
Gutachterliche Stellungnahme zur Erweiterung von zwei Lebensmittelmärkten am Standort Wusseldornstraße in Angelbachtal

Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse Angelbachtal: Erweiterung Nahversorgungsstandort Wusseldornstraße



Projektleitung: ppa. Matthias Prüller

Aalen | Angelbachtal, Juni 2024 | aktualisierte Fassung Oktober 2025



imakomm AKADEMIE GmbH
www.imakomm-akademie.de
www.xing.com/companies/imakommakademie
www.facebook.com/imakommakademie
www.linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh

Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Löffelstr. 22-24 | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen

imakomm: Mitgliedschaften u.a.:
vhw | Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
urbanicom | Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.
bcsd | Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Vorbemerkungen

Die Aldi Süd Immobilienverwaltungs-GmbH & Co. oHG hat die imakomm AKADEMIE (nachfolgend: imakomm) im April 2024 mit der Erarbeitung einer gutachterlichen Stellungnahme zu einer möglichen Erweiterung des Lebensmittelmarktes am Standort Angelbachtal, Wusseldornstraße beauftragt. Zugleich soll auch der benachbarte Standort des Anbieters Rewe erweitert werden. Hierzu fand bereits eine interne Vorprüfung im Mai 2023 statt. Vorliegende Auswirkungsanalyse baut auf diesen Ergebnissen auf. Einzelne Kaufkraftzahlen und Einzelhandelskennziffern wurden aktualisiert.

Im Oktober 2025 wurde eine weitere Aktualisierung der Auswirkungsanalyse durchgeführt. Hintergrund war dabei eine Reduktion der Verkaufsflächenerweiterung durch den Anbieter Aldi Süd. Zusätzlich finden aktuell in Mühlhausen Entwicklungen statt (Neubau inkl. Verkaufsflächenerweiterung Lebensmitteldiscounter (Lidl), Neubau Drogeriemarkt (Rossmann) sowie Erweiterung Supermarkt (Edeka). 2024 bestehende Biosupermärkte sind im Gegenzug in Sinsheim (siehe Stadtteil Dühren) weggefallen. Im Zuge der Aktualisierung wurden angeführte Entwicklungen berücksichtigt, auf eine weitergehende Aktualisierung von Kaufkraftzahlen und Einzelhandelskennziffern wurde im Zuge der Aktualisierung der Auswirkungsanalyse verzichtet. Insbesondere die gestiegenen Kaufkraftzahlen wären dabei für das Vorhaben tendenziell von Vorteil, so dass auch ohne Aktualisierung eine ausreichend kritische Bewertung erfolgt.

Hintergrund:

Für die bestehende Filialen der Anbieter Aldi Süd und Rewe in der Wusseldornstraße in Angelbachtal, Ortsteil Eichtersheim sind Verkaufsflächenerweiterungen geplant. Die bestehende Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters soll von derzeit 802 m² auf ca. 1.078 m² Verkaufsfläche (zzgl. Backshop), die Verkaufsfläche des Supermarkts von derzeit ca. 1.335 m² um ca. 265 m² auf dann insgesamt ca. 1.600 m² Verkaufsfläche inklusive Konzessionär (Bäcker). Die beiden Vorhaben sind als Einzelhandelsagglomeration zu bewerten.

Das Vorhaben fällt damit eindeutig unter die Regelung von § 11 (3) BauNVO und damit auch entsprechend der landes- und regionalplanerischen Regelungen (Landesentwicklungsplan, Regionalplan).

Ziel:

Angesichts der Großflächigkeit des Gesamtvorhabens wird eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie gemäß Regionalplan notwendig. **Ziel der Auswirkungsanalyse ist es daher, mögliche raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbe-
reiche und Nahversorgungsstrukturen in der Standortgemeinde selbst aber auch im Umland zu analysieren und zu bewerten.** Die einschlägigen Prüfkriterien sind Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot und Beeinträchtigungsverbot sowie weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

Inhaltsverzeichnis

1	Zentrale Ergebnisse	5
2	Die Rahmenbedingungen.....	9
2.1	Vorgaben der Raumordnung in Baden-Württemberg	9
2.2	Aussagen des Regionalplans Rhein-Neckar	11
3	Das Vorhaben	13
3.1	Daten zum Vorhaben	13
3.2	Der Planstandort.....	16
3.3	Einordnung des Planstandortes	18
4	Planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation	19
4.1	Einzugsgebiet des Vorhabens	19
4.2	Ist-Analyse der Nachfragesituation	21
4.3	Ist-Analyse der Angebotssituation.....	22
4.3.1	Angebotssituation in Angelbachtal	22
4.3.2	Angebotssituation im Marktgebiet.....	24
4.3.3	Angebotssituation im weiteren Umland	25
4.4	Gesamtbewertung der Wettbewerbssituation.....	26
5	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens	27
5.1	Umsatz nach Flächenproduktivitäten	28
5.2	Umsatz nach Abschätzung von Marktanteilen	29
6	Bewertung des Vorhabens.....	31
6.1	Integrationsgebot.....	31
6.2	Konzentrationsgebot.....	33
6.3	Kongruenzgebot	35
6.4	Beeinträchtigungsverbot	37
6.4.1	Bewertungsweg Kaufkraftströme und Auswirkungen	37
6.4.2	Tabellarische Übersicht – Sortiment Nahrungs- und Genussmittel	42
6.4.3	Bewertung des Gesamtvorhabens.....	46
7	Konsequenzen und Empfehlung	47
8	Hinweise zur Methodik	49
8.1	Methodischer Ansatz	49
8.2	Methodik der Kaufkraftberechnung:	51
8.3	Hinweise	52

1 Zentrale Ergebnisse

1. Das Vorhaben – zentrale Hintergründe zur Standortentwicklung:

In Angelbachtal ist die Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters **auf 1.078 m²** (nachfolgend Verwendung **gerundeter Wert: 1.080 m²**) Verkaufsfläche (zzgl. Backshop) und eines **Lebensmittelvollsortimenters auf ca. 1.600 m² Verkaufsfläche** (inkl. Bäcker als Konzessionär) geplant.

Der Standort ist als Agglomeration zu bewerten, so dass die Vorhaben als Gesamtvorhaben (hypothetische Neuansiedlung) zu betrachten sind und keine reine Bewertung der geplanten Erweiterungen erfolgt. Folgende Flächen wurden vor diesem Hintergrund untersucht:

Grafik: Zentrale Daten des Vorhabens

	aktuelle Verkaufsfläche	geplante Verkaufsfläche
Lebensmitteldiscounter	ca. 802 m ²	ca. 1.120 m²
Lebensmitteldiscounter	ca. 802 m ²	ca. 1.080 m² + 278 m ²
Bäckerei-Café (nachfolgend: Backshop)*	--	ca. 40 m² *
Supermarkt	ca. 1.335 m ²	ca. 1.600 m²
Supermarkt	ca. 1.305 m ²	ca. 1.570 m² + 265 m ²
Backshop *	ca. 30 m ²	ca. 30 m² *
Gesamtvorhaben		ca. 2.720 m² ca. 2.650 m ² (zzgl. zwei Backshops)

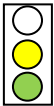
** Hinweis: Es ist zu berücksichtigen: Nebenflächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche des Backshops des Supermarkts (im Markt im Vorkassenbereich integriert) stellt damit lediglich den vom Kunden betretbaren Innenraum ohne Nebenflächen dar. Der Verkaufsraum des Backshops (Vor- und hinter der Verkaufstheke) ohne das geplante gastronomische Angebot umfasst damit ca. 30 m² Verkaufsfläche. Für das solitär auf dem Parkplatz liegenden Bäckerei-Café des Lebensmitteldiscounters ist eine ungefähre Verkaufsfläche von ca. 40 m² geplant.*

Im Rahmen der Bewertung der Backshops erfolgt eine Bewertung der Vorhaben anhand der zu erwartenden Umsätze für einen Backshop mit Café an einem gut frequentierten Standort durch einen Pauschalumsatz. Damit kann gewährleistet werden, dass ein ausreichend umverteilungsrelevanter Umsatz Berücksichtigung findet, unabhängig von konkreten Flächenaufteilungen zwischen Backshop und Cafébetrieb. Erhöhte Umsätze wären dann zu erwarten, wenn die Backshop- und Caféfläche ca. 200 m² Innenfläche überschreiten würde und damit eine Cafékonzept als Erlebnisgastronomie erwartbar wäre. Hier würde sich dann allerdings die Frage stellen, ob der Betrieb bereits als reiner gastronomischer Betrieb zu bewerten wäre, da der Hauptumsatzanteil dann ggf. bereits in der Gastronomie erwirtschaftet werden würde. Details siehe Umsatzerwartung nach Flächenproduktivitäten. In vorliegenden Auswirkungsanalyse wird von Verkaufsflächen von je unter 100 m² als Bewertungsmaßstab ausgegangen.

Quelle: imakomm, 2025. Flächenlayout nach Angaben Firma REWE, Mai 2023, Firma Aldi Süd, September 2025.

Angesichts der Großflächigkeit des Gesamtvorhabens wird eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie gemäß Regionalplan notwendig.

2. Bewertung Vorhaben gemäß Integrationsgebot:



Das Integrationsgebot ist zunächst nicht erfüllt. Aus gutachterlicher Sicht besteht allerdings in Bezug auf das Integrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:

Es handelt es sich um einen eingeführten Einzelhandelsstandort (Erweiterung und nicht Neuan siedlung):

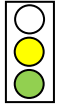
- Bestehende und genehmigte Einzelhandelsagglomeration
- keine städtebaulichen und verkehrlichen Beeinträchtigungen (keine wesentlichen zusätzlichen Verkehrsströme zu erwarten),
- vorhandene verkehrliche Erschließung (PKW-, ÖPNV- und Fuß-/Radverkehr),
- Anschluss an Wohnbebauung,
- tatsächliche fußläufige Erreichbarkeit,
- infrastrukturelle Einrichtungen bereits vorhanden (keine Neuversiegelung zusätzlicher Flächen = wesentlich veränderte Ausgangsbedingungen im Vergleich zu einer Neuan siedlung).

3. Bewertung Vorhaben gemäß Konzentrationsgebot:

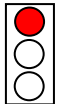
Zunächst weist die Gemeinde Angelbachtal keine zentralörtliche Funktion auf, weshalb gemäß Landesentwicklungsplan und Regionalplan Einzelhandelsgroßprojekte am Standort zunächst nicht vorgesehen sind. Gemäß Regionalplan ist zur Sicherstellung der Nahversorgung eine Ausnahme allerdings möglich, soweit zusätzlich keine negativen Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung zu erwarten sind.

Aus gutachterlicher Sicht kann das Konzentrationsgebot für das Vorhaben erfüllt werden, wenn im Rahmen einer interkommunalen Abstimmung mit der Stadt Sinsheim eine gemeinsame Nahversorgungsstrategie zwischen Angelbachtal und den angrenzenden Sinsheimer Ortsteilen Eschelbach und Waldangelloch entwickelt wird, so dass die Gemeinde Angelbachtal einen gemeinsamen

Nahversorgungsauftrag übernimmt. Dies wurde bereits in der Vergangenheit zwischen der Gemeinde Angelbachtal und der Stadt Sinsheim mit dem Ortsteil Waldangelloch umgesetzt.

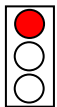


Wird eine interkommunale Nahversorgungsstrategie erneut umgesetzt, besteht aus gutachterlicher Sicht in Bezug auf das Konzentrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt. Der Nachweis, dass das Vorhaben zur Sicherstellung der Nahversorgung dient, kann erbracht werden.

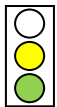


Ist eine interkommunale Nahversorgungsstrategie nicht mehr erwünscht, kann das Konzentrationsgebot nicht erfüllt werden

4. Bewertung Vorhaben gemäß Kongruenzgebot:



Das Kongruenzgebot wird formal zunächst nicht eingehalten. Es stammen lediglich ca. 56-57% der Umsätze aus der Gemeinde Angelbachtal.



Auf Basis einer möglichen interkommunalen Abstimmung mit der Stadt Sinsheim könnte Angelbachtal allerdings die Nahversorgungsfunktion für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch in Teilen übernehmen. Damit bestehen hier aus gutachterlicher Sicht Gründe, die für eine Raumverträglichkeit des Vorhabens sprechen.¹ Für das Vorhaben stammen dann ca. 75-76% der Umsätze aus der Standortgemeinde und den Sinsheimer Stadtteilen Waldangelloch und Eschelbach.

5. Bewertung Vorhaben gemäß Beeinträchtungsverbot:



Für Angelbachtal sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in diesem nahversorgungsrelevanten Sortiment zu erwarten. Die Umverteilungen bewegen sich bei einer Bewertung nach einzelnen Standortlagen in einem Bereich, wonach in den Standortlagen durch das Vorhaben keine städtebaulichen negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Für die einzelnen Standorte werden die Auswirkungen ausschließlich

¹ Vgl. Regionalplan Z 1.2.4: „Für den baden-württembergischen Teilraum sind die Nahbereiche als Verflechtungsbereiche der Unter- und Kleinzentren in der Raumstrukturkarte als Vorschlag dargestellt; die dargestellte Nahbereichsabgrenzung ist hier nicht verbindlich.“

wettbewerbliche Auswirkungen nach sich ziehen. Zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen werden nicht gefährdet.

Für Zone 2 und Zone 3 sowie im weiteren Umland sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche / Ortskerne zu erwarten. Auch sind bestehende Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen nicht gefährdet.

Grafik: Umsatzumverteilungen – Sortiment Nahrungs- und Genussmittel:

Nahrungs- und Genussmittel	Umverteilungen in Mio. €	Ø-Umsatzumver- teilungsquote
Zone 1		
Angelbachtal	0,4	6-7%
Zone 2		
Sinsheim - Waldangelloch	<0,1	1-2%
Sinsheim - Eschelbach	<0,1	2-3%
Zone 3		
Sinsheim – Dühren	<0,1	2-3%
Mühlhausen	1,4	5-6%
Weiteres Umland		
Sinsheim	3,8	5-6%
Östringen	2,3	5-6%

Quelle: imakomm, 2025.

6. Empfehlung:

Aus gutachterlicher Sicht bestehen keine raumordnerischen und städtebaulichen Bedenken zur Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters und Supermarktes am Standort Angelbachtal, Wusseldornstraße. Somit ist eine Erweiterung vor diesem Hintergrund zu befürworten.

Voraussetzung ist, dass eine Abstimmung bezüglich der Versorgungsfunktion der Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch zwischen der Gemeinde Angelbachtal und der Stadt Sinsheim (wie bisher bereits praktiziert) erfolgt.

Wird eine gemeinsame Versorgungsstrategie nicht mehr verfolgt, kann das Vorhaben aus gutachterlicher Sicht nicht befürwortet werden, da dann Ziele der Raumordnung nicht eingehalten werden können.

2 Die Rahmenbedingungen

2.1 Vorgaben der Raumordnung in Baden-Württemberg

Liegt ein Einzelhandelsvorhaben vor, welches die raumordnerisch definierte Grenze zur Großflächigkeit überschreitet (derzeit ab 800 m² Verkaufsfläche des Vorhabens), ist auf Basis der Regelvermutung von § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen, welche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standortgemeinde (Gemeinde/Stadt, in welcher der Planstandort des Vorhabens liegt) sowie in Umlandgemeinden durch das Vorhaben zu erwarten sind.

Im Wesentlichen sind damit Vorgaben der Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3)) sowie des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg (siehe v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) zu prüfen.² Bezogen auf Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Einzelhandelsbetriebe für Endverbraucher) gelten demnach folgende **Prüfkriterien**:

² Für die Bewertungskriterien (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) kann als Anhalts- und Orientierungswert auf die Kriterien der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001 zurückgegriffen werden (vgl. BRS Bd. 85 Nr. 77 (VGH Baden-Württemberg, 24.10.2017, 5 S 1003/16).

Grafik: Einschlägige Prüfkriterien gemäß Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg

- Das **Integrationsgebot** zielt darauf ab, Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten zu errichten. Letztlich soll dadurch ein möglicher Funktionsverlust, der meist durch Einzelhandel geprägten Innenstädte bzw. zentralörtlichen Funktionsbereiche verhindert werden. Das Integrationsgebot zielt explizit auf die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes ab und berücksichtigt als Kriterium für eine verbrauchernahe Versorgung die Kriterien fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes bzw. Erreichbarkeit via ÖPNV.
- Das **Konzentrationsgebot** gibt vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren realisiert werden sollen (vgl. Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg, Plansatz 3.3.7). Großflächige Einzelhandelsbetriebe kommen hingegen auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies nach raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.
- Das **Kongruenzgebot** fordert, dass sich ein Einzelhandelsgroßprojekt in das zentralörtliche System einfügen muss. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt vor, wenn der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreiten würde. Hiervon wird in der Regel ausgegangen, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereiches der Standortgemeinde generiert werden (vgl. hierzu Abschnitt 3.2.1.4 des Einzelhandelserlasses).
- Das **Beeinträchtigungsverbot** legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen des Einzelhandelsgroßprojektes sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß Einzelhandelserlass und letztlich auch dem Regionalplan ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen, wenn bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust ab 10% zu rechnen ist. Bei nicht zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt dieser Schwellenwert bei 20%. (vgl. hierzu auch Abschnitt 3.2.2.3 des Einzelhandelserlasses).

Quelle: imakomm, 2023.

2.2 Aussagen des Regionalplans Rhein-Neckar

Der einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar 2014 trifft in Kapitel 1.7 (Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) folgende relevante Aussagen:

G (1.7.1.1) Verbrauchernahe Versorgung: „Die verbrauchernahe Versorgung (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden. Die für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossenen sowie mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbaren integrierten Standorte sollen gefördert und gesichert werden. Dabei sollen die Belange von nicht motorisierten und in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen, Familien mit Kindern, Personen, die Beruf und Familie vereinbaren, älteren und betagten Menschen und Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden.“

Z (1.7.2.1) „Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.

Z (1.7.2.2) Zentralitätsgebot: Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m² Verkaufsfläche.

Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.

Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.

Z (1.7.2.3) Kongruenzgebot: Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.

Z (1.7.2.4) Beeinträchtigungsverbot: Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.
Beeinträchtigungsverbot

Z (1.7.2.5): Integrationsgebot: Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2. auch andere Standorte in Betracht.

G (1.7.2.7) Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erreichbar sein.

Z (1.7.4.1) Einzelhandelsagglomeration: Mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen auf Grund ihrer engen räumlichen und funktionalen Verknüpfung negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind (Agglomeration), sind zu vermeiden und raumordnerisch wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

Zur Abgrenzung der Nahbereiche ist folgende ergänzende Aussage zu berücksichtigen:

Z (1.2.4): Für den baden-württembergischen Teilraum sind die Nahbereiche als Verflechtungsbereiche der Unter- und Kleinzentren in der Raumstrukturkarte als Vorschlag dargestellt; die dargestellte Nahbereichs-abgrenzung ist hier nicht verbindlich.

Grafik: Regionale Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente:

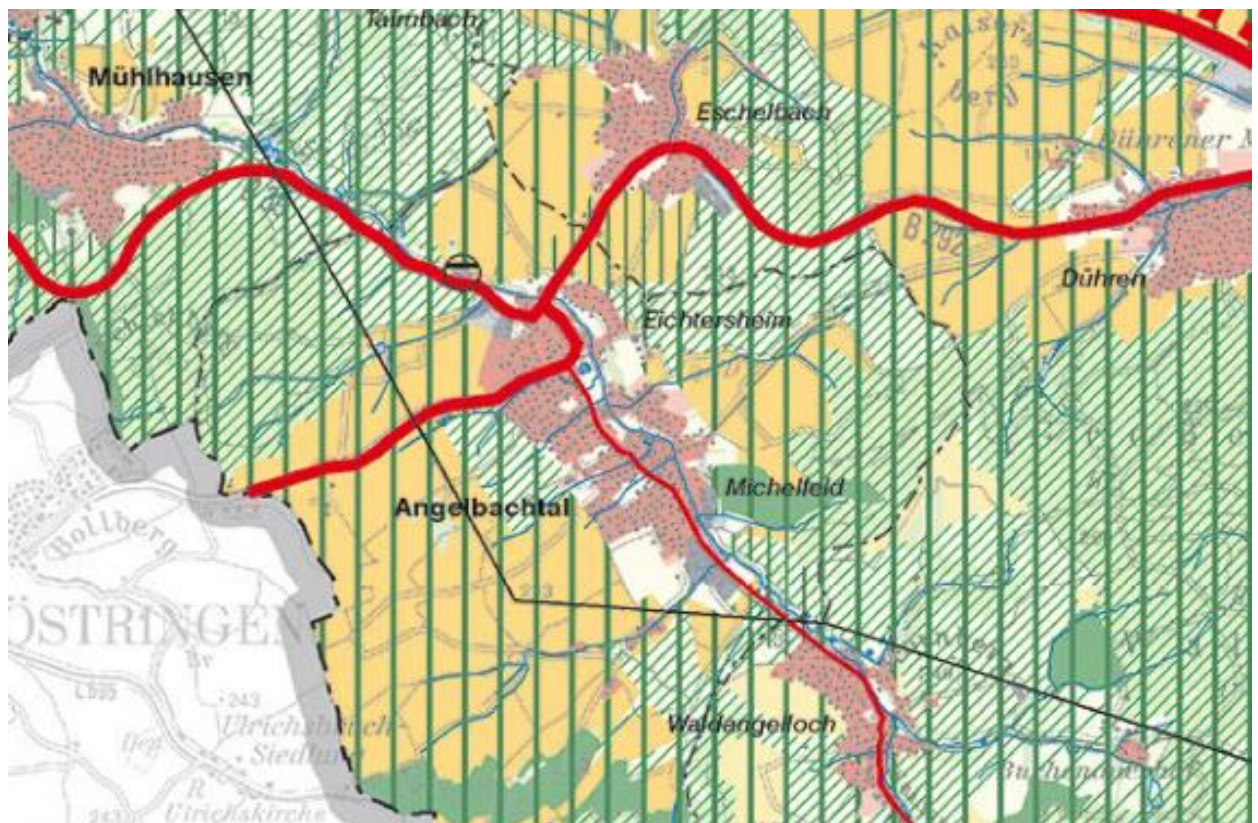
- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/Büroartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Sportartikel
- Baby-/Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik/Computer/Hifi/Elektroartikel/Leuchten
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche (ohne Teppichböden), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Haushaltswaren, Heimtextilien
- Musikalienhandel
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren
- Kunst/Antiquitäten
- Schnittblumen
- Gesundheitsartikel/Sanitätswaren

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente:

- Lebensmittel, Getränke
- Drogeriewaren, Kosmetikartikel

Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014, Begründung zu 1.7.3.3)

Grafik: Raumnutzungskarte Angelbachtal



Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014, Raumnutzungskarte.

Angelbachtal ist gemäß Regionalplan Rhein-Neckar als **Ort ohne zentralörtliche Funktion** ausgewiesen und regionalplanerisch dem Mittelzentrum Sinsheim zugeordnet.

3 Das Vorhaben

3.1 Daten zum Vorhaben

In der folgenden Grafik werden die zentralen Daten des Vorhabens dargestellt:

Grafik: Zentrale Daten des Vorhabens

	aktuelle Verkaufsfläche	geplante Verkaufsfläche
Lebensmitteldiscounter	ca. 802 m ²	ca. 1.120 m²
Lebensmitteldiscounter	ca. 802 m ²	ca. 1.080 m² ** + 278 m ²
Bäckerei-Café (nachfolgend: Backshop)*	--	ca. 40 m² *
Supermarkt	ca. 1.335 m ²	ca. 1.600 m²
Supermarkt	ca. 1.305 m ²	ca. 1.570 m² + 265 m ²
Backshop *	ca. 30 m ²	ca. 30 m² *
Gesamtvorhaben		ca. 2.720 m² ca. 2.650 m ² (zzgl. zwei Backshops)

* Hinweis: Es ist zu berücksichtigen: Nebenflächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche des Backshops des Supermarkts (im Markt im Vorkassenbereich integriert) stellt damit lediglich den vom Kunden betretbaren Innenraum ohne Nebenflächen dar. Der Verkaufsraum des Backshops (Vor- und hinter der Verkaufstheke) ohne das geplante gastronomische Angebot umfasst damit ca. 30 m² Verkaufsfläche. Für das solitär auf dem Parkplatz liegenden Bäckerei-Café des Lebensmitteldiscounters ist eine ungefähre Verkaufsfläche von ca. 40 m² geplant.

Im Rahmen der Bewertung der Backshops erfolgt eine Bewertung der Vorhaben anhand der zu erwartenden Umsätze für einen Backshop mit Café an einem gut frequentierten Standort durch einen Pauschalumsatz. Damit kann gewährleistet werden, dass ein ausreichend umverteilungsrelevanter Umsatz Berücksichtigung findet, unabhängig von konkreten Flächenaufteilungen zwischen Backshop und Cafébetrieb. Erhöhte Umsätze wären dann zu erwarten, wenn die Backshop- und Caféfläche ca. 200 m² Innenfläche überschreiten würde und damit eine Cafékonzept als Erlebnisgastronomie erwartbar wäre. Hier würde sich dann allerdings die Frage stellen, ob der Betrieb bereits als reiner gastronomischer Betrieb zu bewerten wäre, da der Hauptumsatzanteil dann ggf. bereits in der Gastronomie erwirtschaftet werden würde. Details siehe Umsatzerwartung nach Flächenproduktivitäten. In vorliegenden Auswirkungsanalyse wird von Verkaufsflächen von je unter 100 m² als Bewertungsmaßstab ausgegangen.

** gerundeter Wert ca. 1.080 m²: geplante Verkaufsfläche 1.078 m²

Quelle: imakomm, 2025. Flächenlayout nach Angaben Firma REWE, Mai 2023, Firma Aldi Süd, September 2025.

Bei Ansetzung von für die Vorhaben typischen Sortimentsanteilen ergibt sich nachfolgende Übersicht über die geprüften Verkaufsflächen.

Grafik: Geprüfte Verkaufsflächen des Vorhabens

geprüfte Verkaufsfläche	
Lebensmitteldiscounter	ca. 1.080 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	ca. 970 m²
Backshop	bis zu 100 m ² (geplant ca. 40 m ²)
davon Nahrungs- und Genussmittel	100%
Supermarkt	ca. 1.600 m ²
davon Supermarkt	ca. 1.570 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	ca. 1.415 m²
davon Backshop	ca. 100 m ² (realistisch / geplant ca. 30 m ²)
davon Nahrungs- und Genussmittel	100%
Gesamtvorhaben	
Lebensmitteldiscounter und Supermarkt	ca. 2.650 m ²
zzgl. 2 Backshops	mit je max. 100 m ² (geplant: ca. 30 m ² + ca. 40 m ²)
Sortiment Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.385 m²
zzgl. 2 Backshops	mit je max. 100 m ²
<i>Hinweis: Es ist zu berücksichtigen: Nebenflächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche des Backshops des Supermarkts (im Markt im Vorkassenbereich integriert) stellt damit lediglich den vom Kunden betretbaren Innenraum ohne Nebenflächen dar. Der Verkaufsraum des Backshops (Vor- und hinter der Verkaufstheke) ohne das geplante gastronomische Angebot umfasst damit ca. 30 m² Verkaufsfläche. Für den solitär auf dem Parkplatz liegenden Backshop des Lebensmitteldiscounters ist eine Verkaufsfläche von ca. 40 m² vorgesehen</i> <i>Im Rahmen der Bewertung der Backshops erfolgt eine Bewertung der Vorhaben anhand der zu erwartenden Umsätze für einen Backshop mit Café an einem gut frequentierten Standort durch einen Pauschalumsatz. Damit kann gewährleistet werden, dass ein ausreichend umverteilungsrelevanter Umsatz Berücksichtigung findet, unabhängig von konkreten Flächenaufteilungen zwischen Backshop und Cafébetrieb. Erhöhte Umsätze wären dann zu erwarten, wenn die Backshop- und Caféfläche ca. 200 m² Innenfläche überschreiten würde und damit eine Cafékonzept als Erlebnisastronomie erwartbar wäre. Hier würde sich dann allerdings die Frage stellen, ob der Betrieb bereits als reiner gastronomischer Betrieb zu bewerten wäre, da der Hauptumsatzanteil dann ggf. bereits in der Gastronomie erwirtschaftet werden würde. Details siehe Umsatzerwartung nach Flächenproduktivitäten. In vorliegenden Auswirkungsanalyse wird von Verkaufsflächen von je unter 100 m² als Bewertungsmaßstab ausgegangen.</i> <i>Quelle: imakomm, 2025. Flächenlayout nach Angaben Firma REWE, Mai 2023, Firma Aldi Süd, September 2025.</i>	

Für eine ausreichende Abgrenzung einzelner Sortimente hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz erfolgt nachfolgend eine detaillierte Darstellung einzelner Teilsortimente der geplanten Betriebstypen auf Basis des Regionalen Sortimentsliste gemäß Regionalplan. Den übergeordnet ausgewiesenen Begrifflichkeiten werden dabei zusätzliche Teilsortimente (siehe kleine Schrift, kursiv) zur weiteren Erläuterung zugewiesen. Das Sortiment „Lebensmittel, Getränke“ wird im vorliegenden Gutachten unter der Begrifflichkeit „Nahrungs- und Genussmittel“ geführt.

nahversorgungsrelevante Sortimente, u.a.:

- Lebensmittel, Getränke
(inkl. Bio-Lebensmittel, Reformwaren)
- Drogeriewaren, Kosmetikartikel
(inkl. Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel, Haushaltsfolien, -papierwaren / Parfümerieartikel, Naturkosmetik)

zentrenrelevante Sortimente, u.a.:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/Büroartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
(inkl. Sportbekleidung)
- Sportartikel
- Baby-/Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik/Computer/Hifi/Elektroartikel/Leuchten
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche (ohne Teppichböden), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe, Haushaltswaren
(inkl. Glas, Porzellan, Keramik, Plastikwaren, Schneidwaren / Bestecke, Tafelgeschirr, Silberwaren, Vasen, Kerzen, Tischwäsche, Bettbezüge, Gardinen, Vorhänge / Wolle, Handarbeit, Nähzubehör, Stoffe)
- Musikalienhandel
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren
- Kunst/Antiquitäten
- Schnittblumen
- Gesundheitsartikel/Sanitätswaren

nicht-zentrenrelevante Sortimente, u.a.:

- Bau- und Heimwerkerbedarf (z.B. Werkzeuge, Maschinen, Leitern, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Beschläge, Schlösser, Fenster, Gitter, Markisen, Rollläden,
- Farben, Lacke, Malereibedarf
- Bad- / Sanitäreinrichtungen und Zubehör (z.B. Sanitärkeramik, Waschbecken, WC, Armaturen)
- Pflanzen / Gartenbedarf (z.B. Düngemittel, Erde, Torf, Pflanzengefäße, Bäume, Sträucher, Beetpflanzen, Baumschul- und Topfpflanzen, Zimmerpflanzen)
- Gartengeräte, Gartenmöbel, Gartenhäuser (z.B. auch Gartenwerkzeuge, Gartenspielgeräte, Polsterauflagen, Dekorationselemente)
- Fahrräder (inkl. Fahrradzubehör, z.B. Schläuche, Licht, Schlösser, Radhelme)
- Kfz- und Motorrad-Zubehör
- Möbel (z.B. Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badeinrichtungen, antiquarische Möbel, Betten, Korb-, Kork- und Flechtwaren)
- Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- / Unterdecken, Kissen)
- Tiere, Güter des zoologischen Bedarfs (z.B. Tierfutter, Käfige, Katzenbäume)

3.2 Der Planstandort

Anhand der folgenden Grafik wird der Planstandort stichwortartig analysiert.

Grafik: Analyse des Planstandortes

Planstandort Lebensmittelmarkt	
Standort	Wusseldornstraße 1 und 3
Räumliche Lage	Lage am Ortsrand Richtung Mühlhausen
Erreichbarkeit	via Pkw: aufgrund der Andienung über die Bundesstraße 39 gute Erreichbarkeit gegeben. via ÖPNV: Andienung über die Haltestelle Einkaufszentrum am Standort vorhanden. via Fahrrad / fußläufig: eine fußläufige Anbindung und eine Radwegeverbindung ist für die angrenzenden Wohngebietslagen gegeben, wie auch eine Anbindung an die zentralen Ortslagen entlang der Bundesstraße. Der Standort ist infrastrukturell voll erschlossen. An zwei Seiten direkter Anschluss an Wohnbebauung
derzeitige Nutzung & Funktion des Standortes	Einzelhandelsagglomeration mit einer Filiale des Lebensmitteldiscounters Aldi Süd und Supermarkt des Anbieters REWE etablierter Einzelhandelsstandort
Nutzungen im Standortumfeld	Wohnfunktion, Gewerbliche Nutzungen, Friedhof

Quelle: imakomm, 2024.

Grafik: Planstandort Aldi Süd und Ortsrandlage des Standortes in Handelsagglomeration mit Rewe



Quelle: imakomm, 2023.

Grafik: Planstandort bestehender Rewe-Markt / direkter Anschluss an weitere Gewerbe- und Wohnnutzungen



Quelle: imakomm, 2023.

Auf Basis dieser ersten Analyse ist es nun möglich den Planstandort in die Vorgaben der Regionalplanung einzuordnen:

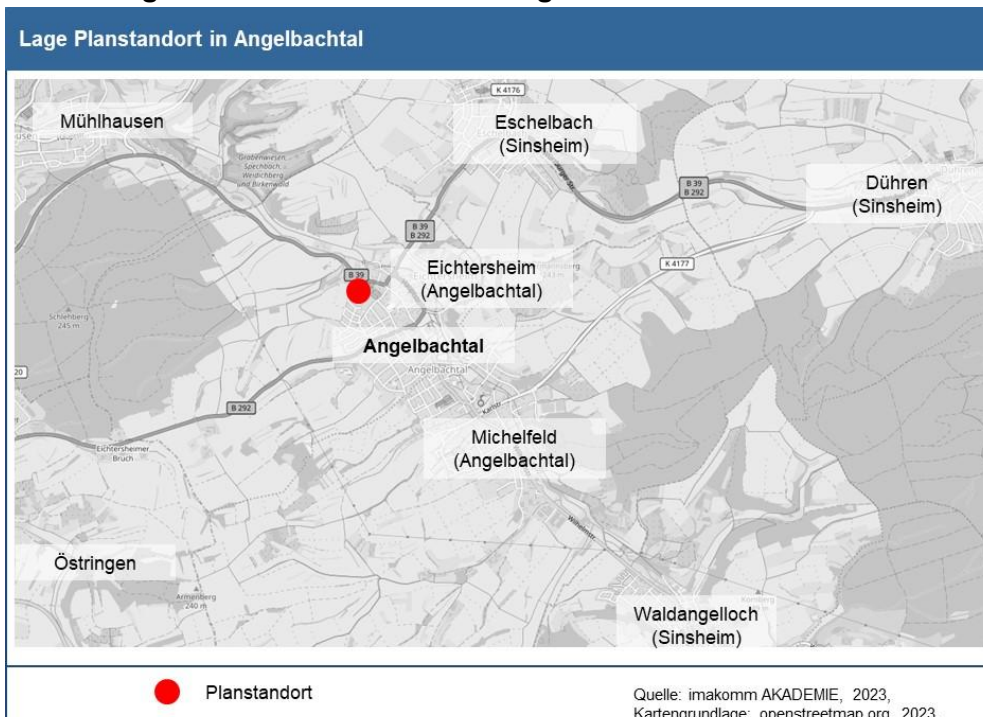
Lage des Standortes:

- Ortsrandlage

Zentralörtliche Funktion:

- Ort ohne zentralörtliche Funktion (somit großflächige Vorhaben nur zur Sicherung der eigenen Nahversorgung vorgesehen)

Grafik: Lage des Planstandortes in Angelbachtal



Quelle: imakomm, 2023.

3.3 Einordnung des Planstandortes

Bereits nach Analyse des Planstandortes lassen sich folgende Aussagen für das Vorhaben ableiten:

Standortfaktoren:

Positive Standortfaktoren:

- gute Einsehbarkeit
- fußläufige Erreichbarkeit zu Wohnstandorten von Angelbachtal
- gute infrastrukturelle Anbindung
 - gute Erreichbarkeit per PKW, da direkt an einer Hauptverkehrsachse gelegen
 - ausreichende Parkierungsflächen
 - Busanbindung in direkter Standortnähe, somit eine gute ÖPNV-Anbindung gewährleistet
- Lage innerhalb eines etablierten Einzelhandelsstandortes

Negativer Standortfaktor:

- Ortsrandlage
- geringes fußläufiges Einzugsgebiet

Inwieweit das geplante Vorhaben zu schädlichen Auswirkungen für bestehende Versorgungslagen führen könnte bzw. bis zu welcher Verkaufsflächengröße je Sortiment eben nicht von einer solchen Schädigung auszugehen ist, kann nur auf Basis der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation im planobjektrelevanten Sortimentsbereich bewertet werden. Diese wird im Folgenden betrachtet.

4 Planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation

4.1 Einzugsgebiet des Vorhabens

Das Einzugsgebiet wurde insbesondere auf Basis der vorhandenen Wettbewerbsstruktur, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und der verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes festgelegt. Das Einzugsgebiet hat sich im Vergleich zu den letzten Betrachtungen in den Jahren 2010 und 2013 aufgrund der inzwischen gegebenen Strukturen (Lage des Planstandortes innerhalb der Gemeinde und eigenes Nahversorgungsangebot in Michelfeld) leicht geändert. Für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch ist demnach eine vergleichbare Tendenz an den Standort zu erwarten, bei einem vor Ort nicht gegebenen eigenen ausreichenden Nahversorgungsangebot.

Zum Einzugsgebiet des Planstandortes werden die Orte gezählt, die eine **mehr oder weniger klare Einkaufsorientierung zum Planstandort** – auch angesichts der aktuellen Wettbewerbssituation im planobjektrelevanten Sortimentsbereich – haben.

Aufgrund der genannten Einschätzungen kann von folgendem Einzugsgebiet der Vorhaben ausgegangen werden:

Grafik: Einzugsgebiet des Vorhabens und nahes Umland

Zone	Kommunen	Einwohner ³
Zone 1	Gemeinde Angelbachtal (Ortsteile Michelfeld und Eichersheim)	5.159
Zone 2	Sinsheimer Stadtteile Waldangelloch & Eschelbach	3.975
Einwohner Einzugsgebiet		9.134
Nahes Umland (= Zone 3)	Mühlhausen, Sinsheimer Stadtteil Dühren	11.104
GESAMT		20.238

Quelle: imakomm, 2024.

³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 4. Quartal 2022, Datenabruf Mai 2024, Ortsteile Sinsheim: Stadt Sinsheim 2023, 4.Quartal 2022.

4.2 Ist-Analyse der Nachfragesituation

Folgende Grafik zeigt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftsituation in Angelbachtal auf:

Grafik: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

	Kaufkraftkoeffi- zient	Kaufkraft ⁴ pro Einwohner im Jahr in €	Kaufkraft in Mio. €	Bewertung
Angelbachtal	98,5	6.570	33,9	durchschnittlich
Deutschland	100	6.667	--	--

Quelle: imakomm, 2024.

Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Marktgebietszahlen ergeben sich folgende **Kenn-
zahlen zur Nachfragesituation im Einzugsgebiet** im für das Vorhaben in den planobjektre-
levanten Sortimenten:

Grafik: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Zonen

Sortiment	Anteil an der Gesamt- kauf- kraft	Kaufkraft in Mio. €			
		Zone 1	Zone 2	Zone 3	gesamtes Einzugsge- biet
Nahrungs- und Genussmittel	43-44%	14,8	11,6	32,3	58,7

Quelle: imakomm, 2024. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkomastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁴ Für die Kaufkraftberechnung wurde hier die GfK-Kaufkraftkennziffer 2022/2023 verwendet.

4.3 Ist-Analyse der Angebotssituation

4.3.1 Angebotssituation in Angelbachtal

In Angelbachtal ist der relevante Sortimentsbereich (Nahrungs- und Genussmittel) durch verschiedene Anbieter vertreten. Im Einzelnen sind dabei folgende Aspekte bezüglich der Ausstattung in den Sortimentsbereichen zu berücksichtigen:

Grafik: Angebotssituation im Angelbachtal – Nahrungs- und Genussmittel

Betriebstyp	Beschreibung des Angebots
SB-Warenhaus / Großer Supermarkt (> 2.500 m² Verkaufsfläche)	nicht vorhanden
Supermarkt (400- 2.500 m² Verkaufsfläche)	Rewe (Untersuchungsobjekt)
Lebensmitteldiscounter	Aldi Süd (Untersuchungsobjekt), Netto (Michelfeld)
Sonstige Angebote	Rossmann, Bäcker, spezialisierte Lebensmittelbetriebe (u.a. Obstläden, Hofladen), Randsortimentsangebote

Quelle: imakomm, 2024.

Damit ergeben sich für Angelbachtal folgende zentrale Ausstattungskennziffern:

Grafik: Ausstattungskennziffern in Angelbachtal nach relevanten Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Zentralität	Kaufkraft- bindungs- quote	Bewertung
Nahrungs- und Genussmittel	3.190	18,6	126%	86-87%	vor Ort vorhandene Kaufkraft kann gebunden werden
Nahrungs- und Genussmittel (ohne Anbieter Rewe / Aldi Süd)	1.370	7,2	49%	34-35%	Kaufkraft fließt ab, Versorgung noch ausbaufähig

Hinweise zu den Ausstattungskennziffern:

Am Standort Angelbachtal bestehen aktuell auch Planungen seitens des Anbieters Netto seinen Markt am Standort Michelfeld von ca. 799 m² um ca. 220 m² zu erweitern. Diese wurde in den Bestandszahlen bereits als umgesetzt berücksichtigt. Damit erfolgt eine ausreichend kritische Betrachtung des Vorhabens.

Es werden sortimentsscharfe Verkaufsflächen verwendet. Das heißt es fließen nur Verkaufsflächen und Umsätze des untersuchten Sortiments pro Betrieb in die Kennzahlen ein.

Die Zentralitätskennziffer des Standortes gilt als ein Maß für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes¹. Sie gibt an, ob und wie stark Umsatzzuflüsse aus dem Umland einer Kommune die Umsatzabflüsse aus der Kommune (beispielsweise in nahe gelegene Mittel- bzw. Oberzentren) per Saldo überwiegen. Die

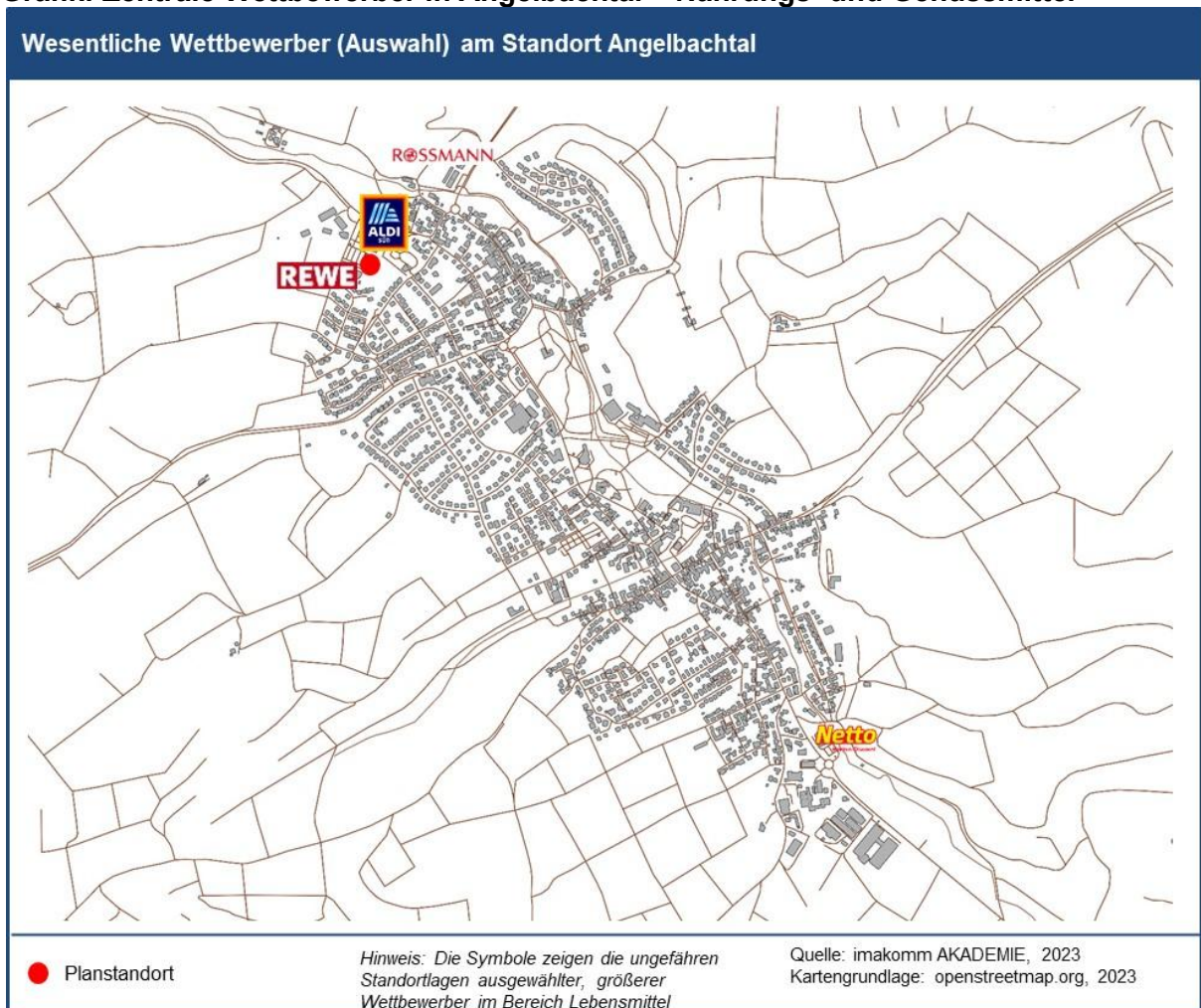
Zentralitätskennziffer errechnet sich aus der Gegenüberstellung des am Standort umgesetzten Einzelhandelsumsatzes und der am Standort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Werte größer 100 geben somit an, dass dem jeweiligen Einzelhandelsstandort ein Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland zukommt. Rückschlüsse auf die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes allein anhand dieser Kennziffer sind nur bedingt möglich, da nur die Einzelhandelsausstattung in Bezug auf die eigene Standortkommune widerspiegelt wird. Weist eine Kommune einen großen zugewiesenen Verflechtungsbereich auf (Gebiet, das die Kommune aus raumordnerischer Sicht versorgen soll), kann selbst bei einer zunächst überdurchschnittlich wirkenden Zentralität die Umsatz-Kaufkraft-Relation für den Gesamttraum unterdurchschnittlich sein.

Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Indikator dafür, in welchem Maß es dem Einzelhandel einer Kommune gelingt, die Einwohner der Kommune selbst (nicht des Umlandes!) an sich zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote errechnet sich aus der Gegenüberstellung des (sortimentsspezifischen) Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe, den sie mit Einwohnern aus der Kommune erwirtschaften (Unterschied zur Zentralitätskennziffer, bei der der Gesamtumsatz mit allen Kunden, also auch Kunden aus dem Umland, verwendet wird), mit der einzelhandelsrelevanten (sortimentsspezifischen) Kaufkraft der Einwohner der Kommune. Die Kaufkraftbindung wurde durch eine Abschätzung der Umsatzherkunft der einzelnen relevanten Betriebe in der Standortkommune ermittelt. Das heißt anhand Größe, Angebot und Wettbewerbssituation nach Betriebsformen wurde abgeschätzt, welcher Kundenanteil von vor Ort stammt und welcher Umsatz von außen zufließt. Aus der Gesamtbetrachtung lässt sich daraus eine möglichst realistische Kaufkraftbindung ermitteln.

Quelle: imakomm, 2024.

Folgende Grafik zeigt zudem die räumliche Lage der wesentlichen Wettbewerber (inkl. der bestehenden Anbieter am Planstandort).

Grafik: Zentrale Wettbewerber in Angelbachtal – Nahrungs- und Genussmittel



Quelle: imakomm, 2024.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Gemeinde Angelbachtal ohne die beiden bestehenden Anbieter Aldi und REWE ein unterdurchschnittliches Versorgungsniveau im Bereich Lebensmittel aufweisen würde. Mit den bestehenden Märkten ist eine überdurchschnittliche Ausstattung festzuhalten. Die Filialen übernehmen eine klare Nahversorgungsfunktion, nicht nur für den Ortsteil Eichtersheim, sondern auch für die Gesamtgemeinde. Sie binden in erheblichem Maße Angelbachtaler Kaufkraft und sichern die Versorgung vor Ort. Neuansiedlungen sind rechnerisch kaum mehr möglich, Verkaufsfächenerweiterungen können noch in geringem Maße zu einer weiteren Kaufkraftbindung in Angelbachtal führen.

In den letzten Jahren konnte durch die Verlagerung von Netto in den Ortsteil Michelfeld und die Ansiedlung von Rossmann am Altstandort eine **Verbesserung der Versorgung (v.a. in der räumlichen Verteilung)** erreicht werden. Gerade die Anbieter in Eichtersheim stellen aber auch für den Gesamtort wesentliche Versorgungsgrundlage dar. Eine **zeitgemäße, wenn auch noch angepasste Aufstellung der örtlichen Anbieter** zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit ist somit von großer Bedeutung auch für den Gesamtstandort Angelbachtal.

4.3.2 Angebotssituation im Marktgebiet

Grafik: Angebotssituation im Einzugsgebiet – Nahrungs- und Genussmittel

Zone	Umsatz in Mio. €	Zentralität	Beschreibung des Angebots	Bewertung
Zone 2	2,6	22%	Keine größeren Anbieter vorhanden, ausschließlich Lebensmittelhandwerk, Kleinstflächenangebote	Kaufkraft fließt ab, Versorgung noch ausbaufähig
Zone 3	28,3	87%	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Bäcker, Metzger, Hofladen, Getränkemarkt, spezialisierte Lebensmittelbetriebe Dühren verfügt ausschließlich über Angebote aus dem Lebensmittelhandwerk und Kleinstflächenangebote <u>Größere Anbieter:</u> Edeka, Penny, Lidl in Mühlhausen	Kaufkraft fließt ab, Versorgung in Teilraum Sinsheim-Dühren noch ausbaufähig, vollständige Versorgung in Mühlhausen

Quelle: imakomm, 2025. Hinweis: inkl. Erweiterung Edeka, Neubau Lidl+Rossmann in Mühlhausen, Wegfall Bio-Supermarkt in Sinsheim-Dühren.

Für das überörtliche Einzugsgebiet ist festzuhalten:

- Der Sinsheimer Stadtteile Waldangelloch und Eschelbach (Zone 2) verfügen über keine umfassenden eigenen Nahversorgungsstrukturen, das Angebot ist auf wenige Betriebe des Ladenhandwerks und Spezialanbieter beschränkt. Durch die räumliche Nähe übernimmt das Angebot in Angelbachtal hier eine wichtige Versorgungsfunktion und eine hohe Marktbedeutung. Eine ausreichende eigene Nahversorgung ist heute nicht gegeben.
- In Zone 3 ist im Sinsheimer Stadtteil Dühren ebenfalls nur ein kleinstrukturiertes Angebot vorhanden und ein hoher Kaufkraftabfluss gegeben, da kein Vollsortimentsangebot durch einen größeren Markt vorhanden ist. In der Nachbarkommune Mühlhausen ist mit Penny, Lidl (zukünftig inkl. Drogeriemarkt) und einem E-Aktiv-Markt ein umfassendes Angebot verschiedener Betriebstypen im Bereich Lebensmittel vorhanden. Hier ist eine überwiegende Gewerbegebietslage der Betriebe festzustellen. In den innerörtlichen Lagen sind nur kleinflächige Betriebe vorhanden.

4.3.3 Angebotssituation im weiteren Umland

Für das weitere Umland gilt:

- Im weiteren Umland ist v.a. das Angebot in dem nächsten größeren zentralen Orten relevant, die das Markgebiet von Angelbachtal eingrenzen. Dabei sind insbesondere die Städte Sinsheim und Östringen zu beachten.
- In den genannten Kommunen findet sich ein weitreichendes Angebot, auch im Bereich SB-Warenhäuser / große Supermärkte sowie auch systemgleiche Anbieter wie beispielsweise Rewe, in Sinsheim.

Hinweis: Im weiteren Umland wurden im Wesentlichen nur die Betriebstypen Supermarkt, Großer Supermarkt, SB-Warenhaus und Lebensmitteldiscounter berücksichtigt. Für diese Betriebstypen wurden durchschnittliche Umsatzwerte angenommen. Betriebe, z.B. aus dem Bereich Ladenhandwerk (Bäcker, Metzger usw.) sowie kleinere Lebensmittelgeschäfte wurden für diesen Bereich nicht berücksichtigt. Die tatsächlichen Umsätze sind damit noch deutlich höher, Auswirkungen damit pro Betrieb geringer. Dennoch lassen sich auf Basis dieser Daten fundierte Aussagen für die Auswirkungen durch ein Vorhaben, wie in Angelbachtal ableiten.

4.4 Gesamtbewertung der Wettbewerbssituation

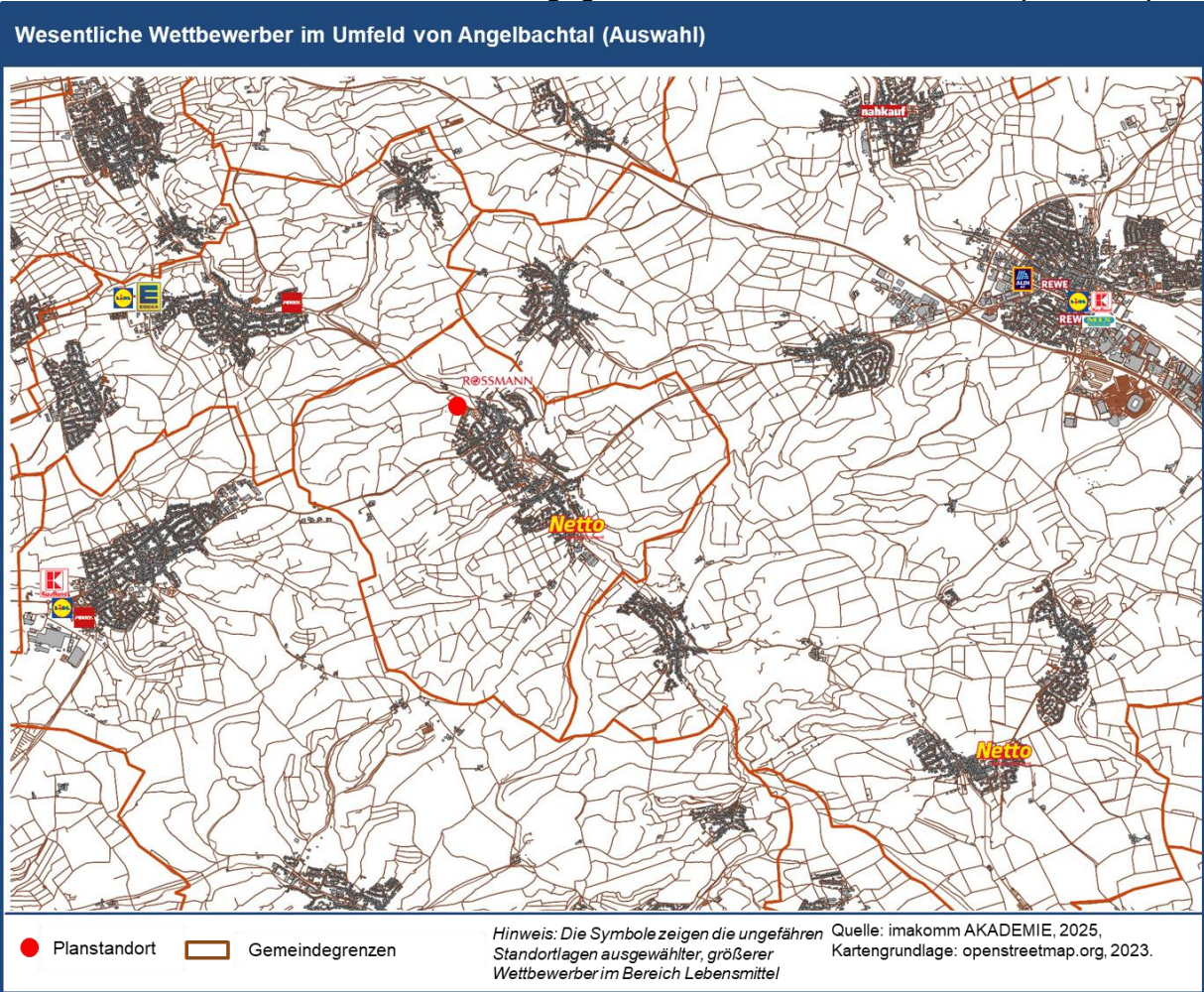
Insgesamt verliert sowohl Angelbachtal als auch das gesamte Einzugsgebiet Kaufkraft an das weitere Umland.

Grafik: Zusammenfassende Bewertung der Ausstattung im Einzugsgebiet

Nahrungs- und Genussmittel	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Untersuchungsraum
Zentralität	126%	22%	87%	84%
Kaufkraftverflechtungen	Kaufkraftzufluss	hoher Kaufkraftabfluss	Kaufkraftabfluss	Kaufkraftabfluss

Quelle: imakomm, 2025.

Grafik: Zentrale Wettbewerber im Einzugsgebiet und im weiteren Umland (Auswahl)



Quelle: imakomm, 2025.

5 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens

Die Ableitung der **Umsatzerwartung (Planumsatz)** des Vorhabens kann sowohl über die Berechnung anhand von Flächenproduktivitäten als auch über die Abschätzung von Marktanteilen erfolgen.

Folgende methodische Hinweise sind hierbei wichtig:

- Die Marktanteilsabschätzung erfolgt über die Berücksichtigung branchenüblicher Marktanteile einzelner Betriebsformen laut offizieller Quellen wie EHI, anhand einer Annäherung über Verkaufsflächenrelationen sowie jeweils unter Berücksichtigung u.a. der Lage des Planstandortes und der Entfernung einzelner Einzugsgebietszonen zum Planstandort und der Wettbewerbssituation in den Einzugsgebietszonen.
- Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. €“ (= „<< 0,1 Mio. €“, hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!).

Hinweis: Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Falle einer Erweiterung eines bestehenden Anbieters immer statt von der Erweiterung vom Gesamtvorhaben, also einer hypothetischen Neuansiedlung ausgegangen werden muss. Da es sich aber in der Realität um eine reine Erweiterung eines bestehenden Betriebes handelt, kann davon ausgegangen werden, dass die wirklichen Auswirkungen deutlich geringer ausfallen würden.

5.1 Umsatz nach Flächenproduktivitäten

Aktuell kann basierend auf aktuellen Flächenproduktivitäten (Umsatz in € pro m² Verkaufsfläche im Jahr) von folgendem Umsatz ausgegangen werden:

Grafik: Umsatzerwartung der Einzelvorhaben nach der Flächenproduktivität

Anbieter	Verkaufsfläche in m ²	Flächenproduktivität in € / m ²	Umsatz in Mio. €
	1=3/2	2	3
Lebensmitteldiscounter	ca. 1.080	8.902⁵	9,6
davon Nahrungs- und Genussmittel	ca. 970		8,7
Bäcker⁶	bis zu 100 geplant ca. 40	--	0,35
Supermarkt	ca. 1.570	4.578⁷	7,2
davon Nahrungs- und Genussmittel	bis zu 1.415		6,5
Bäcker⁸	bis zu 100 geplant ca. 30	--	0,35
Gesamtvorhaben			17,4
davon Nahrungs- und Genussmittel			15,8

Quelle: imakomm, 2025. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁵ Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2024, Hahn Retail Report 2023/24. Für den geplanten Lebensmitteldiscounter werden als Flächenproduktivität für einen leistungsstarken Anbieter (hier Aldi Süd) ca. 8.770 € / m² ausgewiesen. Da es sich bei Standort um eine Einzelhandelsagglomeration handelt, werden überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten (+1-2% Umsatz) angesetzt. Noch höhere Flächenproduktivitäten erscheinen aufgrund von vorhandenen starken Angeboten im weiteren Umland (v.a. Sinsheim) wenig realistisch.

⁶ Für einen Bäcker kann von einem leistungsfähigen Anbieter ausgegangen werden, hierbei sind Umsätze von ca. 0,32 Mio. € für einen durchschnittlichen Bäcker an einem frequentierten Standort anzusetzen. Erst bei Betriebsmodellen mit umfangreicher Gastronomie oder Erlebnischarakter muss von höheren Umsätzen ausgegangen werden (ab ca. 200 m² zu erwarten). Da es sich beim Standort um eine Einzelhandelsagglomeration handelt werden nochmals überdurchschnittliche Umsätze (ca. 0,35 €) für das Vorhaben angesetzt.

⁷ Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2024, Hahn Retail Report 2023/24. Für den geplanten Supermarkt werden als Flächenproduktivität für einen leistungsstarken Anbieter (hier Rewe) ca. 4.510 € / m² ausgewiesen. Da es sich bei Standort um eine Einzelhandelsagglomeration handelt, werden überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten (+1-2% Umsatz) angesetzt. Noch höhere Flächenproduktivitäten erscheinen aufgrund von vorhandenen starken Angeboten im weiteren Umland (v.a. Sinsheim) wenig realistisch.

⁸ Für einen Bäcker kann von einem leistungsfähigen Anbieter ausgegangen werden, hierbei sind Umsätze von ca. 0,32 Mio. € für einen durchschnittlichen Bäcker an einem frequentierten Standort anzusetzen. Erst bei Betriebsmodellen mit umfangreicher Gastronomie oder Erlebnischarakter muss von höheren Umsätzen ausgegangen werden (ab ca. 200 m² zu erwarten). Da es sich beim Standort um eine Einzelhandelsagglomeration handelt werden nochmals überdurchschnittliche Umsätze (ca. 0,35 €) für das Vorhaben angesetzt.

5.2 Umsatz nach Abschätzung von Marktanteilen

Über das so genannte Marktanteilkonzept kann sowohl die **Umsatzerwartung** als auch die **Umsatzherkunft** der Vorhaben abgeschätzt werden. Hierbei werden die Marktanteile in der Standortkommune Angelbachtal selbst als auch im Einzugsgebiet berücksichtigt.

Grafik: Umsatzerwartung nach dem Marktanteilkonzept – Hauptsortiment

Einzugsge- bietszonen:	Nahrungs- und Genussmittel					
	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Vorhandenes Angebot in der jeweiligen Zone (Zentralität)	Einkaufsten- denz nach An- gelbachtal	Marktan- teile in %	Umsatzer- wartung in Mio. €	Umsatzan- teile am Pla- numsatz in %
Zone 1	14,8	49% ⁹	++	60	8,9	56-57
Zone 2	11,6	22%	+	25-30	3,1	19-20
Zone 3	32,3	87%	o	5-10	2,3	14-15
Weiteres Um- land (Streu- umsätze)	Keine Angaben	Keine Angaben	-	Keine Angaben	1,6	ca. 10
Gesamtes Vorhaben:					15,8	100
++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach						

Quelle: imakomm, 2025. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁹ Zentralität ohne das zu verlagernde Vorhaben und die bestehende Standortagglomeration, Umsätze werden vollständig dem weiteren Umland zugerechnet.

Grafik: Umsatzerwartung für das Gesamtvorhaben nach dem Marktanteilkonzept

Marktgebiets- zonen	Randsortimente Gesamtumsatzanteil = ca. 10% * (Lebensmitteldiscounter, Supermarkt – Backshops ohne Randsortiment)		Gesamtvorhaben	
	Umsatzerwartung in Mio. €	Umsatzanteile in %	Umsatzerwartung in Mio. €	Umsatzanteile in %
Zone 1	0,9	53-54	9,8	56-57
Zone 2	0,3	19-20	3,5	19-20
Zone 3	0,2	16-17	3,0	14-15
Weiteres Umland (Streuumsätze)	0,2	ca. 10	1,8	ca. 10
Gesamtes Vorhaben:	1,7	100	17,4	100

* siehe auch Vorgabe Regionalplan: maximal 10% zentrenrelevante Randsortimente

Quelle: imakomm, 2025. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Eine Berechnung des zu erwartenden Planumsatzes anhand von Marktanteilen bestätigt ungefähr den nach der Flächenproduktivität (Ansatz 1) berechneten Umsatzwert:

Nach der Ermittlung des möglichen Planumsatzes ist neben der Prüfung des Integrationsgebotes und Konzentrationsgebots nun auch eine Prüfung des Vorhabens anhand der Prüfkriterien Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot gemäß der aufgezeigten raumordnerischen / planungsrechtlichen Vorgaben möglich.

6 Bewertung des Vorhabens

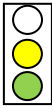
6.1 Integrationsgebot

Nach dem als Soll-Ziel ausgestatteten Integrationsgebot in Plansatz 3.3.7.2 LEP 2002 sollen Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Analyse:

- Das Integrationsgebot dient dem Grundsatz der effektiven Nutzung und Bündelung der Infrastruktur, da es bei Standorten in nicht integrierten Lagen typischerweise zusätzliche Infrastruktureinrichtungen bedarf. Diese Notwendigkeit besteht bei vorliegendem Vorhaben nicht. Bei den Vorhaben handelt es sich um eine **Erweiterung eines bestehenden Betriebes**. Damit sind die erforderlichen infrastrukturellen Einrichtungen bereits vorhanden, ebenso ist eine Neuversiegelung zusätzlicher Flächen außerhalb des Siedlungsgebietes nicht notwendig. Es handelt sich hierbei um einen bereits eingeführten Einzelhandelsstandort.
- Der Planstandort befindet sich in autokundenorientierter Ortsrandlage und ist **verkehrlich voll erschlossen**. Eine direkte **Anbindung an den ÖPNV** ist im Standort gegeben.
- Es kann ein, wenn auch geringes, **fußläufiges Einzugsgebiet** erschlossen werden. Der Planstandort liegt nicht innerhalb eines Bebauungszusammenhangs, schließt sich aber in östlicher Richtung unmittelbar an Wohnbebauung an.
- Aufgrund der städtebaulichen und funktionalen Struktur des Planstandortes und des unmittelbaren Umfeldes können **städtebauliche und verkehrliche Beeinträchtigungen mit Realisierung des Vorhabens ausgeschlossen** werden.

Bewertung:



Das Integrationsgebot ist zunächst nicht erfüllt. Aus gutachterlicher Sicht besteht allerdings in Bezug auf das Integrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:

Es handelt sich um einen eingeführten Einzelhandelsstandort (Erweiterung und nicht Neuansiedlung):

- **Bestehende und genehmigte Einzelhandelsagglomeration**
- **keine städtebaulichen und verkehrlichen Beeinträchtigungen (etablierter Einzelhandelsstandort, daher keine wesentlichen zusätzlichen Verkehrsströme zu erwarten),**
- **vorhandene verkehrliche Erschließung (PKW-, ÖPNV- und Fuß/Radverkehr),**
- **Anschluss an Wohnbebauung,**
- **tatsächliche fußläufige Erreichbarkeit,**
- **infrastrukturelle Einrichtungen bereits vorhanden (keine Neuversiegelung zusätzlicher Flächen = wesentlich veränderte Ausgangsbedingungen im Vergleich zu einer Neuansiedlung).**

6.2 Konzentrationsgebot

Analyse:

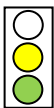
Im einheitlichen Regionalplan für die Region Rhein-Neckar (Kapitel 1.7 Einzelhandelsgroßprojekte) wird der Plansatz 3.3.7 des LEP Baden-Württemberg aufgegriffen, wonach großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Ober- Mittel- und Unterzentren realisiert werden sollen, im Einzelfall aber auch Standorte in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Frage kommen, „wenn dies zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist“. Da Angelbachtal eine Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion ist, kann das Konzentrationsgebot zunächst nicht eingehalten werden. Daher gilt es zu prüfen, ob Kriterium der Sicherung der Nahversorgung für Angelbachtal zum Tragen kommt:

- Das Vorhaben wird die **Funktion zur Sicherung der Nahversorgung übernehmen können, da der Angebotsschwerpunkt des Lebensmittelmarktes klar im kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel liegt**. Die Sicherung der Nahversorgung ist zwar durch die bestehenden Anbieter heute schon gegeben. Jedoch kann durch die geplanten Erweiterungsvorhaben **die Nahversorgung für die Gemeinde Angelbachtal** durch eine zeitgemäße Aufstellung des Anbieters **für die Zukunft gestärkt und damit langfristig erhalten werden**. Dies gilt insbesondere für den Ortsteil Eichtersheim nach der Verlagerung des bestehenden Netto-Marktes in den Ortsteil Michelfeld.
- Darüber hinaus wird durch das Erweiterungsvorhaben des Lebensmitteldiscounters und des Supermarkts auch die Nahversorgung der Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch langfristig sichern (die interkommunale Abstimmung mit der Stadt Sinsheim zur Übernahme der Nahversorgungsfunktion ist hier entsprechend vorzunehmen).

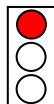
Bewertung:

Zunächst weist die Gemeinde Angelbachtal keine zentralörtliche Funktion auf, weshalb gemäß Landesentwicklungsplan und Regionalplan Einzelhandelsgroßprojekte am Standort zunächst nicht vorgesehen sind. Gemäß Regionalplan ist zur Sicherstellung der Nahversorgung eine Ausnahme allerdings möglich, soweit zusätzlich keine negativen Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung zu erwarten sind.

Aus gutachterlicher Sicht kann das Konzentrationsgebot für das Vorhaben erfüllt werden, wenn im Rahmen einer interkommunalen Abstimmung mit der Stadt Sinsheim eine gemeinsame Nahversorgungsstrategie zwischen Angelbachtal und den angrenzenden Sinsheimer Ortsteilen Eschelbach und Waldangelloch entwickelt wird, so dass die Gemeinde Angelbachtal einen gemeinsamen Nahversorgungsauftrag übernimmt. Dies wurde bereits in der Vergangenheit zwischen der Gemeinde Angelbachtal und der Stadt Sinsheim mit dem Orsteil Waldangelloch umgesetzt.



Wird eine interkommunale Nahversorgungsstrategie erneut umgesetzt, besteht aus gutachterlicher Sicht in Bezug auf das Konzentrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt. Der Nachweis, dass das Vorhaben zur Sicherstellung der Nahversorgung dient, kann erbracht werden.



Ist eine interkommunale Nahversorgungsstrategie nicht mehr erwünscht, kann das Konzentrationsgebot nicht erfüllt werden

6.3 Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot fordert, dass grundsätzlich **mindestens 70% des Planumsatzes** im betrachteten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel **aus dem zentralörtlichen Verflechtungsbereich einer Kommune** stammen müssen. Angelbachtal weist keine zentralörtliche Funktion auf und verfügt damit auch über kein überörtliches Einzugsgebiet.

Grundsätzlich gilt: **Für die Bewertung nach dem Prüfkriterium Kongruenzgebot ist das Gesamtvorhaben relevant.**

Analyse:

- Die Umsatzherkünfte werden prozentual dargestellt. Sie ergeben sich aus der rechnerischen Gegenüberstellung der Umsatzerwartung aus einer Zone und dem gesamten möglichen Planumsatz. Zur Nachvollziehbarkeit dienen die Daten in den Tabellen des Kapitels „Umsatzerwartung und Umsatzherkunft“. Im Folgenden werden zunächst die Umsatzerwartungen nochmals detailliert aufgezeigt, die dann für die Bewertung des Gesamtvorhabens relevant werden.
- Bei einer hypothetischen Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters und des Supermarkts am Standort Wusseldornstraße werden ca. 56-57% des Planumsatzes (ca. 9,8 Mio. €) aus Zone 1 (Angelbachtal) stammen. Aufgrund der zu erwartenden hohen Umsätze aus dem weiteren Einzugsgebiet sowie aus dem Umland kann das Kongruenzgebot somit für das Vorhaben zunächst nicht erfüllt werden.
- Angelbachtal besitzt jedoch faktisch schon aufgrund der Ausstattung und der räumlichen Nähe eine Versorgungsfunktion für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch. Ist auch in Zukunft die Übernahme der Versorgungsfunktion für die beiden Stadtteile möglich (eine Abstimmung mit der Stadt Sinsheim ist hier Grundlage), so würden **ca. 75-76% der Umsätze aus diesem Versorgungsbereich (Zone 1 und 2) stammen.**

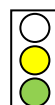
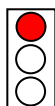
Die einzelnen prozentualen Anteile werden zusammenfassend dargestellt:

Grafik: Umsatzanteile der Umsatzerwartungen dargestellt nach Zonen

Marktgebietszonen:	Gesamtvorhaben			
	Umsatzerwartung in Mio. €	Umsatzanteile	Umsatzanteile aus dem Zentralörtlichen Verflechtungsbereich	Umsatzanteile aus möglichem interkommunalen Versorgungsbereich
Zone 1	9,8	56-57	56-57%	75-76%
Zone 2	3,4	19-20		
Zone 3	2,5	14-15		
Weiteres Umland (Streuumsätze)	1,7	ca. 10		
Gesamtes Vorhaben:	17,4	100%		

Quelle: imakomm, 2025. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Bewertung:



Das Kongruenzgebot wird formal zunächst nicht eingehalten. Es stammen lediglich ca. 56-57% der Umsätze aus der Gemeinde Angelbachtal.

Auf Basis einer möglichen interkommunalen Abstimmung mit der Stadt Sinsheim könnte Angelbachtal allerdings die Nahversorgungsfunktion für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch in Teilen übernehmen. Damit bestehen hier aus gutachterlicher Sicht Gründe, die für eine Raumverträglichkeit des Vorhabens sprechen.¹⁰ Für das Vorhaben stammen dann ca. 75-76% der Umsätze aus der Standortgemeinde und den Sinsheimer Stadtteilen Waldangelloch und Eschelbach.

¹⁰ Vgl. Regionalplan Z 1.2.4: „Für den baden-württembergischen Teilraum sind die Nahbereiche als Verflechtungsbereiche der Unter- und Kleinzentren in der Raumstrukturkarte als Vorschlag dargestellt; die dargestellte Nahbereichsabgrenzung ist hier nicht verbindlich.“

6.4 Beeinträchtigungsverbot

6.4.1 Bewertungsweg Kaufkraftströme und Auswirkungen

In der folgenden Darstellung wird aufgezeigt, wie detailliert Kaufkraftströme und die daraus resultierenden Auswirkungen in den einzelnen Zonen berücksichtigt werden, sowie in Angelbachtal selbst auch für die einzelnen Standortlagen. In den weiteren Zonen erfolgte die Bewertung in der gleichen Ausführlichkeit. Die Ergebnisse sind hier in tabellarischer Form dargestellt.

Insbesondere im Bereich der **Nahversorgung** findet eine differenzierte Betrachtung nach Standortlagen, die der Nahversorgung dienen statt. Hier ist insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zu unterscheiden zwischen dem regionalplanerisch abgegrenzten Versorgungskern sowie den weiteren Standortlagen, die der Nahversorgung dienen. Neben diesen Standortlagen in Angelbachtal selbst, findet zudem eine detaillierte Betrachtung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte im gesamten Einzugsgebiet statt. Diese werden in nachfolgender tabellarischer Übersicht dargestellt.

Hinweis: Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt in der tabellarischen Übersicht mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. € (= „<< 0,1 Mio. €“, hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!). Dies führt dazu, dass in der folgenden Darstellung einzelne Umverteilungsquoten bei dieser „ca.-Darstellung“ zu hoch oder zu niedrig scheinen. Grund sind die damit verbundenen Rundungsdifferenzen aufgrund der Darstellung. Die Quoten wurden aber mit den genauen Werten errechnet.

Hinweis: Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Falle einer Erweiterung eines bestehenden Anbieters immer statt von der Erweiterung vom Gesamtvorhaben, also einer hypothetischen Neuansiedlung ausgegangen werden muss (gesamte Agglomeration). Da es sich aber in der Realität um eine reine Erweiterung eines bestehenden Betriebes handelt, kann davon ausgegangen werden, dass die wirklichen Auswirkungen deutlich geringer ausfallen würden.

Analyse:**Kaufkraftströme in Zone 1:**

In **Angelbachtal** wird durch die angenommene Ansiedlung (hypothetisch) von zwei leistungsfähigen zusätzlichen Anbietern vorrausichtlich ein Planumsatz in Höhe von ca. 15,8 Mio. € im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel generiert. Dabei ist entsprechend dem Marktanteilskonzept von einem Umsatz von ca. 8,9 Mio. € durch Kunden aus Zone 1 auszugehen.

Unter der hypothetischen Annahme einer kompletten Neuansiedlung (statt der reinen Erweiterung) ist zu erwarten, dass durch das Gesamtvorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine **Erhöhung der gesamten Kaufkraftkraftbindung von ca. 34-35% auf ca. 93-94%** erfolgt. Dies entspricht einer **Rückholung heute abfließender Angelbachtaler Kaufkraft von ca. 8,8 Mio. €**. Da heute durch die bestehenden Märkte bereits ca. 7,7 Mio. € Angelbachtaler Kaufkraft am Standort gebunden werden (= hypothetische Kaufkraftrückholung), beträgt die **tatsächliche Kaufkraftrückholung ca. 1,1 Mio. €**. Diese teilt sich entsprechend der vorhandenen Angebotsstruktur unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftströme (berechnet auf Basis der vorhandenen Angebote, Standortbedeutungen und Verkaufsflächenrelation) zu 0,2 Mio. € auf die Zone 3 und zu 0,9 Mio. € auf das weitere Umland auf. Da in Zone 2 kein Anbieter mit einem umfassenden Nahversorgungsangebot besteht, sind hier keine entsprechenden Kaufkraftrückholungen zu erwarten. Damit finden **Umsatzumverteilungen gegen Standortlagen in Angelbachtal in Höhe von ca. 0,1 Mio. €** statt.

Kaufkraftströme in Zone 2:

Der Planumsatz mit Kaufkraft aus Zone 2 beträgt rund **3,1 Mio. €**. In **Zone 2** ist eine vergleichsweise geringe Versorgung im Bereich Lebensmittel gegeben, so dass eine Einkaufstendenz nach Angelbachtal, auch durch die räumliche Nähe, klar gegeben ist. Allerdings sind durch die vorhandenen Angebotsstrukturen ebenso weitere Standortlagen im weiteren Umland zu berücksichtigen. Insgesamt werden von der Kaufkraft aus Zone 2 ca. **0,2 Mio. € gegenüber Standortlagen in Angelbachtal umverteilt** und **weniger als 0,1 Mio. € gegenüber Anbietern in Zone 2 selbst**. Ebenso sind Umverteilungen in **Zone 3** in Höhe von **0,2 Mio. €**, sowie im **weiteren Umland** von **ca. 2,6 Mio. €** zu berücksichtigen.

Kaufkraftströme in Zone 3:

Aus **Zone 3** sind Umsätze in Höhe von ca. **2,3 Mio. €** zu erwarten. Derzeit besteht in Mühlhausen ein eigenes Lebensmittelangebot, welches eine rechnerische Vollversorgung gewährleistet. Kaufkraftabflüsse sind vorrangig anbieterspezifisch zu berücksichtigen. Der Sinsheimer Stadtteil Dühren verfügt nur über eine kleinteilige Angebotsstruktur. Entsprechend sind hier, trotz größer werdender Entfernung vergleichsweise hohe Kaufkraftströme nach Angelbachtal zu erwarten. Auf Basis der Berechnungen anhand der Verkaufsflächenrelation und Angebotsstrukturen sind Umverteilungen gegenüber **Zone 3** selbst von **1,1 Mio. €** zu erwarten. Die weiteren Umverteilungen belaufen sich gegenüber

Zone 1 auf ca. 0,1 Mio. €, gegenüber Zone 2 mangels Angebots auf deutlich weniger als 0,1 Mio. € und gegen das weitere Umland auf ca. 1,1 Mio. €.

Kaufkraftströme im weiteren Umland:

Kaufkraftströme im weiteren Umland: Aus dem **weiteren Umland** kann mit einem **Umsatz in Höhe von 1,6 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel** gerechnet werden. Dieser ist aufgrund von Einkaufs- und Pendlerverflechtungen zu erwarten und nicht genau räumlich zu verorten.

Bei dem in der vorliegenden Auswirkungsanalyse betrachteten Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel handelt es sich um ein **nahversorgungsrelevantes Sortiment**. Damit ist von **nicht unwesentlichen Beeinträchtigungen bei einem Umsatzverlust ab ca. 10%** auszugehen.

Auswirkungen in Zone 1:

Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden in Zone 1 (Angelbachtal) derzeit Lebensmittelumsätze in einer Größenordnung von ca. 7,2 Mio. € pro Jahr (ohne die bestehende Handelsagglomeration!) generiert. Mit der hypothetischen Neuansiedlung der Handelsagglomeration sind Umverteilungen gegenüber Anbietern in Zone 1 mit Kaufkraft aus Zone 1 in einer Größenordnung von ca. 0,1 Mio. € zu erwarten (8,9 Mio. € Planumsatz aus Zone 1 abzüglich der Kaufkraftrückholung in Zone 1 in Höhe von ca. 8,8 Mio. € pro Jahr durch die Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote), aus Zone 2 von ca. 0,2 Mio. € und aus Zone 3 von ca. 0,1 Mio. €. Die **umzuverteilenden Umsätze** belaufen sich damit auf insgesamt **ca. 0,4 Mio. €**. Entsprechend ergibt sich für **Angelbachtal insgesamt** eine Umverteilungsquote von durchschnittlich ca. 6-7% gegen Standortlagen in Angelbachtal. (Berechnung: (ca. 0,4Mio. € / ca. 7,2 Mio. €).

Relevant sind dabei in Angelbachtal selbst vor allem diejenigen Umverteilungen, die tatsächlich Auswirkungen auf die **Nahversorgungsstrukturen von Angelbachtal** haben können (Ermittlung der Umverteilung gemäß Verkaufsflächenrelation). In der nachfolgenden tabellarischen Übersicht werden deshalb **verschiedene Standortlagen** im Detail betrachtet und die zentralen Ergebnisse dargestellt.¹¹

¹¹ Grundlage für die dargestellten Umsatzumverteilungen nach Standortlagen ist die Verkaufsflächenrelation sowie soweit notwendig eine zusätzliche Bewertung gemäß am Standort vorhandener unterschiedlicher Betriebstypen.

Auswirkungen in Zone 2

Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel wird derzeit in Zone 2 ein Umsatzvolumen in Höhe von ca. 2,6 Mio. € pro Jahr erwirtschaftet. Auf Grundlage der Verkaufsflächenrelation, Entfernungen und Ausstattung werden in Zone 2 selbst weniger als 0,1 Mio. € umverteilt, während sich die Umverteilungen aus Zone 3 auf deutlich weniger als 0,1 Mio. € belaufen, sind Umverteilungen durch Kaufkraftrückholung in die Zone 1 sind aufgrund der Angebotsstrukturen nicht zu erwarten. Damit sind gegenüber Zone 2 insgesamt Umverteilungen von weniger als 0,1 Mio. € zu erwarten ($<0,1 \text{ Mio. €} + <0,1 \text{ Mio. €}$). Dies entspricht einer durchschnittlichen **Umverteilungsquote für die gesamte Zone 2** unter Berücksichtigung des Gesamtumsatzes der vorhandenen Standortlagen **von ca. 2-3%**.

Bei einer detaillierten Betrachtung nach Kommunen und einzelnen Standortlagen, zeigt sich, dass nur geringe **Umsatzumverteilungen** deutlich **unter dem Schwellenwert von 10% auf Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen** zu erwarten sind (siehe nachfolgende tabellarische Übersicht).

Auswirkungen in Zone 3

In der Zone 3 werden durch die bestehenden Angebote Umsätze in Höhe von ca. 26,3 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel erwirtschaftet. Entsprechend den Berechnungen auf Basis der Verkaufsflächenrelation und Angebotsstrukturen ist von Umverteilungen gegen die Zone 3 selbst von ca. 1,1 Mio. € auszugehen, aus Zone 2 von ca. 0,2 Mio. €. Zudem besteht eine Kaufkraftrückholung von Zone 1 in Höhe von ca. 0,2 Mio. €. Insgesamt bestehen somit Umverteilungen gegenüber Zone 3 von ca. 1,5 Mio. € ($\text{ca. } 1,1 \text{ Mio. €} + \text{ca. } 0,2 \text{ Mio. €} + \text{ca. } 0,2 \text{ Mio. €}$), woraus eine durchschnittliche **Umverteilungsquote für die gesamte Zone 3** unter Berücksichtigung des Gesamtumsatzes der vorhandenen Standortlagen **von ca. 5-6%** resultiert.

Da auch in Zone 3 Anbieter mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel vorhanden sind, erfolgt eine differenzierte Betrachtung nach den einzelnen Kommunen (siehe nachfolgende tabellarische Übersicht). Dabei sind **Umsatzumverteilungen unter dem Schwellenwert von 10% auf Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen** zu erwarten

Auswirkungen auf sonstige Wettbewerbsstandorte im weiteren Umland

Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel werden im **weiteren Umland** ca. 1,6 Mio. € des Planumsatzes für das Vorhaben generiert (= Streuumsätze). Zusätzlich werden ca. 0,9 Mio. € bisher aus Angelbachtal abfließende Kaufkraft nach Angelbachtal aus dem weiteren Umland zurückgeholt (= tatsächliche Erhöhung Kaufkraftbindungsquote in Zone 1). Zudem finden Umsatzumverteilungen aus Zone 2 in Höhe von ca. 2,6 Mio. € und aus Zone 3 von ca. 1,1 Mio. € statt. Damit ergibt sich ein **umverteilungswirksamer Umsatz von ca. 6,1 Mio. €**.

Aufgrund einer quantitativ und auch qualitativ guten Versorgungsstruktur im weiteren Umland ist dort von hohen Umsätzen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von leistungsstarken Anbietern auszugehen. Folglich lassen sich nur **Umverteilungen für einzelne Standortlagen von unter 10% ableiten**. Details siehe nachfolgende Übersicht.

6.4.2 Tabellarische Übersicht – Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Die folgenden Übersichten zeigen die zentralen Kaufkraftströme und Auswirkungen für das Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel auf. Wichtig bei dieser Betrachtung: die Berechnungen beziehen sich darauf, dass der heute vorhandene Lebensmittelmarkt in Angelbachtal sowie der in Agglomeration befindliche Lebensmitteldiscounter nicht vorhanden ist (hypothetische Neuansiedlung).

Umsatzherkunft					Angaben in Mio. €
Umsatz aus	15,8				
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Streuumsätze	
	8,9	3,1	2,3	1,6	
Kaufkraftströme					
Erhöhung Kaufkraftbindungsquote von	34-35%				
auf	93-94%				
Kaufkraftrückholung davon aus	8,8 (7,7)*				
Zone 2	--				
Zone 3	0,2				
weiteres Umland	0,9				
Umverteilungen gegen	Umsatz aus				
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Streuumsätze	
	0,1	0,2	0,1		
		<0,1	<<0,1		
		0,2	1,1		
Zone 1					
Zone 2					
Zone 3					
weiteres Umland		2,6	1,1	1,6	

* Von der gesamten Kaufkraftrückholung umfassen ca. 7,7 Mio. € hypothetische Kaufkraftrückholungen, die heute bereits am Standort gebunden werden (siehe hypothetische Neuansiedlung). Diese Kaufkraft stellt damit lediglich eine rechnerische Größe dar, die eigentlich nicht aus dem weiteren Umland zurückgeholt wird – und da es sich um Angelbachtaler Kaufkraft handelt – auch nicht zu Lasten von Umlandstandorten gerechnet werden darf. Die tatsächliche Kaufkraftrückholung beträgt somit ca. 1,1 Mio. €.

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Umverteilungen						Angaben in Mio. €
Umverteilungen gegen	aus Zone 1	aus Zone 2	aus Zone 3	durch Streu- umsätze	durch Kaufkraft- rückholung	GESAMT
Zone 1	0,1	0,2	0,1			0,4
Zone 2		<0,1	<<0,1		--	<0,1
Zone 3		0,2	1,1		0,2	1,5
weiteres Umland		2,6	1,1	1,6	0,9	6,1

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Umverteilungsquoten				Angaben in Mio. €
Umverteilungen gegen	Umverteilungen	Umsatz vor Ort	Ø-Umverteilungsquote	
Zone 1	0,4	7,2	6-7%	
Zone 2	<0,1	2,6	2-3%	
Zone 3	1,5	28,3	7-8%	
Weiteres Umland	6,1	>90	6-7%	

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Umverteilungsquoten im Detail		Angaben in Mio. €
Umverteilungen gegen	Umverteilungen	Umverteilungsquote
Zone 1		
Ortskerne Angelbachtal (v.a. Lebensmittelhandwerk, Randsortimente)	<0,1	2-3%
Nahversorgungsstandort Michelfeld (v.a. Anbieter Netto)	0,4	8-9%
Sonstige Lagen (v.a. Hofladen, Randsortimente)	<0,1	3-4%
Zone 2		
Sinsheim – Waldangelloch* (v.a. Lebensmittelhandwerk)	<0,1	1-2%
Sinsheim – Eschelbach* (v.a. Lebensmittelhandwerk)	<0,1	2-3%
Zone 3		
Sinsheim – Dühren (v.a. Anbieter Biomarkt, Lebensmittelhandwerk)	<0,1	2-3%
Mühlhausen	1,4	5-6%
Mühlhausen Ortsmitte ** (v.a. Lebensmittelhandwerk)	<0,1	2-3%
Mühlhausen Standortlage Ost (v.a. Anbieter Penny)	0,2	6-7%
Mühlhausen Standortlage West (v.a. Anbieter Edeka, Lidl)	1,2	5-6%
Sonstige Lagen (v.a. Lebensmittelhandwerk)	<0,1	1-2%
Weiteres Umland		
Sinsheim	3,8	5-6%
davon Zentraler Versorgungsbereich (v.a. Anbieter Rewe, Rewe, Lidl, Kaufland)	3,5	6-7%
davon Nahversorgungsstandort Hoffenheim (v.a. Anbieter Nahkauf)	0,1	7-8%
Östringen	2,3	5-6%
davon Zentraler Versorgungsbereich (kein Lebensmittelmarkt vorhanden)	<0,1	<<5%

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

* Hinweis: Angebot beschränkt sich auf hier Bäcker, Metzger usw. / keine größeren relevanten Nahversorgungsbetriebe in dieser Lage vorhanden.

** Hinweis: in den Ortskernlagen von Mühlhausen ist das Angebot auf kleinflächige Angebote (Lebensmittelhandwerk) begrenzt.

Hinweis: Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Falle einer Erweiterung eines bestehenden Anbieters immer statt von der Erweiterung vom Gesamtvorhaben, also einer hypothetischen Neuansiedlung ausgegangen werden muss. Da es sich aber in der Realität um eine reine Erweiterung eines bestehenden Betriebes handelt, kann davon ausgegangen werden, dass die wirklichen Auswirkungen deutlich geringer ausfallen würden.

Hinweise zu Standortlagen mit den höchsten Umsatzumverteilungsquoten:

Hinweis: Der Schwellenwert für zu erwartende schädliche Auswirkungen auf einzelnen Standortlagen liegt wie dargestellt bei ca. 10%. Dieser stellt jedoch lediglich einen Orientierwert dar. Auch bei Umsatzumverteilungen unter 10% können im Einzelfall schädliche Auswirkungen auftreten. Vor diesem Hintergrund werden Standorte, die Umsatzumverteilungen von über 5% aufweisen nochmals im Detail hinsichtlich einer möglichen Gefährdung betrachtet:

- *In Angelbachtal selbst ist bei einer hypothetischen Neuansiedlung für den Nahversorgungsstandort in Michelfeld mit Umverteilungen von 8-9% zu rechnen. Der vorhandene Markt ist modern und in der Warenpräsentation zeitgemäß aufgestellt (geplante Erweiterung berücksichtigt – und übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für den Ortsteil Michelfeld – räumliche Verteilung der Anbieter macht eine möglichst breite Deckung der Nahversorgung möglich). Durch die Funktion und zeitgemäße Aufstellung ist mit dem geplanten Vorhaben nicht mit schädlichen, ggf. den Standort gefährdenden Auswirkungen zu rechnen. Die Standortlage wird auch nach Vorhabenrealisierung erhalten bleiben.*
- *Die Nachbarkommune Mühlhausen (Zone 3) weist Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 5-6% auf. Gerade die im Westen gelegene Handelsagglomeration kann vergleichbare Strukturen wie der Planstandort verzeichnen und stellt einen, unter Berücksichtigung der aktuellen Erweiterungen sogar noch leistungsfähigeren Handelsstandort als in Angelbachtal dar. Der vorhandene Lebensmitteldiscounter im östlichen Gemeindegebiet übernimmt von Größe und Struktur eine vorrangige Nahversorgungsfunktion, die er auch zukünftig halten wird. Insgesamt können damit schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgungsanlagen aufgrund deren Leistungsfähigkeit und Funktion ausgeschlossen werden.*
- *Im weiteren Umland sind v.a. leistungsfähige Handelslagen betroffen, die aufgrund vorhandener Strukturen und Handelsagglomerationen keine schädlichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen erwarten lassen. Im Zentralen Versorgungsbereich von Sinsheim sind Umverteilungen von 6-7% zu erwarten, die vor allem daraus resultieren, dass Kaufkraft aus den Ortsteilen Waldangeloch und Eschelbach (ca. 2,6 Mio. €) bei einem nicht hypothetisch nicht bestehenden Anbieter in Angelbachtal von den Ortsteilen zusätzlich zunächst in Sinsheim gebunden werden und durch das Vorhaben wieder zurückgelenkt werden. Im Rahmen einer gemeinsamen interkommunalen Versorgungsstrategie zwischen Sinsheim und Angelbachtals würde diese Umsätze (aus Waldangeloch und Eschelbach auch strategisch im Sinne einer ortsnahe Versorgung gewollt) wieder nach Angelbachtal fließen. Die dargestellten Umsatzumverteilungen sind damit deutlich höher als tatsächlich zu erwarten (siehe Bewertung als hypothetische Neuansiedlung). Entsprechend hohe*

Umsatzumverteilungen sind auch in Hoffenheim (ca. 7-8%) vor allem auf diesen Effekt zurückzuführen, da der Standort von Eschelbach aus, ähnlich wie die Kernstadt von Sinsheim zu erreichen ist. In der Realität wird damit keiner der angeführten Standorte in seinem Bestand gefährdet. Schädliche Auswirkungen sind damit nicht zu erwarten.

In den Zentralen Ortskernlagen von Östringen sind Auswirkungen von deutlich unter 5% zu erwarten, da hier keine Lebensmittelmärkte mit einem Vollsortiment bestehen. Vorhandene größere Lebensmittelmärkte (Anbieter Kaufland, Lidl, Penny) liegen in einer Einzelhandelsagglomeration in westlicher Ortsrandlage.

Wichtig: Zentrale Versorgungsbereiche / Ortsmitten und jede Nahversorgungslage insgesamt werden damit nicht gefährdet!

6.4.3 Bewertung des Gesamtvorhabens



Für Angelbachtal sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in diesem nahversorgungsrelevanten Sortiment zu erwarten. Die Umverteilungen bewegen sich aber bei einer Bewertung nach einzelnen Standortlagen in einem Bereich, wonach in den Standortlagen durch das Vorhaben keine städtebaulichen negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Für die einzelnen Standorte werden die Auswirkungen ausschließlich „erlaubte“ wettbewerbliche Auswirkungen nach sich ziehen. Zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen werden nicht gefährdet.

Für Zone 2 und Zone 3 sowie im weiteren Umland sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche / Ortskerne zu erwarten. Auch sind bestehende Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen nicht gefährdet.

Das Beeinträchtigungsverbot wird damit eingehalten

7 Konsequenzen und Empfehlung

Konsequenzen:

- Das Erweiterungsvorhaben am Standort Wusseldornstraße wird eine zukunftsfähige Aufstellung und damit Sicherung der bestehenden Nahversorgungslage für den Ortsteil Eichtersheim und auch für die Gesamtgemeinde mit sich bringen.
- Für **Angelbachtal** sind durch die Ansiedlung eines leistungsstarken Anbieters im Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit dem abgeleiteten Planumsatz **keine negativen städtebaulichen Auswirkungen** zu erwarten.

Auch für das **Umland** sind **keine negativen Auswirkungen** durch die geplanten Erweiterungen der Anbieter aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel in Angelbachtal auf die Versorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen, die der Nahversorgung dienen, zu erwarten.

- Das Kongruenzgebot kann für den Markt zunächst nicht eingehalten werden. Das Vorhaben wird eine Versorgungsfunktion für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch mit übernehmen, die heute über eine deutlich unterdurchschnittliche Versorgung verfügen und damit auch eine, räumlich begründete, starke Tendenz an den Standort Angelbachtal erwarten lassen. Auf Basis einer möglichen **interkommunalen Abstimmung** mit der Stadt Sinsheim könnte Angelbachtal die **Nahversorgungsfunktion für die Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch in Teilen übernehmen**. Damit bestehen hier aus gutachterlicher Sicht Gründe, die für eine Raumverträglichkeit des Vorhabens sprechen.

Für Zone 1 und 2 ist nach Realisierung des Vorhabens eine Gesamtzentralität von ca. 95% zu erwarten. Damit kann das Vorhaben eine Nahversorgung für die Ortschaften gewährleisten und damit eine wichtige Versorgungsfunktion übernehmen.

Empfehlung:

Aus gutachterlicher Sicht bestehen keine raumordnerischen und städtebaulichen Bedenken zur Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters und Supermarkts am Standort Angelbachtal, Wusseldornstraße. Durch die räumliche Lage des Planstandortes gelingt es, eine zukunftsfähige Aufstellung einer bestehenden Nahversorgungslage und damit eine Stärkung der Versorgungssituation am Gesamtstandort Angelbachtal sowie den Sinsheimer Stadtteilen Eschelbach und Waldangelloch zu erreichen. Somit ist eine Erweiterung vor diesem Hintergrund zu befürworten.

Voraussetzung ist, dass eine Abstimmung bezüglich der Versorgungsfunktion der Sinsheimer Stadtteile Eschelbach und Waldangelloch zwischen der Gemeinde Angelbachtal und der Stadt Sinsheim (wie bisher bereits praktiziert) erfolgt.

Wird eine gemeinsame Versorgungsstrategie nicht mehr verfolgt, kann das Vorhaben aus gutachterlicher Sicht nicht befürwortet werden, da dann Ziele der Raumordnung nicht eingehalten werden können.

8 Hinweise zur Methodik

8.1 Methodischer Ansatz

Für eine valide und fundierte Bewertung des Vorhabens sind insbesondere folgende **Schritte** vorzunehmen:

- Kurze Darstellung des Rechtsrahmens in Form von Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus in Baden-Württemberg,
- nähere Definition des Vorhabens (Daten zum Vorhaben, Planstandort),
- Begehung des Planstandortes und Erfassung Bestandsdaten / Wettbewerbssituation,
- Ist-Analyse der planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation,
- Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens durch Analyse der Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens sowie durch die Darstellung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen,
- Bewertung des Vorhabens gemäß der relevanten raumordnerischen Prüfkriterien.

Daten und Unterlagen:

Für die Auswirkungsanalyse wurden v.a. folgende **Daten und Unterlagen** verwendet und berücksichtigt:

- „Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg“¹² als raumordnerische Bewertungsgrundlage (Abschnitt 3.3.7),
- „Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar“ (2014).

¹² Für die Bewertungskriterien (hierbei v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) kann als Anhalts- und Orientierungswert auf die Kriterien der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001 zurückgegriffen werden (vgl. BRS Bd. 85 Nr. 77 (VGH Baden-Württemberg, 24.10.2017, 5 S 1003/16).

Datengrundlage Bestandsdaten:

- Quantitative und qualitative Erfassung der projektrelevanten Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im weiteren Umland. Zentrale Grundlagendaten stammen aus Bestandserhebungen im Frühjahr 2023, aktualisiert um Einzelhandelsdaten der Stadt Sinsheim von Herbst 2023. Im Rahmen der Auswirkungsanalyse erfolgte zudem eine zusätzliche Datenkontrolle per Desktoprecherche im April 2024 (siehe Schließung neueröffneter Biomarkt in Sinsheim und Verlagerung des Anbieters MixMarkt an diesen Standort). In 2025 wurden zusätzlich geplante Bestandsänderungen in Mühlhausen (Edeka, Lidl, Rossmann) sowie der Wegfall der Biosupermärkte in Sinsheim (auch Sinsheim-Dühren) sowie damit verbundene Anbieterrochaden berücksichtigt.

Hinweis: Die imakomm wendet grundsätzlich das Verfahren einer sortimentsscharfen Bestandserhebung an, d.h. es werden bei einem Anbieter sowohl Haupt- als auch wesentliche Randsortimente erfasst. Diese gehen differenziert in die Bestandsdaten (Verkaufsflächen) ein. Mögliche Abweichungen bei den Bestandszahlen (Verkaufsflächen, Umsätze) von anderen Gutachten sind mit großer Wahrscheinlichkeit auf diese sortimentsscharfe Bestandserfassung zurückzuführen.

Fazit:

Durch die Gesamterhebung der planobjektrelevanten Anbieter im gesamten Einzugsgebiet gemäß quantitativen und qualitativen Kriterien liegen **belastbare Bestandsdaten** vor. Hinweis: Mögliche Abweichungen bei den Bestandszahlen (Verkaufsflächen, Umsätze) von anderen Gutachten sind mit großer Wahrscheinlichkeit auf die sortimentsscharfe Bestandserfassung zurückzuführen (wird nicht immer im Rahmen von Gutachten durchgeführt).

8.2 Methodik der Kaufkraftberechnung:

(1) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.

Grafik: Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe

Primäreinkommen	Transfereinkommen	Vermögensverbrauch	Konsumkreditaufnahme
potenzielle Kaufkraft			
verfügbare Kaufkraft = verfügbares Einkommen			Steuern + Sozialversicherungsbeiträge
Konsumtive Kaufkraft		Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand	
ungebundene (freie) Kaufkraft		gebundene Kaufkraft ¹³⁾	
einzelhandelsrelevante Kaufkraft	dienstleistungsrelevante Kaufkraft		

Quelle: Statistisches Landesamt, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

(2) Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) oder von Michael Bauer Research (mbResearch) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Die imakomm verwendet GfK-Daten, welche allgemein anerkannt sind und in der Regel leicht unter den Werten vom mbResearch liegen. Daher wird auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf diese Daten zurückgegriffen.

¹³ Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte.

(3) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemeinden berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und sowohl von der GfK als von mbResearch errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.

8.3 Hinweise

Hinweise zu Begrifflichkeiten:

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden die Begriffe „Lebensmittel“ bzw. Food-Bereich und „Nahrungs- und Genussmittel“ synonym verwendet. Gleiches gilt für die Begriffe „Gesundheit / Körperpflege“ und „Drogeriewaren“.

Hinweise zu Berechnungen:

Um eine Scheingenauigkeit zu vermeiden, wird praktisch an allen Stellen im Rahmen der Untersuchung mit „ca.-Werten“ gearbeitet. Rundungsdifferenzen sind somit nicht zu vermeiden, sie haben aber keinerlei Auswirkung auf die zentralen Ergebnisse / Aussagen.

Für sämtliche Berechnungen von Umsätzen (Planumsätze, Bestandsumsätze) werden grundsätzlich belastbare Durchschnittswerte v.a. folgender Quellen wie EHI (EuroHandelsInstitut, Köln) und IfH (Institut für Handelsforschung) sowie BBE (Ermittlung zentraler Struktur- und Marktdaten für Baden-Württemberg und Bayern) verwendet. Diese Durchschnittswerte werden dann auf die jeweilige Vor-Ort-Situation angewandt und ggf. leicht korrigiert. Die verwendeten Quellen werden an entsprechender Stelle der Untersuchung dokumentiert.