



**BADEN
WÜRTTEMBERG**
GMBH
BERATUNGSGESELLSCHAFT
HANDEL UND KOMMUNE

**Markt- und Standortanalyse
Lebensmittelmarkt
(Edeka-Vollsortimenter)
Stadt
Hornberg**

Juli 2012

Inhaltsverzeichnis

Seite

1. Aufgabenbeschreibung und Objektplanung	2
2. Allgemeine Branchendaten Lebensmittel	5
2.1 Vorbemerkung	5
2.2 Marktdaten Lebensmittel	5
2.2.1. Umsatz und Marktanteile	5
2.2.2. Anzahl der Märkte und Versorgungsgrad	7
2.2.3. Verkaufsflächenentwicklung	8
2.2.4. Flächenausstattung	9
2.3 Leistungskennzahlen	11
3. Umsatzmöglichkeit	12
4. Kundeneinzugsgebiet	13
4.1 Makro-Standort (Standortgemeinde)	13
4.2 Berufspendlerströme	14
4.3 Einwohner	14
4.4 Entfernungen	15
4.5 Regional bedeutsame Einlaufsstädte im Lebensmittelbereich im Umland	16
5. Kaufkraftberechnungen	19
5.1 Verbrauchsausgabe Lebensmitteleinzelhandel	19
5.2 Marktpotenzial	19
5.3 Kaufkraft durch die Gäste	20
6. Relevanter Besitz (Lebensmitteleinzelhandel) in Hornberg	21
7. Ausstattungsgrad (Vollversorgung)	22
8. Markt- und Umsatzchancen	24
9. Umsatzumverteilung	27
10. Zusammenfassung und Ergebnis	28

1. Aufgabenbeschreibung und Objektplanung

Die Stadt Hornberg erteilte Anfang Juni 2012 der BBE Beratungsgesellschaft Baden-Württemberg GmbH in Freiburg den Auftrag zur Erstellung einer gutachterlichen Stellungnahme (Marktverträglichkeitsuntersuchung) gemäß BBE-Angebot vom Mai 2012 für die Betriebsverlagerung des bestehenden Edeka-Lebensmittelmarktes, betrieben durch den Kaufmann Baumann, verbunden mit einer Betriebserweiterung auf ca. 1.250 m² Verkaufsfläche.

Der Markt am „Altstandort“ in der Poststraße soll aufgrund seines integrierten Standortes als Lebensmitteldiscountmarkt Treff3000 weiter geführt werden.

Durch einen Lebensmittelmarkt in der Vertriebsform „Vollsortimenter“ mit ca. 1.250 m² Verkaufsfläche soll die Grundversorgung in der Stadt Hornberg ausgebaut werden. Die nachhaltige Stärkung der Nahversorgung ist angesichts des demografischen Wandels eine wichtige Zielsetzung gerade auch in Kleinzentren. Andererseits liegt das Planvorhaben mit 1.250 m² Verkaufsfläche (VKFL) über der Schwelle zur Großflächigkeit (nach Urteilslage 800 m² VKFL bzw. 1.200 m² Geschossfläche) und erfordert dementsprechend eine Prüfung der Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens muss berücksichtigt werden, dass das „Altobjekt“ als Lebensmitteldiscountmarkt weiter betrieben wird.

Priorität für das Verlagerungsobjekt hat der Standort „Markgrafenwiese“ – Ortszugang „alte Brücke“. Eine Standortbeurteilung unter Berücksichtigung des Integrationsgebots ist nicht Gegenstand des Auftrags. Die Standortqualität geht aber in die Umsatzprognose bzw. Wirkungsanalyse ein.

Der bestehende Edeka-Aktiv-Markt Baumann befindet sich in der Poststraße unweit der zentralen Einkaufslage von Hornberg. Dieser Lebensmittelmarkt erfüllt mit ca. 730 m² Verkaufsfläche ohne weitere LM-Anbieter gegenwärtig nicht die geforderte qualifizierte Lebensmittelversorgung eines Kleinzentrums mit rund 4.300 Einwohner.

Beim Planobjekt handelt es sich um einen so genannten Lebensmittelvollsortimenter mit über 15.000 Artikeln, hohem Frischeanteil und umfangreichen Bedienungstheken; die geplante Verkaufsfläche umfasst ca. 1.250 m².

Objektdaten Planvorhaben

Betriebstyp:	Vollsortimenter
Verkaufsfläche:	ca. 1.250 m ²
Nebenfläche:	ca. 600 m ²
Grundstück:	ca. 5.920 m ²
Stellplätze:	ca. 80
Artikelzahl:	über 15.000

Exkurs

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, die dem Verkauf dient, die dem Kunden zugänglich ist und die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt wird. Eingeschlossen sind die Standflächen für Warenträger (Ware), Konsumbereiche, Schaufenster, Treppen in Verkaufsräumen und dem Kunden zugängliche sonstige Verkaufs- und Serviceflächen. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen. (Katalog E, Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution, Köln 2006, 5. Ausgabe)

Der Netto-Verkaufsflächenzuwachs gegenüber dem „Altobjekt“ beträgt damit ca. 520 m². Mit dem neuen Objekt soll die Wettbewerbsfähigkeit als Vollsortimenter nachhaltig gestärkt werden, und dies auch angesichts der vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen bzw. großflächigen Lebensmittelmärkte im Umland wie z.B. in Hausach, Haslach und Schramberg. Durch einen leistungsfähigen Vollsortimenter soll abfließende Kaufkraft im Lebensmittelbereich von derzeit über 60 % teilweise zurück gewonnen werden. Darüber hinaus soll die Handelszentralität von Hornberg als Kleinzentrum nachhaltig gestärkt werden.

Mit 1.250 m² Verkaufsfläche und der geplanten Sortimentsausrichtung ist das Planvorhaben im Gegensatz zu einem Lebensmitteldiscountmarkt gemäß Betriebsstypendefinition des EHI Euroinstituts in Köln als Supermarkt einzustufen.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel (wie z.B. Drogerieartikel, Wasch- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II (wie z.B. Textilien, Unterhaltungselektronik, Presseartikel) aufweist.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche von unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagsstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

2. Allgemeine Branchendaten Lebensmittel

2.1 Vorbemerkung

Aufgrund der relativ hohen Verbrauchsausgaben ist der Lebensmittelbereich als Schlüsselbranche des Einzelhandels anzusehen. In der LM-Branche traten in den letzten Jahren erhebliche Strukturveränderungen ein. Die wichtigsten Branchendaten haben wir im Folgenden als Grundlage der Marktberechnungen zusammengefasst:

2.2 Marktdaten Lebensmittel

2.2.1 Umsatz und Marktanteile

Der gesamte Umsatz (inklusive Mehrwertsteuer) des Lebensmitteleinzelhandels beträgt inklusive Non-food I, auch Near-food (Drogerieartikel etc.) genannt, und Non-food II in Deutschland nach Eurohandelsinstitut unter Einbezug des nicht-organisierten Handels ca. 155,9 Mrd. € in 2010; pro Einwohner entspricht dies ca. 1.900 € p.a. Diese Umsatzsumme bzw. dieser Ausgabebetrag teilt sich wie folgt auf:

filialisierter Lebensmitteleinzelhandel	128,0 Mrd. € =	1.565 € pro Kopf
nicht-organisierter Lebensmitteleinzelhandel, Einbetriebsunternehmen, Kleinbetriebe etc.	27,9 Mrd. € =	341 € pro Kopf
gesamter Lebensmitteleinzelhandel	155,9 Mrd. € =	1.906 € pro Kopf

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2012, Stand 2010,
Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE), Zahlenspiegel 2010

Hochgerechnet auf 2012 ist von einem Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland von ca. 160 Mrd. € oder 1.950 € pro Kopf und Jahr auszugehen.

Bezogen auf den Lebensmittel-Umsatz im engeren Sinn von 139 Mrd. € p.a. (ohne MwSt. 125,9 Mrd. €) liegt der Marktanteil der LM-Discounter inzwischen in Deutschland bei ca. 42 %. Die SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Supermärkte erreichen zusammen einen Marktanteil von etwa 51 %, die übrigen LM-Geschäfte von ca. 7 %.

Zugenommen hat die Marktbedeutung der LM-Discounter; diese konnten ihren Marktanteil von ca. 34 % in 2000 über rund 40 % in 2006 auf ca. 42 % in 2009 ausbauen. Die Supermärkte konnten ihren Marktanteil halten.

Nettoumsatz LM-Einzelhandel und Marktanteile

Vertriebsform	Umsatz 2006 (ohne MwSt.)	Umsatz 2009 (ohne MwSt.)
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	34,6 Mrd. € = 28,0 %	34,6 Mrd. € = 27,5%
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	10,7 Mrd. € = 8,7 %	11,5 Mrd. € = 9,1 %
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	18,2 Mrd. € = 14,7 %	18,4 Mrd. € = 14,6 %
Discounter	49,0 Mrd. € = 39,6 %	52,2 Mrd. € = 41,5 %
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	11,2 Mrd. € = 9,1 %	9,2 Mrd. € = 7,3 %
Gesamt	123,7 Mrd. € = 100,0 %	125,9 Mrd. € = 100,0 %

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2012, Stand 2009 – ohne Spezialgeschäfte und nicht organisiertem Lebensmitteleinzelhandel, Umsatz incl. Non-food

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Besonders stark sind die Umsatzverluste der kleinen Lebensmittelanbieter unter 400 m² VK-Fläche; diese verfügen heute nur noch über einen Marktanteil von ca. 7 %, gegenüber ca. 9 % in 2006 (15 % Marktanteil im Jahre 2000).

2.2.2 Anzahl der Märkte und Versorgungsgrad

Anzahl der Betriebsstätten

Vertriebsform	Anzahl 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	9.700 = 20,1 %
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	955 = 2,0 %
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	885 = 1,8 %
Discounter	15.480 = 32,1 %
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	21.250 = 44,0 %
Gesamt	48.270 = 100,0 %

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de,
Abfrage 2012, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte und Lebensmittelmärkte liegt in Deutschland in 2009 bei ca. 48.000. Die Betriebsstättenzahl verminderte sich in den letzten 7-8 Jahren in Deutschland um ca. 25 %; dies führte zu vehementen Strukturveränderungen. Besonders stark ging in diesem Zeitraum der Besitz mit kleinen Lebensmittelgeschäften (minus 56 %) zurück, während die Zahl der LM-Discounter um ca. 15 % anwuchs. Die Zahl der Supermärkte (große und kleine Supermärkte) erhöhte sich geringfügig. Inzwischen ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte insgesamt weiter auf ca. 46.000 abgesunken.

Im Durchschnitt versorgt ein Lebensmittelgeschäft damit in Deutschland ca. 1.780 Einwohner (2000: ca. 1.200 Einwohner). Die Ausdünnung des Besatzes ist in erster Linie auf die zahlreichen Aufgaben kleiner Lebensmittelläden zurückzuführen. Die Nahversorgung ist in vielen kleinen Orten nicht mehr gegeben.

Die Versorgungsknoten (Einwohner pro Markt) wurden größer, das Netz aber weitmaschiger. Der Versorgungsgrad (Einwohner pro Markt) teilt sich in Deutschland wie folgt auf:

Versorgungsgrad

Vertriebsform	Versorgungsgrad 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	8.450 Einwohner
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	85.860 Einwohner
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	92.660 Einwohner
Discounter	5.300 Einwohner
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	3.860 Einwohner
Gesamter LM-Handel	1.700 Einwohner

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de,
Abfrage 2012, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Ohne die kleineren Geschäfte unter 400 m² liegt der Versorgungsgrad, hochgerechnet auf 2012, bei ca. 3.000 Einwohnern pro LM-Betrieb.

2.2.3 Verkaufsflächenentwicklung

Insgesamt erhöhten sich die Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren kontinuierlich. Neben den LM-Discountern (Flächenzunahme 2000-2009 ca. 30 %) stieg die Verkaufsfläche in der Summe auch bei den größeren Vollsortimentern an. Besonders stark ging die Verkaufsfläche bei der Gruppe der kleinen Lebensmittelgeschäfte zurück.

Verkaufsfläche

Vertriebsform	VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	8,57 Mio. m ²
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	3,15 Mio. m ²
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	6,06 Mio. m ²
Discounter	11,60 Mio. m ²
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	4,17 Mio. m ²
Gesamt	33,55 Mio. m²

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de,
Abfrage 2012, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

2.2.4 Flächenausstattung

Auf der Basis obiger Verkaufsflächenwerte errechnen sich folgende Ausstattungsgrade (Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel pro 1.000 Einwohner):

Flächenausstattung

Vertriebsform	VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	105 m ²
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	38 m ²
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	74 m ²
Discounter	141 m ²
Übriger LM-Einzelhandel (unter 400 m ²)	51 m ²
Gesamt	409 m²

Bezogen auf 1.000 Einwohner stehen in Deutschland nunmehr im Lebensmitteleinzelhandel (ohne Spezialgeschäfte etc.) auf Basis der neuen Klassifizierung des EuroHandelsinstituts (EHI) ca. 409 m² Verkaufsfläche zur Verfügung. Hiervon entfallen ca. 141 m² auf die Lebensmitteldiscounter und ca. 217 m² auf die so genannten Vollsortimenter (ohne Betriebe unter 400 m²). Stark rückläufig war die Flächenausstattung pro 1.000 Einwohner bezogen auf die kleineren Lebensmittelgeschäfte unter 400 m² Verkaufsfläche; diese Entwicklung wird sich tendenziell – trotz der vereinzelt realisierten Nachbarschaftsläden bzw. alternativen Nahversorgungskonzepte wie z.B. Genossenschaftsmodelle, Integrationsmärkte, Kleinflächenkonzepte in kleineren Orten und einwohnerschwachen Stadtteilen – fortsetzen.

Trotz der aufgezeigten Entwicklung wird aufgrund des demografischen Wandels das Thema „Nahversorgung“ an Bedeutung gewinnen. Die Zahl der Märkte mit ortsangepassten Größendimensionierungen entsprechend der zentralörtlichen Funktion bzw. Einwohnerzahl wird zunehmen. Dies bedeutet – mit wenigen Ausnahmen – aber nicht generell eine Entwicklung zu kleinen Geschäften.

2.3 Leistungskennzahlen

Für die verschiedenen Vertriebsformen bzw. Betriebsgrößen im Lebensmittelbereich weist das EuroHandelsinstitut folgende Flächenleistungswerte (Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche) aus:

Flächenleistung p.a.

Vertriebsform	Netto-Umsatz je m ² VK-Fläche 2009	Brutto-Umsatz** je m ² VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	4.040 €	4.440 €
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	3.650 €	4.020 €
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	3.040 €	3.420 €
Discounter	4.500 €	4.990 €
Übriger LM-Einzelhandel* (unter 400 m ²)	2.210 €	2.420 €
Gesamter LM-Handel	3.750 €	4.120 €

Quelle: EuroHandelsinstitut, www.handelsdaten.de, Abfrage 2012, Stand 2009

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

** Netto-Umsatz plus MwSt-Mischsatz (7 % für Nahrungsmittel u.ä., 19 % für Drogerieartikel, Getränke, Non-food u.ä.)

Anmerkung:

In obiger Tabelle sind die Flächenleistungen von selbständigen und unselbständigen Lebensmittelbetrieben aufgeführt, nicht nur die häufig veröffentlichten Flächenleistungen gemäß Betriebsvergleich der Lebensmittelfilialbetriebe. Somit sind obige Flächenleistungen unabhängig von einem spezifischen Betreiber zu sehen. Bei den Discountern handelt es sich ebenfalls um einen Branchendurchschnittswert dieses Betriebs-typs. Die Spreizung zwischen dem Marktführer und den übrigen Discountanbietern ist allerdings beträchtlich. Die Flächenleistung ist aufgrund der enormen Flächenexpansion in den letzten Jahren abgesunken, und zwar im Durchschnitt jährlich um ca. 1 % bis 2 %.

Über dem Branchendurchschnitt von 4.120 €/m² liegen die Flächenproduktivitäten bei den Supermärkten (400 m² bis 2.500 m²) mit ca. 4.440 €/m² und bei den Nahrungsmitteldiscountern mit 4.990 €/m².

3. Umsatzmöglichkeit

Bei der Berechnung der Umsatzmöglichkeit für das Planobjekt gehen wir in einem ersten Ansatz von branchendurchschnittlichen Flächenleistungen für einen LM-Vollsortimenter aus. Die geplante Verkaufsfläche des Betriebstyps „Lebensmittelsupermarkt“ in Höhe von 1.250 m² und des Discounters mit 730 m² beinhalten damit folgende Umsatzmöglichkeiten:

Umsatzmöglichkeit Planvorhaben und Discountmarkt

	Vollsortimenter	Discountmarkt
Verkaufsfläche	1.250 m ²	730 m ²
Flächenproduktivität	4.440 €/m ²	4.990 €/m ²
Sollumsatz p.a. (inkl. MWSt.)	5,6 Mio. €	3,6 Mio. €

Bei obiger Umsatzmöglichkeit von 5,6 Mio. € bzw. 3,6 Mio. € p.a. handelt es sich um einen Soll-Umsatz, welcher sich aus der Fläche entsprechend den branchenüblichen Flächenproduktivitäten ergibt. In diesem ersten Schritt fließen individuelle Markt- und Standortdaten, bezogen auf die Stadt Hornberg, in obigen Wert noch nicht ein.

Aufgrund des beschränkten Einzugsgebietes von Hornberg und unter Berücksichtigung der Vielzahl an leistungsstarken Lebensmittelmärkten bzw. der Agglomerationen in den Nachbarstädten sind aber obige Umsatzhöhen in Hornberg nicht erreichbar. Wir verweisen auf die weitere Marktanalyse.

4. Kundeneinzugsgebiet

4.1. Makro-Standort (Standortgemeinde)

Gemäß Regionalplan des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein ist die Stadt Hornberg als Kleinzentrum ausgewiesen. Nach Regionalplanung sind Kleinzentren die unterste zentralörtliche Versorgungsstufe; sie sind die Standorte von Versorgungseinrichtungen zur Deckung des häufig wiederkehrenden Bedarfs der Grundversorgung der Bevölkerung.

Die Stadt Hornberg zählt wie die Gemeinden Fischerbach, Gutach (Schwarzwaldbahn), Haslach i.K., Hausach, Hofstetten, Mühlenbach, Oberwolfach, Steinach, Wolfach zum Verflechtungsbereich des Dreifachmittelzentrums Haslach/Hausach/Wolfach. Der gesamte Verflechtungsbereich (Mittelbereich) umfasst ca. 37.000 Einwohner.

Die Handelszentralität (Umsatz zu Kaufkraft) der Stadt Hornberg lag gemäß BBE-Städtegutachten im Jahr 2003 bei ca. 52 %. Bedingt durch einige Geschäftsschließungen dürfte die Zentralität inzwischen auf unter 50 % abgesunken sein. Auch im Lebensmittelbereich ist aufgrund der Standortverlagerung des Discountmarktes Norma nach Gutach und der begrenzten Fläche im bestehenden Vollsortimentsmarkt in Hornberg gegenwärtig eine Kaufkraftbindung von unter 50 % zu unterstellen. Es ist daher derzeit von hohen Kaufkraftabwanderungen aus Hornberg insbesondere nach Hausach, Haslach und Schramberg auszugehen. Wolfach ist aufgrund des geringen Besatzes von untergeordneter Bedeutung; in Planung ist hier allerdings ein Vollsortimentsmarkt mit ca. 1.600 m² Verkaufsfläche.

Relativ stark vertreten sind in Hornberg das Lebensmittelhandwerk und die Apotheken.

Anmerkung: Definition Handelszentralität

Die Handelszentralität (Zentralitätskennziffer) setzt den Einzelhandelsumsatz einer Gemeinde ins Verhältnis zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in diesem Gebiet. Eine Kennziffer von 100 bedeutet, dass sich Kaufkraftzufluss und -abfluss kompensieren. Ein Wert von über 100 zeigt auf, dass der Kaufkraftzufluss den Abfluss übertrifft. Kennzahlen von unter 100 deuten auf einen relativ hohen Kaufkraftabfluss hin.

4.2 Berufspendlerströme

Da ein Teil des Bedarfs auch am Arbeitsort eingekauft wird, ist die Zahl der Berufspendler durchaus von Bedeutung.

Berufspendler Hornberg (2011)

	Anzahl
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort	1.661
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort	1.546
Berufseinpendler	1.001
Berufsauspendler	886
Pendlersaldo	+ 115

Die Stadt Hornberg weist ca. 1.001 Berufseinpendler (sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) und ca. 886 Berufsauspendler auf; es ist somit ein positiver Pendlersaldo von ca. 115 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten vorhanden; dies unterstreicht die starke Stellung von Hornberg als Arbeitsplatzstandort und wirkt sich positiv auf den möglichen Zielumsatz aus.

4.3 Einwohner

Die Gesamtstadt Hornberg umfasst nach Statistischem Landesamt 4.267 Einwohner. Hiervon entfallen ca. 282 auf den Stadtteil Niederwasser und ca. 605 auf den Stadtteil Reichenbach.

Einwohnerentwicklung Stadt Hornberg

Jahr	Einwohner
2006	4.376
2008	4.351
2010	4.288
2011	4.267

4.4 Entfernungen

Bei der Abgrenzung des Kundeneinzugsgebiets von Hornberg bzw. des Edeka-Planvorhabens sind die Entfernungen in die Nachborte bzw. zu den relevanten Lebensmittelanbietern im Umland von Bedeutung.

Entfernungen

Entfernung von . . .	nach Hornberg (Markgrafenviese)
Gutach (Norma)	ca. 3 km
Gutach Ortskern	ca. 4 km
Hornberg Postraße	ca. 0,7 km
Hausach (Lidl / Aldi)	ca. 9 km
Haslach	ca. 16 km
Lauterbach	ca. 11 km
Triberg	ca. 12 km
Schramberg	ca. 15 km
Schramberg-Tennenbronn	ca. 17 km

Die Entfernung von Gutach (Ortskern) zu den Lebensmitteldiscountern in Hausach beträgt ca. 5 km. Die Gemeinde Lauterbach tendiert aufgrund der geringen Entfernung nach Schramberg. Schramberg-Tennenbronn ist von Schramberg ca. 9 km und von St. Georgen ca. 10 km entfernt.

4.5. Regional bedeutsame Einkaufsstädte im Lebensmittelbereich im Umland

Leistungsstarke Lebensmittelbetriebe bzw. Agglomerationen befinden sich zum Beispiel in Hausach, Haslach, Schramberg und St. Georgen.

(1) Haslach i.K.

Stärkste Einkaufsstadt innerhalb des Dreifach-Mittelzentrums Haslach/Hausach/Wolfach mit überragendem Textilangebot und leistungsstarken Lebensmittelvollsortimentern und Discountern. Die Flächenausstattung im Lebensmittelbereich liegt bei über 4.500 m² VK-Fläche (über 640 m² pro 1.000 Einwohner). Im Bau ist ein weiterer LM-Discounter. Insgesamt stehen rund 15.000 m² VK-Fläche im Einzelhandel zur Verfügung.

(2) Hausach

Aufgrund des beschränkten Angebots und der Größenstruktur der Handelsbetriebe ist – von wenigen Ausnahmen abgesehen – eine geringe überörtliche Ausstrahlung des Einzelhandels vorhanden. Eine Ausnahme bildet der Lebensmittelbereich mit fünf größeren Anbietern und hier insbesondere der Lebensmittel-Discountbereich mit drei leistungsstarken Märkten. Die Verkaufsfläche der relevanten Lebensmittelanbieter liegt zusammen bei rund 4.000 m². Ob eine angedachte Verlagerung des REWE-Marktes realisiert wird, entzieht sich allerdings unserer Kenntnis.

(3) St. Georgen

In St. Georgen ist insbesondere auf die erfolgte Ansiedlung eines Edeka-Marktes im Zentrum hinzuweisen. Weitere Lebensmittelmärkte befinden sich im Gewerbegebiet.

(4) Schramberg

In Schramberg hat sich ein großflächiger Kaufland-Verbrauchermarkt in Form eines SB-Warenhauses mit über 3.000 m² etabliert. Unweit von diesem Verbrauchermarkt befindet sich ein Lidl-Discountmarkt und eine Fachmarkttagglomeration. Gegenüber hat sich ein Aldi-Discountmarkt angesiedelt. Weitere Lebensmittelmärkte sind im Stadtteil Sulgen ansässig.

4.6 Räumliche Abgrenzung des Kundeneinzugsgebietes

Das begrenzte Einzugsgebiet der Stadt Hornberg ist insbesondere auf die topografische Situation (Tallage) und die geringe Einwohnerdichte im direkten Umland zurückzuführen.

Als Haupteinzugsgebiet (Zone I) für das Planobjekt ist unter Berücksichtigung der Versorgungsstruktur die Gesamtstadt Hornberg mit ca. 4.300 Einwohnern anzusehen.

Die Nachbargemeinde Gutach mit ca. 2.200 Einwohnern ist dem weiteren Einzugsgebiet (Zone II) zuzurechnen, da von hier aus die Märkte in Hausach schnell erreicht werden können. Aber auch Abflüsse nach Haslach aufgrund der dortigen Agglomeration sind zu unterstellen. Des weiteren hat sich in Gutach am südlichen Ortsrand der Discountmarkt Norma mit ca. 800 m² in Standortgemeinschaft mit einem Drogeriemarkt Schlecker (inzwischen geschlossen) und einem Getränkemarkt etabliert. In einem separaten Shop neben dem Eingang befanden sich in Kombination ein Bäcker und ein Metzger. Die Bäckerei stand im Juni 2012 allerdings leer. Weitere Betriebe des Lebensmittelhandwerks habe sich im Ortskern etabliert. Ein Edeka-Markt im Ortsmittelpunkt mit ca. 300 m² hat seinen Betrieb aufgegeben.

Kundeneinzugsgebiet

Gemeinde	Einwohner
Haupteinzugsgebiet (Zone I) Stadt Hornberg	4.267
Zone II Gutach	2.162

Gemäß Kundenwohnorterberhebung in 2003 kamen damals etwa 10 % der Einzelhandelskunden in Hornberg aus dem benachbarten Gutach. Aufgrund der Aufgabe zahlreicher Geschäfte wie z.B. Norma-Discount (Standortverlagerung nach Gutach), Keilbach (Bekleidung), Drogerie-Schlecker und Kempf (Haushaltwaren) dürfte dieser Anteil inzwischen niedriger ausfallen.

Die Bedeutung von Hornberg als Fremdenverkehrsort wird dadurch unterstrichen, dass im Jahr 2003 ca. 55 % der Gäste in der Gastronomie von außerhalb kamen. Dieser Prozentsatz dürfte aufgrund der Stadtkernsanierung (verstärkt Außengastronomie) eher noch angestiegen sein.

Die Nachbargemeinde Lauterbach verfügt nur über eine sehr beschränkte Grundversorgung. Da von hier aus aber die Märkte in Schramberg verkehrsgünstig angebunden sind (Entfernung zu Kaufland ca. 4 km), kann dieser Ort nicht dem Einzugsgebiet von Hornberg zugerechnet werden. Berufspendler nach Hornberg werden bei den Streuumsätzen pauschal berücksichtigt.

Das süd-östlich-gelegene Schramberg-Tennenbronn verfügt über einen Edeka-Markt mit ca. 600 m² Verkaufsfläche. Kaufkraftabflüsse sind hier in erster Linie nach Schramberg (Kernstadt) und nach St. Georgen zu unterstellen. Die Entfernung nach Hornberg beträgt immerhin ca. 17 km.

5. Kaufkraftberechnungen

5.1 Verbrauchsausgabe Lebensmitteleinzelhandel

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland liegt ohne die Apothekenumsätze im Jahr 2012 (hochgerechnet) bei ca. 418 Mrd. €. Von diesem Ausgabevolumen entfallen ca. 37 % oder ca. 160 Mrd. € auf den **Lebensmitteleinzelhandel**; dies entspricht einem Ausgabebetrag von ca. 1.950 € pro Einwohner und Jahr.

5.2 Marktpotenzial

Multipliziert man die angesetzte Verbrauchsausgabe mit der Einwohnerzahl von Hornberg (4.267 Einwohner), so erhält man, bezogen auf den Lebensmittelbereich, ein Marktpotenzial von ca. 8,3 Mio. € p.a. Für die Nachbargemeinde Gutach (Zone II) errechnet sich ein Marktpotenzial von 4,2 Mio. € p.a.

Marktpotenzial Lebensmittel (EH)

Zone I und II	Einwohner	Marktpotenzial Lebensmittel
Hornberg	4.267	8,3 Mio. €
Gutach	2.162	4,2 Mio. €

5.3 Kaufkraft durch die Gäste

Für das Gutachtal mit den Gemeinden Gutach, Hornberg und Lauterbach stellt der Tourismus bekanntermaßen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar; ein besonderer Anziehungspunkt sind dabei u.a. das Freilichtmuseum Vogtsbauernhof in Gutach und der historische Schlossberg mit der Burgruine (Hornberger Schießen) in Hornberg. Das Duravit Design Center in Hornberg zieht jährlich ca. 20.000 Besucher an. Die Schätzung mit 100.000 Tagesbesuchern in Hornberg stellt einen unteren Wert dar.

Die Stadt Hornberg weist pro Jahr ca. 92.000 Übernachtungen auf. Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Übernachtungsgäste betragen nach den Zahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr in München in Baden-Württemberg derzeit ca. 23,50 € pro Tag und Person. Hier von entfallen 3,90 € auf den Lebensmitteleinkauf. Zuzüglich Drogerieartikel und Non-food, bezogen auf die Branche „Lebensmitteleinzelhandel“, ergibt sich ein Ausgabebetrag von ca. 4,90 €.

Somit errechnet sich ein Ausgabevolumen durch die Übernachtungsgäste in Hornberg von ca. 450.000 € p.a., bezogen auf den Lebensmittelbereich inklusive Non-food-Anteile. Hierfür wäre rechnerisch eine LM-Verkaufsfläche von ca. 100 m² als adäquat anzusehen. Aufgrund der zahlreichen Tagestouristen stellt eine Verdoppelung dieses Wertes einen unteren Ansatz dar.

6. Relevanter Besatz (Lebensmitteleinzelhandel) in Hornberg

Wie oben ausgeführt, ist in Hornberg derzeit nur **ein** Lebensmittelmarkt in der Vertriebsform „Vollsortimenter“ mit ca. 730 m² VK-Fläche in der Poststraße unweit des Zentrums ansässig. Die Parkmöglichkeiten am Objekt sind begrenzt. Gegenüber befinden sich aber zahlreiche weitere öffentliche Parkplätze, so dass die Standortvoraussetzungen für eine weitere Nutzung als Lebensmittel-Discountmarkt gegeben sind.

Die Flächenausstattung fällt derzeit im Lebensmittelbereich (Einzelhandel) in Hornberg mit ca. 170 m² pro 1.000 Einwohner weit unterdurchschnittlich aus.

Erweiterungsmöglichkeiten bestehen am „Altstandort“ jedoch nicht. Aufgrund der leistungsstarken Lebensmittelmärkte im Umland kann die geplante Standortverlagerung des Vollsortimenters, verbunden mit einer Flächenerweiterung auf 1.250 m² Verkaufsfläche, zur Zukunftssicherung durchaus nachvollzogen werden.

7. Ausstattungsgrad (Vollversorgung)

Als Orientierungsgröße zur Bestimmung des möglichen Entwicklungsrahmens dient die Vollversorgungsfläche (Selbstversorgungsfläche) je 1.000 Einwohner in Deutschland. Bei diesem Flächenausstattungsgrad könnte die Versorgung der Bevölkerung bei durchschnittlichen Flächenproduktivitäten zu 100 % stattfinden. Anzumerken ist, dass in leistungsstarken Zentralorten wie z.B. Hausach und Haslach die Vollversorgungsfläche im Lebensmittelsektor übertroffen wird.

Wie bei den allgemeinen Marktdaten ausgeführt, liegt die Vollversorgungsfläche im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland bei ca. 409 m² Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner. Das Euro-Handelsinstitut hat frühere Werte um ca. 13 % angehoben. Die gesamte Statistik wurde vom EuroHandelsinstitut überarbeitet. Diese Kennzahl teilt sich in Deutschland wie folgt auf:

Vollversorgungsfläche

Vertriebsform	VK-Fläche 2009
Supermärkte (400 m ² bis 2.500 m ²)	105 m ²
Große Supermärkte (2.500 m ² bis 5.000 m ²)	38 m ²
SB-Warenhäuser (ab 5.000 m ²)	74 m ²
Discounter	141 m ²
Kleinbetriebe* (unter 400 m ²)	51 m ²
Gesamt	409 m²

Quelle: EuroHandelsinstitut, Handel aktuell – Abruf 2012

* SB-Läden, kleine SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“

Für die Stadt Hornberg ergibt sich im Lebensmitteleinzelhandel, ausgehend von obigen Durchschnittswerten, unter der Prämisse „Vollversorgung“ ein rechnerischer Soll-Flächenbestand von ca. 1.750 m² Verkaufsfläche. Dem steht eine Ist-Fläche von 730 m² gegenüber, so dass sich rechnerisch ein Flächendefizit von 1.020 m² ergibt. Unter Berücksichtigung des Fremdenverkehrs liegt ein Flächendefizit von ca. 1.220 m² Verkaufsfläche vor.

Da in Hornberg nach Schließung von Schlecker kein Drogeriemarkt mehr vorhanden ist, kann bei einer Soll-Fläche (Vollversorgung) für den Drogeriebereich von ca. 250 m² eine Verkaufsfläche für den geplanten Edeka-Markt von 1.250 m² als absolut adäquat angesehen werden.

8. Markt- und Umsatzchancen

Ansatz I

Kaufkraftverteilungsmodell Planobjekt

Folgende Standortfaktoren wirken sich für das Planvorhaben, bezogen auf Hornberg, umsatzbegrenzend aus:

- Insgesamt geringe Kaufkraftbindung (Handelszentralität unter 50%) der Einkaufsstadt Hornberg
- Ausgesprochen starke LM-Anbieter bzw. Agglomerationen an Lebensmittel- und Fachmärkten im Umland
- Weiterhin auch Kaufkraftabfluss im Lebensmittelbereich aus Hornberg zu Norma-Discount nach Gutach
- Räumlich begrenztes Einzugsgebiet aufgrund der Tallage.

Kaufkraftverteilungsmodell I

	Markt- volumen	Bindungs- quote	Umsatz- erwartung
Hornberg	8,3 Mio. €	45 %	3,74 Mio. € = 74 %
Gutach	4,2 Mio. €	8 %	0,34 Mio. € = 7 %
Fremdenverkehr	0,9 Mio. €	50 %	0,45 Mio. € = 9 %
Streuumsätze		-----	0,50 Mio. € = 10 %
Gesamte Umsatzmöglichkeit			5,03 Mio. € = 100 %

Die Berufspendler bzw. der Kaufkraftzufluss von außerhalb des Einzugsgebiets wurden bei den Streuumsätzen pauschal berücksichtigt.

Bei Ansatz von obigen Bindungsquoten ergibt sich für den geplanten Vollsortimentsmarkt eine Umsatzmöglichkeit inkl. Mehrwertsteuer von ca. 5,0 Mio. € p.a.

Ansatz II Kaufkraftverteilungsmodell „Altobjekt“ als „Treff-Discount“

Auf den Treff-Discount wirken folgende Faktoren umsatzbeschränkend:

- Lebensmitteldiscountmarkt in Agglomeration in Gutach
- Zwei Lebensmitteldiscounter (Marktführer) in Nachbarschaft zueinander in Hausach
- Soft-Discountkonzept (Treff3000) der Edeka-Gruppe überschneidet sich teilweise im Sortiment mit den Edeka-Vollsortimentsmärkten bzw. mit dem Planvorhaben auf den Markgrafenviesen
- Standort in der Poststraße stellt eine Nahversorgungslage ohne direkte überörtliche Anbindung dar.

Kaufkraftverteilungsmodell II

	Markt- volumen	Bindungs- quote	Umsatz- erwartung
Hornberg	8,3 Mio. €	20 %	1,66 Mio. € = 80 %
Gutach	4,2 Mio. €	3 %	0,13 Mio. € = 6 %
Fremdenverkehr	0,9 Mio. €	20 %	0,18 Mio. € = 9 %
Streuumsätze		-----	0,10 Mio. € = 5 %
Gesamte Umsatzmöglichkeit			2,07 Mio. € = 100 %

Für den Lebensmitteldiscounter (Treff3000) ergibt sich nach der Standortverlagerung des Vollsortimenters eine Umsatzmöglichkeit inkl. Mehrwertsteuer von ca. 2,1 Mio. € p.a.

Ansatz III Kaufkraftverteilungsmodell beide Objekte zusammen

Kaufkraftverteilungsmodell III

	Markt- volumen	Bindungs- quote	Umsatz- erwartung
Hornberg	8,3 Mio. €	65 %	5,40 Mio. € = 76 %
Gutach	4,2 Mio. €	11 %	0,47 Mio. € = 7 %
Fremdenverkehr	0,9 Mio. €	70 %	0,63 Mio. € = 9 %
Streuumsätze		-----	0,60 Mio. € = 8 %
Gesamte Umsatzmöglichkeit			7,10 Mio. € = 100 %

Für den Vollsortimentsmarkt und den LM-Discounter zusammen ergibt sich eine Umsatzmöglichkeit inkl. Mehrwertsteuer von ca. 7,1 Mio. € p.a. Ein Zielumsatz von 9,2 Mio. € bei Ansatz von branchendurchschnittlichen Flächenproduktivitäten ist am Standort Hornberg nicht erreichbar.

Das Kongruenzgebot gemäß Einzelhandelserlass – eine Verletzung des Kongruenzgebotes ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll – würde bei einem neuen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.250 m² Verkaufsfläche und unter Einbezug der Bestandsfläche von 730 m² VK-Fläche eindeutig nicht verletzt. Der Umsatzanteil mit Einwohnern der Stadt Hornberg und den Gästen/Touristen wird ca. 85 % betragen.

9. Umsatzumverteilung

Die prognostizierten Kaufkraftbindungen bzw. der erforderliche Umsatzzuwachs bei vergrößerter Verkaufsfläche kann zu negativen Wirkungen bezüglich der Versorgungsstruktur in den Umlandgemeinden führen.

Hornberg

In Hornberg führt die Standortverlagerung des Edeka-Vollsortimentsmarktes zu keinen Umsatzveränderungen außerhalb der Edeka-Gruppe, da keine entsprechenden Mitbewerber vorhanden sind. Insbesondere der neue Vollsortimenter wird Teile der abfließenden Kaufkraft – z.B. nach Hausach, Haslach und Schramberg zurück gewinnen. Aufgrund der Vielzahl an leistungsstarken Mitbewerbern in diesen Städten mit einem Gesamtumsatz von über 70 Mio. € im Lebensmittelbereich wird der Umsatzabzug dort marginal bei unter 4 % liegen.

Gutach

Die Kaufkraftbindung durch beide Märkte in Hornberg in Höhe von ca. 11 % des Marktpotenzials in Gutach wird beim bestehenden Lebensmitteleinzelhandel (Discounter Norma) zu keinen nennenswerten Umsatzumlenkungen führen, da der Norma-Discounter gegenüber dem geplanten Treff3000 in Hornberg über eine hohe verkehrsorientierte Standortpräferenz verfügt und weiterhin discountorientierte Kaufkraft aus Hornberg nach Gutach, aber auch z.B. nach Hausach abfließen wird. Die Umsatzumlenkung in Gutach wird bei unter 5 % liegen.

Das raumordnerisch wichtige Beeinträchtigungsverbot gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (Umsatzumlenkung maximal 10 %) wird durch das Planobjekt mit 1.250 m² VKFL, bezogen auf die Nachbargemeinden, nicht verletzt.

10. Zusammenfassung und Ergebnis

Unter Status-quo-Aspekten (derzeit vorhandener Flächenbesatz im Umland – ohne Veränderungen bzw. Planungen in den Umlandgemeinden) ergeben sich aus der Analyse folgende Schlussfolgerungen:

- Der Wunsch einer Flächenerweiterung des Edeka-Marktes zur Existenzsicherung kann unter Berücksichtigung der großflächigen Vollsortimenter in den Umlandgemeinden bzw. der gegenwärtig hohen Kaufkraftabflüsse im Lebensmittelbereich aus Hornberg durchaus nachvollzogen werden.
- Unter Berücksichtigung des aktuell unterdurchschnittlichen Flächenbestandes würde die angestrebte Flächenvergrößerung zu einer deutlichen Attraktivitätssteigerung der Einkaufsstadt Hornberg insgesamt beitragen; dies würde zu einer notwendigen Stärkung der Handelszentralität führen.
- Bezogen auf die Stadt Hornberg wäre unter der Prämisse „Vollversorgung“ im Lebensmitteleinzelhandel unter Einbezug des Fremdenverkehrs eine Erhöhung des Verkaufsflächenbestandes um ca. 1.220 m² als adäquat anzusehen. Da in Hornberg kein Drogeriemarkt mehr vorhanden ist, kann bei einer Soll-Fläche für den Drogeriebereich von ca. 250 m² eine Verkaufsfläche für den geplanten Edeka-Markt von 1.250 m² als absolut angemessen angesehen werden. Bei dieser Flächendimensionierung ist rechnerisch kein Kaufkraftzufluss von außerhalb erforderlich oder mit anderen Worten: Das lebensmittelbezogene Kaufkraftvolumen in Hornberg reicht aus, den überwiegenden Umsatzanteil mit Bewohnern aus der Standortgemeinde zu tätigen.
- Gemäß Marktberechnungen würde durch den geplanten Lebensmittelmarkt die Umsatzumlenkung im bestehenden Lebensmitteleinzelhandel in Gutach relativ gering ausfallen und deutlich unter 10 % liegen.