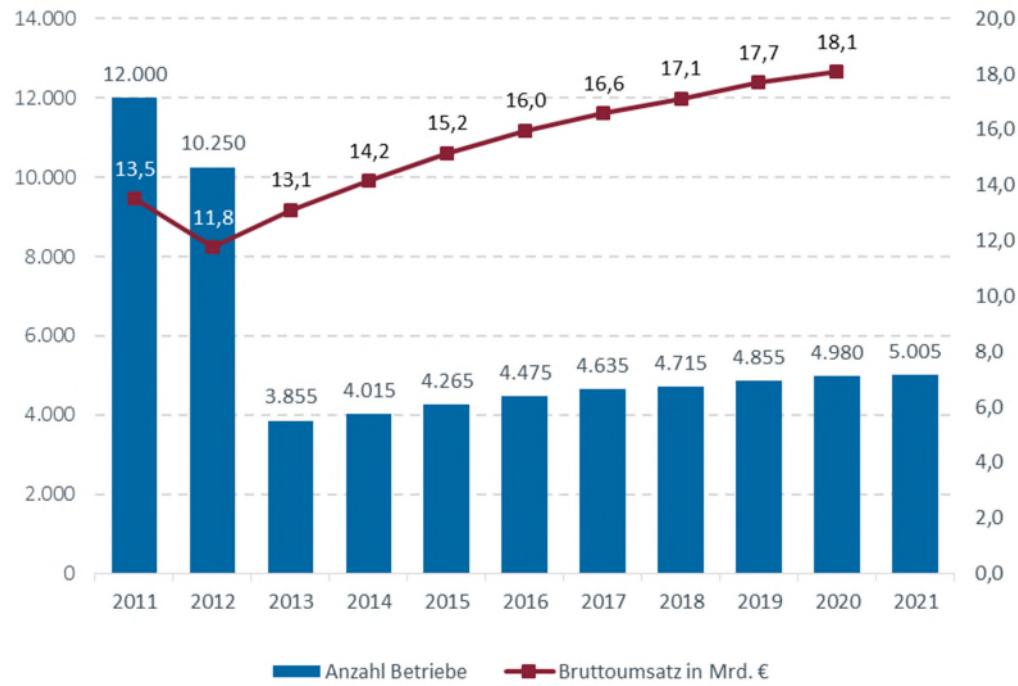
*Ein Drogeriemarkt ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.<sup>7</sup>*

<sup>6</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 79 f.; GMA-Berechnungen.

<sup>7</sup> Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2021, S. 365.

Die Drogeriebranche hat mit der Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker 2012 wie keine andere Branche im deutschen Einzelhandel eine Zäsur erfahren, die bis heute nachwirkt. So ist insbesondere in ländlichen Gebieten ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, welches dazu führt, dass in vielen kleineren und mittleren Kommunen aktuell kein qualifiziertes Angebot mehr vorhanden ist. Parallel dazu ist ein starker Expansionsdrang der verbliebenen Wettbewerber zu beobachten, der sich jedoch auf Städte über 10.000 Einwohner konzentriert. Die Branche verzeichnete in den vergangenen Jahren starke Zuwächse; zwischen 2013 – 2021 hat sich die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 5.005 bzw. um + 30 % erhöht.<sup>8</sup>

**Abbildung 4: Anzahl und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland 2010 – 2021\***



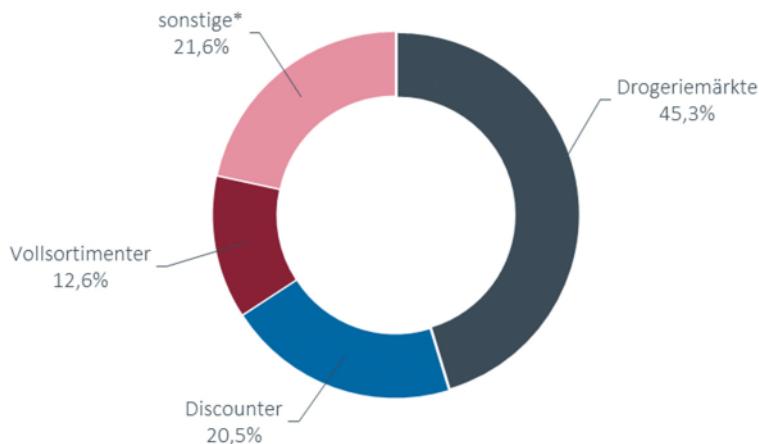
\* Umsatz für 2021 nicht verfügbar.

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, S. 116 f.; GMA-Darstellung 2022

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt, ca. 33,1 % auf den Lebensmitteleinzelhandel bzw. ca. 21,6 % auf sonstige Vertriebslinien. Die Drogeriemärkte konnten ihren Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren weiter ausbauen. Die führenden Betreiber dm, Rossmann und Müller expandieren weiter kräftig. Aber auch die Lebensmittelmärkte haben ihre Drogerieabteilungen kontinuierlich ausgebaut.

<sup>8</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2021; Köln 2021, S. 117.

Abbildung 5: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017



\*sonstige Vertriebslinien u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser.

Quelle: Statista 2018; GMA-Darstellung 2022

Zum **Kernsortiment** eines Drogerimarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen darüber hinaus Lebensmittel (insbesondere Süßwaren und Babykost), Tierernährung, Gesundheitssortimente und Fotowaren in unterschiedlichem Umfang. In Abhängigkeit vom konkreten Betreiber wird das Kernsortiment durch darüber hinausgehende Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw.

In Deutschland lassen sich zwei Typen von Drogerimärkten unterscheiden. Zum einen sind dies Drogerimärkte bis ca. 800 m<sup>2</sup> VK (Betreiber dm, ROSSMANN, Budnikowsky), die etwa 80 % ihres Gesamtumsatzes mit dem Drogeriewaren-Kernsortiment und ca. 20 % mit Randsortimenten erzielen. Als Filialisten bieten diese Anbieter standardisierte Sortimente an, deren Artikel in allen Filialen des Vertriebsgebiets erhältlich sind. Der Betreiber Müller profiliert sich dagegen durch seine i. d. R. großflächigen Drogerimärkte mit mehreren Sortimentsschwerpunkten, welche nach Art eines Kleinkaufhaus zusätzlich zum Drogeriewaren-Kernsortiment noch umfangreiche Fachsortimente von Multimedia, Schreib- und Spielwaren sowie Haushaltswaren / Geschenkartikeln führen.

Der Anbieter dm ist weiterhin Marktführer unter den deutschen Drogerimärkten. Der Wettbewerbsdruck unter den verbliebenen Drogerimarktfilialisten hält weiter an und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat das Drogeriegeschäft als Wachstumsfeld für sich entdeckt. Bei einem direkten Vergleich der Drogeriefachmärkte ist an einem Pol der dm-Drogerimarkt hervorzuheben, der das „schlankste“ Sortiment führt und sich im Wesentlichen auf Drogeriewaren konzentriert. Am anderen Ende der Skala liegt der Müller-Drogerimarkt, der weit über das klassische Drogeriesortiment hinausgeht und neben Drogeriewaren u. a. Spielwaren, Medien, Haushaltswaren, Elektrowaren, Deko-Artikel, Bücher, Schreibwaren, Lebensmittel und vieles mehr anbietet. I. V. mit dem Online-Shop werden von Müller insgesamt 188.000 verschiedene Artikel offeriert.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Quelle: wikipedia.

**Tabelle 2: Die größten Drogeriemarktunternehmen in Deutschland**

Daten	dm	Rossmann	Müller	Budnikowsky
Anzahl der Filialen	2.069	2.232	572	187
Umsatz in Mrd. € (brutto)	9,04	7,90	3,09	0,53
durchschnittliche Filialgröße in m <sup>2</sup>	631	603	1.318	526
Ø Flächenproduktivität in Euro/m <sup>2</sup>	6.855	5.822	3.888	5.370
Artikelzahl	12.500	17.000	bis 188.000	25.000

GMA-Zusammenstellung 2023 auf Grundlage unterschiedlicher Quellen, u.a. Hahn Retail Real Estate Report 2022/2023, S. 43

Als für Drogeriemärkte Standorte kommen neben 1a- und 1b-Innenstadtlagen und Einkaufszentren auch Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte in verkehrsgünstigen Lagen in Frage.

### 2.3 Sicherung der Nahversorgung als kommunale Aufgabe

Die primäre **Aufgabe der Nahversorgung** ist es, die kurzfristigen, täglichen Bedarfe der Bevölkerung abzudecken. Dazu gehören all jene Güter, die vom Verbraucher nahezu unmittelbar nach dem Kauf verwendet oder verbraucht werden.

Neben der **Versorgungsaufgabe** der Bevölkerung mit **Waren des täglichen Bedarfs** übernehmen Nahversorgungseinrichtungen eine bedeutende Rolle im **sozialen Alltag** der Bewohner. Der Einkauf ermöglicht es, am sozialen Leben teilzuhaben, was insbesondere für ältere Menschen wichtig ist. Außerdem kommt dem Lebensmittelhandel eine **hohe Bedeutung als Arbeitgeber** zu. Neben dem reinen Beschäftigungseffekt ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Ausgaben für die Nahversorgung in die **lokale Wirtschaft** zurückfließt.<sup>10</sup>

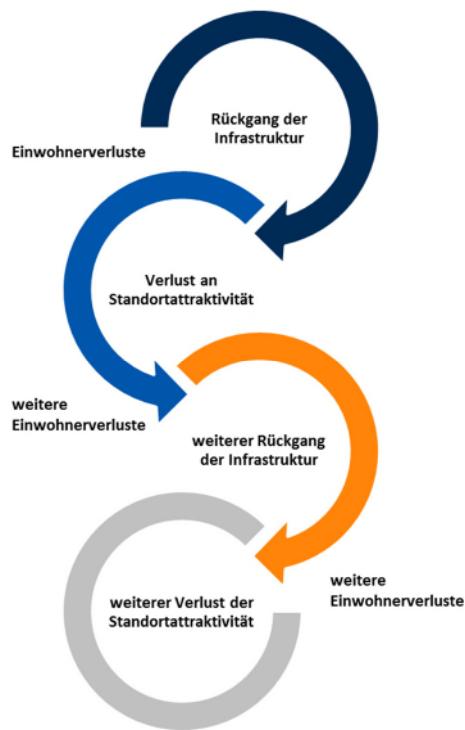
Nahversorgung nimmt in der Bewertung der Standort- und Lebensqualität eine wichtige Rolle ein. Zahlreiche Untersuchungen belegen, dass dort, wo der Nahversorger vor Ort fehlt, die örtliche Kaufkraftbindung äußerst gering ist. Ein gutes Angebot im Nahversorgungssegment ist eine wichtige Voraussetzung für die Zufriedenheit der Bewohner und ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wohnortsuche. Dies gilt sowohl für die jüngere Bevölkerung als auch v. a. für Familien und die älteren Bevölkerungsgruppen. Letztlich sind selbst die Immobilienwerte in einer Gemeinde mit der „Sicherung der Grundversorgung“ verknüpft.

Neben Baulandverfügbarkeit und -preisen sind v. a. das Angebot an Versorgungsinfrastruktur, öffentlichen und kulturellen Einrichtungen sowie auch die medizinische Versorgung wichtige Faktoren in der Entscheidung für einen Wohnstandort.

Nur durch passende Angebote im Bereich Versorgung, Medizin, Kultur, Datennetze, Bildung, Kinderbetreuung etc. können mobile (v. a. jüngere) Bevölkerungsschichten in der Kommune gehalten werden. Andernfalls drohen die Abwanderung und damit der **Beginn der Abwärtsspirale**.

<sup>10</sup> Nahversorgungsbetriebe beziehen regelmäßig Waren aus der Region und unterstützen somit regionale Wirtschaftskreisläufe.

Abbildung 6: Abwärtsspirale der Standortattraktivität



Quelle: GMA-Darstellung 2023

Auch für **Unternehmen** spielt bei ihrer Ansiedlungsentscheidung der Wohnstandort eine wichtige Rolle. Nur bei einer ausreichend hohen Qualität kann es gelingen, auch qualifizierte Mitarbeiter für den Standort zu gewinnen.

Ein Mangel oder das Fehlen von Angeboten in einer Gemeinde hat direkte Auswirkungen auf die Standortqualität und damit auch auf die Stabilität der Kommune insgesamt. Fehlende oder wenig attraktive Angebote führen dazu, dass die Standortattraktivität für Unternehmen und Privatpersonen sinkt und Zuzug ausbleibt. Ergänzend kann ein fehlendes Angebot – insbesondere der Nahversorgung – dazu führen, dass Haushalte und ausgewählte Bevölkerungsgruppen ihren gegenwärtigen Wohnstandort überdenken und einen Fortzug erwägen.

## 2.4 Zukünftige Entwicklungen

Auch im Lebensmittelhandel wird der demografische und technologische Wandel bestimmender Faktor bleiben. Wenngleich der technologische Wandel (Stichpunkt: Onlinehandel, kassenlose Lebensmittelmärkte (z. B. teo, Tante M) für den restlichen Handel der zentrale Veränderungsfaktor sein wird, ist davon auszugehen, dass für den Lebensmittelhandel der demografische Wandel mit all seinen Konsequenzen<sup>11</sup> der Haupteinflussfaktor bleiben wird. In der Konsequenz ist mittelfristig mit folgenden Veränderungen im Lebensmittelhandel zu rechnen:

<sup>11</sup> Stichworte v. a. buntre und ältere Gesellschaft, heterogene Lebens- und Familienbilder, Zunahme der regionalen Disparitäten zwischen sich entleerenden ländlichen Regionen und überlasteten, erfolgreichen städtischen Regionen

- Alle relevanten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihre **Standortnetze** konsequent **optimieren** und **modernisieren**, bei sich fortsetzenden **Konzentrations- und Übernahmetendenzen**. Das beinhaltet neben der Eröffnung neuer Standorte v. a. die Optimierung des Bestandes durch Modernisierung. Priorität haben überwiegend integrierte Standorte in den Ballungsräumen, wenngleich der ländliche Raum ebenfalls im Fokus steht.
- **Regionale Disparitäten** werden noch an Schärfe zunehmen. Die bestehenden Regelungsmechanismen bei der Ansiedlung von Handel und Grundversorgern haben diesem Umstand zunehmend Rechnung zu tragen. Die in allen Räumen gleichermaßen geltenden Regelungen werden der Lösung der Herausforderungen vor Ort zunehmend nicht mehr gerecht. Hier ist Fingerspitzengefühl und Kreativität im Rahmen der Abwägung nötig, um auch im ländlichen Raum moderne und leistungsfähige Nahversorgungskonzepte vorhalten zu können. Eine neue Entwicklung ist hier die Realisierung von Kleinst-Konzepten ohne Personal in Ortsteilen mit wenigen 100 Einwohnern.
- Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio**, **regionale Produkte**, **internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten zunehmend alle Betreiber entsprechende Sortimente an. Gleichzeitig hat sich bereits der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ herausgebildet, der zumindest mittelfristig zur Reduzierung kleinflächiger „Bioläden“ führen wird. Darüber hinaus werden **kleinere Verpackungsgrößen** und die Weiterentwicklung von **Convenience** ihren Beitrag zur Flächenentwicklung haben, ergänzt um **breitere Gänge** und **niedrigere Regalhöhen** (Stichwort: Barrierefreiheit, demographischer Wandel). Die aktuelle Preisentwicklung dämpft den in den letzten Jahren mit stetigem Wachstum versehenen Trend.
- Strukturveränderungen werden sich letztlich auch aus dem Thema **Onlinehandel** ergeben. Allerdings war der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen) konzentriert. nach Angaben des HDE liegt der Online-Anteil am Gesamtumsatz mit Lebensmitteln bei nur etwa 2,7 %.<sup>12</sup> Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgschancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile verschieben werden, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland.

<sup>12</sup>

Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE Online-Monitor 2022.

**Tabelle 3: Standortanforderungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel**

mögliche / typische Angebotelemente	benötigte Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	angestrebte Verkaufsfläche	sonstige Standortbedingungen
Supermarkt	ca. 4.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 1.200 – 2.000 m <sup>2</sup>	gute Sichtbarkeit ca. 60 - 70 Stellplätze
Lebensmitteldiscounter	ca. 3.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 800 – 1.400 m <sup>2</sup>	gute Sichtbarkeit ca. 75 - 100 Stellplätze
Getränkefachmarkt	ca. 5.000 – 10.000	ca. 300 – 500 m <sup>2</sup>	gute Sichtbarkeit mind. 10 Stellplätze
Drogeriefachmarkt	ab 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 600 – 800 m <sup>2</sup>	gute Sichtbarkeit mind. 30 Stellplätze
Bäckereifiliale	ca. 2.000 – 3.000	ca. 50 – 80 m <sup>2</sup> (zzgl. Verzehrbereich)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Metzgereifiliale	ca. 5.000 – 10.000	ca. 20 – 80 m <sup>2</sup> (ggf. zzgl. Stehtische)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Apotheke	ca. 4.000	ca. 80 – 120 m <sup>2</sup>	Arztpraxen im Umfeld

Quelle: GMA-Standortforschung 2023

## II. Standortanalyse der Gemeinde Oedheim

### 1. Makrostandort Oedheim

Die Gemeinde Oedheim zählt aktuell ca. **6.597 Einwohner<sup>13</sup>** und liegt im Landkreis Heilbronn, ca. 15 km nördlich des Oberzentrums Heilbronn. In den letzten zehn Jahren war ein Anstieg der Bevölkerung um 625 Personen bzw. ca. + 10,5 % zu verzeichnen. Die Bevölkerungsentwicklung in Oedheim lag damit deutlich über der Entwicklung im Landkreis Heilbronn (+ 8,8 %). Auch bei den benachbarten Kommunen fallen im Vergleichszeitraum die Entwicklungen etwas schwächer aus (vgl. Tabelle 1). Das Statistische Landesamt geht bis zum Jahr 2032 von einer Bevölkerungszahl von 6.728 Einwohnern aus. Insofern ist von einer weiteren Steigung des Einwohnerwachstums auszugehen. Unter Berücksichtigung der geplanten Wohngebietsentwicklung im Bereich Linkenbrunnen / Weitblick mit insg. rd. 120 Bauplätzen bzw. einem Einwohneräquivalent von rd. 560 Einwohnern<sup>14</sup> ist in der Tendenz mit einer über der Bevölkerungsvorausrechnung des Landes liegenden zukünftigen Einwohnerzahl zu rechnen.

Der Gemeinde Oedheim ist im Regionalplan Heilbronn-Franken **keine zentralörtliche Funktion** zugewiesen; sie gehört zum Mittelbereich des Mittelzentrums Neckarsulm. Oedheim profitiert als Wohnstandort von der Nähe zu den großen Arbeitgebern im Raum Heilbronn / Neckarsulm und entwickelt sich daher deutlich dynamischer als andere Teile der Region.

Die **Anbindung der Gemeinde Oedheim** an das überregionale Verkehrsnetz wird durch die relativ nah gelegene B 27 (ca. 5 km) gewährleistet. Über die Bundesstraße ist auch ein Anschluss an die ca. 10 km entfernte Bundesautobahn A 6 (Nürnberg - Heilbronn – Mannheim) vorhanden. Weiterhin ist die Gemeinde Oedheim über Landes- und Kreisstraßen an die umliegenden Orte angebunden. Mit dem ÖPNV bestehen Busverbindungen in Richtung der umliegenden Städte und Gemeinden .

**Tabelle 4: Einwohnerentwicklung 2012 - 2022 im regionalen Vergleich**

Stadt / Landkreis	Einwohner		Entwicklung 2012 – 2022
	2012	2022	
Oedheim	5.972	6.597	+ 10,5
Bad Friedrichshall	18.435	20.069	+ 8,9
Neuenstadt a. K.	9.569	10.354	+ 8,2
Gundelsheim	7.159	7.633	+ 6,6
Offenau	2.679	3.005	+ 12,2
<b>Landkreis Heilbronn</b>	<b>324.821</b>	<b>353.295</b>	<b>+ 8,8</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.09.2012 und 30.09.2022)

Im Jahr 2022 waren in Oedheim 933 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort registriert. Davon waren rd. 24 % im produzierenden Gewerbe, rd. 36 % im Bereich Handel, Verkehr, Gastgewerbe und 38 % im Bereich sonstige Dienstleistungen registriert. Dabei steigt

<sup>13</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.06.2022).

<sup>14</sup> Quelle: Angabe der Verwaltung aus den jeweiligen Bebauungsplänen.

die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten seit 2012 (559), um 374 Beschäftigte bzw. 67 % an.

Oedheim weist einen **negativen Pendlersaldo** auf (- 2.137)<sup>15</sup>: ca. 933 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort standen ca. 3.070 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort gegenüber. Dies verdeutlicht die hervorgehobene Bedeutung von Oedheim als Wohnstandort in der Region.

**Siedlungsstrukturell** betrachtet wird der Kernort Oedheim durch den Kocher in zwei Siedlungsbereiche geteilt. Neben dem Kernort setzt sich die Gemeinde aus dem Teilort Degmarn sowie vier Hofgütern zusammen. Dabei befindet sich im südlich des Kochers gelegenen Teil der alte Ortskern mit dem Rathaus und kleinteiligem Einzelhandelsbesitz. Im Ortsteil nördlich des Kochers sind neben Wohngebieten infrastrukturelle Einrichtungen wie Schulen und Sportanlagen sowie ein Gewerbegebiet angesiedelt. Die weitere Wohngebietsentwicklung wird im östlichen Bereich der Gemeinde im Bereich Linkenbrunnen / Weitblick erfolgen. Dort haben nach der Realisierung eines Kindergartens die Arbeiten für die dort vorgesehenen Neubaugebiete „Linkenbrunnen“ begonnen. In diesem Bereich ist auch der mögliche Entwicklungsstandort für einen Nahversorgungsstandort vorgesehen.

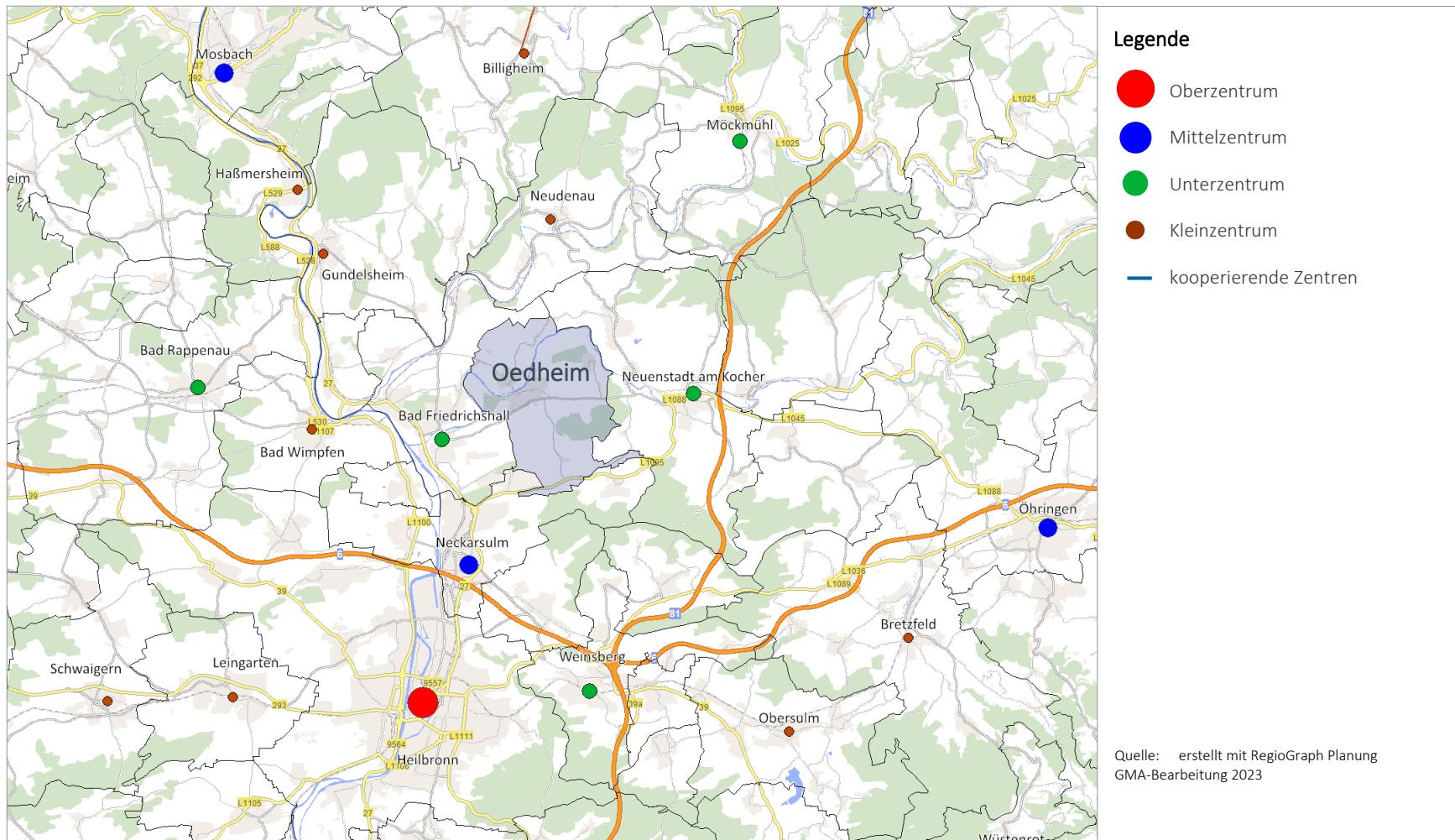
**Zusammenfassend** lässt sich festhalten, dass der Gemeinde Oedheim als nicht-zentraler Ort eine Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung zukommt. Der Einzelhandelsbesitz (vgl. Kapitel IV.) ist ebenfalls auf die lokale Bevölkerung abzustimmen. Insofern sind auch die zukünftigen Strukturen an die Potenziale der örtlichen Bevölkerung anzupassen.

---

<sup>15</sup>

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2022.

Karte 1: Lage der Gemeinde Oedheim und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



### III. Nachfragesituation

#### 1. Marktgebiet und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des Marktgebiets für den Einzelhandel in Oedheim stellt eine wichtige Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, innerhalb dessen die Verbraucher regelmäßig die Einzelhandelsstandorte in Oedheim aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsbereichs wurden folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- Topografie
- Vorgaben des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- die Angebotssituation in Oedheim bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Neuenstadt a. K., Neckarsulm).

**Das Marktgebiet von Oedheim beschränkt sich derzeit im Wesentlichen auf die Gemeinde selbst mit derzeit 6.597 Einwohnern.**

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes über Oedheim hinaus ist aufgrund der umliegenden Wettbewerbsstandorte derzeit nicht anzunehmen. Jedoch sind durch die Nähe zu Bad Friedrichshall, und die gute Verkehrsanbindung für einzelne Betriebe (u. a. Edeka, Ortskern) einzelne Kundenzuföhreffekte u. a. aus Bad Friedrichshall festzuhalten. Das eigentliche Marktgebiet beschränkt sich derzeit aber auf Oedheim selbst mit insgesamt 6.597 Einwohnern.

#### 2. Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Oedheim

Nach Berechnung des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.760 €.<sup>16</sup> Davon entfallen ca. 2.826 € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 3.934 € auf Nichtlebensmittel (Nonfood). Für Gesundheit und Körperpflege ist aktuell ein Kaufkraftbetrag von 466 € pro Kopf p. a. anzusetzen, für die übrigen nahversorgungsrelevanten Sortimente (Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften) 206 € pro Kopf p. a.

Insgesamt errechnet sich somit ein Kaufkraftbetrag pro Kopf für nahversorgungsrelevante Sortimente i. H. von 3.498 € p. a.

---

<sup>16</sup> Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik.<sup>17</sup> In Oedheim beläuft sich das Kaufkraftniveau auf 107,3 und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt.

Unter Berücksichtigung der aktuellen Einwohnerzahlen und des lokalen Kaufkraftniveaus errechnen sich für die Gemeinde Oedheim folgende Kaufkraftpotenziale:

**Tabelle 5: Kaufkraftpotenziale (in Mio. €) nach Sortimenten in der Gemeinde Oedheim**

Sortimente	Oedheim insgesamt
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren	17,2
Bäckereihandwerk	1,4
Fleischerhandwerk	1,4
<b>Nahrungs- und Genussmittel insgesamt</b>	<b>20,0</b>
Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	2,1
Apotheker-, Sanitätswaren (ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel)	1,2
<b>Gesundheit, Körperpflege insgesamt</b>	<b>3,3</b>
Blumen, Pflanzen	0,6
zoologischer Bedarf	0,5
Zeitschriften, Zeitungen (nur Einzelhandel)	0,3
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften insgesamt</b>	<b>1,4</b>
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>24,7</b>
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>6,5</b>
<b>überwiegend langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>16,5</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>47,7</b>

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

<sup>17</sup> Quelle: MB Research, Nürnberg 2022.

## IV. Angebotssituation

Die Bewertung der Angebotssituation in Oedheim beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung der örtlichen Einzelhandelsbetriebe im April 2023. Dabei wurden im Gemeindegebiet alle Einzelhandelsbetriebe erfasst. Darüber hinaus wurden die regionalen Wettbewerbsstrukturen untersucht. Die Daten fließen in die Bewertung der Nahversorgungssituation in Oedheim ein.

### 1. Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in der Gemeinde Oedheim

In der Gemeinde Oedheim werden die Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel maßgeblich durch den bestehenden **Edeka-Markt Ueltzhöfer** mit rd. 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (zzgl. Backshop im Vorkassensbereich) in der Kochendorfer Straße geprägt. Der Anbieter befindet sich dabei direkt westlich angrenzend an den Ortskern von Oedheim. Eine beantragte und genehmigte Verkaufsflächenerweiterung auf 1.500 m<sup>2</sup> wurde bislang nicht realisiert. Edeka plant jedoch weiterhin eine Neuaufstellung und Modernisierung am bestehenden Standort.

Neben dem Angebot im Lebensmittelvollsortimentsbereich ist zudem im nördlich des Kocher gelegenen Ortsteil ein **Penny-Lebensmitteldiscounter** mit 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angesiedelt. Dieser befindet sich an der Heuchlinger Straße / Ecke Tannenstraße in Nahlage zu Wohngebieten und sichert eine Versorgung für das nähere Umfeld. Der Markt ist sowohl hinsichtlich seiner Verkaufsfläche als des Marktauftritts nicht mehr als zeitgemäß einzuordnen.

Im **Getränkebereich** ist nach dem Marktaustritt des Gefako-Getränkemarktes Bertsch in der Paul-Böhringer-Straße **kein spezialisiertes Angebot** mehr vorhanden. Daneben sind eine Bäckerei (Denzer) und eine Metzgerei (Leix) im Ortskern von Oedheim (südlich des Kochers) vorzufinden. Im Ortsteil nördlich des Kocher sind keine weiteren Lebensmittelanbieter angesiedelt. Sonderstrukturen sind mit dem Biohof Landes (Lebensmittelproduktion, Marktbesitzer, Großhandel, Gärtnerei) an der Gemarkungsgrenze zu Neckarsulm-Amorbach vorhanden. In Degmarn sind keine Lebensmittelbetriebe vorzufinden.

Insgesamt beläuft sich die **Verkaufsfläche** der Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe auf rd. **1.950 m<sup>2</sup>**. Die **Umsatzleistung** im Lebensmittelbereich beträgt derzeit rd. **9 – 10 Mio. €**.<sup>18</sup>

Neben dem Lebensmitteleinzelhandel sind in Oedheim darüber hinaus auch punktuell weitere Einzelhandelsbetriebe ansässig. Das Angebot in den sonstigen Sortimentsbereichen ist hierbei wie folgt zu charakterisieren:

- Im **Ortskern von Oedheim** ist mit der Neuberg-Apotheke ein Angebot im Bereich Apotheken vorhanden.
- Nicht vorhanden ist ein Angebot im **Drogeriewarenbereich**. Hier beschränkt sich das Angebot auf die Teilsortimente der örtlichen Lebensmittelmärkte Edeka und Penny.
- Im Bereich **Schreib-, Papierwaren** ist ebenfalls im Ortskern der Anbieter Schreibwaren am Markt mit Paketstation und Lotto / Toto vorzufinden.

<sup>18</sup> Ausschließlich Umsätze aus dem Lebensmitteleinzelhandel, ohne Nichtlebensmittelumsätze.

- Das Angebot wird ergänzt durch einen größeren mittelständischen **Bekleidungsanbieter** Müllers! direkt neben dem Schreibwarenladen. Daneben ist im Bereich Bekleidung ein kleiner Brautmodenladen ebenfalls im Ortskern angesiedelt.
- Im **Gewerbegebiet** nördlich des Kochers ist darüber hinaus auf den Anbieter Denz Farbenhandel und im Bereich der Silcherstraße auf einen Anbieter Shoppingparty mit Second-Hand-Bekleidung und anderen Waren hinzuweisen.<sup>19</sup>

Insgesamt beläuft sich die **Verkaufsfläche außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels auf rd. 830 m<sup>2</sup>**. Daraus wird ersichtlich, dass das Angebot mit Ausnahme des örtlichen Bekleidungsanbieters Müllers! stark auf die lokalen Bedarfe ausgerichtet ist und keine überörtliche Bedeutung erfährt.



Edeka Ueltzhöfer



Penny



Ortskern (1)



Ortskern (2), Metzgerei Leix



Ortskern (3), Bäckerei Denzer



Ortskern (4), Apotheke

GMA Aufnahmen 2023

<sup>19</sup> Die Nutzung ist als Zwischenvermietung zu sehen. Es liegt aktuell eine Bauvoranfrage für einen Neubau am Standort vor.

## Karte 2: Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Oedheim



Quelle: Microsoft, Nokia  
GMA-Bearbeitung 2023

In **räumlicher Hinsicht** verteilt sich das Angebot wie folgt:

- Das Angebot im Einzelhandel konzentriert sich auf den **Kernort Oedheim**. Der Ortsteil Degmarn ist ohne Einzelhandelsangebot. Sonderstrukturen liegen mit dem Biohof / Gärtnerei Landes an der Gemarkungsgrenze zur Neckarsulm-Amorbach vor.
- Eine Konzentration des Einzelhandels-, Dienstleistungs- und sonstigen Besatzes befindet sich im Ortskern von Oedheim, welcher sich entlang der Hauptstraße in etwa ab der Einmündung der Schlossstraße im östlichen Bereich in Richtung Westen bis zum Edeka-Markt als westlicher Endpunkt erstreckt. Im Bereich des Edeka-Marktes sind darüber hinaus das katholische Gemeindehaus sowie das Musikerheim und der alte Bahnhof im direkten Umfeld angesiedelt. Insbesondere im Ortskern liegen kleinteilige Gebäudestrukturen ohne nennenswerte Freiflächen vor. Insofern wurde der Edeka-Markt in vergleichsweise zentraler Lage westlich des Ortskerns direkt am Kocher realisiert. Durch eine Neuordnung des gesamten Areals kann Edeka am Standort sich perspektivisch modern und zukunftsfähig aufstellen.
- Nördlich des Kochers befinden sich ein weiteres Wohngebiet und hier im nördlichen Bereich eine gewerblich geprägte Standortlage, während in Richtung Osten und Westen Wohnbebauung prägend ist. Im westlichen Bereich befinden sich Freizeitanlagen wie das Hallenbad, die Turn- und Sporthalle und die Sportstätten der Gemeinde Oedheim.
- In Scharnierlage zwischen Gewerbegebiet und Wohnlagen befindet sich an der Heuchlinger Straße Ecke Tannenstraße ein kleiner Penny-Lebensmitteldiscounter, der sowohl hinsichtlich seiner Verkaufsfläche, der Immobilieneigenschaften und der Parkierungssituation nicht mehr den aktuellen Anforderungen der Fa. Penny entspricht. Dennoch erfüllt der Standort aktuell eine Versorgungsfunktion für den Bereich nördlich des Kochers.

Insofern liegen aktuell hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Lebensmittelangebote relativ ausgeglichene Versorgungsstrukturen vor. So verfügen die beiden Ortsteile nördlich und südlich des Kochers jeweils über einen Lebensmittelmarkt. Der Edeka-Standort im Ortskern besitzt aktuell die wichtigste Rolle bei der Sicherung der Grundversorgung innerhalb der Einzelhandelsstrukturen der Gemeinde und spielt auch eine wichtige Rolle als Frequenzbringer für den Ortskern.

## 2. Bewertung der strukturprägenden Nahversorgungsanbieter

Die strukturprägenden Anbieter zur Sicherung der Nahversorgung werden im Folgenden nochmals im Detail bewertet und deren Entwicklungspotenziale aufgezeigt:

**Tabelle 6: Bewertung der strukturprägenden Anbieter in Oedheim**

	<p><b>Edeka Ueltzhöfer</b>, Vollsortimenter, Kochendorfer Straße, ca. 1.300 m<sup>2</sup> VK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• inhabergeführter, langjährig etablierter Supermarkt westlich des Ortskerns mit Bäckerei im Vorkassenbereich</li> <li>• Markt mit derzeit 1.300 m<sup>2</sup> VK, beantragte Erweiterung auf 1.500 m<sup>2</sup> VK wurde bislang nicht realisiert</li> <li>• durchschnittliches äußeres Erscheinungsbild</li> <li>• einziger Vollsortimenter in Oedheim</li> <li>• Aufgrund der besonderen Umfeldsituation mit dem katholischen Gemeindehaus in Richtung Norden, direkt angrenzend an den Markt, dem Musikerheim Oedheim auf dem Parkplatz sowie dem alten Bahnhof von Oedheim östlich des Parkplatzes und in Richtung Westen angrenzende Wohnbebauung ist der Standort aktuell als begrenzt zu bewerten. Durch eine Neuordnung des Gesamtareals ist allerdings eine Modernisierung mit Verkaufsflächenerweiterung am Standort möglich. Der Betreiber möchte am Standort festhalten.</li> </ul>
	<p><b>Penny</b>, Lebensmitteldiscounter, Tannenstraße, ca. 500 m<sup>2</sup> VK</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• filialisierter Discounter nördlich des Kochers in Scharnieraue zwischen Wohn- und Gewerbegebieten von Oedheim</li> <li>• nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche der Immobilien als auch der Parkierungssituation</li> <li>• nahezu ausschließlich lokale Versorgungsfunktion i. W. für das Umfeld nördlich des Kochers</li> <li>• Entwicklungsmöglichkeiten sind am Standort vor dem Hintergrund der Umfeldbebauung und der Bauform mit einem angegliederten Wohnhaus im östlichen Bereich nicht vorhanden. Der Standort ist nicht mehr als zeitgemäß einzuordnen. Perspektivisch ist ggf. eine Schließung wahrscheinlich. Penny möchte sich an einem anderen Standort neu aufstellen.</li> </ul>

GMA-Aufnahmen 2023

### 3. Möglicher Entwicklungsstandort „Linkenbrunnen / Weitblick“

Neben den bestehenden strukturprägenden Anbietern in Oedheim ist aktuell im Bereich der Neuenstadter Straße südlich der bereits vorhandenen Erschließungsstraße für das Neubaugebiet „Linkenbrunnen“ die Realisierung eines gemischt genutzten Standortes in der Diskussion. Dabei gehen die Nutzungsüberlegungen am Standort in Richtung einer Nahversorgungsnutzung kombiniert mit einem Angebot im Bereich Büroflächen, Wohnen, Gastronomie. Daneben soll ein Ärztehaus mit verschiedenen Ärzten, einer Apotheke und einer Physiotherapie realisiert werden.

Dieser Entwicklungsstandort soll vor dem Hintergrund der Erstellung des Nahversorgungskonzeptes für die Gemeinde Oedheim hinsichtlich der möglichen Potenziale und der daraus resultierenden Chancen und Risiken auf die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Oedheim eingeordnet werden. Zunächst sind hierbei die Standortrahmenbedingungen zu skizzieren.

- Der **Standort** befindet sich im östlichen Bereich des Kernortes Oedheim im Bereich Linkenbrunnen / Weitblick. Der Standortbereich ist derzeit durch Grünflächen und Baumbestand geprägt. Das Areal wird in Richtung Westen durch die Neuenstadter Straße, in Richtung Norden durch die bereits bestehende Erschließungsstraße und in Richtung Osten durch Freiflächen begrenzt. In Richtung Süden begrenzt die Einmündung eines Feldweges das Grundstück.
  - Das **Standortumfeld** ist in Richtung Norden durch den Kindergarten Linkenbrunnen geprägt. Direkt südwestlich davon besteht derzeit eine Freifläche, die perspektivisch ebenfalls für Wohnnutzung (rd. 10 Bauplätze) vorgesehen ist. In Richtung Osten befindet sich das derzeit in der Erschließung befindliche Neubaugebiet „Linkenbrunnen III“ mit insgesamt rd. 110 Bauplätzen und rd. 530 Einwohnern. Das Standortumfeld in Richtung Westen ist darüber hinaus geprägt durch weitere Einfamilienhausbebauung. In Richtung Süden grenzen Freiflächen an.
- Insgesamt handelt es sich um einen Standort am östlichen Rand des Kernortes, wenngleich am Standort selbst wie auch im Umfeld die Standortstrukturen durch Wohnbebauung geprägt sind. Bei einer Umsetzung der Wohnbauflächen ist der Standort als integrierter Standort zu bewerten.
- Hinsichtlich der **verkehrlichen Erreichbarkeit** liegt der Standort direkt an der Ortsdurchfahrt (Neuenstadter Straße), welche südlich des Standortes eine Anbindung an die L 1088 über einen Kreisverkehr herstellt. Eine direkte Lage des Standortes an der Landesstraße ist hingegen nicht vorhanden. Auch die Topografie lässt den Standort aus Richtung der L 1088 nur bedingt sichtbar werden. Mit dem ÖPNV ist der Standort durch die Bushaltestelle „Oedheim, Neuenstadter Straße“ an das Busliniennetz der HNV angebunden. Zu Fuß ist der Standort aus den östlichen Teilen von Oedheim gut zu erreichen. Der Ortskern befindet sich in einer Distanz von rd. 600 – 700 m westlich.

Insgesamt handelt es sich somit um einen Standort am östlichen Rand des Kernortes Oedheim, wenngleich direkt westlich und nördlich und perspektivisch östlich des Standortes Wohnbebauung vorliegt bzw. realisiert wird.



möglicher Entwicklungsstandort



Kindergarten und Erschließungsstraße in Richtung Neubaugebiet Linkenbrunnen im Umfeld



Wohnbauflächen Richtung Norden



Blickrichtung ortseinwärts



Blickrichtung Ortsausgang



Zufahrtsstraße

GMA Aufnahmen 2023

#### 4. Angebotssituation im Umland

Die Angebotsstrukturen im Umland sind wie folgt zusammenzufassen:

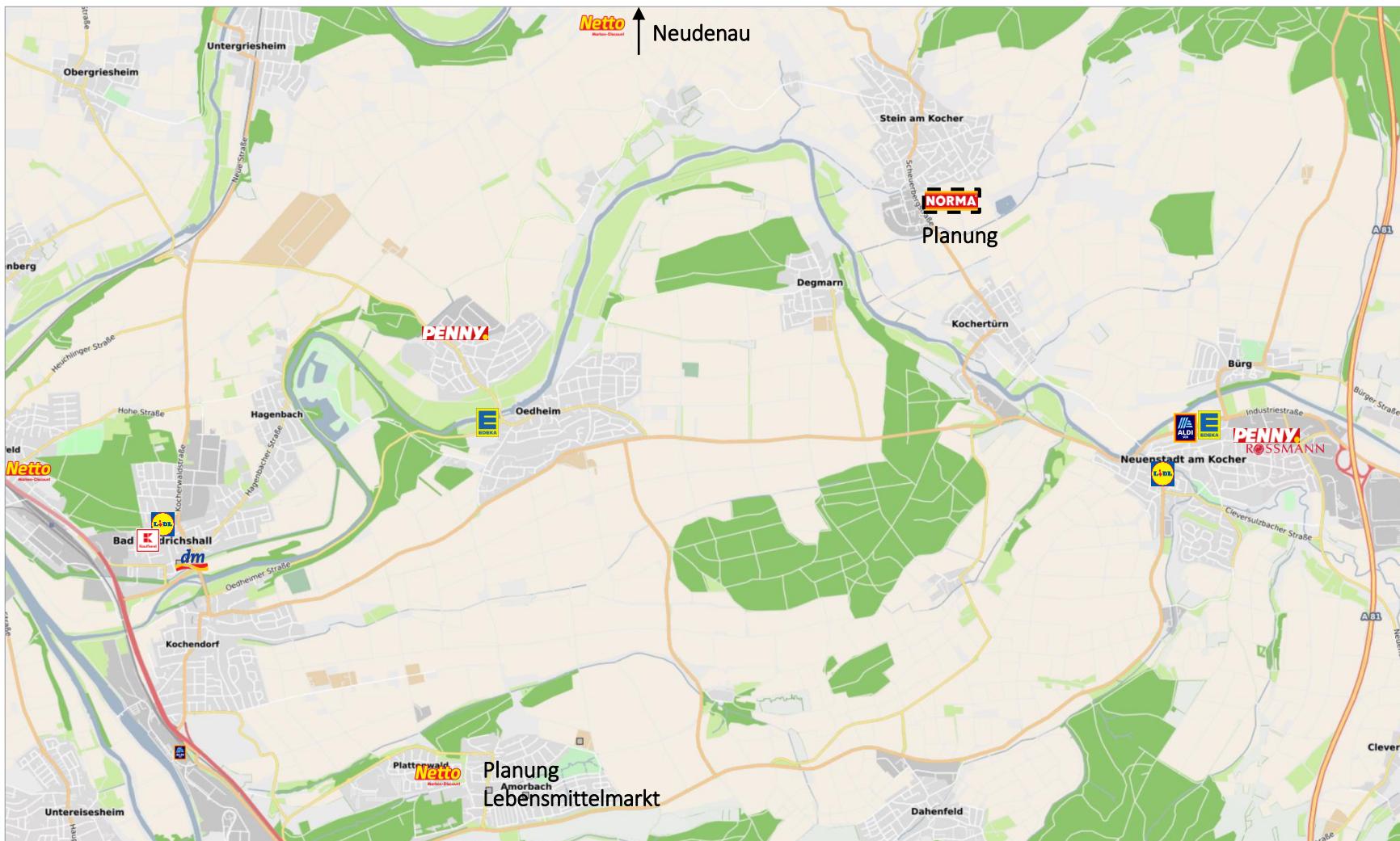
- In Richtung Osten ist mit der Stadt **Neuenstadt a. K.** ein starker Wettbewerbsstandort vorhanden. Dort befinden sich der moderne Edeka Ueltzhöfer und ein Aldi-Lebensmitteldiscounter im Bereich des Bahnwegs. Daneben ist auf einen Lidl-Lebensmitteldiscounter südlich des Ortskerns (derzeit Neubau) sowie einen Penny-Lebensmitteldiscounter im Bereich der Öhringer Straße hinzuweisen. Das Angebot wird ergänzt durch zahlreiche Betriebe des Getränkehandels, einen Raiffeisenmarkt sowie des Lebensmittelhandwerks. Auch im Drogeriewarenbereich ist mit Rossmann ein zeitgemäßes Angebot vorhanden. Als Planung ist auf die Realisierung eines Norma-Lebensmitteldiscounters im Ortsteil Stein hinzuweisen. Der Standort Neuenstadt a. K. stellt für die Einwohner von Oedheim einen wichtigen Wettbewerbs- und Versorgungsstandort dar.
- In Richtung Süden ist auf die Angebotsstrukturen im benachbarten Mittelzentrum **Neckarsulm** hinzuweisen. In dem der Gemeinde Oedheim am nächsten gelegenen Stadtteil Amorbach ist derzeit keine über den Stadtteil hinauswirkende Versorgung (ausschließlich russischer Lebensmittelmarkt Adix und Dessa-Supermarkt) vorzufinden. Die Stadt Neckarsulm plant hier allerdings die Realisierung eines Nahversorgers (Lebensmittelmarkt) für den Stadtteil Amorbach. Das Angebot wird ergänzt durch Lebensmittelhandwerksbetriebe. Daneben ist im Neckarsulmer Stadtteil Dahlenfeld ebenfalls eine Bäckerei vorzufinden. Der Stadtteil Amorbach ist in Richtung Westen zusammen gewachsen mit dem Bad Friedrichshaller Stadtteil Plattenwald. Dort ist mit einem

Netto-Lebensmitteldiscounter und einem russischen Lebensmittelmarkt im ergänzenden Angebot ebenfalls eine stadtteilbezogene Versorgung sichergestellt.

- Zudem ist auf die weiteren großflächigen Lebensmittelmärkte in **Neckarsulm** (Kaufland, Rewe, 3 x Lidl, Aldi, Netto) und im Drogeriewarenbereich (dm, 2 x Rossmann) sowie in **Bad Friedrichshall** (Kaufland, Lidl, Netto, Aldi) und im Drogeriebereich dm sowie jeweils auf ein ergänzendes Angebot durch Lebensmittelhandwerksbetriebe und Getränkehändler hinzuweisen.
- In Richtung Norden ist das nächstgrößere Angebot im Lebensmitteleinzelhandel in **Neudenau** mit einem Netto-Lebensmitteldiscounter vorzufinden.

Zusammenfassend lässt sich bezüglich der Angebotsstrukturen im Umland von Oedheim festhalten, dass hier mehrheitlich zeitgemäße Versorgungsstrukturen vorliegen. Mit größeren Kundenzuföhreffekten an den Standort Oedheim ist angesichts der Wettbewerbssituation im Umland nicht auszugehen. Vielmehr beschränkt sich die Versorgungsfunktion der in Oedheim vorhandenen Märkte im Wesentlichen auf die Gemeinde Oedheim selbst. Punktuell sind aufgrund der Nähe zu Bad Friedrichshall-Kochendorf für die Betriebe in Tallage (insb. Edeka) traditionell Einkaufsbeziehungen vorhanden.

Karte 3: Angebotsstrukturen im Umland (Lebensmittel- und Drogeriemärkte)



Quelle: openstreetmap und Mitwirkende;  
GMA-Bearbeitung 2023

## V. Entwicklungspotenziale

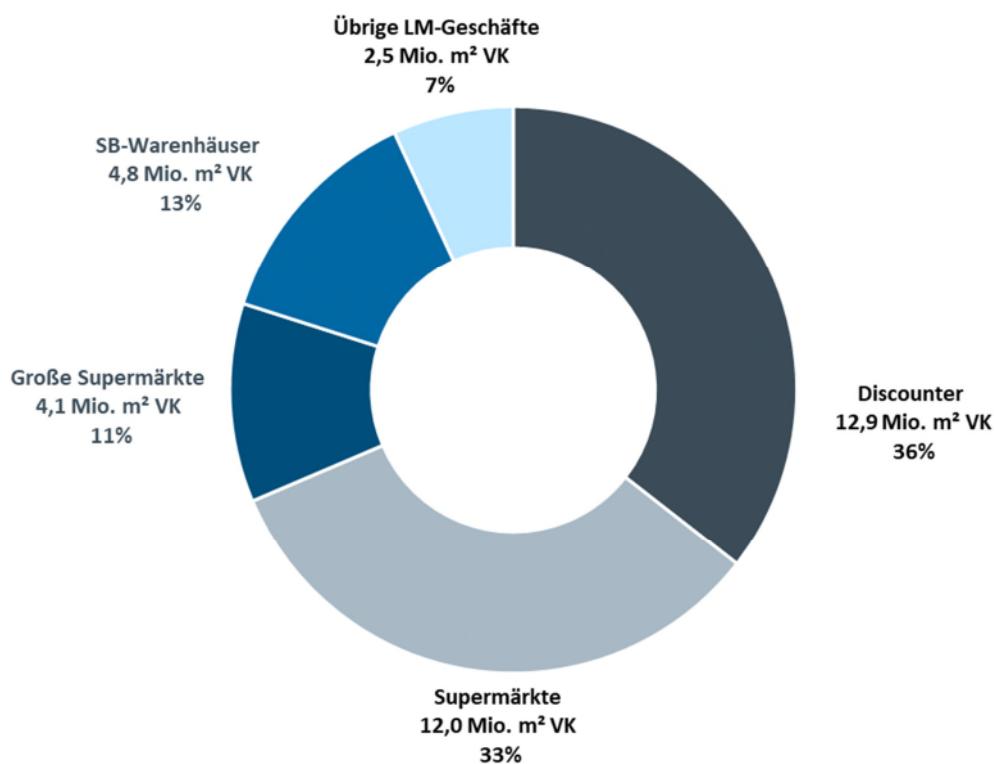
### 1. Quantitative Bewertung

Zur Bewertung der Angebotssituation im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar und können auch mit den bundesdeutschen Durchschnittswerten verglichen werden.

Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des Europäischen Handelsinstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Hofläden) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 436 m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW festhalten.

**Abbildung 7: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Deutschland**



\*ohne Spezialgeschäfte und ohne nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel; Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche

GMA-Darstellung 2023; Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2022, S. 80; Einwohnerzahlen: 31.12.2021 Statistisches Bundesamt

Überträgt man die vom EHI angewandte Methodik auf die Situation in Oedheim bzw. die umliegenden Städte und Gemeinden, zeigt sich im Bereich „Lebensmittel“ folgendes Bild:

Tabelle 7: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum

Kommune	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (nur Lebensmittelmärkte)	Einwohner*	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> / 1.000 EW	Einordnung im Vergleich zum Bundes- durchschnitt
Oedheim**	1.800	6.597	272	▼▼
Neuenstadt a. K.***	6.100	10.354	589	▲▲
Bad Friedrichshall	7.100	20.069	353	▼
<b>BRD</b>	<b>36.200.000</b>	<b>83.155.031</b>	<b>435</b>	<b>Ø</b>

\* Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2022 bzw. Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2021

\*\* Edeka mit 1.300 m<sup>2</sup> VK und Penny mit 500 m<sup>2</sup> VK

\*\*\* inkl. Planungen (Neubau Lidl, Neubau Norma Stein)

GMA-Berechnungen 2023

Die Verkaufsflächenausstattung in Oedheim ist derzeit mit 272 m<sup>2</sup> VK pro 1.000 EW deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt. Es bestehen grundsätzlich noch gewisse Entwicklungsspielräume.

Als weiterer Orientierungswert für die Ableitung eines möglichen Entwicklungspotenzials in Oedheim kann die **Zentralitätskennziffer** herangezogen werden. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettoaufkraftabfluss an.

Für den Bereich Lebensmittel beträgt die Zentralitätskennziffer in Oedheim:

ca. 9 - 10 Mio. € : ca. 20,0 Mio. € = ca. 47 – 50 %  
 (Umsatz in Oedheim) (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Oedheim) (Zentralität)

In der Gemeinde Oedheim ist derzeit eine Zentralität von rd. 47 – 50 % festzuhalten. Das bedeutet, dass aktuell im Lebensmittelbereich rund die Hälfte der verfügbaren Kaufkraft an umliegende Standorte (v. a. Neuenstadt a. K., Bad Friedrichshall) abfließt.

Die Analyse der quantitativen Ausstattung in der Gemeinde Oedheim im Lebensmittelbereich zeigt, dass **grundätzlich Entwicklungspotenziale für den weiteren Ausbau der Angebotsstrukturen** vorhanden sind.

Zur Ableitung eines rechnerischen Entwicklungspotenzials im Lebensmittelsegment können verschiedene Ansätze zugrunde gelegt werden:

- 1. Ansatz durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung:** Zieht man den Wert von 436 m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW (Durchschnittswert BRD) als Referenzwert heran, dann würde sich für Oedheim eine Gesamtflächenpotenzial von 2.800 – 2.900 m<sup>2</sup> VK ergeben. Abzüglich der bestehenden Lebensmittelmarktplächen von Edeka und Penny würde sich ein Potenzial von rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> ableiten lassen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass nicht alle Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels in Oedheim realisierbar sind (z.B. SB-Warenhäuser).

**2. Ansatz Zentralität:** Für Oedheim kann von einer maximalen Kaufkraftbindung von 70 – 75 % ausgegangen werden. Höhere Werte sind aufgrund der engen Verflechtungen mit dem Umland nicht möglich. So lassen sich die Anbieter in Bad Friedrichshall und Neuenstadt a. K. in sehr kurzer Distanz erreichen. Außerdem bestehen enge Verbindungen der Berufspendler in die starken Wirtschaftsstandorte Neckarsulm, Heilbronn und Öhringen. Mit den Pendlerströmen sind zwangsläufig auch immer Einkaufsverflechtungen verbunden. Nimmt man diese Größe als Referenzwert an, dann würde sich eine Ziel-Umsatzleistung in Oedheim von ca. 14 – 15 Mio. € errechnen. Im Vergleich zum aktuellen Bestand lässt sich ein zusätzliches Potenzial von 5 – 6 Mio. € ableiten. Geht man von einer durchschnittlichen Flächenleistung von ca. 5.000 € / m<sup>2</sup> VK<sup>1</sup> aus, dann errechnet sich ein ebenfalls Potenzial von ca. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> VK.

**Insgesamt** lässt sich für Oedheim festhalten, dass unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rd. 6.600 (perspektivisch deutlich steigend) und der unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung gewisse Entwicklungspotenziale im Nahrungs- und Genussmittelsegment vorhanden sind. Diese sind jedoch lediglich durch eine stärkere Kaufkraftbindung der Oedheimer Wohnbevölkerung zu begründen. Bestehende tatsächliche Zuflüsse aus den Nachbarkommunen (insbesondere Bad Friedrichshall-Kochendorf) wurden hier nicht berücksichtigt.

Bei Berücksichtigung unterschiedlicher Ansätze ergibt sich unter Beachtung von Zuflüssen von außerhalb ein Entwicklungspotenzial von rd. 1.100 – 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Oedheim. **Für einen zweiten zusätzlichen Supermarkt (als Ergänzung zu Edeka) ist das Potenzial nicht ausreichend. Im Fall von Oedheim wäre die beste Handlungsoption die bestehenden Standorte zu modernisieren und zukunfts-fähig aufzustellen. Dabei sind auch Verlagerungen denkbar.**

Die Versorgung im **Drogeriewarenbereich** wird partiell von den beiden Lebensmittelmärkten (und ggf. auch von einem möglichen Lebensmittelmarkt in modernisierter, größerer Form) übernommen, da kein Drogeriemarkt ansässig ist. Ein umfassendes Drogeriewarensortiment ist in den benachbarten Unterzentren Bad Friedrichshall (dm) und Neuenstadt a. K. (Rossmann) vorhanden.

Mit einem Kaufkraftpotenzial von ca. 3,3 Mio. € im Drogeriemarktsegment wäre ein gewisses Entwicklungspotenzial in Oedheim darstellbar. Bringt man die jeweiligen Umsatzanteile von Penny und Edeka in Abzug würde sich rein rechnerisch ein Potenzial von ca. 2,4 Mio. € ergeben. Legt man im nächsten Schritt eine durchschnittliche Flächenleistung für Drogeriefachmärkte<sup>20</sup> i. H. v. 5.400 € / m<sup>2</sup> VK zugrunde, dann ergibt sich ein Flächenpotenzial von ca. 450 m<sup>2</sup> VK (ohne Berücksichtigung von Zuflüssen aus dem Umland).

Ein Abgleich mit den Standortanforderungen (Mindesteinwohnerzahl im Einzugsgebiet, Mindestverkaufsfläche etc.) der marktgängigen Anbieter Rossmann und dm ergibt, dass ein Standort in Oedheim sich auch in Anbetracht der Wettbewerber im direkten Umfeld und möglicher Modernisierungen im Lebensmitteleinzelhandel nicht in die Potenziale von Oedheim einfügen würde. Betriebswirtschaftlich wäre infolge von Kundenzuführereffekten von außerhalb Oedheims zwar von einer Tragfähigkeit auszugehen, der Stand-

<sup>20</sup>

Quelle: Hahn Retail Estate Report, Mischwert der Flächenleistungen von Rossmann, dm, Müller und Budni.

ort würde jedoch einen großen Teil seiner Umsätze mit Kunden von außerhalb der Gemeinde rekrutieren und auf der Genehmigungsseite (insb. in Kombination mit einer weiteren Nutzung wie einem Lebensmittelmarkt) das Kongruenzgebot nicht einhalten.

- Das Segment **Tierfutter** wird partiell von den beiden Lebensmittelmärkten übernommen, da in Oedheim kein Tierfachmarkt vorhanden ist. Das entsprechende Angebot wird im Umland vorgehalten. Eine Möglichkeit für eine Angebotsergänzung ist nicht zu sehen.
- Im Bereich **Blumen** ist in Oedheim kein Angebot vorhanden. Eine Angebotsergänzung wäre denkbar.
- Das Segment **Zeitungen / Zeitschriften** ist in Oedheim durch den Anbieter Schreibwaren am Markt ebenfalls ausreichend vorhanden. In Lebensmittelmärkten Edeka und Penny wird das Segment ebenfalls vorgehalten.

## 2. Qualitative Bewertung und Entwicklungspotenziale

Neben einer quantitativen Bewertung anhand von Kenndaten und dem verfügbaren Einwohner- und Kaufkraftpotenzial ist im Rahmen einer **qualitativen Bewertung** zu prüfen, inwieweit die in der Gemeinde Oedheim vorhandenen Nutzungsstrukturen zukunftsfähig aufgestellt sind und welche Möglichkeiten für Angebotsergänzungen unter Berücksichtigung der vor Ort verfügbaren Potenziale denkbar sind. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen unter qualitativen Gesichtspunkten zunächst wie folgt zu bewerten:

- Der einzige **Lebensmittelvollsortimenter Ueltzhöfer** hat aktuell eine Verkaufsflächengröße von 1.300 m<sup>2</sup>. Eine mögliche Erweiterungsoption am bestehenden Standort wurde bislang nicht realisiert. Dies ist insbesondere auf die Standortrahmenbedingungen zurückzuführen. Für eine zeitgemäße und marktgängige Aufstellung eines Vollsortimenters sowohl hinsichtlich der Immobilie wie auch der Parkierungsmöglichkeiten ist eine Neuordnung des Gesamtareals notwendig. Edeka hat in Gesprächen bekräftigt, seinen Markt am bestehenden Standort modernisieren und erweitern zu wollen. Als mögliche Verkaufsflächengröße ist unter Berücksichtigung der Potenziale vor Ort eine Verkaufsfläche von rd. 1.800 – 1900 m<sup>2</sup> zzgl. Bäckerei denkbar. Mit der Standortsicherung wird ein wesentlicher Magnetbetrieb für den Ortskern – der sich direkt östlich befindet – langfristig gesichert, was positiv zu bewerten ist.
- Der **Penny-Lebensmitteldiscounter** besitzt derzeit eine Verkaufsfläche von rd. 500 m<sup>2</sup> und operiert dabei mit einem unterdurchschnittlichen Marktauftritt und nicht mehr zeitgemäßen Standortrahmenbedingungen am untersten Rand sich noch in Betrieb befindlicher Discountkonzepte der Fa. Penny. Am Standort ist vor dem Hintergrund der Umfeldsituation keine Weiterentwicklung möglich. Dennoch übernimmt der Standort in qualitativer Hinsicht als einziger Lebensmitteldiscounter für den Ortsteil nördlich des Kochers eine wichtige Versorgungsfunktion.

Unabhängig von möglichen Entwicklungen in der Gemeinde Oedheim ist vor dem Hintergrund der schlechten Aufstellung des Marktes und einer weiteren anzunehmenden Verschärfung der Wettbewerbssituation im Umland davon auszugehen, dass der Standort langfristig nicht tragfähig sein wird.

Die beste Option wäre eine Verlagerung des Standortes mit dahingehender Neuaufstellung am Entwicklungsstandort „Linkenbrunnen / Weitblick“ in Kombination mit weiteren Nutzungen. Als Größenordnung wäre hier i.d.R. eine Verkaufsfläche von rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> realisierbar . Dennoch ist hierbei zu berücksichtigen, dass der Penny-Standort nördlich des Kochers den einzigen derzeit vorhandenen Versorgungsstandort im Lebensmitteleinzelhandel darstellt, womit sich durch einen Wegfall dieser Einkaufsoption die Versorgungsstrukturen insbesondere für den fußläufigen Einkauf im nördlichen Ortsteil von Oedheim deutlich verschlechtern würden.

- Weitere größere Lebensmittel Märkte sind derzeit in Oedheim nicht vorhanden. Jedoch übernimmt insbesondere der zentral gelegene Edeka-Markt durch seine Standortlage westlich des Ortskerns heute eine wichtige Versorgungsfunktion auch als Anlaufpunkt und Frequenzbringer für den östlich daran angrenzenden Ortskern. Durch seine zentrale Lage übernimmt der Standort derzeit die wichtigste Rolle innerhalb der Versorgungsstrukturen der Gemeinde. **Die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelvollsortimenters als neuer Anbieter in Oedheim wäre nicht mit den Potenzialen der Gemeinde zu vereinbaren.**
- Im **Drogeriewarenbereich** wird das Angebot derzeit durch die vorhandenen Lebensmittel Märkte dargestellt. Daneben sind mit den beiden Drogeriemärkten Rossmann in Neu-enstadt a. K. und dm in Bad Friedrichshall jeweils moderne Drogeriefachmärkte vorhanden. In Kombination mit dem Angebot in den Lebensmittel Märkten und auch unter Berücksichtigung möglicher Modernisierungen und Verkaufsflächenerweiterungen sind Potenziale für einen zusätzlichen Drogeremarkt in Oedheim auch in qualitativer Hinsicht nicht zu sehen. Die bessere Ausstattung im Drogeriewarenbereich sollte vielmehr durch eine Modernisierung der Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel erfolgen. Darüber hinaus ist im Ortskern auch im Bereich Schreibwaren und in den sonstigen Sortimentsbereichen ein ergänzendes und funktionierendes Angebot vorhanden, was durch den erheblichen Anteil an Randsortimenten im Drogeriewarenbereich ggf. zu Verdrängungseffekten führen würde.
- Des Weiteren ist für den Bereich **Gesundheit** (Ärztezentrum, Physiotherapie) unter Berücksichtigung der geplanten Wohngebietsentwicklung grundsätzlich Potenzial für einen Ausbau der Versorgungsstrukturen vorhanden. Hierbei sind die bestehenden Strukturen im Ortskern bei der Gesamt abwägung zu berücksichtigen. Idealerweise sollte das Angebot im geplanten Gesundheitszentrum das bestehende Angebot sinnvoll ergänzen.

## VI. Nahversorgungskonzept für Oedheim

### 1. Entwicklungsoptionen im Lebensmittelbereich

Aufbauend auf den Ergebnissen der Analyse der Angebots- und Nachfragesituation in der Gemeinde Oedheim sind folgende Szenarien und Handlungsoptionen für die zukünftige Ausgestaltung der Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel denkbar:

#### **Szenario 1: Beibehaltung der Status quo-Situation**

Bei einer Beibehaltung der Status quo-Situation mit einem entwicklungsfähigen Edeka-Markt und einem nicht mehr zeitgemäßen Penny-Lebensmitteldiscounter ist davon auszugehen, dass der Penny-Lebensmitteldiscounter, welcher eine Versorgung für den nördlichen Ortsteil von Oedheim sichert, seinen Standort aufgeben wird. Der Standort in zentraler Lage (Edeka) wird hingegen auch nach einem möglichen Marktaustritt von Penny die Versorgung der Gemeinde sichern, wenngleich die Kaufkraftabflüsse an umliegende Standorte im Lebensmittelbereich zunehmen würden. Insgesamt würde sich mittel- bis langfristig die Versorgungssituation in der Gemeinde Oedheim in der Tendenz eher verschlechtern.

#### **Szenario 2: Modernisierung Edeka am Bestandsstandort und Beibehaltung der Status quo-Situation am Standort Penny**

Das am einfachsten umsetzbare Szenario wäre eine Realisierung der bereits genehmigten Verkaufsflächenerweiterung für den Edeka-Markt am bestehenden Standort (max. 1.500 m<sup>2</sup> VK) und eine Beibehaltung der Status quo-Situation im Standort Penny. Dieses Szenario wäre bereits heute realisierbar. Jedoch sind die Investitionen in die Neuordnung des Gesamtareals für eine bauliche Erweiterung so groß, dass Edeka in den letzten Jahren die bestehende Baugenehmigung nicht vollzogen hat. Bei einer in Langfrist-Perspektive marktgängigen Verkaufsfläche (siehe Szenario 3) würde Edeka den Standort ertüchtigen. Im Fall von Penny wäre bei einer Beibehaltung der Status-quo Situation in mittel- bis langfristiger Sicht eine Schließung zu erwarten.

#### **Szenario 3: Modernisierung und Erweiterung Edeka und Verlagerung Penny an Standort Linkenbrunnen / Weitblick**

Edeka hat in Gesprächen mit der Gemeinde bekräftigt seinen Standort beizubehalten und zu modernisieren bzw. zu erweitern. Die Analyse der Potenziale ergab eine mögliche Zielgröße von rd. 1.800 – 1.900 m<sup>2</sup> zzgl. Bäckerei. Vor dem Hintergrund der Frequenzbringerfunktion für den Ortskern wäre eine ertüchtigung des Edeka-Marktes am bestehenden Standort eine optimale Lösung. Des Weiteren könnte bei diesem Szenario durch die Verlagerung von Penny an den Standort Linkenbrunnen / Weitblick ebenfalls zeitgemäß auf einer Fläche von rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> VK umgesetzt werden. Der Altstandort wird bei einer realistischen Betrachtung perspektivisch nicht mehr für Lebensmitteleinzelhandel genutzt werden. Denkbar wäre hier ggf. eine Nutzung im Getränkebereich oder eine gewerbliche Nutzung außerhalb des Einzelhandels. Mit der Verlagerung des Penny-Marktes einher ginge der Verlust der fußläufigen Versorgung für den Ortsteil nördlich des Kochers. Allerdings könnte Edeka in Tallage diesen Verlust kompensieren. Insgesamt wären die Versorgungsstrukturen – auch unter Berücksichtigung der weiteren Wohngebietsentwicklung in Richtung Osten – perspektivisch gut aufgestellt.

Bei einer Abwägung der Gesamtkonstellation in Oedheim wäre in erster Priorität eine mögliche Neuaufstellung des Edeka-Marktes am bestehenden Standort und eine Verlagerung und Neuaufstellung von Penny (Szenario 3) zu empfehlen:

- Modernisierung Edeka-Standort auf 1.800 – 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (zzgl. Bäckerei)
- Verlagerung Penny zum Standort Linkenbrunnen / Weitblick mit 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

## 2. Entwicklungsoptionen im Nichtlebensmittelbereich

Die Entwicklungsoptionen im Nichtlebensmittelbereich sind wie folgt zu bewerten:

- Im **Drogeriewarenbereich** hat die Analyse der quantitativen wie auch qualitativen Weiterentwicklungsmöglichkeiten gezeigt, dass die Realisierung eines Drogeremarktes in Oedheim nicht mit den Potenzialen der Gemeinde Oedheim vereinbar ist. Hier ist die Strategie einer Stärkung und Modernisierung des Lebensmittelangebotes auch unter Genehmigungsgesichtspunkten gegenüber der Realisierung eines eigenständigen Drogerieangebotes zu präferieren.
- Für die am Entwicklungsstandort angedachte Realisierung eines **Ärztehauses in Kombination mit einer Apotheke** ist unter Potenzialgesichtspunkten möglich. Insbesondere vor dem Hintergrund der möglichen Kombination aus Ärztehaus, Apotheke und weiteren Gesundheitseinrichtungen und der Wohnbevölkerung im Umfeld könnte am Standort ein tragfähiges Gesundheitszentrum realisiert werden. Dabei muss jedoch auch im Blick behalten werden, dass im Bereich des Ortskerns bereits eine Apotheke vorhanden ist, die sicherlich geschwächter werden würde.
- Die Angebotsarrondierung im **gastronomischen, Büro- und Wohnbereich** ist eindeutig zu befürworten, um am möglichen Entwicklungsstandort eine Nutzungsmischung zu realisieren. Zusammen mit den im Umfeld geplanten weiteren Wohngebieten kann am Standort eine Quartiersversorgung sichergestellt werden.

## 3. Empfehlungen

Folgende Empfehlungen sind zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Oedheim abschließend festzuhalten:

- Modernisierung des Edeka-Marktes am bestehenden Standort und Erweiterung der Verkaufsfläche auf rd. 1.800 – 1900 m<sup>2</sup> unter Neuordnung des städtebaulichen Umfeldes
- Verlagerung des Penny-Lebensmitteldiscounters (Zielgröße: rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> VK) vom aktuellen Standort an den Standort Linkenbrunnen / Weitblick zusammen mit den sonstigen geplanten Nutzungen. Eine Nachnutzung des Penny-Standortes ist hierbei anzustreben, wobei nicht zu erwarten ist, dass sich hier wieder ein Lebensmittelmarkt ansiedelt. Die bauleitplanerische Situation am Standort muss nochmals im Detail beleuchtet und ggf. der B-Plan angepasst werden.

- Die Realisierung eines Drogeremarktes in Oedheim ist derzeit nicht umsetzbar. Die Realisierung eines Drogeremarktes würde den regionalplanerischen Vorgaben nicht entsprechen.
- Die Arrondierung des Angebotes im Bereich Linkenbrunnen / Weitblick durch ein Gesundheitseinrichtungen wie z.B. Ärztehaus, Physiotherapie und Wohnen / Büronutzungen in den Obergeschossen ist zu befürworten.

Mit den vorgeschlagenen Nutzungen können die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Oedheim langfristig modern und zukunftsfähig aufgestellt werden, ohne dass hierbei Potenziale umliegender Gemeinden negativ beeinflusst werden.

In einem weiteren Schritt sind die Ergebnisse des Nahversorgungskonzeptes mit dem Gemeinderat zu diskutieren und die zukünftige Strategie für die Gemeinde Oedheim im Bereich der Nahversorgung abzustimmen.

Danach kann eine weitere Abstimmung mit dem Regionalverband hinsichtlich einer möglichen Umsetzung des Vorhabens erfolgen. Parallel hierzu sollten die Immobilieneigentümer der bestehenden Lebensmittel Märkte Edeka und Penny und der Investor des Standortes „Linkenbrunnen / Weitblick“ ebenfalls in die weiteren Überlegungen eingebunden werden.

## VII. Auswirkungsanalyse

### 1. Ausgangslage

Im Rahmen des Nahversorgungskonzept wurde empfohlen, die Nahversorgungsstrukturen in Oedheim neu aufzustellen und zu modernisieren (vgl. Kapitel VI.).

Nun sind zwei konkrete Vorhaben zu bewerten, die sich in die Empfehlungen des Nahversorgungskonzepts einfügen:

- Der Edeka-Markt (inkl. Bäcker) soll von derzeit vorhandenen 1.300 m<sup>2</sup> VK um 600 m<sup>2</sup> auf max. 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche am bestehenden Standort erweitert werden. Genehmigt ist am Standort eine Verkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup>. Die Erweiterung auf 1.500 m<sup>2</sup> wurde allerdings bislang nicht realisiert.
- Der Penny-Markt soll von 500 m<sup>2</sup> um 600 m<sup>2</sup> auf 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an den Standort „Weitblick“ im Osten von Oedheim verlagert und erweitert werden. Der Altstandort soll nicht mehr im Lebensmitteleinzelhandel genutzt werden.<sup>21</sup>

Damit sind beide Vorhaben als großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen im Rahmen einer Auswirkungsanalyse zu untersuchen. Dabei werden die beiden Vorhaben hinsichtlich ihrer Auswirkungen gemeinsam betrachtet. Für die Bewertung sind dabei die landes- und regionalplanerischen Prüfkriterien zu berücksichtigen.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind somit folgende Punkte zu bearbeiten:

- Projektbeschreibung, Rechtsrahmen
- städtebauliche Bewertung der Mikrostandorte Edeka und Penny
- Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes der beiden Märkte und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Wettbewerbsanalyse
- Umsatzprognose und Umsatzherkunft der beiden Vorhaben
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum sowie Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan der Heilbronn-Franken 2020 (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot).

Die Auswirkungsanalyse baut auf den Ergebnissen des Nahversorgungskonzept auf. Insofern wird an verschiedenen Stellen der Auswirkungsanalyse Bezug zu den vorausgehenden Inhalten aufgebaut.

---

<sup>21</sup> Baurechtlich ist eine Wiederbelegung im Lebensmitteleinzelhandel grundsätzlich möglich. Jedoch ist eine Neubelegung der Fläche mit einem anderen Lebensmittelmarkt als sehr unwahrscheinlich zu bewerten. Dennoch wird im Rahmen der Auswirkungsanalyse auf dieses Szenario eingegangen.

## 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

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

- „1. 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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

## 3. Vorhabenbeschreibung

Bei der Modernisierung von Edeka handelt es sich um eine Erweiterung am bestehenden Standort. Der Markt soll vollständig neu aufgestellt und in diesem Zuge auch das Umfeld neu geordnet werden. Der Markt soll in diesem Zuge von derzeit 1.300 m<sup>2</sup> VK auf max. 1.900 m<sup>2</sup> VK (inkl. Bäcker) erweitert werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass für den Standort bereits eine Genehmigung für eine Verkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup> vorliegt. Diese wurde allerdings in den letzten Jahren nicht realisiert.

Penny befindet sich in einer Immobilie, die nicht mehr zeitgemäß ist (vgl. Kapitel IV., 2.). Vor diesem Hintergrund plant Penny eine Verlagerung seines Standortes in Richtung des geplanten Neubaugebietes „Linkenbrunnen“ und soll dort zusammen mit anderen Nutzungen einen modernen Standort mit max. 1.100 m<sup>2</sup> VK belegen.

Der Altstandort soll nicht wieder im Lebensmitteleinzelhandel belegt werden. Eine Wiederbelegung ist als sehr unrealistisch zu bewerten. I. S. einer Worst case-Analyse wird darauf im Folgenden dennoch eingegangen.

Die Neuaufstellung der beiden Anbieter (inkl. Erweiterung der Verkaufsflächen=) dient v. a. der Schaffung großzügigerer Verkehrs- und Gangflächen und einer Modernisierung der Gebäudetechnik und des Innenausbaus. Damit wird die Kundenfreundlichkeit der Märkte erhöht, so dass an die demografische Entwicklung angepasste, alten- und behindertengerechte Verkaufsgebäude entstehen. Hinzu kommt der Wunsch nach einer optimierten Warenpräsentation und -logistik um die Lieferintervalle zu reduzieren und die Arbeitsabläufe für das Personal zu reduzieren (durch Verringerung von Einräumvorgängen in die Regale).

Zum einen handelt es sich um einen Lebensmittelmarkt der Fa. **Edeka**, welcher vom Edeka Kaufmann Ueltzhöfer betrieben wird. Die Vertriebsstrategie von Edeka richtet sich auf das Angebot des **Lebensmittelvollsortiments**. Hierzu bestehen innerhalb des Konzerns die Vertriebskonzepte E Center (Großer Supermarkt), Edeka Supermarkt, E aktiv markt bzw. E neu kauf (Supermärkte) mit unterschiedlich großem Sortimentsumfang. Das Kernsortiment wird aber in jedem Vertriebskonzept aus Nahrungs- und Genussmitteln gebildet. In den Supermärkten sind ca. 90 – 95 % der Verkaufsflächen mit Waren des täglichen Bedarfs belegt, davon ca. 85 % mit Nahrungs- und Genussmitteln. Nonfood II-Sortimente – meist Artikel, die im Rahmen von Aktionswaren angeboten werden, also nicht dauerhaft im Sortiment sind – nehmen bei Edeka-Supermärkten nur einen sehr kleinen Teil der Verkaufsflächen ein (unter 5 % der Gesamtverkaufsfläche).

Bei dem zur Verlagerung vorgesehenen Lebensmittelmarkt handelt sich um einen **Lebensmittel-discounter** der Firma **Penny**. Penny verfügt in Deutschland mit rd. 2.051 Filialen über ein dichtes Filialnetz, bleibt jedoch sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch die Filialdichte deutlich hinter den beiden Marktführern Lidl und Aldi zurück. Penny profiliert sich als sog. „Softdiscounter“. Der Umsatzanteil im Lebensmittelbereich beträgt rd. 85 %. Ein Großteil der Non-food-Umsätze entfällt auf Drogerie- und Haushaltswaren. Aktionsartikel werden zwar Angeboten, nehmen aber einen deutlich geringeren Umfang ein wie beispielsweise bei Lidl und Aldi.

#### 4. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Zunächst in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Gemeinde Oedheim unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des LEP 2002 Baden-Württemberg:

**3.3.7 (Z)** *Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

*Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn*

- *dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder*
- *diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.*

Im **Regionalplan Heilbronn-Franken 2020** wird mit Ziel 2.2.4.3.2.2 die o. g. Regelung aufgegriffen.

Dort ist der Gemeinde Oedheim keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Damit ist Oedheim für die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelbetrieben nur dann vorgesehen, wenn sie in einem Verdichtungsraum liegt bzw. mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel-, oder Oberzentren zusammen gewachsen ist oder aber zur Sicherung der Grundversorgung eine entsprechende Entwicklung geboten ist.

Oedheim liegt in der Randzone des Verdichtungsraums. Es gilt in diesem Zusammenhang daher nur der Tatbestand der „**Raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung**“.

## 5. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Im voranstehenden Nahversorgungskonzept wurden die Nahversorgungsstrukturen von Oedheim im Detail analysiert und folgende Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Nahversorgung in Oedheim formuliert:

- Modernisierung des Edeka-Marktes am bestehenden Standort und Erweiterung der Verkaufsfläche auf rd. 1.800 – 1900 m<sup>2</sup> unter Neuordnung des städtebaulichen Umfeldes.
- Verlagerung des Penny-Lebensmitteldiscounters (Zielgröße: rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> VK) vom aktuellen Standort an den Standort „Weitblick“ zusammen mit weiteren ergänzenden Nutzungen. Eine Nachnutzung des Penny-Standortes außerhalb des Lebensmittelhandels ist hierbei anzustreben. Die bauleitplanerische Situation am Standort muss nochmals im Detail beleuchtet und ggf. der B-Plan angepasst werden.
- Die Realisierung eines Drogeremarktes in Oedheim ist derzeit nicht umsetzbar. Die Realisierung eines Drogeremarktes würde den regionalplanerischen Vorgaben nicht entsprechen.
- Die Arrondierung des Angebotes im Bereich „Weitblick“ durch ein Gesundheitseinrichtungen wie z.B. Ärztehaus, Physiotherapie und Wohnen / Büronutzungen in den Obergeschossen ist zu befürworten.

Mit den vorgeschlagenen Nutzungen können die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Oedheim langfristig modern und zukunftsfähig aufgestellt werden, ohne dass hierbei Potenziale umliegender Gemeinden negativ beeinflusst werden.

Beide Maßnahmen sind demnach für eine langfristige Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde erforderlich. Mit der Edeka Modernisierung wird der wichtigste Lebensmittelmarkt in zentraler Lage neu aufgestellt und in diesem Zuge auch das Umfeld neu gestaltet. Davon wird ebenfalls der Ortskern durch Frequenzbringereffekte weiterhin profitieren. Im Fall von Penny ist die Verlagerung ebenfalls dringend notwendig, da der Standort seit Jahren nicht mehr den Anforderungen an einen modernen und zukunftsfähigen Markt entspricht. Mit der Verlagerung an einen anderen integrierten Standort in Oedheim kann so auch ein Discountangebot weiterhin vor Ort vorgehalten und so die Grundversorgung mit Lebensmitteln auch im Discountbereich gesichert werden. Insb. vor dem Hintergrund der weiterhin zu erwartenden positiven Einwohnerentwicklung infolge der Realisierung des Neubaugebiets Linkenbrunnen sind die Maßnahmen zur Sicherung der Grundversorgung von Oedheim geboten.

**Der Ausnahmetatbestand des Konzentrationsgebotes wird erfüllt.**

## 6. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

*„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. [...].“*

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

*„[...] Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen [...].“*

Da Oedheim keine zentralörtliche Funktion hat, ist in der Gemeinde kein Vorranggebiet für regionalbedeutsame zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgewiesen. Insofern ist für die Bewertung der Planstandorte zu prüfen, ob es sich um integrierte Standorte handelt.

## 7. Bewertung des Integrationsgebotes

Die beiden Standorte von Edeka und Penny (Planstandort) sind mit Rückgriff auf die vorangegangenen Kapitel im Rahmen der Erstellung des Nahversorgungskonzepts wie folgt zu bewerten:

- Der Standort von Edeka befindet sich in zentraler Lage in Bezug auf das Gemeindegebiet und erfüllt dort am Standort eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für den direkt östlich gelegenen Ortskern. Durch die geplante Modernisierung wird der Standort langfristig gesichert. **Insgesamt ist Standort als integrierter Standort zu bewerten.**
- Der Planstandort von Penny befindet sich im östlichen Bereich des Kernortes Oedheim im Bereich „Weitblick“. Das Standortumfeld wird dabei perspektivisch vollständig von Wohnbebauung geprägt sein. Dort ist ein Wohngebiet mit rund 110 Bauplätzen in der Realisierung. Auch das weitere Standortumfeld in Richtung Westen ist geprägt durch weitere Einfamilienhausbebauung. **Insgesamt ist der Standort somit in zwei Richtungen von Wohnbebauung umgeben und damit als integrierter Standort zu bewerten.**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Integrationsgebot sowohl am Standort von Edeka wie auch am Planstandort von Penny eingehalten wird. Es handelt sich bei beiden Standorten um städtebaulich integrierte Standorte die für eine Sicherung der Nahversorgung geeignet sind.

## 8. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung der erschließbaren betrieblichen Einzugsgebiete vorzunehmen. Dabei wird auf Kapitel III. zurückgegriffen und das Marktgebiet von Oedheim in Bezug zu den jeweiligen betrieblichen Einzugsgebieten gebracht. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

### 8.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung der Vorhaben zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie der Vorhabenumsätze bzw. der Umsatzherkünfte.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an die jeweiligen Vorhabenstandorte gerechnet werden kann. Ein Einzugsgebiet kann darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit der Standorte und Unterschiede zwischen den Standortlagen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur der Vorhaben
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Oedheim und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Neckarsulm, Neuenstadt, Bad Friedrichshall).

**Das Marktgebiet von Oedheim beschränkt sich derzeit im Wesentlichen auf die Gemeinde selbst mit 6.597 Einwohnern. Das Kaufkraftvolumen im Lebensmittelbereich beläuft sich auf rd. 20,0 Mio. €. (vgl. Kapitel III). Dieses Marktgebiet lässt sich grundsätzlich auch als Einzugsgebiet für die beiden Planvorhaben festhalten.** In Bezug auf die jeweiligen Standorte der in Rede stehenden Vorhaben lassen sich diesbezüglich folgende ergänzende Aussagen treffen:

EDEKA:

- Im Fall des Edeka Marktes, welcher sich westlich des Ortskerns in zentraler Lage von Oedheim befindet, ist durch die bestehenden Verkehrsverbindungen über die Oedheimer Straße in Richtung Bad Friedrichshall-Kochendorf und die traditionell aus dieser Richtung vorhandenen Einkaufsbeziehungen am Edeka-Standort von etwas höheren Kundenzuführereffekten auszugehen.

- ▀ Jedoch ist für Kunden aus Bad Friedrichshall der Versorgungstandort nördlich der Bad Friedrichshaller Innenstadt (Kaufland und Lidl) deutlich schneller zu erreichen, als der Edeka Standort in Oedheim, sodass nur ein vergleichsweise geringer Teil der Kaufkraft in Oedheim gebunden wird.
- ▀ Insofern ist Bad Friedrichshall (Kochendorf) in Bezug auf das Planvorhaben Edeka nicht dem regelmäßigen Einzugsgebiet zuzuordnen. Umsätze aus dieser Richtung werden auf Basis von Streumsätzen abgebildet.
- ▀ Von anderen Teilen des regionalen Umfelds profitiert der Standort Edeka in Oedheim nur in geringem Umfang. Dies ist durch die Lage des Edeka-Marktes abseits der wesentlichen Hauptverkehrsachsen und die ähnliche Erreichbarkeit vergleichbarer Lebensmittelsupermärkte im Umfeld zurückzuführen (Neuenstadt, Bad Friedrichshall, Neckarsulm).
- ▀ Dies gilt auch für den Neckarsulmer Stadtteil Amorbach, wo derzeit die Realisierung eines Lebensmittelsupermarktes geplant ist. Heute bestehen aus dieser Richtung nahezu keine Kundenverflechtungen. In Zukunft ist bei einer Realisierung eines Marktes in Amorbach von einer nochmals geringeren Orientierung der Kunden auf Oedheim auszugehen. Im Rahmen der hier vorliegenden Analyse wird jedoch von der aktuellen Status-quo Situation ausgegangen. D. h. der geplante Markt in Neckarsulm Amorbach wird bei der Analyse nicht berücksichtigt.

#### PENNY:

- ▀ Im Fall des verlagerten Penny-Marktes befindet sich dieser perspektivisch am östlichen Rand der Gemeinde Oedheim, von wo aus über die L 1088 sowohl Bad Friedrichshall-Kochendorf als auch Neuenstadt schnell zu erreichen sind. Ebenfalls ist auch eine Verbindung in Richtung Neckarsulm-Amorbach vorhanden.
- ▀ Dennoch wird auch bei Penny das regelmäßige Einzugsgebiet im Wesentlichen auf die Gemeinde Oedheim beschränkt bleiben. Kundenzuföhreffekte aus den angrenzenden Städten und Gemeinden sind nur in begrenztem Umfang anzunehmen.
- ▀ So sind in Richtung Osten in Neuenstadt am Kocher weitere Lebensmittel Märkte (unter anderem auch Penny) vorzufinden. Daneben ist in Stein am Kocher ein weiterer Norma-Lebensmitteldiscounter in Planung. In Richtung Süden ist auf das Discountangebot in Bad Friedrichshall-Plattenwald mit Netto hinzuweisen. Ebenfalls wird in Neckarsulm Amorbach ein weiterer Lebensmittelmarkt geplant. Auch im sonstigen Stadtgebiet von Bad Friedrichshall sind Discounter vorzufinden (unter anderem Lidl, Aldi, Netto), sodass auch aus dieser Richtung nur in bedingter Form mit Zuföhreffekten zu rechnen ist. Insofern werden auch im Fall von Penny die Umsatzzuflüsse von außerhalb der Gemeinde Oedheim im Rahmen von Streumsätzen abgebildet.

## 8.2 Umsatzprognosen

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung der beiden Vorhaben wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.<sup>22</sup> Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu.

So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Umsetzung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel VII. 9. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für die beiden Planungen Edeka und Penny in Oedheim anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln. Bei der Prognose der Umsatzleistungen beider Standorte wurden Umsatzumverteilungseffekte zwischen den Standorten bereits berücksichtigt:<sup>23</sup>

**Tabelle 8: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Edeka mit 1.900 m<sup>2</sup> VK; inkl. Bäcker)**

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Einzugsgebiet (Oedheim)	20,0	27 – 28	5,5	1,0	6,5	81
Streumsätze			1,3	0,2	1,5	19
<b>Gesamt</b>			<b>6,8</b>	<b>1,2</b>	<b>8,0</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Edeka 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

<sup>22</sup> In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

<sup>23</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

**Tabelle 9: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Penny mit max. 1.100 m<sup>2</sup>VK)**

Gemeinde	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Einzugsgebiet (Oedheim)	20,0	17 – 18	3,5	0,6	4,1	80 – 81
Streumsätze			0,9	0,1 – 0,2	1,0 – 1,1	20 – 21
<b>Gesamt</b>			<b>4,4</b>	<b>0,7 – 0,8</b>	<b>5,1 – 5,2</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Penny ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Insgesamt lässt sich somit für die beiden neu aufgestellten Lebensmittelmärkte ein **Gesamtumsatz von ca. 13,1 – 13,2 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 11,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 1,9 – 2,0 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Dabei wird der Edeka-Lebensmittelvollsortimenter mit max. 1.900 m<sup>2</sup> VK (inkl. Bäcker) eine Flächenleistung von rd. 4.200 € / m<sup>2</sup> VK und Penny mit 1.100 m<sup>2</sup> VK eine Umsatzleistung von 5,2 Mio. € (Flächenleistung 4.700 € / m<sup>2</sup> VK) erreichen.

### 8.3 Einordnung der Marktanteile

#### EDEKA:

- ▀ Bei **Edeka** werden sich die Marktanteile in Oedheim selbst auf ein Niveau von rund 27 - 28 % belaufen. Dabei übernimmt Edeka mit seinem dann modernen Marktauftritt und seiner zeitgemäßen Verkaufsfläche perspektivisch eine hervorgehobene Wettbewerbsstellung. Im Vollsortimentsbereich werden somit die Marktanteile auf einem angesichts des fehlenden Wettbewerbs vor Ort angemessenen Niveau bewegen. Insbesondere infolge der in den vergangenen Jahren deutlich gestiegenen Pro Kopf Ausgabenbeträge im Lebensmitteleinzelhandel und der stärkeren Marktposition des Vollsortimentsbereichs kann der neue Standort in Oedheim somit seine Marktstellung halten.
- ▀ Der Anteil der räumlich nicht genau zu verordnen Streumsätze am Gesamtumsatz wird unter anderem bedingt durch die vorhandenen Verflechtungen mit dem benachbarten Bad Friedrichshall-Kochendorf sich auf einem Niveau von rund 19 % bzw. rund 1,5 Mio. € bewegen.
- ▀ Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Standort Edeka durch seine zentrale Lage in Oedheim auch mit seiner deutlich vergrößerten Verkaufsfläche voraussichtlich zum Großteil der Versorgung der Bevölkerung von Oedheim selbst dient. Die Umsatzzuflüsse von außerhalb der Gemeinde sind im Vergleich zum Gesamtvolumen eher gering einzuschätzen und belaufen sich auf ein Niveau von rund 19 %.

#### PENNY:

- ▀ Im Fall des verlagerten Penny Lebensmitteldiscounter werden in Oedheim selbst Marktanteile in einer Größenordnung von rund 17 - 18 % zu erwarten sein. In Anbetracht der sonstigen Wettbewerbssituation im Umland sind diese Marktanteile als Maximalwerte zu sehen.

- Bei Penny sind Umsatzzuflüsse von außerhalb der Gemeinde Oedheim im Wesentlichen von den in Richtung Süden, Südwesten und Osten gelegenen Stadt- und Ortsteilen benachbarter Städte und Gemeinden und durch Berufspendlerbeziehungen zu erwarten. Hier werden rund 1,0 - 1,1 Mio. € von außerhalb des der Gemeinde Oedheim an den Standort zufließen. Dies entspricht einem Anteil des Umsatzes von außerhalb des der Gemeinde eine Größenordnung von rund 20 - 21 %.

Bezüglich der Umsatzherkunft sind für beide Standorte folgende Werte zu ermitteln:

- Edeka: 81 % Umsatzherkunft aus Oedheim
- Penny: 80 – 81 % Umsatzherkunft aus Oedheim.

Neben der Untersuchung des in Oedheim zu erwartenden Szenarios einer Neuaufstellung der örtlichen Lebensmittel Märkte, ist darüber hinaus ebenfalls ein Blick auf ein mögliches Szenario **einer Wiederbelegung der derzeit durch Penny genutzten Fläche** im nördlichen Siedlungsbereich von Oedheim zu legen.

Jedoch ist hier nochmals ausdrücklich zu betonen dass die derzeit durch Penny genutzte Fläche in einer Größenordnung von rund 500 m<sup>2</sup> VK für andere Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel wenig attraktiv ist und auch vor dem Hintergrund der in Oedheim vorhandenen beschränkten Potenziale voraussichtlich nicht mehr im Lebensmitteleinzelhandel belegt werden wird.

Sollte dennoch ein der Wiederbelegung der Penny Alt-Fläche stattfinden, ist sowohl für das Vorhaben Edeka wie auch für das Penny Neubauvorhaben davon auszugehen, dass hier mit geringeren Umsätzen an den jeweiligen Planstandorten zu rechnen wäre. Jedoch würden beide Standorte voraussichtlich wirtschaftlich leistungsfähig betrieben werden können, während der „fiktive neue Anbieter“ am Penny-Altstandort hinsichtlich der Standortrahmenbedingungen, der deutlich schwächeren Standortlage, der Defizite bei der Immobilie und weiterer Faktoren nicht das notwendige Umsatzpotenzial erreichen würde und somit nicht wirtschaftlich leistungsfähig betrieben werden könnte.

#### 8.4 Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

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

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

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

## 8.5 Bewertung des Kongruenzgebotes

Im Abgleich von Umsatzherkunft und den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- Das Einzugsgebiet im Wesentlichen die Gemeinde Oedheim mit insgesamt 6.597 Einwohnern. Untergeordnet sind Zuflüsse aus Bad Friedrichshall, Kochendorf und durch Berufspendler anzunehmen.
- Basierend auf der Umsatzprognose bleibt festzuhalten, dass bei beiden Vorhaben ein Umsatzanteil zwischen 79 und 81 % aus Oedheim generiert wird und 19 – 21 % der Umsatzleistung von außerhalb der Gemeinde (i. W. Umfeld) zufließen.
- Auch bei dem theoretischen Szenario einer Wiederbelegung der Penny-Altfläche würde ein Großteil der Umsatzleistung aus der Gemeinde Oedheim selbst stammen. Hinsichtlich der generellen Umsatzherkunft würden sich im Vergleich zum realistischen Szenario nur geringfügige Veränderungen ergeben. Der Großteil der Umsatzleistung würde weiterhin aus der Gemeinde Oedheim selbst stammen.

**Das Kongruenzgebot wird bei beiden Szenarien eingehalten.**

## 9. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes sind die durch das Gesamtvorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu ermitteln. Dabei wird auf die Daten der Wettbewerbsanalyse (vgl. hierzu Kapitel IV) zurückgegriffen.

### 9.1 Methodik der Umsatzumverteilungsrechnung

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert.

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

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

### 9.2 Umsatzumlenkungen

Für die Bewertung der Auswirkungen der Erweiterung der beiden Lebensmittelmärkte werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Bei der Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte sind die Wirkungen des Gesamtvorhabens zu berücksichtigen.

- Am Standort wird ein Gesamtumsatz von rd. 13,1 – 13,2 Mio. € erwartet, davon entfallen rd. 11,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und 1,9 – 2,0 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass sowohl Edeka wie auch Penny bereits in Oedheim mit Verkaufsflächen von 1.300 m<sup>2</sup> (Edeka) bzw. 500 m<sup>2</sup> (Penny) ansässig sind. Derzeit erwirtschaftet Edeka einen Umsatz von ca. 6,6 Mio. €, davon rd. 5,6 – 5,7 Mio. € im Lebensmittel- und 1,0 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich. Der Anbieter Penny erwirtschaftet auf einer Fläche von 500 m<sup>2</sup> einen Umsatz von rd. 3,0 Mio. €, davon rd. 2,5 – 2,6 Mio. € im Lebensmittel- und ca. 0,4 – 0,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden somit nicht gegenüber dem bestehenden Einzelhandel umsatzumverteilungswirksam werden. Dies entspricht einem umsatzumverteilungsneutralen Umsatz von insgesamt 9,6 – 9,7 Mio. €, davon rd. 8,2 Mio. € im Lebensmittel- und rd. 1,4 – 1,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.
- Nach Abzug der Umsätze der bestehenden Märkte bleibt demnach ein Umsatzanteil von rd. 3,0 Mio. €, welcher durch die beiden Vorhaben im Untersuchungsraum im Lebensmittelbereich und rd. 0,5 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich umverteilungswirksam werden wird. Diese Umsätze werden demnach gegenüber den Wettbewerbern in Oedheim und insbesondere umverteilungswirksam werden. Im Folgenden werden daher die Auswirkungen beider Vorhaben unter Berücksichtigung der derzeit vorhandenen Märkte geprüft.<sup>24</sup>
- Des Weiteren ist bei der Prognose zu berücksichtigen, dass mit steigenden Verkaufsflächen i. d. R. von sinkenden Flächenleistungen auszugehen ist<sup>25</sup>. Dies ist u. a. darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzeistung verbunden wäre. Darüber hinaus ist im Fall der zeitgleichen Realisierung der beiden Vorhaben davon auszugehen, dass ein gewisser Teil der Zusatzumsätze i. S. der Kannibalisierung zwischen den beiden Wettbewerbern umsatzumverteilungswirksam werden wird. Dies wurde bereits bei der Prognose der Umsatzeistung der beiden Standorte volumnfänglich berücksichtigt.

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

<sup>24</sup> Dies gilt auch bei der im Fall von Penny deutlich verbesserten Standortlage und der immobilienseitigen Neuauflistung.

<sup>25</sup> Die Berechnungen erfolgen unter der Prämisse, dass der Penny-Altstandort nicht wiederbelegt wird.

**Tabelle 10: Prognose der Umsatzumlenkungen durch die Vorhaben (Edeka / Penny)**

		Umsatz in Mio. €	UV in %
Foodbereich	▪ Umsatzleistung Bestand	8,2	---
	▪ Umsatzumverteilung in Oedheim	0,1	max. 4
	▪ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (Vorranggebiet)	1,1	3 - 4
	▪ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (sonstige Standorte)	0,2	1
	▪ Umsatzumverteilung in Neuenstadt a. K.	1,1	3 - 4
	▪ Umsatzumverteilung in Neckarsulm	0,3	< 1
	▪ Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten	0,2	n. n.
	<b>▪ Umsatzleistung Food gesamt</b>	<b>11,2</b>	---
Nonfood- bereich	▪ Umsatzleistung Bestand	1,4 – 1,5	---
	▪ Umsatzumverteilung im Untersuchungsraum	0,4 – 0,5	n. n.
	<b>▪ Umsatzleistung Nonfood gesamt</b>	<b>1,9 – 2,0</b>	---
<b>▪ Umsatz Edeka / Penny gesamt</b>		<b>13,1 – 13,2</b>	---

--- = Ausweis methodisch nicht sinnvoll

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2023; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

### 9.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Folgende wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen sind durch das Vorhaben zu erwarten:

- Die Umsatzumverteilungseffekte in **Oedheim** selbst werden sich auf rund 0,1 Mio. € beläufen und im Wesentlichen die örtlichen Lebensmittelhandwerksbetriebe betreffen (Bäckereien, Metzgereien). Hier werden Umsatzverluste in einer Größenordnung von max. 4 % erwartet. Da im Fall des Edeka-Lebensmittelmarktes bereits heute ein Backwarenangebot und ein Angebot bei Wurst- und Fleischwaren vorhanden ist, werden sich nur geringe Umsatzverluste zeigen. Dennoch werden durch die Attraktivitätssteigerung beider Märkte ebenfalls gewisse Umsatzverluste ausgelöst. Städtebauliche Auswirkungen gegenüber der Nahversorgung in Oedheim oder dem Ortskern sind auszuschließen. Insgesamt dient das Vorhaben dazu die Nahversorgungsstrukturen in Oedheim langfristig zukunftsfähig aufzustellen.
- Ein Großteil der Umsatzverluste wird hingegen nicht in Oedheim selbst, sondern an den Wettbewerbsstandorten im Umfeld ausgelöst. Als ein wichtiger Wettbewerbsstandort für die Planvorhaben ist **Bad Friedrichshall** und hier insbesondere das Vorranggebiet gemäß Regionalplan mit den beiden Lebensmittelmärkten Kaufland und Lidl zu nennen. Dieser Versorgungstandort liegt der Gemeinde Oedheim am Nächsten und wird von Kunden aus Oedheim frequentiert. Gegenüber diesem Standort werden Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von maximal 3-4 % ausgelöst. Beide strukturprägenden Anbieter sind hierbei als leistungsfähig einzurichten, sodass die ausgelösten Effekte als wirtschaftliche Effekte zu bewerten sind. Schädliche Auswirkungen auf das Bad Friedrichshaller Vorranggebiet gemäß Regionalplan sind auszuschließen.

- Gegenüber **sonstigen Standorten in Bad Friedrichshall** werden sich die Umsatzumverteilungseffekte voraussichtlich auf einem allenfalls geringen Niveau von maximal ein Prozent bewegen und sich auf verschiedene Standorte verteilen. Als wesentliche Standorte sind hierbei der Aldi-Standort im Gewerbegebiet Kochendorf, Netto im Stadtteil Plattenwald und Netto in Jagstfeld zu nennen. Rückwirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im sonstigen Stadtgebiet von Bad Friedrichshall sind auszuschließen.
- Als weiterer Wettbewerbsstandort zu Oedheim ist das östlich gelegene Unterzentrum **Neuenstadt am Kocher** zu nennen. Dort sind ebenfalls leistungsfähige Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel (Edeka, Aldi, Lidl, Penny) vorzufinden. Daneben ist im Stadtteil Stein am Kocher ein Norma Lebensmitteldiscounter geplant.<sup>26</sup> Gegenüber dem Unterzentrum werden Umsatzverluste in einer Größenordnung von rund 1,1 Mio. € im Lebensmittelbereich zu erwarten sein. Dies entspricht einem Umsatzverlust in einer Größenordnung von rund 3-4 % gegenüber den Bestandsstandorten. Auch gegenüber dem Innenstadtbereich von Neustadt am Kocher wie auch den außerhalb gelegenen Nahversorgungsbetrieben sind die durch die beiden Vorhaben ausgelösten Umsatzverluste als wettbewerbliche Effekte zu bewerten. Schädliche Auswirkungen auf die Innenstadt oder die Nahversorgungsstrukturen sind auszuschließen.
- Gegenüber dem südlich von Oedheim gelegenen **Neckarsulm** werden voraussichtlich allenfalls geringe Rückwirkungen zu erwarten sein. Diese belaufen sich auf ein Niveau von unter einem Prozent. Hierbei werden v.a. Standorte im Kernstadtbereich von Neckarsulm betroffen sein. Städtebauliche Auswirkungen sind auszuschließen.
- Nimmt man modellhaft in einem weiteren Szenario an, dass der Penny-Altstandort wieder durch einen Lebensmittelmarkt belegt werden würde lässt sich festhalten, dass sich die Umsatzleistungen sowohl am Altstandort Penny wie auch an den Planstandorten dabei auf einem deutlich niedrigeren Niveau bewegen würden. In der Folge würden sich bezüglich der zu erwartenden Auswirkungen im Vergleich zur untersuchten Variante keine wesentlichen Änderungen bei der Bewertung der ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ergeben. Auch bei diesem Szenario wäre keine Beeinträchtigung zu erwarten.
- Ebenfalls in den Blick zu nehmen sind die in der Region derzeit in Planung befindlichen Vorhaben. Bei der Prognose der zu erwartenden Auswirkungen wurden diese nicht berücksichtigt. Dennoch ist im Folgenden einzuordnen, inwieweit die Planungen in Oedheim diese Vorhaben beeinflussen. Zum einen ist in **Neckarsulm-Amorbach** ein Lebensmittelvollsortimenter in Planung. Die Planungen in Oedheim werden sich hierbei nicht negativ auf die Planungen zur Neuaufstellung der Nahversorgungsstrukturen in Neckarsulm-Amorbach auswirken. Die Kaufkraftpotenziale in Amorbach selbst sind hinreichend ausgeprägt um einen Lebensmittelvollsortimenter langfristig tragfähig betreiben zu können. Der Standort ist nicht auf Kundenzuflüsse aus Richtung Oedheim angewiesen. Gleiches gilt für die Planungen in **Neuenstadt am Kocher-Stein**. Auch hier reichen die Potenziale für die geplante Realisierung eines Lebensmitteldiscounters (Norma) aus. Der Standort wird durch die Planungen in Oedheim nicht gefährdet.

<sup>26</sup>

Bei der Ermittlung der Umsatzumverteilungseffekte nicht berücksichtigt.

- Gegenüber **sonstigen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes** werden nicht messbare Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. Diese betreffen im Wesentlichen die weiter entfernt und von Kunden infolge der Arbeitsplatzverflechtungen angefahrenen Standorte.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden durch das Vorhaben Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von rd. 0,4 – 0,5 Mio. € ausgelöst. Diese betreffen im Wesentlichen ebenfalls die Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet. Hierbei werden sich die Effekte auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte und Wettbewerber verteilen und so in einer Einzelbetrachtung keine relevante Größenordnung einnehmen.

**Zusammenfassend** lässt sich somit festhalten, dass sich die Umsatzumverteilungseffekte durchweg auf einem geringen Niveau bewegen und auf zahlreiche verschiedene Standorte verteilen. In den Umlandkommunen werden allenfalls geringe Effekte ausgelöst, die zu keinen schädigenden Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes führen würden.

#### 9.4 Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

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

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

nicht beeinträchtigen darf.

#### 9.5 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

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

- In Oedheim selbst werden allenfalls geringe Rückwirkungen gegenüber den weiteren Lebensmittelhandwerksbetrieben ausgelösten. Insgesamt werden die Nahversorgungsstrukturen langfristig zukunftsfähig aufgestellt und die Nahversorgung gestärkt.
- Auch bei einer Berücksichtigung einer unrealistischen Wiederbelegung des Penny-Altstandortes im Lebensmitteleinzelhandel wird sich keine andere Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ergeben.
- Gegenüber den Wettbewerbern im Umland werden ausschließlich geringe Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten sein. Hier sind keine schädlichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen bzw. Ortskerne oder zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten. Auch die Planungen in der Region für andere Lebensmittelmärkte werden durch die Vorhaben nicht gefährdet.
- Die Auswirkungen im Nichtlebensmittelbereich verteilen sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte und Wettbewerber. Es sind keine städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

**Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.**

## VIII. Zusammenfassung

Strukturdaten					
<b>Zentralörtliche Funktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ keine zentralörtliche Funktion (ohne überörtlichen regionalplanerisch definierten Nahbereich) mit 6.597 Einwohnern</li> <li>■ nächste Zentrale Orte: Unterzentrum Neuenstadt a. K. in Richtung Osten, Mittelzentrum Neckarsulm in Richtung Südwesten, Unterzentrum Bad Friedrichshall in Richtung Nordwesten</li> </ul>				
<b>Siedlungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kernort im Kochertal</li> <li>■ Von Kernort abgesetzter Ortsteil Degmarn, 4 Hofstellen</li> </ul>				
<b>Einwohnerentwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bevölkerungsentwicklung 2012 – 2022: stark positiv (+ 10,5 %)</li> <li>■ Bevölkerungsprognose: positiv (weitere Ausweisung von Wohngebieten in der Umsetzung)</li> </ul>				
<b>Kaufkraftindex (D=100)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 107,3</li> </ul>				
Nachfragepotenzial					
<b>Marktgebiet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Das Marktgebiet des derzeitigen Einzelhandels erstreckt sich im Kern auf die Gemeinde Oedheim mit 6.597 Einwohnern. Punktuell sind für einzelne Betriebe Verflechtungen im Bad Friedrichshall-Kochendorf anzunehmen</li> </ul>				
<b>Kaufkraftpotenzial</b>	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 60%;">■ Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel</td><td style="width: 40%;">20,0 Mio. €</td></tr> <tr> <td>■ Kaufkraft Nichtlebensmittel</td><td>27,7 Mio. €</td></tr> </table>	■ Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel	20,0 Mio. €	■ Kaufkraft Nichtlebensmittel	27,7 Mio. €
■ Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel	20,0 Mio. €				
■ Kaufkraft Nichtlebensmittel	27,7 Mio. €				
Bewertung der Nahversorgungssituation in Oedheim					
<b>Angebotssituation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Im Bereich der Nahversorgung sind zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte (Edeka Ueltzhöfer mit 1.300 m<sup>2</sup>, Penny mit 500 m<sup>2</sup>) vorhanden</li> <li>■ Jeweils Angebote im Vollsortiments- und Discountbereich vorhanden</li> <li>■ Versorgungsstrukturen befinden sich derzeit westlich des Ortskerns (Edeka) und nördlich des Kochers in Scharnierlage zwischen Wohngebieten und Gewerbegebietslagen</li> <li>■ kein Drogeriemarkt vorhanden</li> <li>■ weiterer kleinteiliger nahversorgungsrelevanter Besatz insbesondere im Ortskern vorhanden</li> </ul>				
<b>Wettbewerbsstandorte im Umland</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Neuenstadt a. K.: Edeka, Aldi, Lidl, Penny, Norma (Planung in Stein)</li> <li>■ Neudenaу: Netto</li> <li>■ Bad Friedrichshall: Kaufland, Lidl, 2 x Netto, Aldi</li> <li>■ Neckarsulm: Kaufland, Rewe, 2 x Lidl, Aldi, denn's, Netto, Planung Vollsortimenter Amorbach</li> </ul>				
<b>Quantitative Bewertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Oedheim: rd. 272 m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW (BRD: 435 m<sup>2</sup> / 1.000 EW) – deutlich unterdurchschnittlicher Wert</li> <li>■ Zentralität von Oedheim im Lebensmittelbereich: 47 – 50 %</li> <li>■ Starke Kaufkraftabflüsse</li> <li>■ Drogerieangebot wird durch die Lebensmittelmärkte sichergestellt</li> <li>■ rein rechnerisch kein Potenzial für einen Drogeriemarkt vorhanden</li> </ul>				

### Bewertung der Nahversorgungssituation in Oedheim

#### Qualitative Bewertung

- Edeka Ueltzhöfer derzeit mit durchschnittlichem Marktauftritt, Genehmigung für eine Verkaufsflächenerweiterung auf 1.500 m<sup>2</sup> wurde aufgrund der Rahmenbedingungen vor Ort bislang nicht realisiert, es besteht jedoch weiterhin Interesse an einer Modernisierung und Neuordnung des Standortumfeldes mit einer Verkaufsflächenerweiterung auf rd. 1.800 – 1.900 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäckerei)
- Penny nicht mehr zeitgemäß, Verlagerung an Standort „Weitblick“ und Modernisierung des Marktes auf zeitgemäße Größe von 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> wird empfohlen.
- Angebot im Drogeriewarenbereich kann durch eine Modernisierung der Standortstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel weiter qualitativ verbessert werden. Eine Neuansiedlung eines Drogeremarktes steht in Konflikt mit den regionalplanerischen Vorgaben.

#### Empfehlungen

Folgende Empfehlungen sind zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Oedheim abschließend festzuhalten:

- Modernisierung des Edeka-Marktes am bestehenden Standort und Erweiterung der Verkaufsfläche auf rd. 1.800 – 1900 m<sup>2</sup> unter Neuordnung des städtebaulichen Umfeldes
- Verlagerung des Penny-Lebensmitteldiscounters (Zielgröße: rd. 1.000 – 1.100 m<sup>2</sup> VK) vom aktuellen Standort an den Standort „Weitblick“ zusammen mit den sonstigen geplanten Nutzungen. Eine Nachnutzung des Penny-Standortes ist hierbei anzustreben, wobei nicht zu erwarten ist, dass sich hier wieder ein Lebensmittelmarkt ansiedelt. Die bauleitplanerische Situation am Standort muss nochmals im Detail beleuchtet und ggf. der B-Plan angepasst werden.
- Die Realisierung eines Drogeremarktes in Oedheim ist derzeit nicht umsetzbar. Die Realisierung eines Drogeremarktes würde den regionalplanerischen Vorgaben nicht entsprechen.
- Die Arrondierung des Angebotes im Bereich „Weitblick“ durch ein Gesundheitseinrichtungen wie z.B. Ärztehaus, Physiotherapie und Wohnen / Büronutzungen in den Obergeschossen ist zu befürworten.

Mit den vorgeschlagenen Nutzungen können die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Oedheim langfristig modern und zukunftsfähig aufgestellt werden, ohne dass hierbei Potenziale umliegender Gemeinden negativ beeinflusst werden.

## Ergebnisse der Auswirkungsanalyse

### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Erweiterung Edeka-Lebensmittelvollsortimenter von 1.300 auf 1.900 m<sup>2</sup> (inkl. Bäcker) am bestehenden Standort</li> <li>■ Verlagerung und Erweiterung Penny-Lebensmitteldiscounter von 500 m<sup>2</sup> auf 1.100 m<sup>2</sup> an integrierten Standort im östlichen Gemarkungsgebiet von Oedheim.</li> <li>■ Beide Planungen fügen sich in die Empfehlungen des Nahversorgungskonzepts ein.</li> </ul>												
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>												
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Umsatzerwartung des Edeka-Lebensmittelvollsortimenters bei 1.900 m<sup>2</sup> (inkl. Bäcker) VK: ca. 8,0 Mio. €.</li> <li>■ Umsatzerwartung des Penny-Lebensmitteldiscounter bei 1.100 m<sup>2</sup> VK: ca. 5,1 – 5,2 Mio. €.</li> <li>■ Die Kannibalisierungseffekte zwischen den Standorten wurden bereits bei der Umsatzprognose für das Gesamtvorhaben angemessen berücksichtigt.</li> </ul>												
<b>Umsatzumverteilungseffekte in %</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung in Oedheim</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">max. 4</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (Innenstadt)</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">3 – 4</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (sonstige Standorte)</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung in Neuenstadt a. K.</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">3 – 4</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung in Neckarsulm</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">&lt; 1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">■ Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten</td> <td style="text-align: right; padding: 2px;">n. n.</td> </tr> </table>	■ Umsatzumverteilung in Oedheim	max. 4	■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (Innenstadt)	3 – 4	■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (sonstige Standorte)	1	■ Umsatzumverteilung in Neuenstadt a. K.	3 – 4	■ Umsatzumverteilung in Neckarsulm	< 1	■ Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten	n. n.
■ Umsatzumverteilung in Oedheim	max. 4												
■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (Innenstadt)	3 – 4												
■ Umsatzumverteilung in Bad Friedrichshall (sonstige Standorte)	1												
■ Umsatzumverteilung in Neuenstadt a. K.	3 – 4												
■ Umsatzumverteilung in Neckarsulm	< 1												
■ Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten	n. n.												

### Raumordnerische Bewertungskriterien (1)

<b>Konzentrations-gebot</b>	<p>Mit den vorgeschlagenen Nutzungen können die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Oedheim langfristig modern und zukunftsfähig aufgestellt werden, ohne dass hierbei Potenziale umliegender Gemeinden negativ beeinflusst werden.</p> <p>Beide Maßnahmen sind demnach für eine langfristige Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde erforderlich. Mit der Edeka Modernisierung wird der wichtigste Lebensmittelmarkt in zentraler Lage neu aufgestellt und in diesem Zuge auch das Umfeld neu gestaltet. Davon wird ebenfalls der Ortskern durch Frequenzbringereffekte weiterhin profitieren. Im Fall von Penny ist die Verlagerung ebenfalls dringend notwendig, da der Standort seit Jahren nicht mehr den Anforderungen an einen modernen und zukunftsfähigen Markt entspricht. Mit der Verlagerung an einen anderen integrierten Standort in Oedheim kann so auch ein Discountangebot weiterhin vor Ort vorgehalten und so die Grundversorgung mit Lebensmitteln weiterhin vor Ort gehalten werden. Insb. vor dem Hintergrund der weiterhin zu erwartenden positiven Einwohnerentwicklung infolge der Realisierung des Neubaugebiets Linkenbrunnen sind die Maßnahmen zur Sicherung der Grundversorgung von Oedheim geboten.</p> <p><b>Der Ausnahmetatbestand des Konzentrationsgebotes wird erfüllt.</b></p>
-----------------------------	--

<b>Integrationsgebot</b>	<p>Der Standort von Edeka befindet sich in zentraler Lage in Bezug auf das Gemeindegebiet und erfüllt dort am Standort eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für den direkt östlich gelegenen Ortskern. Durch die geplante Modernisierung wird der Standort langfristig gesichert. <b>Insgesamt ist Standort als integrierter Standort zu bewerten.</b></p> <p>Der Planstandort von Penny befindet sich im östlichen Bereich des Kernortes Oedheim im Bereich „Linkenbrunnen / Weitblick“. Das Standortumfeld wird dabei perspektivisch vollständig von Wohnbebauung geprägt sein. Dort ist ein Wohngebiet mit rund 110 Bauplätzen in der Realisierung. Auch das weitere Standortumfeld in Richtung Westen ist geprägt durch weitere Einfamilienhausbebauung. <b>Insgesamt ist der Standort somit in zwei Richtungen von Wohnbebauung umgeben und damit als integrierter Standort zu bewerten.</b></p> <p>Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Integrationsgebot sowohl am Standort von Edeka wie auch am Planstandort von Penny eingehalten wird. Es handelt sich bei beiden Standorten um städtebaulich integrierte Standorte die für eine Sicherung der Nahversorgung geeignet sind.</p>
<b>Kongruenzgebot</b>	<p>Das Einzugsgebiet im Wesentlichen die Gemeinde Oedheim mit insgesamt 6.597 Einwohnern. Untergeordnet sind Zuflüsse aus Bad Friedrichshall, Kochendorf und durch Berufspendlung anzunehmen.</p> <p>Basierend auf der Umsatzprognose bleibt festzuhalten, dass bei beiden Vorhaben ein Umsatzanteil zwischen 79 und 81 % aus Oedheim generiert wird und 19 – 21 % der Umsatzleistung von außerhalb der Gemeinde (i. W. Umfeld) zufließen.</p> <p>Auch bei dem theoretischen Szenario einer Wiederbelegung der Penny-Altfäche würde ein Großteil der Umsatzleistung aus der Gemeinde Oedheim selbst stammen. Hinsichtlich der generellen Umsatzherkunft würden sich im Vergleich zum realistischen Szenario nur geringfügige Veränderungen ergeben. Der Großteil der Umsatzleistung würde weiterhin aus der Gemeinde Oedheim selbst stammen.</p> <p><b>Das Kongruenzgebot wird bei beiden Szenarien eingehalten.</b></p>
<b>Beeinträchtigungsverbot</b>	<p>In Oedheim selbst werden allenfalls geringe Rückwirkungen gegenüber den weiteren Lebensmittelhandwerksbetrieben ausgelöst. Insgesamt werden die Nahversorgungsstrukturen langfristig zukunftsfähig aufgestellt und die Nahversorgung gestärkt.</p> <p>Auch bei einer Berücksichtigung einer unrealistischen Wiederbelegung des Penny-Altstandortes im Lebensmitteleinzelhandel wird sich keine andere Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ergeben.</p> <p>Gegenüber den Wettbewerbern im Umland werden ausschließlich geringe Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten sein. Hier sind keine schädlichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen bzw. Ortskerne oder zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten. Auch die Planungen in der Region für andere Lebensmittelmärkte werden durch die Vorhaben nicht gefährdet.</p> <p>Die Auswirkungen im Nichtlebensmittelbereich verteilen sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte und Wettbewerber. Es sind keine städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.</p> <p><b>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</b></p>

Verzeichnisse	Seite
---------------	-------

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Gemeinde Oedheim und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	19
Karte 2:	Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Oedheim	24
Karte 3:	Angebotsstrukturen im Umland (Lebensmittel- und Drogeriemärkte)	30

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsstruktur von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2:	Die größten Drogeremarktunternehmen in Deutschland	13
Tabelle 3:	Standortanforderungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	16
Tabelle 4:	Einwohnerentwicklung 2012 - 2022 im regionalen Vergleich	17
Tabelle 5:	Kaufkraftpotenziale (in Mio. €) nach Sortimenten in der Gemeinde Oedheim	21
Tabelle 6:	Bewertung der strukturprägenden Anbieter in Oedheim	26
Tabelle 7:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum	32
Tabelle 8:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Edeka mit 1.900 m <sup>2</sup> VK; inkl. Bäcker)	46
Tabelle 9:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Penny mit max. 1.100 m <sup>2</sup> VK)	47
Tabelle 10:	Prognose der Umsatzumlenkungen durch die Vorhaben (Edeka / Penny)	51

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Facetten der Nahversorgung	7
Abbildung 2:	Alternative Formen der Nahversorgung	8
Abbildung 3:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2011 - 2021	8
Abbildung 4:	Anzahl und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland 2010 – 2021*	11
Abbildung 5:	Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017	12
Abbildung 6:	Abwärtsspirale der Standortattraktivität	14
Abbildung 7:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Deutschland	31