



**Fokussiert auf die Zukunft  
von Stadt und Land.  
Seit 1988.**

# Nahversorgung in der Nordstadt im Oberzentrum Pforzheim

## Standort- und Auswirkungsanalyse für die Verlagerung und Erweiterung eines Lebensmittelmarktes

Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH  
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart

T 0711-64864-61  
cima.stuttgart@cima.de

München  
Stuttgart  
Forchheim  
Frankfurt a.M.  
Köln  
Leipzig  
Berlin  
Hannover  
Lübeck  
Ried (AT)

**www.cima.de**



Bearbeitung: Dr. Stefan Leuninger, Florian Gillwald  
Stuttgart, im Oktober 2020

### **Nutzungs- und Urheberrechte**

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

### **Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen**

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

### **Sprachgebrauch**

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Aufgabenstellung und Zielsetzung .....</b>	<b>5</b>		
<b>2 Entwicklungstendenzen in der Handelslandschaft .....</b>	<b>6</b>		
2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel.....	6		
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.....	7		
2.3 Verkaufsflächenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel .....	8		
<b>3 Standortbeschreibung .....</b>	<b>9</b>		
3.1 Makrostandort Pforzheim.....	9		
3.2 Mikrostandort Bestandsmarkt Hohenzollernstraße .....	11		
3.3 Planstandort am Hauptgüterbahnhof .....	12		
<b>4 Projektspezifische Angebotsstrukturen in der Stadt Pforzheim .....</b>	<b>15</b>		
4.1 Prägende Einzelhandelslagen in der Gesamtstadt Pforzheim .....	15		
4.2 Nahversorgungsrelevantes Angebot in der Stadt Pforzheim .....	15		
<b>5 Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation .....</b>	<b>18</b>		
5.1 Marktgebiet und Bevölkerungspotential .....	18		
5.2 Projektrelevantes Kaufkraftpotential .....	19		
<b>6 Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Projektvorhabens.....</b>	<b>20</b>		
6.1 Konzentrationsgebot.....	20		
6.2 Kongruenzgebot .....	20		
6.3 Beeinträchtigerungsverbot .....	20		
6.3.1 Planumsatz und Kaufkraftabschöpfungsquoten.....	21		
6.3.2 Umsatzumverteilungseffekte innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes insgesamt.....	22		
6.3.3 Umsatzumverteilung nach Standortlagen.....	23		
6.4 Bewertung des städtebaulichen Integrationsgebot .....	24		
<b>7 Zusammenfassung .....</b>	<b>27</b>		

## Abbildungen

Abb. 1:	Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2010 bis 2018.....	7
Abb. 2:	Lage des Oberzentrums Pforzheim in der Region Nordschwarzwald.....	9
Abb. 3:	Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	10
Abb. 4:	Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich.....	10
Abb. 5:	Lidl-Markt Hohenzollernstraße sowie Standortumfeld.....	12
Abb. 6:	Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“ sowie Standortumfeld.....	13
Abb. 7:	Lidl-Bestandsmarkt „Hohenzollernstraße“ sowie Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“, inkl. 5min-Fußgängerradius sowie Abgrenzung des zentralen Versorgungskerns Innenstadt und der Nahversorgungslage Nordstadt.....	14
Abb. 8:	Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Pforzheim (Auswahl).....	17
Abb. 9:	Abgrenzung des Marktgebietes.....	18
Abb. 10:	Lidl-Bestandsmarkt „Hohenzollernstraße“ sowie Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“.....	25

## Tabellen

Tab. 1:	Einwohnerpotential im abgegrenzten Marktgebiet.....	18
Tab. 2:	Kaufkraftpotential innerhalb des Marktgebietes nach Marktzone.....	19
Tab. 3:	Plan-Umsatzleistung des verlagerten und erweiterten Lidl-Marktes.....	21
Tab. 4:	Marktaberschöpfungsquoten des erweiterten Lidl-Marktes zur Erreichung des Planumsatzes (Food).....	21
Tab. 5:	Rechnerische Umsatzumverteilung gegenüber dem relevanten Bestand (ohne Umsatz Lidl-Bestandsmarkt) nach Standortlagen.....	23

# 1 Aufgabenstellung und Zielsetzung

Die Fa. Lidl betreibt derzeit in der Nordstadt am Standort „Hohenzollernstraße“ einen Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 960 qm. Mit einer Standortverlagerung an den alten Hauptgüterbahnhof, welcher in räumlicher Nähe zum Bestandsmarkt liegt, ist eine Vergrößerung der Verkaufsfläche auf ca. 1.340 qm geplant. Im Rahmen des Bebauungsplanes ist die Festsetzung von 1.450 qm Verkaufsfläche vorgesehen, um von Betreiberseite eine gewisse Flexibilität in der Betriebsgestaltung zu gewährleisten. Die Standort- und Auswirkungsanalyse erfolgt im Sinne eines „Worst-Case-Ansatzes“ entsprechend für die im B-Plan festgesetzte Verkaufsfläche von 1.450 qm.

In Anbetracht der künftigen Verkaufsflächendimensionierung liegt eine Überschreitung der Grenze zum großflächigen Einzelhandel lt. § 11 Abs. 3 BauNVO vor, welche nach aktueller Rechtsprechung bei 800 qm VK liegt. Im Rahmen der Standort- und Auswirkungsanalyse ist damit zu prüfen, welche städtebaulichen Auswirkungen innerhalb der Stadt Pforzheim zu erwarten sind.

Insbesondere ist zu prüfen, ob mit dem Vorhaben der Fa. Lidl negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie auf vorhandene Nahversorgungslagen zu erwarten sind. Neben der Einkaufsinnenstadt als zentraler Versorgungsbereich ist insbesondere auf die Nahversorgungslage Nordstadt einzugehen, welche im Rahmen des kommunalen Märkte- und Zentrenkonzept abgegrenzt wurde.

Die vorliegende Aufgabenstellung berücksichtigt, im Rahmen einer Standort- und Auswirkungsanalyse, den Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, den Regionalplan der Region Nordschwarzwald sowie das Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim als wesentliche planerische Grundlagen.

Die vorliegende Standort- und Auswirkungsanalyse enthält folgende zentrale, untersuchungsleitenden Bausteine:

- Darstellung der projektrelevanten, planerischen Rahmenbedingung sowie grundlegende Trends im Lebensmitteleinzelhandel
- Beschreibung und Bewertung der sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen am Makrostandort Pforzheim sowie Beschreibung des Standortes des Bestandsmarktes sowie des Planstandortes
- Aufnahme und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel in der Nord- und Oststadt sowie in den sonstigen betroffenen Stadtteilen (inkl. Innenstadt) der Stadt Pforzheim
- Abgrenzung des erschließbaren Marktgebietes und Ermittlung der relevanten Kaufkraft- und Nachfragepotenziale
- Gutachterliche Einordnung und Bewertung der geplanten Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes hinsichtlich:
  - Beurteilung der überörtlichen Versorgungsfunktion (Konzentrations-/Kongruenzgebotes)
  - Berechnung der Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den relevanten Standortlagen in der Stadt Pforzheim mit Schwerpunkt auf die zentralen Versorgungskerne und Nahversorgungslagen (Beeinträchtungsverbot)
  - Kommentierung des städtebaulichen Integrationsgebotes
  - Kommentierung des Tatbestandes der Agglomeration
- Fazit und zusammenfassende Bewertung.

## 2 Entwicklungstendenzen in der Handelslandschaft

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt eine Darstellung der grundlegenden Entwicklungstendenzen für die wesentlichen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel. Ferner wird auf die unterschiedliche Sortimentspolitik der verschiedenen Betriebstypen eingegangen.

Die nachfolgenden Aussagen sind wertneutral und beinhalten keinerlei Wertung bzgl. der Attraktivität oder Qualität der verschiedenen Betriebstypen bzw. einzelner Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels. Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass die nachfolgenden Definitionen und betriebstypenbezogenen Spezifika unabhängig von den bauplanungsrechtlichen Definitionen zu sortimentsbezogenen Verkaufsflächenfestsetzungen einzuordnen sind.

### 2.1 Begriffsdefinitionen im Lebensmitteleinzelhandel

Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel<sup>1</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II-Artikeln<sup>2</sup> aufweist. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt beim Betriebstyp „Vollsortimenter“ mittlerweile zwischen 1.200 und 1.700 qm VK.

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

<sup>1</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung

<sup>2</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

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

Der Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** ist als Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft definiert, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Artikel sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht<sup>3</sup>. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt bei diesem Betriebstyp derzeit zwischen 1.000 und 1.500 qm VK.

Ein **Bio-Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft, das ein breites Angebot (4.000 – 8.000 Artikel) an Bio-Lebensmitteln und ökologischen Gütern des täglichen Bedarfs besitzt. Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen liegt beim Betriebstyp „Bio-Supermarkt“ mittlerweile zwischen 400 und 800 qm VK.

Ein **Bio-Spezialgeschäft** ist ein meist kleinflächiges, inhabergeführtes Fachgeschäft, das ein schmales Sortiment an Bio-Produkten führt (v. a. aus dem Food-Bereich), oftmals auf Delikatessen spezialisiert ist und sich im höheren Preissegment bewegt. Hierunter fallen i. d. R. alle Natur- bzw. Feinkostläden mit Schwerpunkt auf Bio-Produkte. Diese Geschäftsmodelle wollen vorwiegend Kunden erreichen, die ihren Zusatzbedarf im Bereich des Lebensmitteleinkaufs befriedigen möchten oder Interesse an Besonderheiten und Spezialitäten haben.

<sup>3</sup> Quelle: Begriffsdefinitionen EHI Handelsdaten.de

## 2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist bundesweit von ca. 64.000 Betrieben im Jahr 1990 auf ca. 37.550 Betriebe im Jahr 2018 um ca. 41 % gesunken. Von diesem Strukturwandel waren insbesondere kleinere Betriebseinheiten betroffen.

Demgegenüber ist die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel seit 1990 von ca. 18,6 Mio. qm VK auf ca. 36,2 Mio. qm VK im Jahr 2018 um ca. 94 % gewachsen, wobei insbesondere im Lebensmitteldiscountmarkt eine starke Flächendynamik vorhanden war. Die Umsatzleistung im Lebensmitteleinzelhandel stieg von ca. 85,3 Mrd. € im Jahr 1990 um ca. 90 % auf ca. 162,1 Mrd. € im Jahr 2018 an.

Die Verteilung der Umsatzanteile ist seit 2010 insgesamt als relativ konstant einzuordnen. Leichte Gewinne verzeichnen die Supermärkte und großen Supermärkte zu Lasten der SB-Warenhäuser sowie der übrigen Lebensmittelgeschäfte, während sich der Umsatzanteil der Discounter auf einem nahezu konstanten Niveau bewegt.

**Abb. 1: Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2010 bis 2018**



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2019, Bearbeitung cima 2020

## 2.3 Verkaufsflächenentwicklung im Lebensmittel Einzelhandel

Der Strukturwandel im Einzelhandel ist in den letzten Jahren weiter vorangeschritten („Handel ist Wandel“). Speziell für den Lebensmitteleinzelhandel ist trotz einer weitgehenden Marktsättigung ein anhaltender Trend zu wachsenden Verkaufsflächengrößen für Lebensmittelmärkte festzustellen. In Anbetracht der genannten Entwicklung können folgende Aspekte genannt werden, welche einen erhöhten Verkaufsflächenbedarf erzeugen und auch in der Stadt Pforzheim wirken:

- Neue Anforderungen an die Warenpräsentation (breitere Gänge, niedrigere Regalhöhen etc.), auch als Reaktion auf den demographischen Wandel (Hinweis auf „Rollatoren-Kundschaft“).
- Gestiegene Anzahl an Artikeln (sowohl beim Betriebstyp Vollsortimenter wie auch beim Betriebstyp Lebensmitteldiscounter) durch neue Produktlinien (Ausweitung Bio-Sortiment, vegane Lebensmittel u.v.m.).
- Neue Anforderungen an die Warenpräsentation zur Erhöhung des Einkaufserlebnisses, auch als Reaktion auf den Online-Handel und auf die Veränderungen beim Kundenverhalten insgesamt (z.B. Convenience).
- Gestiegene Anzahl an Artikeln durch Ausweitung der Fachabteilungen für weitere nahversorgungsrelevante Nonfood-Angebote (speziell beim Sortiment Drogeriewaren als Reaktion auf die frei gewordenen Umsatzpotentiale durch die Schlecker-Insolvenz).
- Zwang zur Optimierung der innerbetrieblichen Logistik und zur Optimierung der Warenabläufe als Reaktion auf die geringen Gewinnmargen im Lebensmitteleinzelhandel zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe.

Die geschilderten Aspekte haben unmittelbaren Einfluss auf die Verkaufsflächengrößen von Lebensmittelmärkten. So liegen die Verkaufsflächengrößen bei Neuansiedlungen beim Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt bei mindestens 800 qm. Üblich sind aktuell jedoch Verkaufsflächen zwischen 1.000 und 1.500 qm. Ebenso ist beim Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter ein Flächenwachstum zu beobachten. Für einen zeitgemäßen, kundenfreundlichen Marktauftritt mit einer umfassenden Sortimentspräsentation sind bei Neueröffnungen mindestens 1.200 – 1.700 qm Verkaufsfläche üblich. Verkaufsflächen bis zu 2.000 qm sind auch hier keine Seltenheit mehr.

Bei der Einordnung der Verkaufsflächengrößen ist auch auf die Definition der Verkaufsfläche in der aktuellen Rechtsprechung hinzuweisen, welche die Vorkassenzone, den Eingangsbereich und den Windfang zur Verkaufsfläche zählt. Diese Flächen, auf denen kein Verkauf im engeren Sinne stattfindet, sind bei neuen Märkten mittlerweile recht großzügig und kundenfreundlich dimensioniert.

## 3 Standortbeschreibung

### 3.1 Makrostandort Pforzheim

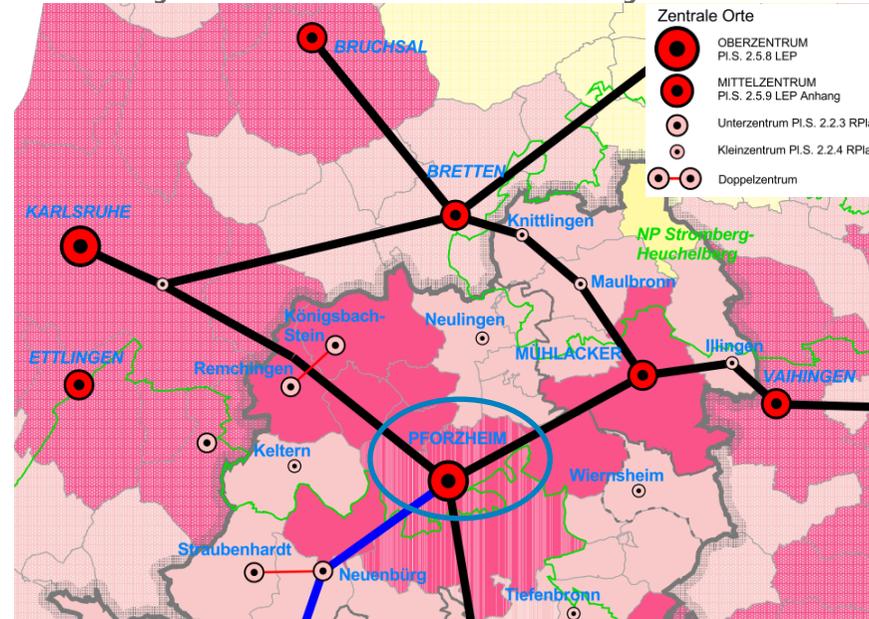
Die Stadt Pforzheim im Nordwesten von Baden-Württemberg verfügt über insgesamt ca. 127.550 Einwohner<sup>4</sup> und ist im Regionalplan Nordschwarzwald als Oberzentrum ausgewiesen. Der landesplanerisch zugewiesene Mittelbereich des Oberzentrums Pforzheim umfasst neben dem Nahbereich Pforzheim die Nahbereiche Wiernsheim, Heimsheim, Tiefenbronn, Neulingen, Remchingen, Königsbach-Stein, Keltern, Straubenhardt und Neuenbürg.

Mit der Stadt Karlsruhe im Westen in ca. 30 km Entfernung sowie der Landeshauptstadt Stuttgart im Osten in ca. 40 km Entfernung sind zwei Oberzentren und wesentliche Einkaufsdestinationen im erweiterten Einzugsgebiet der Stadt Pforzheim gelegen.

Die Stadt Pforzheim umfasst in Summe 15 Stadtteile, wovon die Nordstadt mit ca. 26.220 EW gefolgt von der Südweststadt mit ca. 14.060 EW die einwohnerstärksten Stadtteile darstellen. Die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Pforzheim insgesamt ist in den letzten Jahren positiv verlaufen (+ 9,8 %). Das Bevölkerungswachstum in der Nordstadt liegt im identischen Zeitraum mit 10,8 % sogar noch leicht über dem Niveau der Gesamtstadt.

Im Regionalplan der Region Nordschwarzwald ist der Stadt Pforzheim die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums zugewiesen, so dass die Stadt ein Versorgungsauftrag für den regionalplanerisch ausgewiesenen Mittelbereich zukommt. Im Hinblick auf die Nahversorgungsfunktion, zu dem das Planvorhaben zu zählen ist, wird im Regionalplan ein spezifischer Nahbereich ausgewiesen, der neben der Stadt Pforzheim die Kommunen Birkenfeld, Ispringen, Niefern-Öschelbronn umfasst.

Abb. 2: Lage des Oberzentrums Pforzheim in der Region Nordschwarzwald



Quelle: Regionalplan 2015/Strukturkarte Regionalverband Nordschwarzwald; Bearbeitung: CIMA 2020

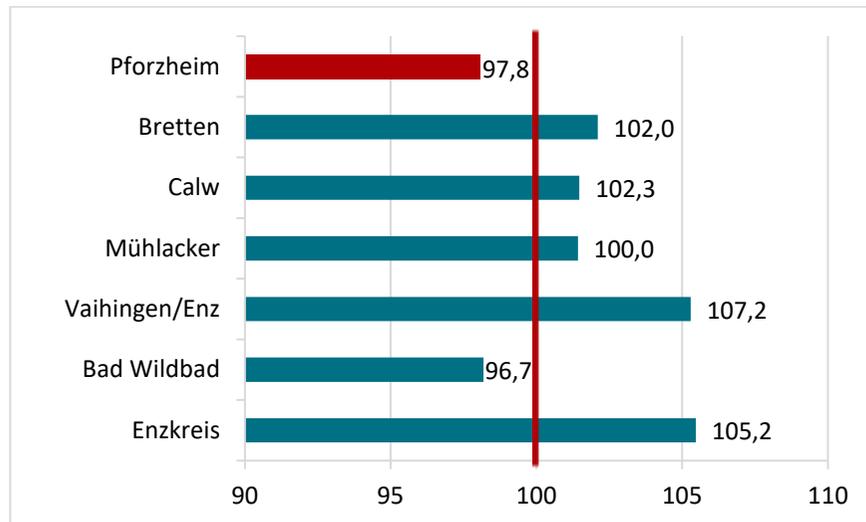
<sup>4</sup> Quelle: Bevölkerung Pforzheim 2019, Stadt Pforzheim, Abteilung Kommunale Statistik

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 97,8 liegt die Stadt Pforzheim leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert).

Im regionalen Vergleich verfügen die umliegenden Städte, mit Ausnahme der Stadt Bad Wildbad (96,7), über Kaufkraftkennziffern, die über dem Bundesdurchschnitt liegen.

Der Enzkreis verfügt über einen Wert von 105,2, so dass in der Gesamtheit im Kreis ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau vorliegt.

**Abb. 3: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich**

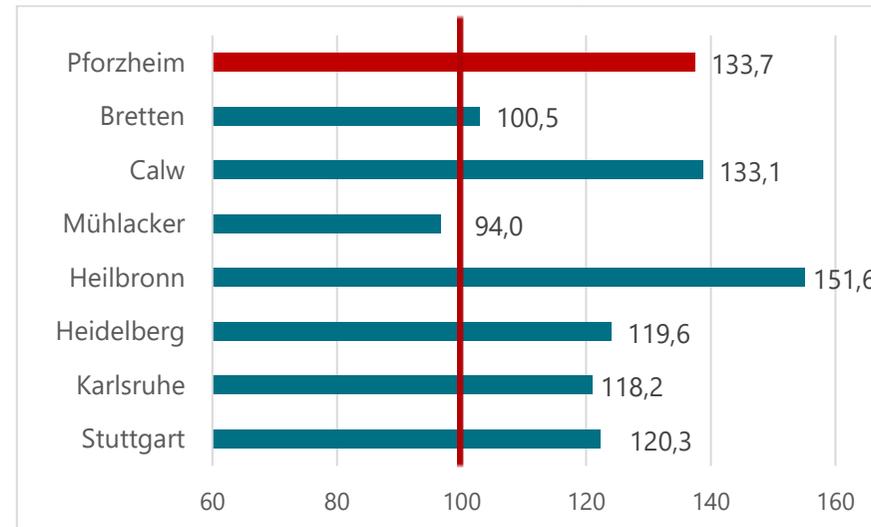


Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2019; Bearbeitung: CIMA 2020

Die **Zentralitätskennziffer** (Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz je Einwohner und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde liegt für die Stadt Pforzheim bei 133,7 (Indexwert 100,0). In der Summe liegt ein erheblicher Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadtgrenzen vor und unterstreicht damit die Bedeutung der Stadt Pforzheim als Einzelhandelsdestination.

Neben der Einkaufsinnenstadt ist insbesondere auf die Fachmarkttagglomeration auf der Wilferdinger Höhe hinzuweisen, welche die Einkaufsverflechtungen in der Region in der Region Nordschwarzwald insgesamt beeinflusst.

**Abb. 4: Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich**



Quelle: BBE|CIMA|MB Research 2019; Bearbeitung: CIMA 2020

## 3.2 Mikrostandort Bestandsmarkt Hohenzollernstraße

Der Bestandsmarkt der Fa. Lidl an der Hohenzollernstraße befindet sich im Randbereich des im Regionalplan Nordschwarzwald abgegrenzten zentralörtlichen Versorgungskerns der Stadt Pforzheim. Durch die Barrierewirkung des Hauptbahnhofs sowie durch den Gleiskörper ist der Standort jedoch räumlich und funktional von der Einkaufsinnenstadt abgegrenzt.

Im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim wurde im Bereich der Hohenzollernstraße/Am Hauptgüterbahnhof eine stadtteilbezogene Nahversorgungslage für die Nordstadt abgegrenzt.

Der Standort ist verkehrsgünstig an der Hohenzollernstraße gelegen, welche eine wichtige Verkehrsachse in ost-westlicher Richtung in der Stadt Pforzheim darstellt. Die Erreichbarkeit und die Einsehbarkeit sind für PKW-Kunden als sehr gut zu bewerten. Mit der Bushaltestelle „Gutenbergstraße“ ist ein ÖPNV-Anschluss in unmittelbarem Standortumfeld gegeben. Eine fußläufige Erreichbarkeit ist für die Bewohner der angrenzenden Siedlungsgebiete gewährleistet.

Neben der Fa. Lidl sind mit zwei weiteren Lebensmittelmärkten der Fa. Rewe sowie einem Getränkemarkt im unmittelbaren Standortumfeld weitere Anbieter mit einem Angebotsschwerpunkt auf den Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden. Ergänzend sind weitere Einzelhandelsnutzungen (z.B. Haushaltswaren, Matratzenfachmarkt) sowie gewerbliche Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen (u.a. Banken, Fahrschule etc.) und Gastronomie, die ebenfalls eine frequenzgenerierende Funktion für die Nahversorgungslage übernehmen, ansässig.

Im Westen und im Süden grenzt dichte Wohnbebauung an den bestehenden Standort. Im Osten des Standortes schließt sich die Gewerbegebietslage „Am Hauptgüterbahnhof“ an.

In der Gesamtschau liegt eine funktionierende Nahversorgungslage mit stabilen Angebotsstrukturen zur Abdeckung des täglichen Bedarfes, und in Teilen auch darüber hinaus, vor. Die vorhandenen Anbieter übernehmen neben der quartiersbezogenen Versorgungsfunktion auch eine Nahversorgung für den nördlichen Bereich der Innenstadt sowie für Bereiche der Oststadt.

Im Falle einer Projektrealisierung ist vorgesehen, die Nachnutzung der Immobilie an der Hohenzollernstraße durch einen Lebensmittelmarkt im Rahmen eines städtebaulichen Vertrages auszuschließen. Der Schwerpunkt wird gemäß den zugeleiteten Informationen künftig auf Wohnnutzungen liegen.

Abb. 5: Lidl-Markt Hohenzollernstraße sowie Standortumfeld



Quelle: cima, April 2020

### 3.3 Planstandort am Hauptgüterbahnhof

Der vorgesehene Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“ liegt etwa 200m in südöstlicher Richtung vom Bestandsmarkt an der Hohenzollernstraße entfernt. Der vorgesehene Standort ist direkt angrenzend zum zentralörtlichen Versorgungskern als auch der stadtteilbezogenen Nahversorgungslage verortet – eine städtebaulich-funktionale Verknüpfung kann attestiert werden. Auf dem Grundstück ist derzeit das Bahnhofsgebäude verortet, die übrige Fläche ist der derzeit unbebaut.

Das nähere Standortumfeld ist durch das Fachmarktzentrum „Am Hauptgüterbahnhof“ (u.a. Fa. Netto, Fa. dm, Fa. kik, Fa. TEDi) sowie weitere gewerbliche Nutzungen (u.a. Autowaschstraße) geprägt.

Durch die zentrale Lage in der Nordstadt und durch die Anbindung des Planstandortes an die Anselmstraße, welche eine Verbindungsachse zwischen Nord- und Oststadt darstellt, liegt bedingt durch die gute PKW-Erreichbarkeit unter handelsseitiger Betrachtung eine hohe Lagegunst vor. Mit der Haltestelle „Am Hauptgüterbahnhof“ liegt im Standortumfeld ein ÖPNV-Anschluss vor. Für die Wohnbevölkerung der Nord- und Oststadt im näheren Standortumfeld des Planstandortes der Fa. Lidl ist die fußläufige Erreichbarkeit gewährleistet.

Städtebaulich kann der verlagerte Lebensmittelmarkt eine Scharnierfunktion zwischen Nord- und Oststadt begünstigen bzw. durch eine verbesserte Erreichbarkeit die Nahversorgungssituation in der Oststadt aufwerten.

Der Planstandort ist damit als städtebaulich integriert zu bewerten und dient auch künftig vorrangig zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in den angrenzenden Siedlungsgebieten. Damit entspricht der Planstandort den Empfehlungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Pforzheim.

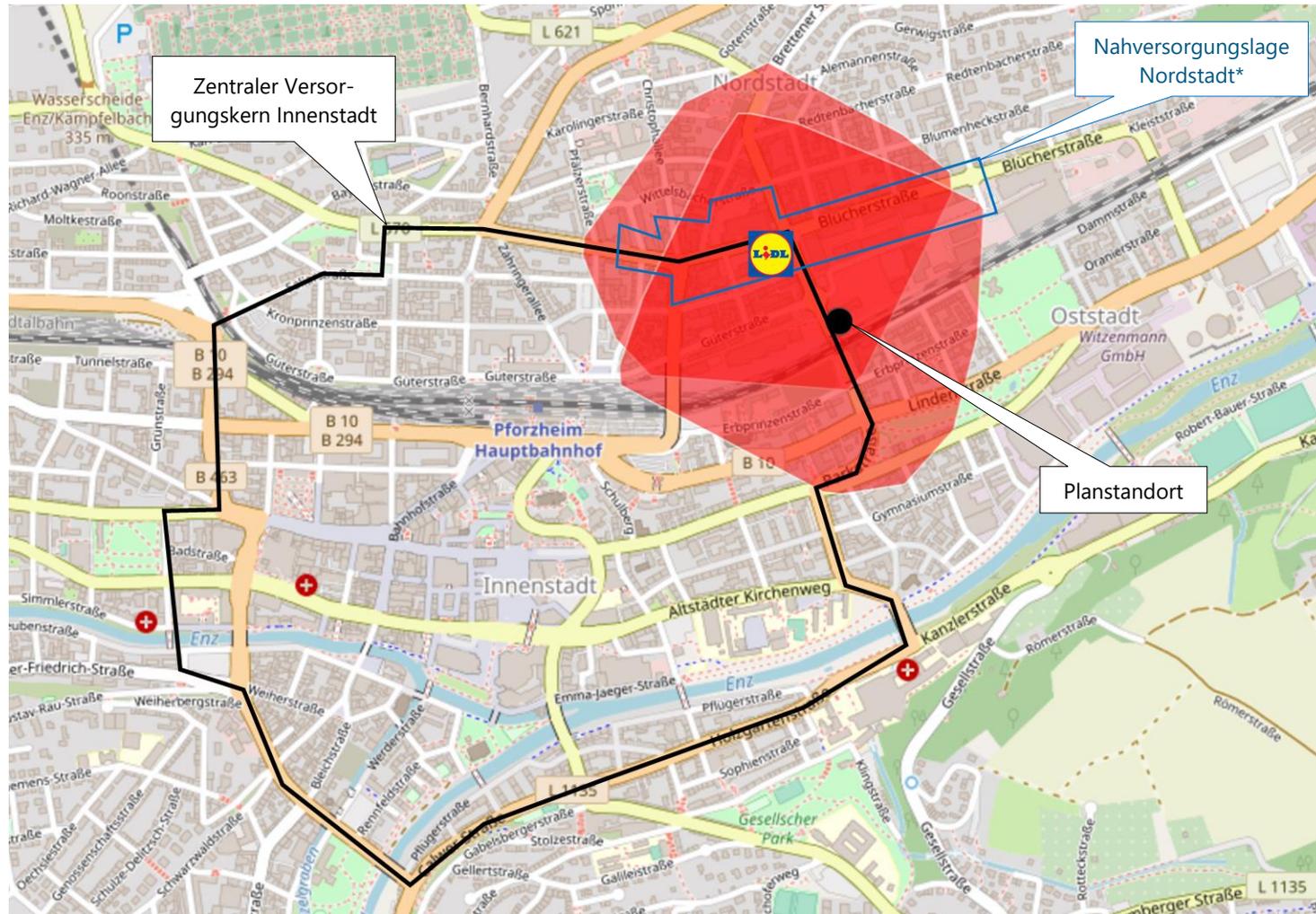
**Abb. 6: Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“ sowie Standortumfeld**



Quelle: cima, April 2020

In der nachfolgenden Karte sind der im Regionalplan der Region Nordschwarzwald abgegrenzte zentrale Versorgungskern für die Innenstadt von Pforzheim sowie die Nahversorgungslage Nordstadt gemäß des kommunalen Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Pforzheim dargestellt. Weiter sind der Bestandsmarkt als auch Planstandort inkl. eines 5min-Fußgängerradius, welcher für eine fußläufige Erreichbarkeit herangezogen werden kann, sowie die wesentlichen Wettbewerber im Standortumfeld enthalten.

Abb. 7: Lidl-Bestandsmarkt „Hohenzollernstraße“ sowie Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“, inkl. 5min-Fußgängerradius sowie Abgrenzung des zentralen Versorgungskerns Innenstadt und der Nahversorgungslage Nordstadt<sup>5</sup>



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),  
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: cima 2020

<sup>5</sup> \*Abgrenzung Nahversorgungslage Nordstadt gemäß des kommunalen Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim

## 4 Projektspezifische Angebotsstrukturen in der Stadt Pforzheim

### 4.1 Prägende Einzelhandelslagen in der Gesamtstadt Pforzheim

Neben der Einkaufsinnenstadt sind folgende für den Einzelhandelsstandort Pforzheim prägende Standortlagen zu nennen:

- Wilferdinger Höhe
- Oberes Enztal/ Brötzingen Tal
- Hohenäcker/ Obsthof
- Altgefäll
- Standortlage „Enzaupark“

Bei einer Schwerpunktbetrachtung der Nahversorgungsstrukturen zeigt sich, auch in Anbetracht der oberzentralen Versorgungsfunktion und der Stadtgröße, ein breites Angebot an Betriebstypen und Betreiberfirmen des Lebensmitteleinzelhandels.

Neben der Vielzahl an Lebensmitteldiscountmärkten und Supermärkten ist insbesondere auf die SB-Warenhäuser der Fa. Kaufland zu verweisen, welche mit drei Standorten (Wilferdinger Höhe, Oberes Enztal sowie Enzaupark) in der Stadt Pforzheim vertreten sind.

Eine Darstellung der Nahversorgungsstrukturen in der Gesamtstadt Pforzheim wird nachfolgend differenziert nach Standortlagen mit dem Schwerpunkt auf der Einkaufsinnenstadt sowie der Nordstadt vorgenommen, in der Bestandsmarkt der Fa. Lidl sowie der Planstandort verortet ist.

### 4.2 Nahversorgungsrelevantes Angebot in der Stadt Pforzheim

#### ***Einkaufsinnenstadt/Zentraler Versorgungsbereich***

In der Einkaufsinnenstadt bzw. im planerischen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Pforzheim ist als wesentlicher Anbieter der City Supermarkt Pischzan zu nennen, welcher den einzigen Lebensmittelvollsortimenter im engeren Innenstadtbereich darstellt.

In den westlichen Randbereichen der Innenstadt ist auf die Lebensmittel-discountmärkte der Fa. Penny und der Fa. Norma zu verweisen. Des Weiteren sind mehrere kleinere Anbieter von Obst und Gemüse mit südländisch geprägten Angebotsstrukturen vorhanden.

Ergänzt wird das Angebot durch eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialbetriebe (u.a. Süßwaren, Essig und Öle etc.).

Im nördlichen Randbereich der Innenstadt liegt bereits eine Überschneidung mit der Nahversorgungslage Nordstadt bzw. mit den dort ansässigen Angebotsstrukturen vor, welche auch eine Versorgungsfunktion für die nördliche Innenstadt übernehmen.

#### ***Nordstadt Pforzheim***

Als prägende Anbieter mit dem Angebotsschwerpunkt Lebensmittel in der Nordstadt sind innerhalb der abgegrenzten Nahversorgungslage neben dem Bestandsmarkt der Fa. Lidl am Standort „Hohenzollernstraße“ u.a. die Fa. Rewe (2 Standorte) sowie ein Getränkemarkt zu nennen.

Weiter ist auf einen türkischen Supermarkt am Standort „Blumenheckstraße“ sowie auf die Fa. Netto im Fachmarktzentrum „Am Hauptgüterbahnhof“ zu verweisen, welches ebenfalls einen Versorgungsschwerpunkt in der Nordstadt darstellt.

In den nördlichen Siedlungsgebieten der Nordstadt sind mit der Fa. Aldi und einem weiteren Standort der Fa. Lidl im Bereich „Hohenäcker“ zwei weitere betriebstypengleiche Anbieter vorhanden.

Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Spezialgeschäfte u.a. für internationale Spezialitäten, Frischfisch, Getränkemarkte sowie Tankstellenshops, so dass insgesamt eine ausgeprägte Angebotssituation im Lebensmittelsegment in der Nordstadt vorliegt.

### **Oststadt Pforzheim**

Das SB-Warenhaus der Fa. Kaufland im „Enzaupark“ im Osten stellt den einzigen größeren Lebensmittelmarkt innerhalb des Stadtbezirks dar. Durch die Sondergebietslage an der B 10 handelt es sich vorrangig um einen Standort für PKW-orientierte Kunden. Bei dem „Enzaupark“ handelt es sich um einen wesentlichen Versorgungsstandort innerhalb der Stadt Pforzheim, dessen Einzugsgebiet den gesamten östlichen Bereich des Stadtgebietes umfasst.

Im dicht besiedelten westlichen Bereich des Stadtbezirks beschränkt sich das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie einige spezialisierte Anbieter (internationale Lebensmittel, Tankstellenshops).

Ein weiterer, mit dem Planvorhaben vergleichbarer Lebensmittelmarkt, ist derzeit in der Oststadt nicht gegeben, so dass die Wohnbevölkerung bereits jetzt zu den Anbietern in der Nord- bzw. Innenstadt tendiert. Im Falle einer Realisierung des Planvorhabens ist aufgrund der leicht verbesserten Erreichbarkeit des Standortes „Am Hauptgüterbahnhof“ eine Aufwertung der Nahversorgungssituation für die Oststadt zu konstatieren.

### **Zwischenfazit**

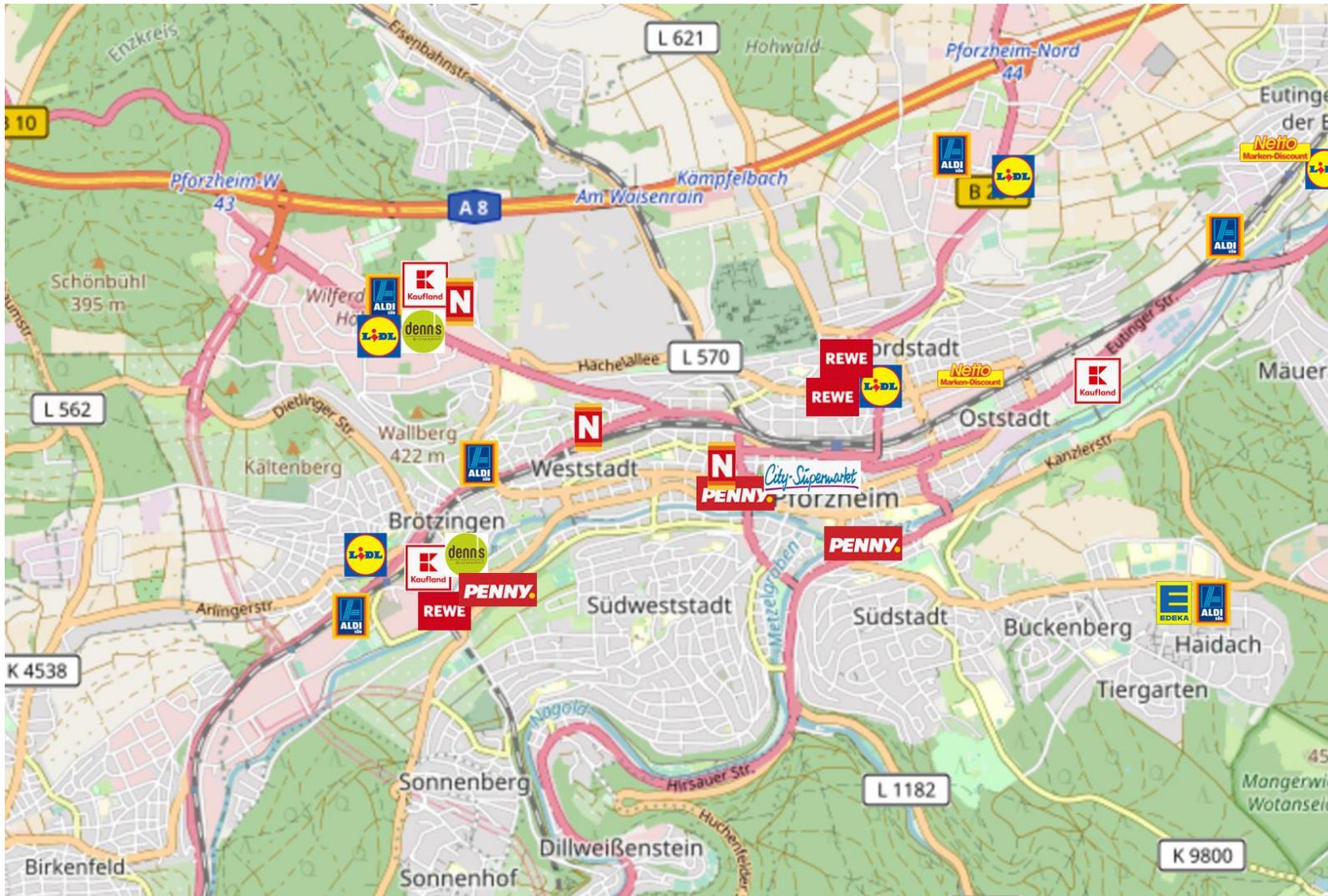
Die nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in der Stadt Pforzheim sind durch eine Vielzahl von Anbietern und Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels geprägt und entsprechen damit den Ansprüchen eines Oberzentrums.

Neben einer Vielzahl von Lebensmitteldiscountmärkten und -vollsortimern ist insbesondere auf die drei SB-Warenhäuser der Fa. Kaufland hinzuweisen, deren Einzugsgebiete in Teilen bis über die Stadtgrenzen hinausragen.

In der Nordstadt sind innerhalb der abgegrenzten Nahversorgungslage mit dem Bestandsmarkt der Fa. Lidl, zwei Lebensmittelvollsortimentern der Fa. Rewe sowie einem Standort der Fa. Netto verschiedene Lebensmittelmärkte ansässig. Mit den Märkten im Bereich „Hohenäcker“ ist die Nahversorgung auch in den nördlichen Bereichen abgedeckt.

In der Oststadt ist derzeit mit Ausnahme der Fa. Kaufland ein sehr begrenztes Angebot vorhanden, so dass die Wohnbevölkerung an Standorte außerhalb des Stadtteils tendiert.

Abb. 8: Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Pforzheim (Auswahl)



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),  
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: cima 2020

## 5 Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation

Zur Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes werden die wesentlichen Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation dargestellt.

### 5.1 Marktgebiet und Bevölkerungspotential

Der Schwerpunkt der Sortimentsstruktur liegt bei dem Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt in der vorgesehenen Verkaufsflächengröße auf dem Bereich Food und damit auf der Grundversorgung. Die Absatzreichweite ist daher für das Vorhaben deutlich niedriger anzusetzen als bei den Betrieben zur mittel- bis langfristigen Bedarfsdeckung (z.B. Bekleidung, Elektrowaren, Möbel) und bei den großflächigen Vertriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser mit ausgeprägtem Non-Food-Angebot). Weiterhin ist auf den bereits intensiven Besatz mit Lebensmittelmärkten in der Gesamtstadt Pforzheim hinzuweisen.

Das Kerneinzugsgebiet wird sich aufgrund der geringen räumlichen Distanz zwischen Bestandsmarkt und Planstandort auch im Falle der geplanten Verlagerung und Erweiterung auf die Nordstadt (Zone I) und die angrenzende Oststadt (Zone II) konzentrieren. Die Innenstadt kann aufgrund der räumlichen und funktionalen Trennung durch den Hauptbahnhof und den Gleiskörper, ebenso wie durch die hoch frequentierte B 294, nicht dem originären Einzugsgebiet zugeordnet werden.

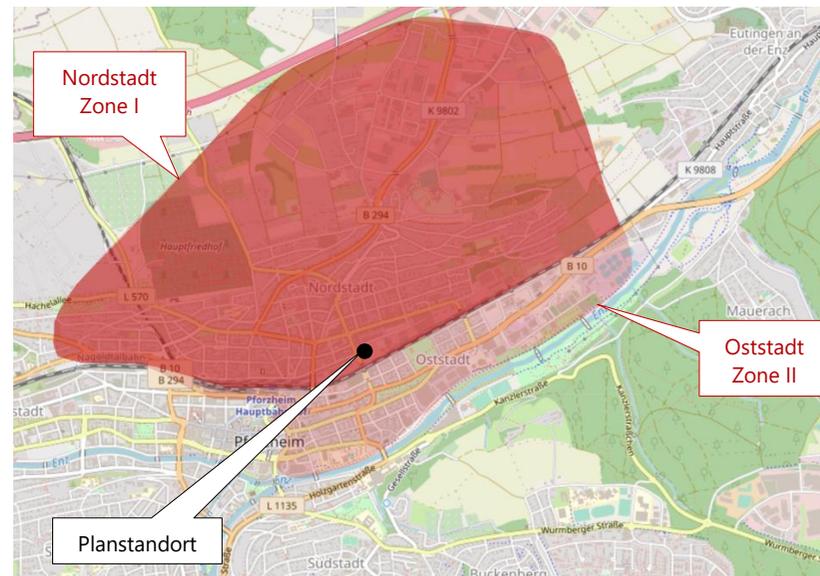
Innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes ist damit ein Bevölkerungspotential von insgesamt ca. 34.470 Einwohnern vorhanden, welches sich wie folgt gliedert.

Tab. 1: Einwohnerpotential im abgegrenzten Marktgebiet

Zone	Marktzone	Bevölkerungspotential
Zone I	Nordstadt	ca. 26.220 EW
Zone II	Oststadt	ca. 8.250 EW
<b>Marktgebiet gesamt</b>		<b>ca. 34.470 EW</b>

Quelle: Stadt Pforzheim; Stand: 31.12.2019

Abb. 9: Abgrenzung des Marktgebietes



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>), CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: cima 2020

## 5.2 Projektrelevantes Kaufkraftpotential

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.565,- € für das Jahr 2020 angesetzt werden<sup>6</sup>. Hiervon entfallen

- ca. 2.240,- € auf den Food-Bereich
- ca. 3.325,- € auf den Nonfood-Bereich.

Nachfolgend wird unter Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus das Kaufkraftpotential innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes, gegliedert nach Marktzonen sowie Food und Non-Food, dargestellt.

Innerhalb des Marktgebietes liegt für das Segment Lebensmittel ein Kaufkraftpotential von ca. 75,5 Mio. € vor, wovon ca. 57,4 Mio. € auf die Nordstadt (Zone I) und ca. 18,1 Mio. € auf die Oststadt (Zone II) entfallen.

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass in der Nordstadt aufgrund der in Teilen sehr dichten siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der bestehenden Wettbewerbssituation das Kaufkraftpotential nur zu einem gewissen Grad abgeschöpft werden kann, welches im Rahmen der nachfolgenden Modellrechnungen bei den anzusetzenden Marktanteilen zu berücksichtigen ist.

**Tab. 2: Kaufkraftpotential innerhalb des Marktgebietes nach Marktzonen**

	Einwohner	Kaufkraftpotential (in Mio. €)		
		Food	Non-Food	Gesamt
Nordstadt (Zone I)	26.220	57,4	82,6	140,0
Oststadt (Zone II)	8.250	18,1	26,0	44,1
<b>Marktgebiet gesamt</b>	<b>34.470</b>	<b>75,5</b>	<b>108,6</b>	<b>184,1</b>

Quelle: MB Research 2019; Berechnung cima 2020

<sup>6</sup> Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2019

## 6 Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Projektvorhabens

Eine Beurteilung der städtebaulichen Auswirkungen durch die geplante Erweiterung des Lebensmittelmarktes in der Stadt Pforzheim wird auf Basis der Prüfkriterien nach § 11 Abs. 3 BauNVO, des Regionalplans der Region Nordschwarzwald sowie des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg vorgenommen.

### 6.1 Konzentrationsgebot

*Nach Plansatz 3.3.7 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg sollen sich Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

Die Stadt Pforzheim ist im Regionalplan der Region Nordschwarzwald als Oberzentrum ausgewiesen. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit grundsätzlich zulässig und entspricht den landesplanerischen Zielsetzungen. Ein Verstoß gegen das Konzentrationsgebot liegt damit nicht vor.

### 6.2 Kongruenzgebot

*Das im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg erläuterte Kongruenzgebot besagt, dass bei großflächigen Handelsbetrieben der Umsatzanteil durch Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches die 30 %-Marke nicht überschreiten sollte.*

Im Sinne der regionalplanerischen Vorgaben kann eine Verletzung des Kongruenzgebotes ausgeschlossen werden, da die Stadt Pforzheim im

Regionalplan der Region Nordschwarzwald als Oberzentrum ausgewiesen ist und sich das Marktgebiet des Lebensmittelmarktes auch nach der geplanten Verlagerung und Erweiterung ganz überwiegend auf die Nordstadt sowie die angrenzende Oststadt beschränken wird. Der Umsatzanteil von außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes besitzt den Charakter von Streuumsätzen, so dass eine Überschreitung des 30%-Schwellenwertes ausgeschlossen ist.

### 6.3 Beeinträchtigungsverbot

*Das Beeinträchtigungsverbot besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge des zentralen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich nicht beeinträchtigen darf. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn in Folge von Neuansiedlungen oder Erweiterungen Umsatzumverteilungen bei den zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von mehr als 10 % und bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten von mehr als 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment zu vermuten sind (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).*

Für die Projektbeurteilung im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes ist eine Wirkungsbetrachtung auf die zentralen Versorgungsbereiche gemäß Märkte- und Zentrenkonzept sowie ggf. für projektrelevante Nahversorgungslagen der Stadt Pforzheim vorzunehmen.

Zunächst werden für den verlagerten und erweiterten Lebensmittelmarkt die Planumsatzleistungen sowie die erforderlichen Marktanteile zur Erreichung des rechnerischen Planumsatzes dargestellt.

Anschließend erfolgt eine Prüfung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Pforzheim bzw. im abgegrenzten Marktgebiet anhand der voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte, die im Falle einer Realisierung des Planvorhabens eintreten werden. Die Berechnungen sind nur für den Food-Bereich als Sortimentsschwerpunkt sinnvoll.

### 6.3.1 Planumsatz und Kaufkraftabschöpfungsquoten

Für den verlagerten und erweiterten Lebensmittelmarkt der Fa. Lidl am Standort „Am Hauptgüterbahnhof“ ist eine Verkaufsfläche von 1.450 qm zu prüfen.

Für die Berechnung des Planumsatzes wird die durchschnittlichen Flächenleistung der Fa. Lidl von 7.400,- €/qm VK<sup>7</sup> herangezogen. Auf den Nonfood-Bereich entfallen in etwa 20 % der Umsatzleistung (inkl. sog. Nonfood Aktionswaren).

In der Gesamtheit ergibt sich damit ein rechnerischer Planumsatz von ca. 10,7 Mio. €, wovon ca. 8,6 Mio. € auf die Warengruppe Food bzw. 2,1 Mio. € auf das Non-Food-Segment entfallen.

**Tab. 3: Plan-Umsatzleistung des verlagerten und erweiterten Lidl-Marktes**

	Gesamt	Food	Non-Food
Prognose-Umsatz bei 1.450 qm VK	10,7 Mio. €	8,6 Mio. €	2,1 Mio. €

Berechnung: cima 2020

Zum Erreichen des rechnerischen Planumsatzes (nur Food-Bereich) des verlagerten und erweiterten Lidl-Marktes von 8,6 Mio. € können die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Marktabschöpfungsquoten in den einzelnen Marktgebietszonen angesetzt werden.

**Tab. 4: Marktabschöpfungsquoten des erweiterten Lidl-Marktes zur Erreichung des Planumsatzes (Food)**

Daten	Markt-zonen				Planumsatz (Food)
	Nordstadt Zone I	Oststadt Zone II	Zone I+II	Streuumsatz	
Kaufkraft (Food)	57,4	18,1	75,5 Mio. €	---	---
Künftiger Marktanteil	10-11 %	10-11 %	10-11 %	--	---
<b>Umsatz Food</b>	<b>6,0 Mio. €</b>	<b>1,9 Mio. €</b>	<b>7,9 Mio. €</b>	<b>0,7 Mio. €</b>	<b>8,6 Mio. €</b>
Umsatz durch Nonfood-Sortimente (20 % des Gesamtumsatzes)					2,1 Mio. €
<b>Gesamtumsatz</b>					<b>10,7 Mio. €</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

<sup>7</sup> Quelle: EHI Handelsdaten.de, Statista

In Anbetracht der verhältnismäßig großen räumlichen Ausdehnung der Nordstadt sowie der ausgeprägten Wettbewerbssituation ist innerhalb der Zone I von einem Marktanteil von ca. 10-11% auszugehen.

In der Oststadt liegt mit Ausnahme der Fa. Kaufland kein weiterer mit dem Planvorhaben vergleichbarer Anbieter vor, so dass in der Zone II eine ähnlich hohe Marktdurchdringung wie in der Zone I anzusetzen ist.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage sowie der Nähe zur nördlichen Innenstadt kann ein Umsatzanteil von außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes von 5-10 % durch sog. „Streuumsätze“ angenommen werden.

### 6.3.2 Umsatzumverteilungseffekte innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes insgesamt

Die gegenwärtige Umsatzleistung des Lebensmitteleinzelhandels innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes beläuft sich überschlägig auf ca. 56,0 Mio. € (inkl. Food-Umsatz Lidl-Bestandsmarkt Hohenzollernstraße).

Durch das Planvorhaben ist von einer leicht erhöhten Kaufkraftbindung im Marktgebiet auszugehen, welches durch die Streuumsätze berücksichtigt wird. Der übrige Umsatz des erweiterten Lidl-Marktes wird durch Umverteilungen innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes generiert.

In der Modellrechnung werden die Umsatzeffekte innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes dargestellt, welche im Falle einer Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes zu erwarten sind. Hierbei ist der Prognoseumsatz des erweiterten Lidl-Marktes um den Ist-Umsatz des bestehenden Lidl-Marktes (ca. 5,7 Mio. € (Food)) zu bereinigen. Der durch höhere Streuumsätze von außerhalb des Marktgebietes generierte Umsatz ist ebenfalls in Abzug zu bringen, da dieser nicht umverteilungsrelevant gegenüber den Betrieben im Marktgebiet ist.

- Prognose-Umsatz Lidl-Markt (Food) 1.450 qm VK: ca. 8,6 Mio. €
- abzgl. Ist-Umsatz (Food) Lidl-Markt 960 qm VK: ca. 5,7 Mio. €
- abzgl. erhöhte Streuumsätze ca. 0,3 Mio. €

---

▪ **Umsatzumverteilungseffekte** **ca. 2,5 Mio. €**

Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz von 2,5 Mio. € gegenüber den bestehenden Betrieben im abgegrenzten Marktgebiet, ergeben sich folgende Relationen:

- Ist-Umsatz Food im Marktgebiet (ohne Lidl-Bestand): ca. 50,3 Mio. €
- Umsatzumverteilung durch den erweiterten Lidl-Markt: ca. 2,5 Mio. €

---

▪ **Umverteilungsquote im Marktgebiet insgesamt** **4-5 %**

Die Umsatzleistung des Lebensmitteleinzelhandels im Marktgebiet beläuft sich auf ca. 50,3 Mio. € (ohne Lidl-Bestandsmarkt Hohenzollernstraße mit 960 qm VK), so dass sich die Umverteilungsquote auf 4-5% beläuft.

### 6.3.3 Umsatzumverteilung nach Standortlagen

Um auch die Umsatzwirkungen auf kleinräumlicher Ebene zu bewerten, wird nachfolgend eine nach Standortlagen differenzierte Beurteilung vorgenommen.

In der räumlichen Differenzierung nach Standortlagen kann von den nachfolgend dargestellten rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten ausgegangen werden.

**Tab. 5: Rechnerische Umsatzumverteilung gegenüber dem relevanten Bestand (ohne Umsatz Lidl-Bestandsmarkt) nach Standortlagen**

	Umsatz im Food-Segment	Umverteilungsrelevanter Umsatz	Umverteilungsquoten
Stadtteilbezogene Nahversorgungslage Nordstadt	16,5 Mio. €	1,4 Mio. €	8-9 %
Sonstige Standortlagen im Marktgebiet	33,8 Mio. €	1,1 Mio. €	3-4 %
<b>Marktgebiet gesamt</b>	<b>50,3 Mio. €</b>	<b>2,5 Mio. €</b>	<b>4-5 %</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung, Rundungswerte

#### Stadtteilbezogene Nahversorgungslage Nordstadt

Innerhalb der im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim abgegrenzten stadtteilbezogenen Nahversorgungslage liegt mit zwei Lebensmittelmärkten der Fa. Rewe, einem Lebensmitteldiscountmarkt der Fa. Netto, einem Getränkemarkt sowie verschiedenen Anbietern des Lebensmittelhandwerks und spezialisierter Betriebe, wie z.B. für internationale Spezialitäten, Wein etc. ein umfassendes Angebot im Lebensmitteleinzelhandel mit stabilen Wettbewerbsstrukturen vor.

Räumlich konzentrieren sich die Betriebe entlang der Hohenzollernstraße sowie im Fachmarktzentrum „Am Hauptgüterbahnhof“. Die Umverteilungen wirken in erster Linie sowohl gegenüber dem betriebstypengleichen Anbieter der Fa. Netto, welcher in dem Fachmarktzentrum „Am

Hauptgüterbahnhof“ verortet ist, als auch gegenüber den Standorten der Fa. Rewe, welche in unmittelbarer Nähe zum Lidl-Markt liegen.

Die Umsatzumverteilungsquote gegenüber den Bestandsbetrieben innerhalb der stadtteilbezogenen Nahversorgungslage Nordstadt wird sich bei einer Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Lidl-Marktes auf ca. 8-9 % belaufen und somit noch unter dem Schwellenwert von 10 % liegen, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative städtebauliche Auswirkungen zu vermuten sind.

#### Sonstige Standortlagen im Marktgebiet

Gegenüber den Betrieben in den sonstigen Standortlagen kann eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 3-4 % angesetzt werden.

Als wesentliche Anbieter, gegenüber denen die Umsatzumverteilungseffekte wirksam werden, sind vorrangig die Betriebe in den städtebaulich nicht integrierten Standortlagen, wie z.B. die Lebensmitteldiscountmärkte der Fa. Aldi und der Fa. Lidl im „Hohenacker“ sowie im Osten das SB-Warenhaus der Fa. Kaufland im „Enzauenpark“ zu nennen.

Durch den mit der Verlagerung verbundenen moderneren Marktauftritt sind ggf. Kannibalisierungseffekte gegenüber dem bestehenden Lidl-Markt im Gewerbegebiet „Hohenacker“ ebenso wie Umverteilungen gegenüber dem betriebstypengleichen Anbieter Fa. Aldi zu erwarten, da die Kundschaft im Einzugsgebiet künftig verstärkt an den Planstandort tendieren wird.

Durch die verbesserte Erreichbarkeit für die Oststadt ist zudem davon auszugehen, dass der verlagerte Lidl-Markt verstärkt durch die dortige Wohnbevölkerung aufgesucht wird, welche bislang auch zum Standort der Fa. Kaufland tendiert.

### **Sonstige Standortlagen außerhalb der abgegrenzten Marktgebietes**

Außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes sind durch das Planvorhaben nur sehr marginale Umsatzumverteilung durch die leichte Erhöhung der „Streuumsätze“ von 0,3 Mio. € gegeben.

Die wesentlichen von den Umsatzumverteilungseffekten betroffenen Betriebe des zentralörtlichen Versorgungskerns, dessen Funktionalität vorrangig durch die Betriebe der Einkaufsinnenstadt definiert wird, sind im Randbereich verortet und liegen im Überlappungsbereich mit der im Märkte- und Städtekonzept der Stadt Pforzheim abgegrenzten stadtteilbezogenen Nahversorgungslage der Nordstadt.

Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralörtlichen Versorgungskerns (Einkaufsinnenstadt von Pforzheim) durch das Planvorhaben kann unter Berücksichtigung der Höhe des umverteilungsrelevanten Umsatzes jedoch genauso wie für sonstige Nahversorgungslagen außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes ausgeschlossen werden.

### **Zwischenfazit**

Die Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem projektrelevanten Bestand liegt im Kerneinzugsgebiet liegt insgesamt bei 4-5 %. In einer nach Standortlagen räumlich differenzierten Betrachtung liegt die höchste Umsatzumverteilungsquote gegenüber den Betrieben innerhalb der stadtteilbezogenen Nahversorgungslage Nordstadt mit 8-9 % noch unter dem Schwellenwert von 10 %, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg negative städtebauliche Auswirkungen angenommen werden können. Eine Verletzung des Beeinträchtigungsverbotes liegt damit nicht vor.

## **6.4 Bewertung des städtebaulichen Integrationsgebot**

Das im Einzelhandelserlass des Landes Baden-Württemberg erläuterte Integrationsgebot formuliert, dass Einzelhandelsprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden sollen.

Ergänzend wird im Regionalplan der Region Nordschwarzwald im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung darauf hingewiesen, dass Einzelhandelsstandort durch den ÖPNV erschlossen und für Fußgänger und Radfahrer gut erreichbar sein sollen.

Gemäß den Zielsetzungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Pforzheim sind für die nahversorgungsrelevanten Sortimente auch Standortbereiche außerhalb der Innenstadt, bzw. Stadtteilzentren zulässig, sofern diese der „wohnnahen Versorgung“ dienen und einen räumlichen Bezug zu Wohngebieten aufweisen.

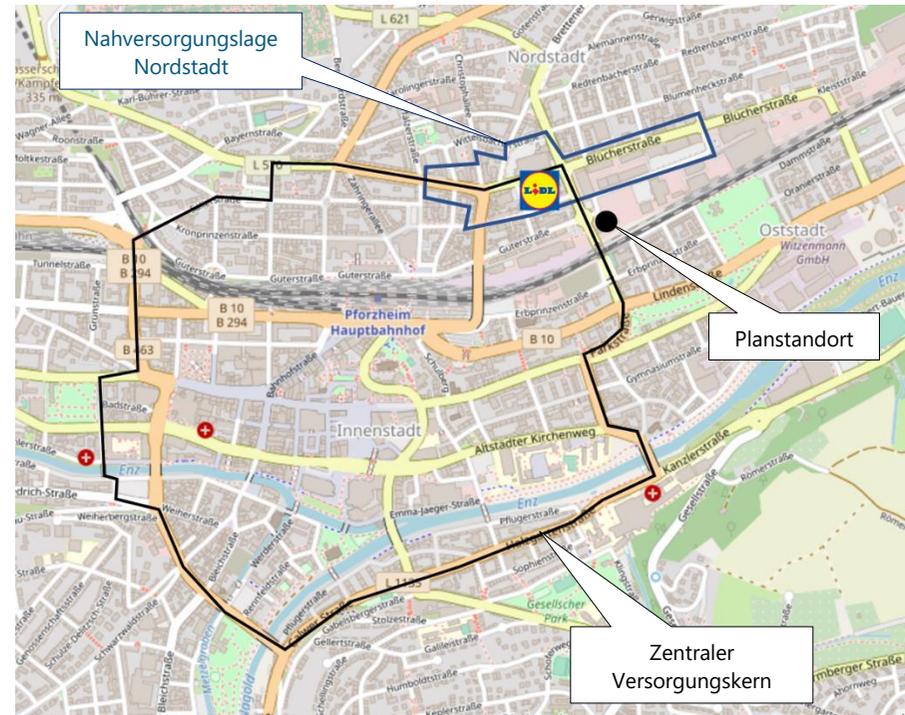
Bei der Einordnung des Planstandortes hinsichtlich des städtebaulichen Integrationsgebotes sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Der Planstandort des Lidl-Marktes „Am Hauptgüterbahnhof“ grenzt unmittelbar an den im Regionalplan der Region Nordschwarzwald abgegrenzten zentralörtlichen Versorgungskern sowie an die im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim abgegrenzte stadtteilbezogene Nahversorgungslage der Nordstadt (vgl. Abb. 10). Durch die räumliche Nähe der angrenzenden Wohngebiete an den Planstandort kann dieser in der Gesamtheit als städtebaulich integriert eingestuft werden.
- Unter Berücksichtigung der räumlichen Nähe (ca. 200m) von Bestands- und Planstandort und des auch künftig unveränderten Einzugsgebietes empfiehlt die CIMA im Falle einer Realisierung des Planvorhabens eine Erweiterung der stadtteilbezogenen

Nahversorgungslage um den Planstandort der Fa. Lidl „Am Hauptgüterbahnhof“.

- Dies ist auch damit zu begründen, dass die Standortlage mit dem Fachmarktzentrum „Am Hauptgüterbahnhof“ als Standortverbund wahrgenommen wird und eine zentrale Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke Nordstadt und Oststadt der Stadt Pforzheim übernimmt.
- Durch die städtebauliche Aufwertung des Areals „Am Hauptgüterbahnhof“ durch die Realisierung des Planvorhabens übernimmt der Standort künftig eine „Scharnierfunktion“ zwischen den Stadtteilen und kann eine Verbesserung der Nahversorgung für die Wohnbevölkerung in der Oststadt bedeuten. Es liegt somit kein typischer Standort auf der „grünen Wiese“ vor.
- Mit der Bushaltestelle „Am Hauptgüterbahnhof“ ist im direkten Standortumfeld ein ÖPNV-Anschluss gegeben, so dass der Standort insgesamt durch eine gute Erreichbarkeit gekennzeichnet ist.

**Abb. 10: Lidl-Bestandsmarkt „Hohenzollernstraße“ sowie Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“**



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>), CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: cima 2020

Vor dem Hintergrund der dargestellten Rahmenbedingungen entspricht der Standort des Bestandsmarktes der Fa. Lidl dem städtebaulichen Integrationsgebot.

## 6.5 Agglomeration

Innerhalb des Regionalplans Nordschwarzwald ist der Plansatz 2.9.3 „Agglomeration“ enthalten, welcher beinhaltet, dass „nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe bei einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu behandeln sind, sofern raumordnerische Wirkungen wie bei einem Einzelhandelsgroßprojekt zu erwarten sind.“

Zunächst ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass der verlagerte Lebensmittelmarkt der Fa. Lidl mit einer geplanten Verkaufsflächengröße von ca. 1.450 qm oberhalb der Schwelle zum großflächigen Einzelhandel liegt, welche sich nach aktueller Rechtsprechung auf 800 qm VK beläuft.

Im Grundsatz ist darauf hinzuweisen, dass das Planvorhaben mit der vorliegenden Standort- und Auswirkungsanalyse bereits wie ein Einzelhandelsgroßprojekt bewertet wird. Im vorliegenden Fall ist vielmehr zu betrachten, ob durch das Planvorhaben wirkungsverstärkende Faktoren, bedingt durch eine Einzelhandelsagglomeration, vorliegen und schädliche Auswirkungen u.a. auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung bzw. auf die Entwicklung zentraler Versorgungskerne in der Stadt Pforzheim begünstigt werden.

In Bezug auf das Planvorhaben sind im Hinblick auf die Bewertung der Agglomerationswirkungen folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um eine Verlagerung eines bestehenden Marktes. Die Nachnutzung des Altstandortes durch einen Lebensmittelmarkt ist durch einen städtebaulichen Vertrag ausgeschlossen. Künftig werden dort Wohnnutzungen realisiert, so dass kein neuer Anbieter in den Wettbewerb eintreten wird.
- Der Altstandort ist in lediglich 200m Entfernung zum Planstandort verortet, so dass das Kundeneinzugsgebiet des Lidl-Marktes auch nach einer Verlagerung und Erweiterung nahezu unverändert bleiben wird. Grundlegende Veränderungen der Angebotsstrukturen, welche Einfluss auf die räumliche Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes haben, liegen damit nicht vor.

- Die östlich des Planstandortes ansässigen Betriebe, u.a. Raiffeisen Gartenmarkt, Hilti Werkzeugmarkt, Netto Lebensmitteldiscounter, dm, TEDI, kik, werden zwar im Westen auch über den Verkehrskreisel Anselmstraße/Am Hauptgüterbahnhof erschlossen, dennoch ist darauf hinzuweisen, dass die Betriebe in Teilen bereits bis zu 200m vom Planstandort entfernt liegen und damit eine vergleichbare Entfernung wie zu dem Altstandort der Fa. Lidl vorliegt.
- Bei einer Betrachtungsweise der Einzelhandelslage am Hauptgüterbahnhof als Standortverbund bzw. Agglomeration liegt durch das Planvorhaben weder eine angebotsergänzende Funktion im Hinblick auf das Sortiment (Nahrungs- und Genussmittel) noch auf den Betriebstyp (Lebensmitteldiscounter) vor.
- Die Ansiedlung der Fa. Lidl bzw. des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter führt aufgrund seines eindeutigen Angebotsschwerpunktes auf den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die in der Regel wohnnah abgedeckt werden, nicht zu bedeutsamen Veränderungen der vorliegenden Kaufkraftströme in der Stadt Pforzheim.

In der Gesamtbetrachtung wird deutlich, dass aus der Verlagerung des Lidl-Marktes keine signifikanten Veränderungen weder in Bezug auf die bereits vorliegenden Angebotsstrukturen im erweiterten Standortbereich noch auf die räumliche Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes des Lidl-Marktes resultieren. Durch eine Einzelhandelsagglomeration verursachte Faktoren, welche wirkungsverstärkend auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. sonstige Nahversorgungslagen innerhalb der Stadt Pforzheim wirken, sind nicht auszumachen.

## 7 Zusammenfassung

Die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, hat im März 2020 den Auftrag der Lidl Dienstleistungs GmbH & Co. KG, Bietigheim, erhalten, die Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes an der Hohenzollernstraße, Pforzheim, an den Standort „Am Hauptgüterbahnhof“ im Hinblick auf die damit verbundenen städtebaulichen Auswirkungen zu prüfen. Mit dem Planvorhaben ist eine Vergrößerung der Verkaufsfläche von derzeit ca. 960 qm auf künftig ca. 1.340 qm Verkaufsfläche vorgesehen. Im Rahmen des Bebauungsplanes wird die Verkaufsfläche auf 1.450 qm festgesetzt, um eine gewisse Flexibilität auf der Betreiberseite zu gewährleisten. Im Sinne eines „Worst-Case-Ansatzes“ wurden für die Standort- und Auswirkungsanalyse entsprechend die im B-Plan festgesetzten 1.450 qm VK in Ansatz gebracht.

### Zusammenfassung

Die wesentlichen Ergebnisse und Schlussfolgerungen lassen sich wie folgt darstellen:

- Der Entfernung zwischen Bestandsmarkt und Planstandort beläuft sich auf ca. 200m. Im Falle einer Projektrealisierung ist vorgesehen, die Nachnutzung des „Altstandortes“ durch einen Lebensmittelmarkt im Rahmen eines städtebaulichen Vertrages auszuschließen.
- Da es sich bei dem Planvorhaben um eine Verlagerung eines bereits bestehenden Betriebes und keine Neuansiedlung handelt, liegt in der Gesamtbetrachtung keine grundlegende Veränderung der Angebotsstrukturen in der Nordstadt vor.
- Durch die Realisierung des Planvorhabens würde eine städtebauliche Aufwertung der derzeitigen Brachfläche auf dem Areal „Am Hauptgüterbahnhof“ erreicht werden.
- Der Planstandort ist für die angrenzenden Wohngebiete von guter fußläufiger Erreichbarkeit gekennzeichnet. Für die Wohnbevölkerung der Oststadt liegt im Falle einer Projektrealisierung bedingt

durch die begünstigte Erreichbarkeit eine Verbesserung der bestehenden Nahversorgungssituation vor.

- Das Marktgebiet ist auch nach einer Verkaufsflächenerweiterung unverändert auf die Nord- und Oststadt begrenzt. Innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes liegt ein Einwohnerpotential von ca. 34.470 EW vor.

In Anlehnung an die relevanten Prüfkriterien (BauNVO, Einzelhandelserlass des Landes, dem Regionalplan Nordschwarzwald, dem Märkte- und Zentren der Stadt Pforzheim) ergibt sich folgende Einordnung:

- Die Stadt Pforzheim ist im Regionalplan Nordschwarzwald als Oberzentrum ausgewiesen. Die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit grundsätzlich zulässig und entspricht dem **Konzentrationsgebot**.
- Das Marktgebiet des Lidl-Marktes ist auf die Nord- und Oststadt begrenzt. Auch im Fall einer Erweiterung des Lidl-Marktes wird das Marktgebiet in seiner Abgrenzung unverändert bleiben und nicht über die Stadtteilgrenzen hinaus reichen. Eine Verletzung des **Kongruenzgebotes** ist ausgeschlossen.
- Die rechnerische Umsatzumverteilungsquote gegenüber dem projektrelevanten Bestand liegt im abgegrenzten Marktgebiet bei 4-5%. Differenziert nach Standortlagen sind die Umverteilungseffekte wie folgt zu bewerten\_
  - Innerhalb der **Nahversorgungslage Nordstadt** liegen mit 8-9% die rechnerisch höchsten Umverteilungsquoten im Marktgebiet vor, die noch unterhalb des 10%-Schwellenwertes liegen, ab dem lt. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg von negativen städtebaulichen Auswirkungen auszugehen ist.

- Neben dem betriebstypengleichen Anbieter der Fa. Netto ist eine Betroffenheit der Rewe-Märkte zu konstatieren.
- Gegenüber den Bestandsbetrieben in den **sonstigen Standortlagen** im Marktgebiet beläuft sich die Umsatzumverteilungsquote auf 3-4 %. Eine Betroffenheit liegt vorrangig gegenüber den Betrieben in den städtebaulich nicht integrierten Standortlagen „Hohenäcker“ bzw. „Enzauenpark“ vor.
  - Die Umverteilungseffekte wirken vorrangig gegenüber den Betrieben innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes. Negative städtebauliche Auswirkungen gegenüber „schützenswerten“ Standortlagen, wie **dem zentralen Versorgungskern Innenstadt** bzw. **sonstigen Nahversorgungslagen** sind ausgeschlossen.
  - In der Gesamtschau sind in Anbetracht der vorliegenden Angebotsstrukturen im Marktgebiet und der durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte unterhalb des 10%-Schwellenwertes keine negativen städtebauliche Wirkungen anzunehmen. Eine Verletzung des **Beeinträchtigungsverbotes** liegt damit nicht vor.
  - Der Planstandort des Lidl-Marktes „Am Hauptgüterbahnhof“ grenzt unmittelbar an den im Regionalplan der Region Nordschwarzwald abgegrenzten zentralörtlichen Versorgungskern sowie an die im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Pforzheim abgegrenzte stadtteilbezogene Nahversorgungslage der Nordstadt. Durch die räumliche Nähe der angrenzenden Wohngebiete kann der Planstandort in der Gesamtheit als städtebaulich integriert eingestuft werden.
  - Durch die städtebauliche Aufwertung des Areals „Am Hauptgüterbahnhof“ durch die Realisierung des Planvorhabens übernimmt der Standort künftig eine „Scharnierfunktion“ zwischen den Stadtteilen und kann eine Verbesserung der Nahversorgung für die Wohnbevölkerung in der Oststadt bedeuten.

- Es liegt somit kein typischer Standort auf der „grünen Wiese“ vor. Zudem übernimmt der verlagerte und erweiterte Lidl-Markt für die angrenzenden Wohngebiete eine unmittelbare Nahversorgungsfunktion. Der Planstandort ist damit als städtebaulich integriert zu bewerten und entspricht dem **städtebaulichen Integrationsgebot**.
- Im Hinblick auf den Tatbestand einer **Einzelhandelsagglomeration** wird deutlich, dass aus der Verlagerung des Lidl-Marktes keine signifikanten Veränderungen weder in Bezug auf die bereits vorliegenden Angebotsstrukturen im erweiterten Standortbereich noch auf die räumliche Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes des Lidl-Marktes resultieren. Durch eine Einzelhandelsagglomeration am Hauptgüterbahnhof verursachte Faktoren, welche wirkungsverstärkend auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. sonstige Nahversorgungslagen innerhalb der Stadt Pforzheim wirken, sind nicht auszumachen.

#### **Fazit**

In der abschließenden Bewertung der Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes vom Standort „Hohenzollernstraße“ an den Planstandort „Am Hauptgüterbahnhof“ in der Stadt Pforzheim kann festgehalten werden, dass das Planvorhaben vollumfänglich den beschlossenen städtebaulichen Zielen des kommunalen Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Pforzheim hinsichtlich einer wohnortnahen Nahversorgung sowie den landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen entspricht.

In Anbetracht der Bewertung des Planvorhabens auf Basis der Prüfkriterien nach § 11 Abs. 3 BauNVO, des Regionalplans der Region Nordschwarzwald sowie des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg sind keine negativen Wirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die sonstigen Nahversorgungslagen im Marktgebiet bzw. in der Stadt Pforzheim insgesamt zu erwarten.