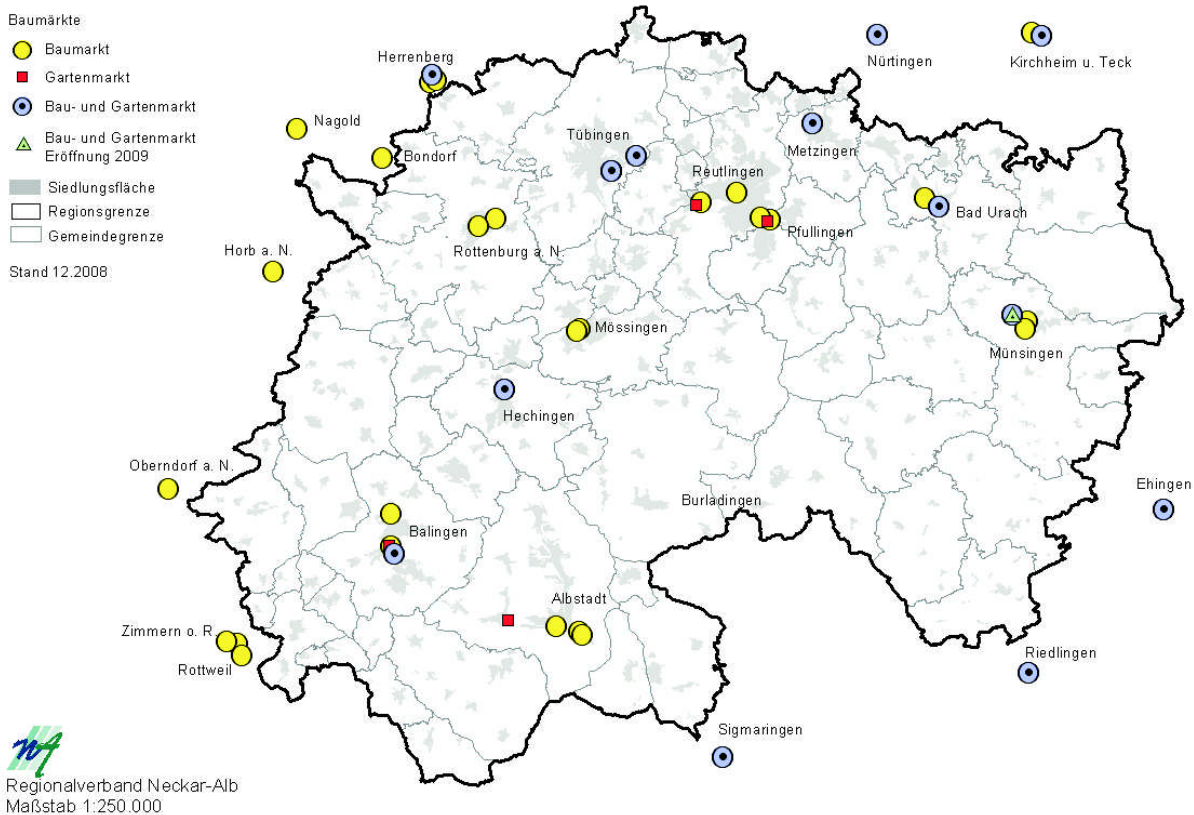




Bau- und Gartenmärkte der Region Neckar-Alb sowie der angrenzenden Regionen im Umkreis von 25 km



Nachschlagewerk zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb

- Rechtsgrundlagen
- Fakten und Daten

August 2010

Verfasser: Angela Bernhardt
Peter Rienhardt
Florian Groß

Mössingen
August 2010

Vorwort

Das Nachschlagewerk dient als zweiter Baustein der Vorbereitung des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes Neckar-Alb.

Es beinhaltet einerseits eine Zusammenstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen bei der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen wie z. B. den Einzelhandelserlass und ist andererseits mit einer systematischen Recherche und Aufbereitung statistischer einzelhandelsrelevanter Daten verbunden.

Darüber hinaus enthält es eine Vertiefung für den Bereich der Bau- und Gartenmärkte.

Die in dem Nachschlagewerk enthaltenen regionalspezifischen Daten basieren auf dem ersten Baustein, dem Einzelhandelskataster Neckar-Alb 1998, welches erstmals 1998 erstellt, 2000, 2004 und 2008/2009 fortgeschrieben wurde. Neben den großflächigen Einzelhandelseinrichtungen umfasst es seit 2008 auch weitere relevante Einrichtungen unterhalb der Großflächigkeit u. a. Lebensmitteldiscounter, Fachmärkte und sogenannte Kleinflächenkonzepte, die zur Beurteilung der Einzelhandelssituation und -entwicklung erforderlich sind.

Das Nachschlagewerk soll zukünftig durch weitere thematische Vertiefungen ergänzt werden, wie z. B. Sortimentslisten, Versorgungsbereiche, Hinweise des Regierungspräsidiums zur Beurteilung von Einzelhandelsansiedlungen u. a.

Das Nachschlagewerk und deren Ergänzungen dienen ebenfalls der Unterstützung der Kommunen in der Region Neckar-Alb im Sinne des Einzelhandelsmonitorings, der Erstellung und Fortschreibung kommunaler Zentren- und Märktekonzepte und der Beurteilung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsansiedlungsvorhaben.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	1
2.	Rechtlicher Rahmen	2
2.1	Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 (LEP)	2
2.1.1	Aussagen des Landesentwicklungsplans zum großflächigen Einzelhandel	2
2.1.2	Kongruenzgebot	3
2.1.3	Beeinträchtigungsverbot	3
2.1.4	Städtebauliches Integrationsgebot	4
2.2	Regionalplanung	4
2.2.1	Aussagen des Regionalplans Neckar Alb 1993 (Kap. 2.6)	5
2.2.2	Erfordernisse für die Aufstellung von Regionalplänen bzgl. der Festlegung von Schwerpunkten für Dienstleistungseinrichtungen	5
2.2.3	Kernbereiche im Sinne der Regionalplanung	5
2.3	Bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandels-großprojekten	6
2.3.1	Die Regelungen des § 34 Abs. 3/3a des Baugesetzbuches (BauGB)	7
2.3.2	Die Regelungen des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO)	8
2.3.3	Einkaufszentren nach § 11 Abs. 3 S. 1 Nr.1 BauNVO	9
2.3.4	Großflächige Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 S.1 Nr.2 BauNVO	10
2.3.5	Sonstige großflächige Handelsbetriebe i.S. von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 BauNVO	10
2.3.6	Verkaufsfläche	11
2.3.7	Warenangebot und Sortimente	11
3.	Zentren- und Märktekonzepte	12
3.1	Das regionale Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb	13
3.2	Konzepte und Gutachten in der Region Neckar-Alb 2009	15
4.	Demografische Entwicklung und Einzelhandel	17
5.	Szenarien zur Einzelhandelsentwicklung	17
6.	Die Entwicklung des Einzelhandels in Zahlen	19
6.1	Einzelhandelssektor Bau- und Gartenmärkte	26
6.1.1	Baumärkte in Deutschland	27
6.1.2	Bau- und Gartenmärkte in der Region Neckar-Alb	30
7.	Übersicht der Standorte des großflächigen Einzelhandels in der Region Neckar-Alb	33
8.	Abkürzungsverzeichnis	36
9.	Tabellenverzeichnis	37
10.	Abbildungsverzeichnis	37
11.	Literaturverzeichnis	37
12.	Weiterführende Literatur	39

Anhangsverzeichnis

A	Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	1
B	Begriffsbestimmung Kaufkraft und Kaufkraftkennziffern	4
C	Besondere Faktoren bei der Beurteilung der Kaufkraftkennziffern der Region Neckar-Alb	8
D	Kaufkraftkennziffern der Region Neckar-Alb 2003	8
E	Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben vom 21.02.2001, GABl. 30.03.2001 (Einzelhandelserlass)	12
F	Ergänzung der Verwaltungsvorschrift auf Grund der Urteile des BVerwG und VGH Baden-Württemberg 2005	38
G	Neue Rechtsprechung zum großflächigen Einzelhandel und deren Auswirkungen auf den Einzelhandelserlass	40

1. Einführung

Die Entwicklung im Einzelhandel ist geprägt durch einen stetigen Rückgang von Einzelhandelsgeschäften, eine Stagnation der Einzelhandelsumsätze seit 1992, eine anhaltende Verkaufsflächenzunahme in den einzelnen Einrichtungen, neue Angebotsformen wie Herstellerdirektverkaufszentren, kombinierte großflächige Freizeit- und Handelseinrichtungen (z. B. sog. Urban Entertainment Centern), neue Sortimentszusammenstellungen (z. B. Spielzeugabteilungen in Bekleidungskaufhäusern oder Bäckereifilialen in der Vorkassenzone von Baumärkten), neue Standortgemeinschaften (z. B. von Food- und Nonfood-Discountern) und eine zunehmende Internationalisierung.

Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wird - bedingt durch die Baunutzungsverordnung - eine weitere Zunahme der Discountmärkte zu Lasten der Vollsortimente erwartet. Ebenso ist im Bereich der Nonfood-Discounter von einem weiteren Wachstum in den Sektoren Textilien, Schuhe, Möbel, Drogerie und Computer-/Unterhaltungselektronik auszugehen. Bei den Baumärkten wird eine Marktbereinigung erfolgen, kleine Baumärkte scheiden aus dem Markt aus und neue Baumärkte werden mit bis zu 15.000 m² deutlich größer ausfallen.

Die Ansiedlungsbestrebungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe richten sich vorrangig auf autokundenorientierte Standorte, regionale und überregionale Verkehrsknoten und zunehmend auf Standorte im Umland von Ober-, Mittel- und Unterzentren.

Dies alles hat Folgen für die Nahversorgung der Bevölkerung und die innerstädtischen Versorgungsstrukturen - auch in der Region Neckar-Alb - und vor allem im ländlichen Raum.

Landes- und Regionalplanung verfolgen das Ziel einer räumlich nachhaltigen Entwicklung unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten. Zentraler Bestandteil einer daraus resultierenden Raumordnungspolitik ist die Sicherung der Funktionsfähigkeit der Zentren der Städte und Gemeinden. Der Einzelhandel nimmt hier eine Schlüsselposition ein. Die Attraktivität der Innenstädte wird durch den Einzelhandel beeinflusst. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige Handelsbetriebe knapp unterhalb der Großflächigkeit können bei falscher Standortwahl die raumordnerische Struktur nachteilig beeinflussen. Der Verlust von Einzelhandelsbetrieben führt häufig auch zu einer Abwanderung anderer Dienstleistungsbetriebe wie z. B. von Ärzten, Frisören und Banken. Städte und Gemeinden verlieren ihre Funktion als zentraler Versorgungsbereich, die verbrauchernahe Versorgung ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen gefährdet.

Dieser Entwicklung soll auf regionaler Ebene auf der Grundlage des Landesplanungsgesetzes 2003 und des Landesentwicklungsplans 2002 sowie unter Berücksichtigung der Baunutzungsverordnung 1990 und dem Einzelhandelserlass 2001 entgegen gewirkt werden.¹

1 Landesplanungsgesetz (LplG, 10.07.2003, GABl. Nr. 10, 11.08.2003), Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP, 23.07.2002), Baunutzungsverordnung (BauNVO, 23.01.1990, BGBl. 1, S. 132), Einzelhandelserlass (Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten, 21.02.2001, GABl. 30.03.2001, S.290)

2. Rechtlicher Rahmen

Die raumordnerischen Regelungen im Landesentwicklungsplan und im Regionalplan zum Einzelhandel beziehen sich nur auf den großflächigen Einzelhandel. Wesentlich für die Übereinstimmung eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung sind die Aussagen des Landesentwicklungsplans und des Regionalplans. Im Folgenden werden unter den Begriffen Einzelhandelsgroßprojekte und großflächige Einzelhandelsvorhaben Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächigen Handelsbetriebe subsumiert.

2.1 Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 (LEP)

Der Landesentwicklungsplan stellt das rahmensetzende und integrierte Gesamtkonzept für die räumliche Planung, Entwicklung und Ordnung auf Landesebene dar. Er legt Kraft Gesetz die Ziele und Grundsätze der Raumordnung für die Landesentwicklung und die Abstimmung und Koordination raumbedeutsamer Planungen fest. An ihm sind alle hierarchisch nachfolgenden Planungen auszurichten, insbesondere die Regionalplanung.

2.1.1 Aussagen des Landesentwicklungsplans² zum großflächigen Einzelhandel

Im Landesentwicklungsplan sind als Ziele zum Großflächigen Einzelhandel festgelegt:

PS 3.3.7: Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Von dieser Regelung darf nur in atypischen Fällen abgewichen werden. (Vgl. Einzelhandelserlass) Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn

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

Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.

PS 3.3.7.1: Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Der Plansatz enthält das sogenannte Kongruenzgebot.

PS 3.3.7.2: Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der

Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage. In diesem Plansatz ist das Beeinträchtigungsverbot sowie das Integrationsgebot verankert.

PS 3.3.7.3: *Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.*

PS 3.3.7.4: *Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.*

Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne des Landesentwicklungsplans sind alle Vorhaben entsprechend der Festlegungen des § 11 Abs. 3 BauNVO (siehe Kap. 2.3.2).

2.1.2 Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot ergibt sich aus dem Plansatz 3.3.7.1 des Landesentwicklungsplans, d. h. auf die Beschränkung einerseits von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen auf die Ober- Mittel- und Unterzentren und andererseits auf den jeweils zugehörigen Versorgungsbereich. Die Beschränkung des großflächigen Einzelhandels auf die höheren Zentralen Orte entfällt dann, wenn in Kleinzentren und Gemeinden ohne Zentralität die Sicherung der Grundversorgung geboten ist. Durch die Begrenzung auf den eigenen Versorgungsbereich soll gewährleistet bleiben, dass die Versorgungsbereiche anderer Zentraler Orte nicht beeinträchtigt werden. Eine wesentliche Überschreitung des Versorgungsbereichs ist dann gegeben, wenn 30 % der Umsätze aus Räumen außerhalb des Versorgungsbereichs erzielt werden³.

2.1.3 Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot ergibt sich aus dem Plansatz 3.3.7.2 des Landesentwicklungsplans. In der Regel ist davon auszugehen, dass bei Realisierung eines großflächigen Einzelhandelsprojektes eine wesentliche Beeinträchtigung dann vorliegt, wenn bei der Gesamtheit der von einem Vorhaben betroffenen innenstadtrelevanten Sortimente Umsatzverlagerungen aus innerörtlichen Geschäftslagen von ca. 10 % bzw. bei nicht innenstadtrelevanten Sortimenten bis max. 20 % zu erwarten sind⁴. Diese Schwelle kann im Einzelfall - z. B. bei Leitsortimenten mit besonderer innerörtlicher Bedeutung - auch darunter liegen. Neben den Umsatzverlagerungen sind hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbots auch weitere Einflussfaktoren relevant:

- Bedeutung der von Umsatzverlagerungen betroffenen Sortimente für die Attraktivität der Innenstädte im Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens
- Größe des Vorhabens,
- Erreichbarkeit vom Gebiet der Innenstadt/Nachbargemeinden aus,

3 Einzelhandelserlass 3.2.1.4

4 Einzelhandelserlass 3.2.2.3

- Erforderlichkeit des Einzelhandelsvorhabens für die angemessene Versorgung der eigenen Bevölkerung der planenden Gemeinde.

Aus dem Plansatz ergibt sich auch, dass im Umkehrschluss an peripheren Standorten innenstadt-/zentrenrelevante Sortimente nur in Ausnahmen - also als Randsortimente - zulässig sind. Es handelt sich dann um ein Randsortiment, wenn dessen Umfang 10 % der Verkaufsfläche bzw. maximal 800 m² nicht überschreitet, also das Randsortiment selbst nicht die Grenze der Großflächigkeit entsprechend der Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 S. 3 BauNVO überschreitet.

2.1.4 Städtebauliches Integrationsgebot

Plansatz 3.3.7.2 fordert die städtebauliche Integration von Einzelhandelsgroßprojekten. Städtebaulich integriert sind alle Standorte in einem - insbesondere baulich verdichteten - Siedlungszusammenhang, die Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzeptes (Siedlungs- und Ortsbildkonzept) mit besonderer Berücksichtigung der Aspekte Städtebau, Wohnanteil (insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten), Verkehr sowie Einzelhandel und Dienstleistungen sind. Ein wesentliches Merkmal der städtebaulichen Integration eines Standortes ist neben einer qualifizierten Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) auch ein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich. Dazu können im Ausnahmefall auch Ortsrandlagen (Peripherie) gehören, wenn die Vorhaben nachweislich nicht im Ortskern angesiedelt werden können, der Sicherung der Grundversorgung dienen und unmittelbar an den baulichen Zusammenhang eines Hauptortes einer Gemeinde anschließen. Hauptorte einer Gemeinde verfügen über einen Versorgungs- und Siedlungskern. Lagen abgesetzt von einem Hauptort sind nicht als städtebaulich integriert anzusehen.⁵

Das Ziel der städtebaulichen Integration von Einzelhandelsgroßprojekten soll die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gewährleisten, die Nutzungsmischung fördern und die Funktionsvielfalt der Innenstädte und Stadtteilzentren stärken.

2.2 Regionalplanung

Die Regionalplanung setzt die Ziele der Raumordnung und Landesplanung auf der Ebene von Teilräumen bzw. Regionen um. Sie ist als Aufgabe den regionalen Planungsträgern, den Regionalverbänden, übertragen und hat die Programme und Pläne der Landesplanung, also auch den Landesentwicklungsplan, zu konkretisieren. Die Regionalplanung ist das Verbindungsstück zwischen überörtlichen Entwicklungsvorstellungen des Landes, dargestellt in Landesentwicklungsplänen und der konkreten Festsetzung der Raumnutzung auf der kommunalen Ebene durch die Bauleitplanung.

Der Regionalplan konkretisiert die Ziele und Grundsätze der Raumordnung für die Region räumlich und sachlich und legt seinerseits Ziele und Grundsätze textlich und beschreibend sowie zeichnerisch fest. Die Ziele der Regionalplanung sind einer Abwägung nicht zugänglich, während die Grundsätze dagegen abwägungsfähig sind.

5 Euregio-Rat Bayern-Salzburg-Oberösterreich
(<http://www.euregio.sbg.at/files/Details%20Beschluss%20EuRegio-Rat%20Kriterien%202022.10.02.pdf>)
Region Südostbayern http://www.region-suedostoberbayern.bayern.de/regplan/Text/18c_glos.htm

Der Regionalplan dient wiederum den öffentlichen Stellen bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen, Genehmigungen, Planfeststellungen u. ä. als Handlungsrahmen und ist von diesen zu berücksichtigen (Bindungswirkung § 4 Abs. 1 ROG). Bei der Aufstellung des Regionalplans sind die Gemeinden in einem förmlichen Verfahren zu beteiligen (§ 12 Abs. 2 Nr. 1 LplG).

2.2.1 Aussagen des Regionalplans Neckar Alb 1993 (Kap. 2.6)

Der rechtskräftige Regionalplan Neckar-Alb 1993 enthält folgende Ziele zum großflächigen Einzelhandel:

- Z Großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit überörtlicher Bedeutung sollen nur in den Kernbereichen und in Sondergebieten der Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.
- Z Die Ausweisung entsprechender Sondergebiete ist auf solche großflächigen Einzelhandelsbetriebe zu beschränken, die sich aufgrund ihres spezifischen Warenangebots und des damit einhergehenden großen Flächenbedarfs oder hohen Verkehrsaufkommens nicht in die Kernbereiche der Zentralen Orte eingliedern lassen. In den Ober- und Mittelzentren sollen die Sondergebiete nur in den Schwerpunkten für Dienstleistungseinrichtungen ausgewiesen werden. In den Unterzentren sind sie nur in unmittelbarer Anlehnung an die Ortskerne zuzulassen. Die Größe der Verkaufsfläche hat sich am Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes zu orientieren.

2004 fasste die Verbandsversammlung des Regionalverbands Neckar-Alb den Beschluss zur Fortschreibung des Regionalplans Neckar-Alb 1993 und am 29.09.2009 den Satzungsbeschluss für den Regionalplan Neckar-Alb 2009. Dieser hat allerdings keine Rechtskraft erlangt und wird mit Beschluss der Verbandsversammlung vom 15.06.2010 erneut überarbeitet.

2.2.2 Erfordernisse für die Aufstellung von Regionalplänen bzgl. der Festlegung von Schwerpunkten für Dienstleistungseinrichtungen

Bei Einzelhandelsgroßprojekten kommt dem Regionalplan eine große Bedeutung zu. Hier werden die Ziele aus dem Landesentwicklungsplan ausgeformt und die Weichen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe gestellt. Laut aktuellem Landesplanungsgesetz 2003 sind im Regionalplan Ziele und Grundsätze über Festlegungen von Schwerpunkten für Dienstleistungseinrichtungen, insbesondere Standorte für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe festzulegen. In der Region Neckar-Alb sind diese Dienstleistungsschwerpunkte den Kernbereichen aller Ober- und Mittelzentren der Region zugeordnet.

2.2.3 Kernbereiche im Sinne der Regionalplanung

Kernbereiche im Sinne der Regionalplanung gehen über die bauleitplanerisch festgesetzten Kerngebiete nach § 7 BauNVO hinaus. Zu den Kernbereichen zählen diejenigen Bereiche der Innenstädte und Ortsteilzentren, die im Rahmen von kommunalen und regionalen Zentren- und Märktekonzepten textlich beschrieben und begründet sind sowie in einer Karte gebietsscharf abgegrenzt sind. Kernbereiche sind baulich verdichtete Gebiete mit wesentlichen Wohnanteilen, in der die typischen in-

nerstädtischen Funktionen konzentriert und die typisch innerstädtisch geprägt sind. Sie sind i. d. R. charakterisiert durch folgende Kriterien:

- zusammenhängender, dichter Besatz von Einzelhandelsgeschäften,
- Dienstleistungseinrichtungen (z. B. Banken, Ärzte),
- öffentlichen Einrichtungen,
- anteiliger fußläufiger Einzugsbereich,
- qualifizierte Anbindung an den ÖPNV,
- räumliche begrenzende Verkehrsstrassen (z. B. Ringstraßen, Fußgängerzonen, Bahnlinien),
- historische bauliche Begrenzung (z. B. Altstadt, Stadtmauern),
- topographische Barrieren (z. B. Flüsse, Hügel, Senken).

Städtebaulich integrierte Standorte sind insbesondere Bestandteil einer planerischen Gesamtkonzeption und somit Ausdruck einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung.

Die Stadt- und Einzelhandelsentwicklung unterliegt stetigen Veränderungen. Um den damit verbundenen kernbereichsrelevanten Entwicklungen gerecht zu werden und eine zeitgemäße Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten zu gewährleisten, sollte die Abgrenzung des Kernbereichs immer wieder überprüft und bei Bedarf angepasst werden.

Über den Kernbereich hinaus können in geeigneten Einzelfällen auch Ortsrandlagen bei Vorliegen der oben genannten Voraussetzungen - insbesondere der fußläufigen Erreichbarkeit - als städtebaulich integrierte Standorte dann in Betracht kommen, wenn die Weiterentwicklung einer Gemeinde nur noch am Ortsrand möglich ist. Ortsrandlagen sind jedoch nur dann integrierte Standorte, wenn sie im Zusammenhang mit dem bebauten Ortsteil desjenigen Hauptorts einer Gemeinde stehen, der den Versorgungs- und Siedlungskern der Gemeinde darstellt. Der Versorgungs- und Siedlungskern einer Gemeinde weist diejenigen Einrichtungen auf, die zur Deckung des wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs der Bevölkerung bereitgestellt werden. Wie bei den Kernbereichen soll die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Ortsrandlagen in ein planerisches Gesamtkonzept integriert sein. Überdies ist bei städtebaulichen Randlagen der Nachweis des Fehlens geeigneter städtebaulich integrierter Standorte zu führen. Es kommt hierbei nicht darauf an, dass geeignete städtebaulich integrierte Flächen sich im Besitz des Vorhabenträgers befinden, sondern ob unter planungsrechtlichen Gesichtspunkten Flächen für das nach Art und Größenordnung beabsichtigte Vorhaben zur Verfügung stehen.

2.3 Bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten

Das Raumordnungs- und Landesplanungsrecht des Bundes und des Landes unterscheidet zwischen Grundsätzen und Zielen der Raumordnung und Landesplanung. Die jeweils in § 2 des Raumordnungsgesetzes des Bundes (ROG) und des Landesplanungsgesetzes (LplG) festgelegten Grundsätze stellen raumpolitische Leitsätze dar und sind bei raumbedeutsamen Planungen gegeneinander und untereinander abzuwägen (§ 2 Abs. 2 LplG). Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung eröffnen demgegenüber keinen Abwägungsspielraum; alle öffentlichen Träger raumbedeutsamer Planungen und sonstiger Maßnahmen müssen sie beachten (§ 5 Abs. 4

ROG, § 5 Abs. 1 Satz 2 LplG) (Anpassungsgebot). Diese Pflicht wird für die Bauleitplanung durch § 1 Abs. 4 BauGB ausdrücklich bestätigt.

Die verbindliche Bauleitplanung schafft selbst Baurecht und ist damit die entscheidende Planungsebene auch für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten. Im Folgenden wird auf die gesetzlichen Vorschriften hinsichtlich solcher Ansiedlungen auf kommunaler Ebene näher eingegangen:

2.3.1 Die Regelungen des § 34 Abs. 3/3a des Baugesetzbuches (BauGB)⁶

Im BauGB wurde neu der sogenannte Versorgungsbereich aufgenommen. Die gesetzliche Regelung lautet:

(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung

- 1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs oder der Erweiterung, Änderung oder Erneuerung einer zulässigerweise errichteten baulichen Anlage zu Wohnzwecken dient,*
- 2. städtebaulich vertretbar ist und*
- 3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.*

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

Bei Vorhaben nach § 34 Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Vorausgesetzt wird, dass ein Vorhaben an sich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wäre. Abs. 3 legt eine weitere Zulassungsvoraussetzung für Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich fest und soll nachteilige Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (Funktionsfähigkeit) in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden verhindern.

Eine beachtliche Funktionsstörung kann angenommen werden, wenn

- es sich um ein Vorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches handelt,
- das Warenangebot gerade (auch) solche Sortimente umfasst, die zu den typischen Sortimenten betroffener zentraler Versorgungsbereiche gehören und

⁶ Neugefasst durch Bek. v. 23.9.2004 I 2414; Zuletzt geändert durch Art. 4 G v. 31.7.2009 I 258 StGB NRW-Mitteilung 135/2007 vom 17.01.2007 (Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen) auf der Basis des Urteils des OVG NRW vom 11.12.2006 (Az.: 7 A 964/05)

- das Vorhaben nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten lässt, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

Die Einschätzung, ob schädliche Auswirkungen zu erwarten sind, kann u. a. sinnvoller Weise aus dem Verhältnis der Verkaufsfläche des Vorhabens zu der gesamten Verkaufsfläche des/der zentralen Versorgungsbereiches/s (relative Größe) abgeleitet werden (Quantitativer Ansatz). Darüber hinaus sind Kaufkraftabflüsse und Umsätze als weitere Maßstäbe ergänzend anwendbar. Generell maßgebliche Prozentsätze lassen sich jedoch nicht festlegen.

Weitere Kriterien sind zu prüfen (Qualitativer Ansatz), so können z. B. schädliche Auswirkungen vorliegen, wenn

- das vorhandene oder geplante Zentrensystem der Standortkommune oder anderer Kommunen so beeinträchtigt wird, dass es durch Kaufkraftabfluss zu Leerständen von Geschäften und somit zu einem Absinken des Versorgungsniveaus und der Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in den zentralen Versorgungsbereichen kommen kann,
- die öffentlich geförderte Aufwertung innerstädtischer Zentren nicht fortgeführt werden kann bzw. der mit bereits vollzogenen Maßnahmen verfolgte Zweck nicht erreicht werden kann und deshalb der Erhalt bzw. die geplante Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zur (verbrauchernahen) Versorgung gefährdet ist.

Der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche beschränkt sich jedoch nicht ausschließlich auf die Abwehr großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Im Einzelfall kann auch ein Vorhaben unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit schädliche Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich haben und deshalb unzulässig sein. Ein solcher Fall wird um so eher eintreten, je kleinteiliger und damit empfindlicher der betroffene zentrale Versorgungsbereich ausgestaltet ist.⁷

2.3.2 Die Regelungen des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO)

Nach § 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO sind

- *Einkaufszentren,*
 - *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, sowie*
 - *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend genannten großflächigen Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
- außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.*

Die Baunutzungsverordnung enthält in § 11 Abs. 3 S. 1 BauNVO eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von sogenannten Einzelhandels-

7 OVG NRW, Urteil vom 01.07.2009, 10 A 2350/07
Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien, BT-Drucksache 15/2250, S. 54

großprojekten. Sie besagt, dass diese nur in Kerngebieten und in ausdrücklich für solche Betriebe ausgewiesenen sonstigen Sondergebieten zulässig sind. Bei der Ausweisung sonstiger Sondergebiete muss zusätzlich zur Art die Zweckbestimmung - in diesem Fall "Gebiet für großflächigen Einzelhandel" - festgesetzt werden (§ 11 Abs. 2 S.1 BauNVO).

In § 11 Abs. 3 S. 2 BauNVO sind die Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben auf die Ziele und Grundsätze der Raumordnung und Landesplanung dargestellt, diese dürfen nicht nur unwesentlich sein. Das wird in der Regel unterstellt, wenn die Geschossfläche der Betriebe 1.200 m² überschreitet (§ 11 Abs. 3 S. 3 BauNVO). Diese sogenannte Vermutungsregel geht davon aus, dass ab einer Geschossfläche von 1.200 m² mit Auswirkungen des Vorhabens auf die Ziele und Grundsätze der Raumordnung zu rechnen ist. Es reicht schon die Möglichkeit des Eintretens von Auswirkungen aus, um ein Vorhaben außer in Kern- und Sondergebieten unzulässig werden zu lassen⁸. Die Vermutungsregel geht ferner davon aus, dass die Verkaufsfläche etwa zwei Drittel der Geschossfläche beträgt. Genauso kann es allerdings vorkommen, dass auch bei einem Vorhaben unterhalb der 1.200 m²-Grenze Auswirkungen zu erkennen oder bei einer Fläche von mehr als 1.200 m² nicht zu erkennen sind. Hier wird im Einzelhandelserlass von einem atypischen Fall gesprochen. Gerade in kleineren Gemeinden im ländlichen Raum können Auswirkungen auch bei einem Vorhaben unterhalb der Vermutungsgrenze eine empfindliche Verschlechterungen der Einzelhandelssituation bewirken.

Für die Beurteilung der Wesentlichkeit von Auswirkungen in atypischen Fällen werden in der Baunutzungsverordnung als besondere Merkmale die Größe und Gliederung der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes genannt (§ 11 Abs. 3 S. 4 BauNVO).

2.3.3 Einkaufszentren nach § 11 Abs. 3 S. 1 Nr.1 BauNVO

Einkaufszentren werden im Gegensatz zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben nicht nach ihren Auswirkungen beschrieben. Bei ihnen ist auf Grund der Größe - in der Regel mehr als 1.200 m² Geschossfläche - automatisch von Auswirkungen auszugehen, eine gesonderte Prüfung ist nicht mehr erforderlich. § 11 Abs. 3 BauNVO hat den Zweck, Einzelhandelsgroßprojekte einer speziellen Regelung zu unterwerfen und sie so aus Gewerbe- und Industriegebieten fernzuhalten, die meist städtebaulich nicht integriert und in den Siedlungsrandzonen ausgewiesen sind.

Einkaufszentren sind in der Regel einheitlich geplante, finanzierte, gebaute und verwaltete räumliche Konzentrationen von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Branchen und Größen, häufig in Kombination mit Dienstleistungsbetrieben. Eine Sonderform des Einkaufszentrums kann auch eine gewachsene Ansammlung solcher Betriebe sein, wenn außer ihrer engen räumlichen Konzentration ein Mindestmaß an äußerlich in Erscheinung tretender gemeinsamer Organisation und Kooperation vorliegt, welches einem planvoll gewachsenen und aufeinander bezogenen Einkaufszentrum entspricht. Kennzeichnend für ein Einkaufszentrum ist die besondere Anziehungskraft auf Kunden durch den Eindruck eines "Zentrums". Deshalb werden Her-

8 vgl. Müller, F. H. (1990): Die Baunutzungsverordnung, S. 142

steller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center, Designer-Outlet-Center u. ä.) ebenfalls zu den Einkaufszentren gerechnet. In Ortsteilen und kleineren Orten kann bereits mit der räumlichen und organisatorischen Zusammenfassung von nur wenigen Betrieben dieser Art mit zentrenbildender Funktion ein Einkaufszentrum i.S. des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 BauNVO entstehen. Wegen der Größe der Einkaufszentren und der Angebotsvielfalt werden die besonderen städtebaulichen Auswirkungen, die für die großflächigen Handelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO angenommen werden, in der Baunutzungsverordnung ebenfalls den Einkaufszentren unterstellt.⁹

2.3.4 Großflächige Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 S.1 Nr.2 BauNVO

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind Unternehmen, die ein gemischtes oder spezielles Sortiment an Waren, ggf. Dienstleistungen, auf großer Fläche an letzte Verbraucher anbieten und verkaufen (z. B. Verbrauchermärkte, Kauf-/Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Discounter und Fachmärkte, wie Möbelhäuser, Baumärkte, Gartencenter, Textilfachmärkte). Einzelhandelsbetriebe, von denen die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO näher bezeichneten nicht nur unwesentlichen Auswirkungen ausgehen können, sind nur dann Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie außerdem "großflächig" sind. Die Großflächigkeit eines Betriebes ist eine eigene selbstständige Voraussetzung. Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe der wohnungsnahen Versorgung ihre Obergrenze findet. Diese Grenze lag bis November 2005 nicht wesentlich unter 700 m² Verkaufsfläche, aber auch nicht deutlich darüber¹⁰. Die Erfahrung hat gezeigt, dass sich der Anteil der Lager- und sonstiger Nebenflächen an der Geschossfläche reduziert hat, so dass die Großflächigkeit nun beim Überschreiten von 800 m² Verkaufsfläche gegeben ist.¹¹ Dies gilt unabhängig von den regionalen und örtlichen Verhältnissen, d. h. die Großflächigkeit ist für eine kleine Gemeinde nicht anders zu beurteilen als für die Großstadt und dort nicht anders für den Ortsteil A als für den Ortsteil B.

Bei der Beurteilung der Großflächigkeit ist zunächst auf den einzelnen Betrieb abzustellen. Ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb i.S. von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO kann allerdings auch dann vorliegen, wenn es sich um eine "Funktionseinheit" mehrerer nicht großflächiger Betriebe handelt, einer so genannten Einzelhandelsagglomeration. Eine Agglomeration ist dann anzunehmen, wenn die Betriebe nach grundstücksrechtlichen, betriebs- oder bautechnischen Gesichtspunkten eine Einheit bilden (gemeinsame/übergreifende Parkplatznutzung, gemeinsamer überdachter Eingangsbereich, gemeinsames Marketing u. ä.).¹²

2.3.5 Sonstige großflächige Handelsbetriebe i. S. von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 BauNVO

Die explizite Nennung sonstiger großflächiger Handelsbetriebe soll sicherstellen, dass auch solche Handelsbetriebe erfasst werden, die nicht ausschließlich Einzelhandel betreiben, jedoch mit Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, weil sie auch an Endverbraucher verkaufen und deshalb die gleichen Auswirkungen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe haben können. Hierzu kann bei entsprechend großen

9 Hessisches Ministerium 2005, Hinweise und Erläuterungen, S. 4

10 BVerwG, Urteil vom 22.05.1987, BRS 47 Nr. 56

11 BVerwG C 10.04 vom 24.11.2005

12 Hessisches Ministerium 2005, Hinweise und Erläuterungen, S. 5, Einzelhandelserlass Rdnr. 2.2.2

Verkaufsflächen auch der Direktverkauf an Endverbraucher in Fertigungsbetrieben gehören.

Der traditionelle, funktionale Großhandel wird hierbei nicht erfasst. Wenn an Gewerbetreibende o. ä., Freiberufler, Behörden, Kantinen betrieblich verwertbare Waren abgesetzt werden, ist Großhandel anzunehmen. Werden Waren zur privaten Lebensführung der obengenannten Gruppen erworben, liegt dann Einzelhandel vor, wenn mehr als 10 % des Umsatzes des Handelsunternehmens zur Deckung des betriebsfremden Eigenbedarfs der Käufer dient.

2.3.6 Verkaufsfläche

Als Verkaufsfläche gilt der gesamte Teil der Geschäftsfläche, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und dem Kunden zugänglich ist (einschließlich Kassenzonen, Standflächen für Warenträger, Gänge, Stellflächen für Einrichtungsgegenstände, Treppen innerhalb der Verkaufsräume). Zu der Verkaufsfläche zählen auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden sowie Lager Räume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen (Stichwort: integrierte Lagerhaltung, Verkauf ab Lager)¹³.

2.3.7 Warenangebot und Sortimente

Bei der Festsetzung eines Sondergebietes für großflächige Einzelhandelsprojekte können sowohl die Art als auch die Verkaufsflächen der zulässigen Sortimente mit Festlegungen zum Kernsortiment und Randsortiment näher eingegrenzt werden. Das Kernsortiment (Hauptsortiment) bestimmt den typischen Charakter des Einzelhandelsbetriebes. Das Randsortiment (Nebensortiment) ist einem bestimmten Kernsortiment ergänzend zugeordnet und enthält hinsichtlich des Kernsortiments deutlich untergeordnete Nebensortimente¹⁴.

Im Hinblick auf die Auswirkungen von Sortimenten auf die zentralen Versorgungsgebiete werden zentren-/innenstadtrelevante und nicht zentren-/innenstadtrelevante Sortimente unterschieden. Zentren-/innenstadtrelevante Sortimente sind typischerweise prägend für das Einzelhandelsangebot in den Innenstädten, Ortskernen und Stadtteilzentren und beeinflussen deren Besucherattraktivität. Sie dienen der Nah- bzw. Grundversorgung (Güter des täglichen Bedarfs) und der Deckung des periodischen und aperiodischen Haushaltsbedarfs. Nicht zentren-/innenstadtrelevant sind i. d. R. Sortimente, die großflächige Betriebsformen zwingend voraussetzen wie z. B. sperrige Güter oder Güter mit großem Platzbedarf, die eine An- und Auslieferung mit Kraftfahrzeugen erfordern und in der Regel für innerstädtische Lagen weniger geeignet sind (Bau- & Heimwerkermärkte, Gartencenter, Möbelmärkte).

Bei der Beurteilung, welche Warengruppen zentren- oder nicht zentrenrelevant sind, müssen die spezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinde und ihrer zentralen Orte/Geschäftszentren berücksichtigt werden. Grundsätzlich wird in der Rechtsprechung davon ausgegangen, dass Sortimente, die in einer Innenstadt, einem Ortskern, einem Stadtteilzentrum nicht mehr vorkommen, für dieses nicht mehr zen-

13 Hessisches Ministerium 2005, Hinweise und Erläuterungen, S. 5; siehe auch BVerwG, Urteil vom 27.04.1990, BauR 1990, 569

14 OVG Münster, Urteil vom 22.06.1998, Az.: 7a D 108/96, IV E und Beschluss vom 26.01.2000, Az: 7 B 2023/99

trenrelevant sind.¹⁵ Abweichungen davon sind nur im Rahmen einer kommunal spezifischen Sortimentsliste möglich, wenn diese Bestandteil eines kommunalen Zentren- und Märktekonzepts ist und die Abweichung von diesem Grundsatz darin begründet und damit nachvollziehbar wird.

3. Zentren- und Märktekonzepte (ZuM)

Kommunale, interkommunale und regionale Zentren- und Märktekonzepte - im Folgenden als ZuM bezeichnet - sind geeignete Instrumente zur bauleit- und regionalplanerischen Steuerung einer langfristig ausgelegten einzelhandelsbezogenen Standortplanung für die Kommunen, für interkommunale Kooperationen und für die Region Neckar-Alb. Inhalt von Zentren- und Märktekonzepten sind u. a. die Festlegung oder der Ausschluss von Standorten für den Einzelhandel hinsichtlich der Grundversorgung, kernbereichstypischer Sortimente zur Deckung des gehobenen Bedarfs und nicht innenstadtrelevanter Sortimente. Diese Konzepte bringen Interessensausgleich, Planungssicherheit und Rechtssicherheit.

Die Ziele von Zentren- und Märktekonzepten sind grundsätzlich:

- Sicherstellung einer quantitativ wie qualitativ ausgewogenen Versorgungsstruktur in zumutbarer Erreichbarkeit, für immobile Bevölkerungsgruppen und unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung.
- Aufwertung der Standortqualitäten von Stadt-, Ortskernen und Stadtteilzentren.
- Sicherung und Stabilisierung der Angebots- und Funktionsvielfalt der Innenstadt (zentrumsbildende Funktion).
- Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit für den bestehenden Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.
- Sicherung vorhandener oder potentieller Flächen in den Kernbereichen der Städte und Gemeinden für den Einzelhandel, insbesondere für den großflächigen Einzelhandel in den Ober-, Mittel- und Unterzentren.
- Interessensausgleich zwischen einzelbetrieblichen Interessen und gesamtgemeindlich orientierten Zielen und Entwicklungsvorstellungen, somit keine Einzelfallbeurteilung mehr, sondern gesamtheitliche Beurteilung.
- Abwehr von zentrenschädigenden Discount- und Supermarktvorhaben im nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB durch die Ausweisung von räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen.
- Berücksichtigung von städtebaulichen Entwicklungskonzepten (darunter fallen auch Einzelhandelskonzepte) in der Bauleitplanung gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Zentren- und Märktekonzepte sollten integraler Bestandteil kommunaler und interkommunaler Entwicklungsplanung und hinsichtlich der Ausweisung von Kern- und Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel bereits Grundlage der Flächennutzungsplanung sein. Ihre Bedeutung ergibt sich unter dem Aspekt einer nachhaltigen städtebaulichen Ordnung und Entwicklung im Hinblick auf die Ausstattung des Gemeindegebiets mit Einrichtungen zur Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen. Das Ziel muss sein, ein intra- und interkommunales Zentrensystem mit städtebaulich integrierten Versorgungs- und Dienstleistungsschwerpunkten zu entwickeln.

15 Hessisches Ministerium 2005, Hinweise und Erläuterungen, S. 5 - 6; Übersicht zentrenrelevante Sortimente s. Anhang

3.1 Das regionale Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb (rZuM NA)

Die Verbandsversammlung hat am 20. Juli 2010 die Aufstellung eines regionalen Zentren- und Märktekonzepts Neckar-Alb (rZuM NA) beschlossen¹⁶. Das rZuM bildet die Grundlage zur Überarbeitung des Regionalplan Neckar-Alb 2009, Kap. 2.4.3.2 (Satzungsbeschluss 29.09.2009).

Das dem rZuM zu Grunde liegende Untersuchungsgebiet umfasst die Region Neckar-Alb sowie ergänzend die direkt angrenzenden Kommunen bzgl. der regional und interkommunal bedeutsamen Einzelhandelseinrichtungen.

Zentrales Element des rZuM ist der interkommunale Interessensausgleich sowie die Sicherung der kommunalen Grundversorgung im Kontext des Zentralen Orte Systems. Es umfasst einerseits die Unterzentren (UZ), Mittelzentren (MZ) und das gemeinsame Oberzentrum Reutlingen/Tübingen (OZ) und berücksichtigt andererseits die Kleinzentren (KLZ) und Nicht Zentralen Orte (NZO) im Kontext der Verflechtungsbereiche und der Sicherung der Grundversorgung.

Tabelle 1: Die Kommunen der Region Neckar-Alb und ihre zentralörtliche Funktion

Tübingen	OZ	Bodelshausen	NZO
Reutlingen	OZ	Bitz	NZO
		Dautmergen	NZO
Albstadt	MZ	Dettenhausen	NZO
Balingen	MZ	Dettingen an der Erms	NZO
Hechingen	MZ	Dormettingen	NZO
Metzingen	MZ	Dotternhausen	NZO
Münsingen	MZ	Dußlingen	NZO
Rottenburg a.N.	MZ	Eningen unter Achalm	NZO
		Geislingen	NZO
Bad Urach	UZ	Gomadingen	NZO
Burladingen	UZ	Grabenstetten	NZO
Engstingen	UZ	Grafenberg	NZO
Haigerloch	UZ	Grosselfingen	NZO
Meßstetten	UZ	Hausen am Tann	NZO
Mössingen	UZ	Hayingen	NZO
Pfullingen	UZ	Hirrlingen	NZO
Schömburg	UZ	Hohenstein	NZO
		Hülben	NZO
Ammerbuch	KLZ	Jungingen	NZO
Bisingen	KLZ	Kirchentellinsfurt	NZO
Gomaringen	KLZ	Mehrstetten	NZO
Kusterdingen	KLZ	Nehren	NZO
Lichtenstein	KLZ	Neustetten	NZO
Pliezhausen	KLZ	Nusplingen	NZO
Römerstein	KLZ	Obernheim	NZO
Rosenfeld	KLZ	Ofterdingen	NZO
St. Johann	KLZ	Pfronstetten	NZO
Sonnenbühl	KLZ	Rangendingen	NZO
Starzach	KLZ	Ratshausen	NZO
Trochtelfingen	KLZ	Riederich	NZO
Winterlingen	KLZ	Straßberg	NZO
Zwiefalten	KLZ	Walddorfhäslach	NZO
		Wannweil	NZO
		Weilen unter den Rinnen	NZO
		Zimmern unter der Burg	NZO

16) Umsetzung erfolgt mittels externe Vergabe an die imakomm AKADEMIE GmbH, Aalen

Neben den Grundbestandteilen

- der Bestandsaufnahme und Strukturanalyse auf kommunaler Ebene und deren Aggregation auf der Ebene der Verflechtungsbereiche und der Region,
- der Aufbereitung einzelhandelsrelevanter Kennziffern,
- der Erfassung und Auswertung kommunaler Zentren- und Märktekonzepte, Gutachten, sonstiger Planungen,
- der Erfassung und Aufbereitung grundsätzlicher sowie kommunal differenzierter Sortimentslisten,
- der gebietsscharfen Abgrenzung der Kernbereiche und Ergänzungsstandorte,
- der Darstellung der planungsrechtlichen Grundlagen und
- der Beteiligung der Kommunen und regionaler Akteure sowie von Verbänden

kommt insbesondere eine hohe Bedeutung

- der Darstellung von einzelhandelsrelevanten Besonderheiten der Region Neckar-Alb und der Wirkungsanalyse dieser Besonderheiten auf die statistischen Kennzahlen,
- der Abwägung und Integration vorhandener kommunaler Zentren- und Märktekonzepte in das regionale Zentren- und Märktekonzept,
- den individuellen Entwicklungsperspektiven für Zentrale Orte sowie den individuellen Entwicklungsperspektiven für einzelne Teilräume in Abweichung vom zentralörtlichen System und
- der Erstellung von Beratungs- und Genehmigungsstandards zu.

Die individuellen Entwicklungsperspektiven sollen auch Leerstände berücksichtigen und sind darüber hinaus im Kontext der Verflechtungsbereiche unter dem Gesichtspunkt der Grundversorgung auch für Kleinzentren und Nicht Zentrale Orte zu erstellen.

Den Beratungs- und Genehmigungsstandards kommt eine zentrale Stellung beim interkommunalen Interessensausgleich zu. Die Erstellung folgender Standards ist vorgesehen:

- 1) Anforderungsspezifikation für kommunale Standortgutachten
- 2) Anforderungsspezifikation für kommunale ZuM
- 3) Anforderungsspezifikation für kommunale Wirkungsanalyse
- 4) Anforderungsspezifikation für interkommunale Abstimmung bei Einzelhandelsprojekten
- 5) Katalog "Bewertungskriterien Nahversorgung/Grundversorgung"
- 6) Prüfschema für Einzelhandelsprojekte

Die genannten Beratungs- und Genehmigungsstandards sollen bereits bei der Erstellung des regionalen Zentren- und Märktekonzepts zur Sicherung einer einheitlichen Bestandserhebung sowie einer transparenten Analyse und begründeten Abwägung angewandt werden.

Ziel insbesondere der kommunalen gebietsscharfen Abgrenzung der Kernbereiche und Ergänzungsstandorte und der kommunalen Anwendung der Beratungs- und Genehmigungsstandards ist es, zukünftig Planungs- und Rechtssicherheit bei der Veränderung von Einzelhandelsbetrieben und -standorten sowie bei der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zu schaffen.

3.2 Konzepte und Gutachten in der Region Neckar-Alb 2009

In der Region Neckar-Alb gibt es nur wenige kommunale Zentren- und Märktekonzepte, die einen umfassenden und längerfristigen Ansatz für die kommunale Einzelhandelsentwicklung darstellen. Dagegen gibt es eine Vielzahl von einzelfallbezogenen Standortgutachten, die einem gesamtheitlichen und konzeptionellen Ansatz und somit auch dem interkommunalen Interessensausgleich wenig dienlich sind.

In der nachfolgenden Karte sind alle dem Regionalverband bekannten und vorliegenden Konzepte und Gutachten verzeichnet.

Der überwiegende Teil wurde erstellt von der GMA (N = 34), darüber hinaus u. a. von der LEG, CIMA und ECON-consult¹⁷. Die überwiegende Anzahl der Gutachten wurde ab 1991 erstellt. Die Tabelle enthält nur die dem Regionalverband vorliegenden Gutachten und Konzepte und erhebt somit keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Tabelle 2: Standortgutachten, Marktuntersuchungen und Einzelhandelskonzepte in der Region Neckar-Alb (Stand: 12.2009)

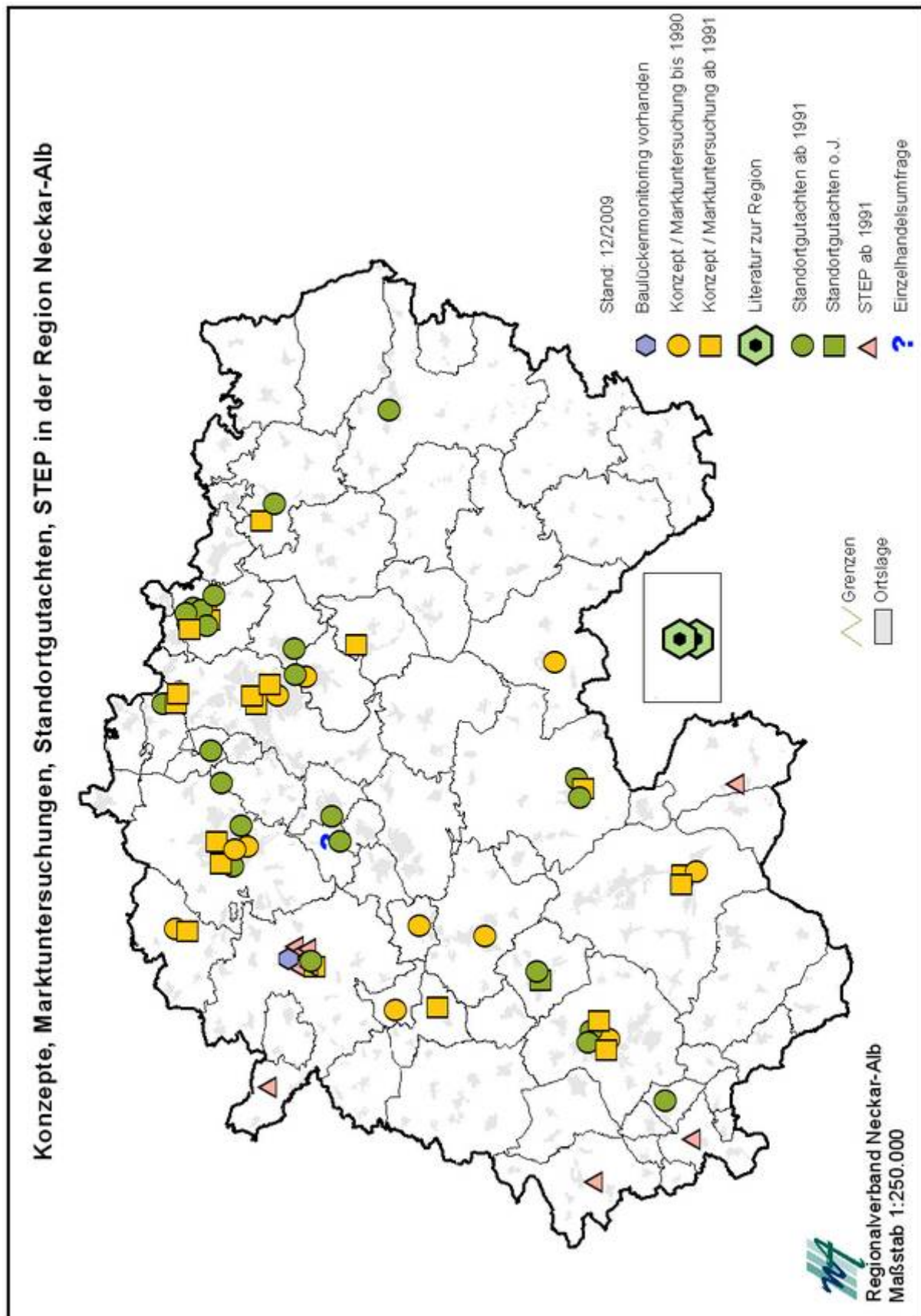
Autor	CIMA	ECON	GMA	HS/Uni	KE Ba-Wü	Kommune	RV NA	Sonstige	Gesamt
Anzahl	7	1	34	4	4	11	2	6	69

Erstellung	nach 1990	vor 1990	Gesamt
Anzahl	57	12	69

Die zeitlich differenzierte Darstellung dieser Gutachten und Konzepte bezieht sich auf die einzelhandels- und genehmigungsrechtlich relevante Veränderung der gesetzlichen Grundlagen von 1990 bzgl. der Großflächigkeit von Einzelhandelseinrichtungen (BauNVO, Synoptische Darstellung Abschnitt 1 - Im Internet verfügbar: http://nrw-baurecht.de/service/baunvo_synopse.htm).

17 Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA); Kommunalentwicklung LEG Baden-Württemberg GmbH (KE Ba-Wü); City-Management GmbH (CIMA); ECON-CONSULT GmbH+Co. KG (ECON); Hochschulen/Universitäten (HS/Uni); Regionalverband Neckar-Alb (RV NA)

Abbildung 1: Übersicht Zentren- und Märktekonzepte, Marktuntersuchungen, Standortgutachten, STEP in der Region Neckar-Alb 2009



4. Demografische Entwicklung und Einzelhandel

Die demografischen Entwicklung wird für den Einzelhandel durch die zunehmende Überalterung, den steigenden Ausländeranteil, die sinkenden Haushaltsgrößen und den Bevölkerungsrückgang wirksam. Die Zunahme der älteren Bevölkerung und die damit verbundenen Konsequenzen für den Einzelhandel werden bereits heute diskutiert und bei der Ladenflächengestaltung und -einrichtung (z. B. Preisschildergestaltung, Angebot von Lesehilfen, Leichtgängigkeit von Einkaufswagen) umgesetzt. Die physischen Grenzen der Kunden führten bereits in der Vergangenheit dazu, dass die Regalhöhen reduziert und die Gänge verbreitert wurden, was letztlich bei gleicher Angebotsvielfalt und -tiefe einen erhöhten Verkaufsflächenbedarf erzeugt. Zukünftig könnte es auf Grund der körperlichen Gebrechen älterer Menschen (Gehhilfen, Fahrwagen) notwendig werden, die "Verkehrswege" noch breiter zu gestalten, d. h. demografischer Wandel verursacht möglicherweise ein Verkaufsflächenwachstum (Warenpräsentation → Sichtradius, Aktionsradius).

Zukünftig wird es vor allem darum gehen, die ältere Bevölkerung mit neuen Konzepten hinsichtlich Größe, Sortiment, Erreichbarkeit und Komfort anzusprechen. Erste Konzepte sind bereits realisiert mit Future Store (Metro), Vision Store (Dohle) oder Edeka Supermarkt der Generationen (Chemnitz). Die GfK geht davon aus, dass bis auf die Nahversorgung zukünftig die Top-Innenstadtlagen an Bedeutung gewinnen und die Nebenlagen an Bedeutung verlieren werden. Shopping Center, die ein vielfältiges Angebot auf kompaktem Raum, ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie anbieten sowie verkehrlich gut erreichbar sind, werden ihre Marktposition behalten oder sogar ausbauen.¹⁸

5. Szenarien zur Einzelhandelsentwicklung

Szenario 1: Status quo

Die Einzelhandelsentwicklung wird weiter bestimmt durch die Ansiedlungswünsche der Konzerne. Qualifizierte Zentren- und Märktekonzepte sind nicht in allen Ober-, Mittel- und Unterzentren vorhanden oder werden nicht konsequent fortgeschrieben. Die Steuerungsmöglichkeiten von Baurecht und Einzelhandelserlass werden nicht ausgeschöpft. Eine interkommunale und regionale Abstimmung bei Einzelhandelsansiedlungen findet nur sehr eingeschränkt statt.

In der Folge findet eine schleichende Verkaufsflächenzunahme bei der Ansiedlung neuer Märkte statt, die lokale Grund- und Nahversorgung wird ausgehöhlt und die fußläufige Erreichbarkeit von Einzelhandelsstandorten nimmt ab. Das Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten auf nicht integrierten und nachfragefernen Standorten nimmt zu, in den Innenstädten und Kernbereichen nimmt der Einzelhandelsbesatz ab, das Versorgungsnetz wird ausgedünnt. Immer mehr Gemeinden unter 5.000 Einwohner haben keine Nahversorgung mehr, zunehmend sind auch größere Gemeinden gefährdet. Die Innenstädte kämpfen mit zunehmendem Attraktivitätsverlust, Betriebsaufgaben und damit verbunden mit Leerständen. Der Konkurrenzkampf der Kommunen um die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bleibt bestehen und führt zu schleichender Verschlechterung der Versorgungsqualität.

18 GfK PRISMA Institut, 2005, Vortrag Statistische Woche 2005, 27.09.2005, Braunschweig (GfK: Gesellschaft für Konsumforschung)

Szenario 2: Freies Spiel des Marktes, Aufgabe von Größenbeschränkungen

Die Einzelhandelsentwicklung ist ausschließlich auf die eigene Kommune als Einzelhandelsstandort fixiert, maximale Kaufkraftbindung durch die Ansiedlung jeglicher Art von Einzelhandelsbetrieben an jedem durch den Investor gewünschten Standort ist das Ziel. Interkommunale Abstimmung und Konfliktregelungen gibt es kaum. Der Einzelhandelserlass wird durch den Druck von Verbrauchern und Anbietern gelockert, Factory-Outlet-Center und Fachmärkte für Unterhaltungselektronik, Medien, Heimtextilien, Kleidung, Schuhe, Hausrat, Spielwaren, Hobby, Sportartikel werden zunehmend an nicht integrierten Standorten genehmigt. Die Folge sind schnell zunehmende Verkaufsflächen bei den einzelnen Einzelhandelseinrichtungen, wodurch sich deren Einzugsbereiche stark vergrößern und es zu einem verstärkten Rückgang an kleinflächigen und selbst an großflächigeren Einzelhandelseinrichtungen mit bis zu 1.000 m² Verkaufsfläche kommt. Die Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen erfolgt auf zumeist nicht integrierten oder strategisch an verkehrlich gut erreichbaren Standorten, es bilden sich den Einkaufszentren ähnliche Strukturen heraus. Die Nonfood-Sortimente werden kontinuierlich ausgeweitet, kleinere Fachgeschäfte sind die Verlierer und verschwinden vom Markt.

Die Folge ist, dass in den Oberzentren einerseits Kaufhäuser und hochpreisige Fachgeschäfte in den 1-A Lagen verbleiben und andererseits es in Folge häufiger Betreiberwechsel zu einer Zunahme von Billiggeschäften und kurzlebigen Trend-Stores kommt. Letztere Entwicklung erreicht auch die besten Lagen der Mittel- und Unterzentren, ein schleichendes "Downgrading" setzt ein. Die Ausdünnung des Angebots und Leerstände werden zum zentralen Problem der Kommunen. Die Geschäfte in kleineren Kommunen und in Wohngebieten schließen. Für die Verbraucher verschlechtert sich die Nahversorgung drastisch, ältere Menschen und Bevölkerungsgruppen ohne Zugang zum motorisierten Individualverkehr werden zunehmend benachteiligt und von der Versorgung abgeschnitten. Die Innenstädte verlieren zunehmend ihre Funktion als Kommunikations- und Versorgungszentrum, Verödungsprozesse greifen um sich. Unter- bzw. nicht versorgte Kommunen verlieren ihre Attraktivität als Wohnstandort und verzeichnen einen verstärkten Bevölkerungsrückgang.

Szenario 3: Gezielte Steuerung der Einzelhandelsansiedlungen, Konzentration auf die Zentren und regionale Kooperation

Die Politik der Kommunen zielt darauf ab, die Grund- und Nahversorgung zu sichern, die Zentren und Innenstädte zu stärken und nur innenstadt- und interkommunal verträgliche großflächige Einzelhandelseinrichtungen an integrierten Standorten anzusiedeln. Grundlage von Einzelhandelsansiedlungen sind ein regionales Zentren- und Märktekonzept und ergänzend in den Ober-, Mittel- und Unterzentren kommunale Zentren- und Märktekonzepte. Kleinzentren und Gemeinden ohne Zentralität steuern gemeinsam die Einzelhandelsentwicklung über interkommunale Kooperationen. Es werden ein kontinuierliches regionales Einzelhandelsmonitoring, regelmäßige regionale Einzelhandelskonferenzen und regionale Abstimmungs- und Schiedsverfahren etabliert. Kernelement des Szenarios ist eine gezielte und vorausschauende kommunale Flächenpolitik. Alle Flächen in den Kernbereichen oder in bereits realisierten Sondergebieten mit Einzelhandelsnutzung, ob aktuell genutzt oder brachliegend, sind potenzielle Einzelhandelsflächen. In den interkommunalen Kooperationen erfolgt zunächst eine umfassende Potenzialflächenerhebung und daran anschließend eine gemeinsame Auswahl sinnvoller Einzelhandelsstandorte.

Der Einzelhandelserlass bleibt unverändert bestehen und wird in den Kommunen strikt umgesetzt. Flächen, Nonfood-Sortimente und Randsortimente werden streng begrenzt und Beschränkungen von Verkaufsflächen und Randsortimenten konsequent kontrolliert. Randsortimente werden strikt auf 10 % der Verkaufsfläche bzw. maximal 800 m² Verkaufsfläche beschränkt. Einzelhandelsansiedlungen auch unterhalb der Großflächigkeit werden in die Kernbereiche gelenkt.

Bei Altstandorten in nicht integrierten Lagen wird das Baurecht konsequent aktualisiert. Wenn es sinnvoll und zulässig ist, werden die Altstandorte - in Zentren oder zentrumsnah - kontrolliert weiterentwickelt, so dass keine negativen Auswirkungen auf die umliegenden Städte und Gemeinden entstehen. Ansonsten wird eine weitere Erweiterung der nicht integrierten Altstandorte durch restriktive Anwendung des Baurechts unterbunden.

Die Ansiedlung von insbesondere großflächigen Einzelhandelseinrichtungen wird durch die Zentren- und Märktekonzepte, und damit über das gezielte Angebot von Einzelhandelsstandorten an Investoren, gesteuert.

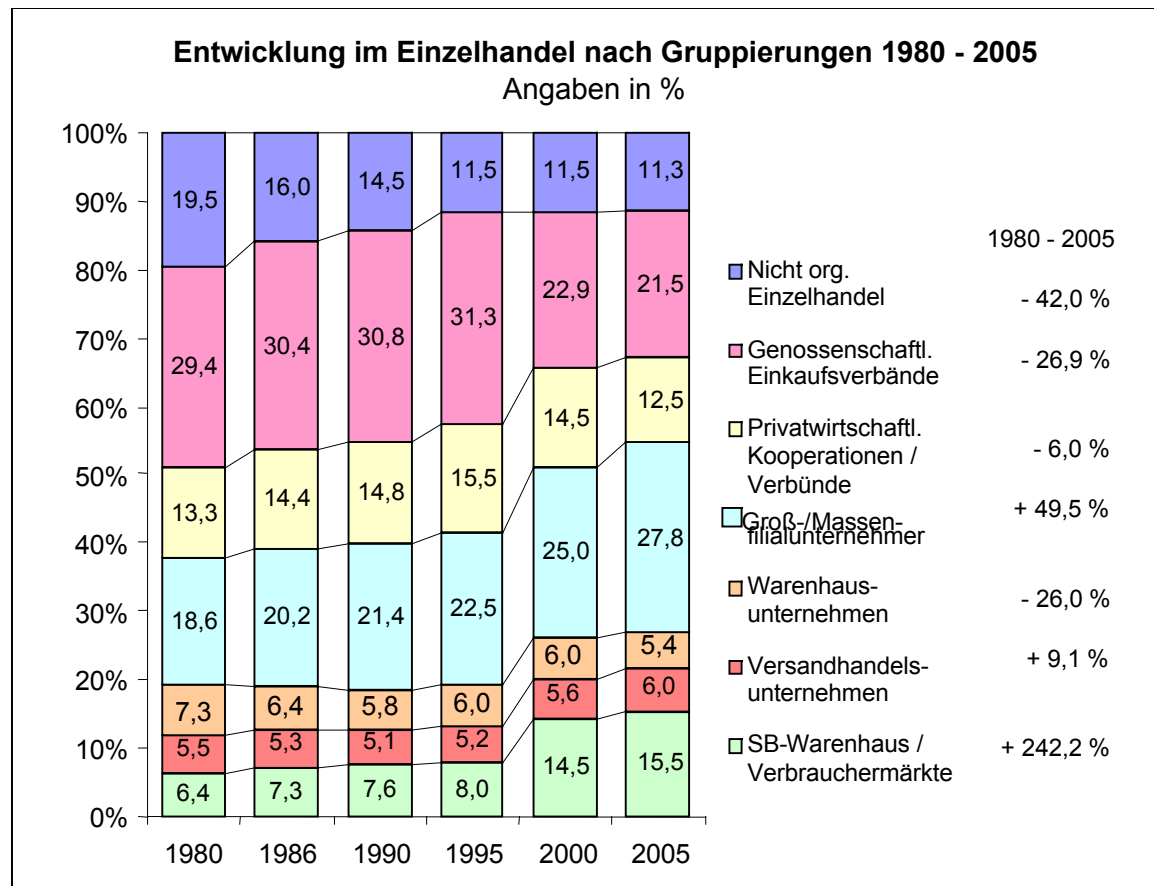
Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel in den Kernbereichen aller Städte und Gemeinden wird unterstützt, die daraus resultierende Veränderung der Versorgungsbereiche in der Region - insbesondere bei den Orten unterhalb der Unterzentren - wird akzeptiert, soweit dies die Nahversorgung fördert, keine Zugangsbarrieren schafft und auf polyzentrischen Versorgungsbereichen basiert.

Das Ergebnis ist eine tragfähige, zentralörtlich ausgewogene Versorgungsstruktur, die attraktive Innenstädte und die Versorgung aller Bevölkerungsgruppen ermöglicht. Die gezielte kommunale Flächenpolitik zeigt Wirkung, großflächige Einzelhandelsbetriebe kommen zurück in die Innenstädte und selbst in kleineren Kommunen gelingt die Ansiedlung von größeren Betrieben unterhalb der Großflächigkeit. Die Versorgungsqualität der Bevölkerung ist deutlich gestiegen und geht mit der demografischen Entwicklung konform. Bevölkerungsabwanderung auf Grund mangelnder Versorgungsqualität ist für die Kommunen kein Thema, die Stärkung des zentralörtlichen Versorgungssystems zeigt ihre Wirkung.

6. Die Entwicklung des Einzelhandels in Zahlen

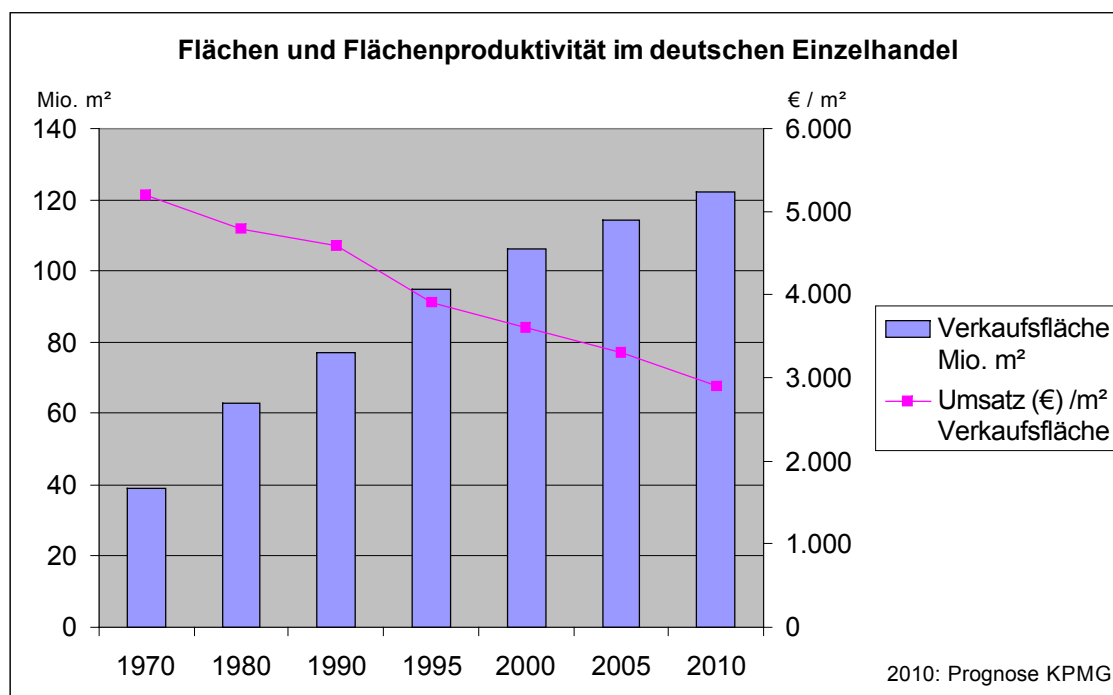
Die Entwicklung des Einzelhandels in den letzten Jahren ist geprägt durch eine rückläufige Zahl von Einzelhandelsgeschäften (s. Abb. 2, S. 20). Insbesondere bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben sind zunehmende Verkaufsflächen und eine rückläufige Flächenproduktivität (s. Abb. 3, S. 20) festzustellen, wobei davon ausgegangen wird, dass dieser Trend anhält. Dies trifft ebenso für den Sektor des Lebensmitteleinzelhandels zu (s. Abb. S. 21). Der Einzelhandel unterliegt insgesamt einer zunehmenden Konzentration der Einzelhandelsunternehmen auf wenige Konzerne (s. Tab. S. 25). Die Entwicklung der Betriebstypen zeigt, dass im Einzelhandel seit 1980 vor allem die kleinflächigen, nicht organisierten Fachgeschäfte (- 42 %) verdrängt werden zugunsten der Hypermärkte (+ 242 %) und der Discountmärkte (+ 50 %) (s. Abb. 2, S. 20).

Abbildung 2: Entwicklung im Einzelhandel nach Einzelhandelsgruppierungen 1980 - 2005



Quelle: KPMG, 2004

Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung und Flächenproduktivität 1970 - 2010



Quelle: HDE in KPMG 2006/Prognose 2010: HDE 2007; CIMA 2007

Die Umsatzentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel der letzten Jahre stagniert bei steigenden Verkaufsflächen und sinkender Flächenproduktivität.

Abbildung 4: Entwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1960 - 2008

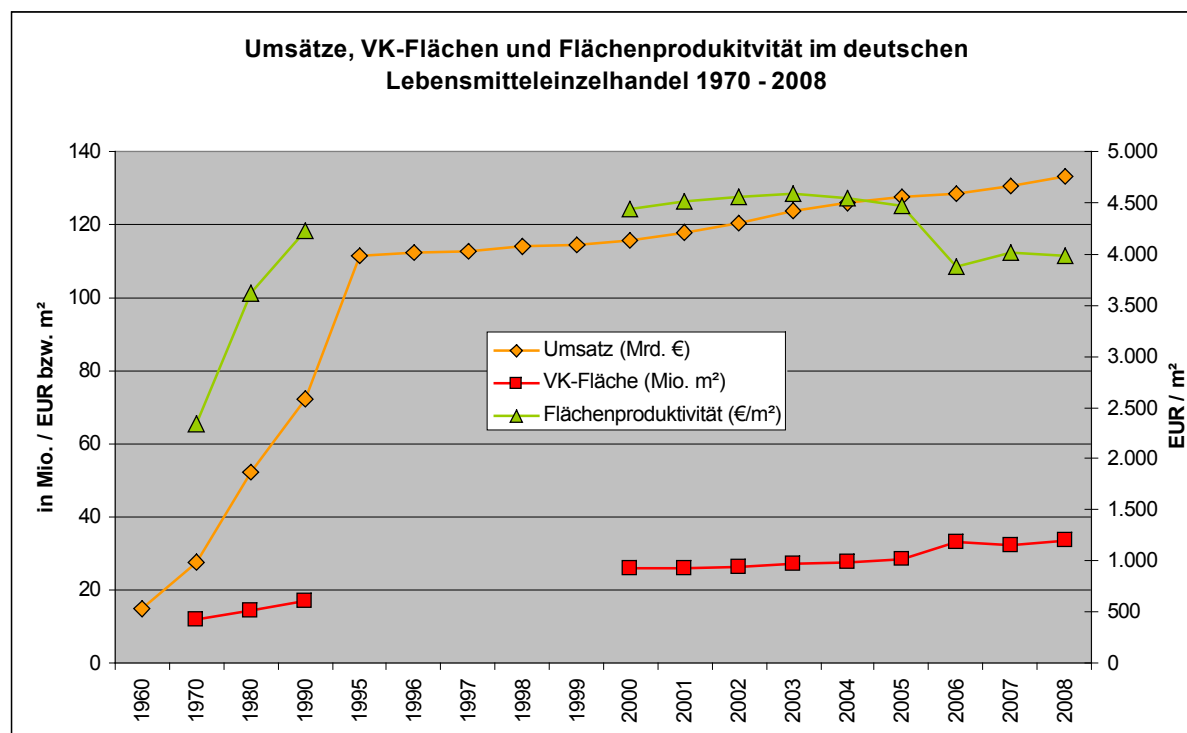


Tabelle 3: Entwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1970 - 2008

	Umsatz (Mrd. €)	VK-Fläche (Mio. m²)	Flächenproduktivität berechnet (€/m²)
1970	27,5	11,74	2.342
1980	52,5	14,49	3.623
1990	72,3	17,09	4.231
2000	115,8	26,12	4.433
2001	118,0	26,15	4.512
2002	120,5	26,39	4.566
2003	123,9	27,03	4.584
2004	126,0	27,72	4.545
2005	127,5	28,57	4.463
2006	128,5	33,10	3.882
2007	130,7	32,53	4.018
2008	133,2	33,44	3.983

Quelle: Handel aktuell 2009/2010 u. a. Jahrgänge

Abbildung 5: Umsatzentwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1973 - 2008

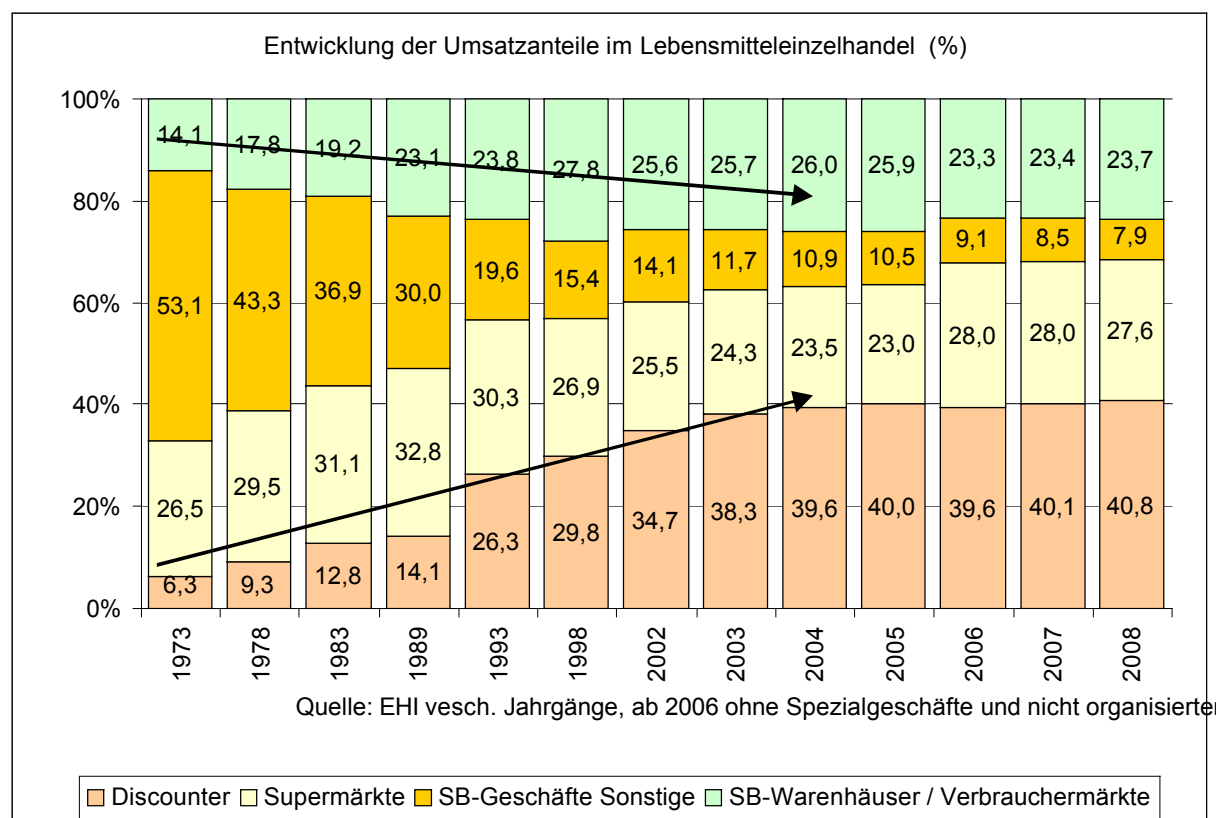
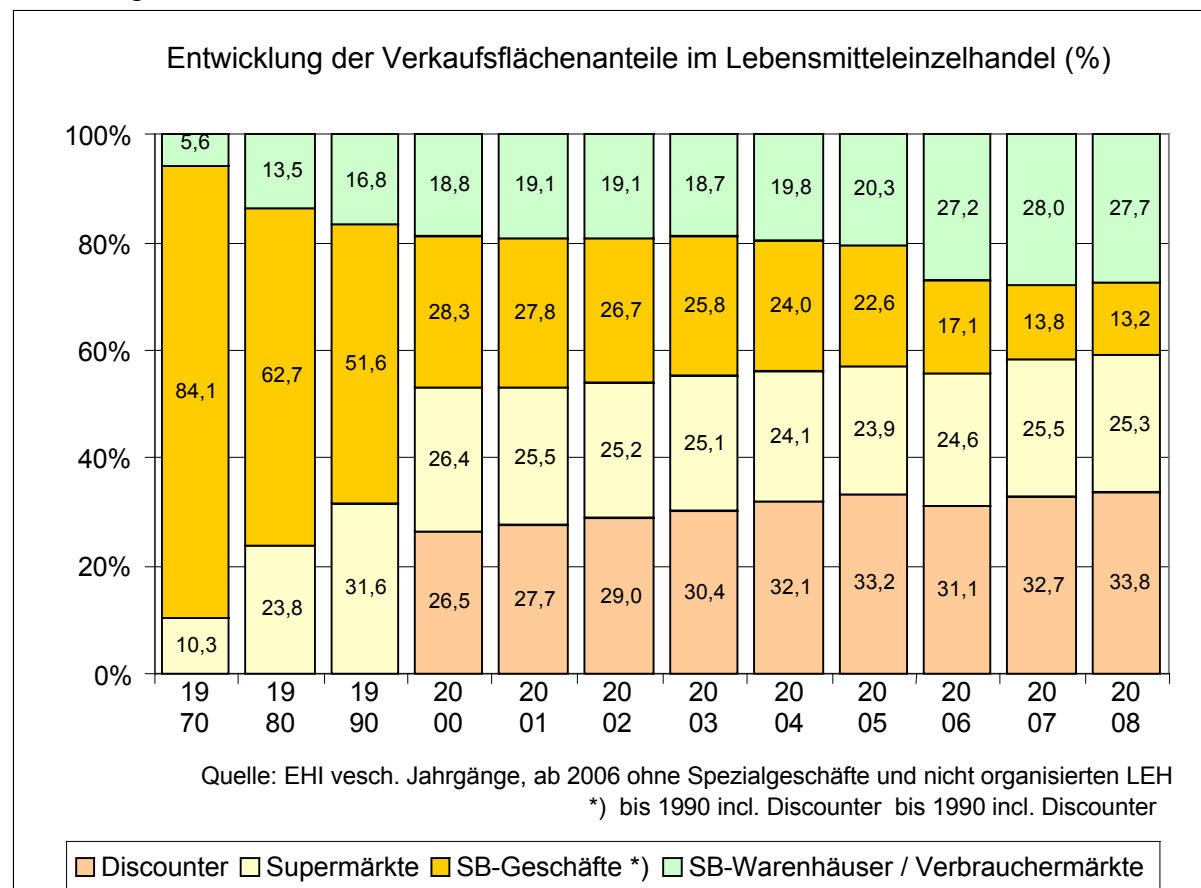
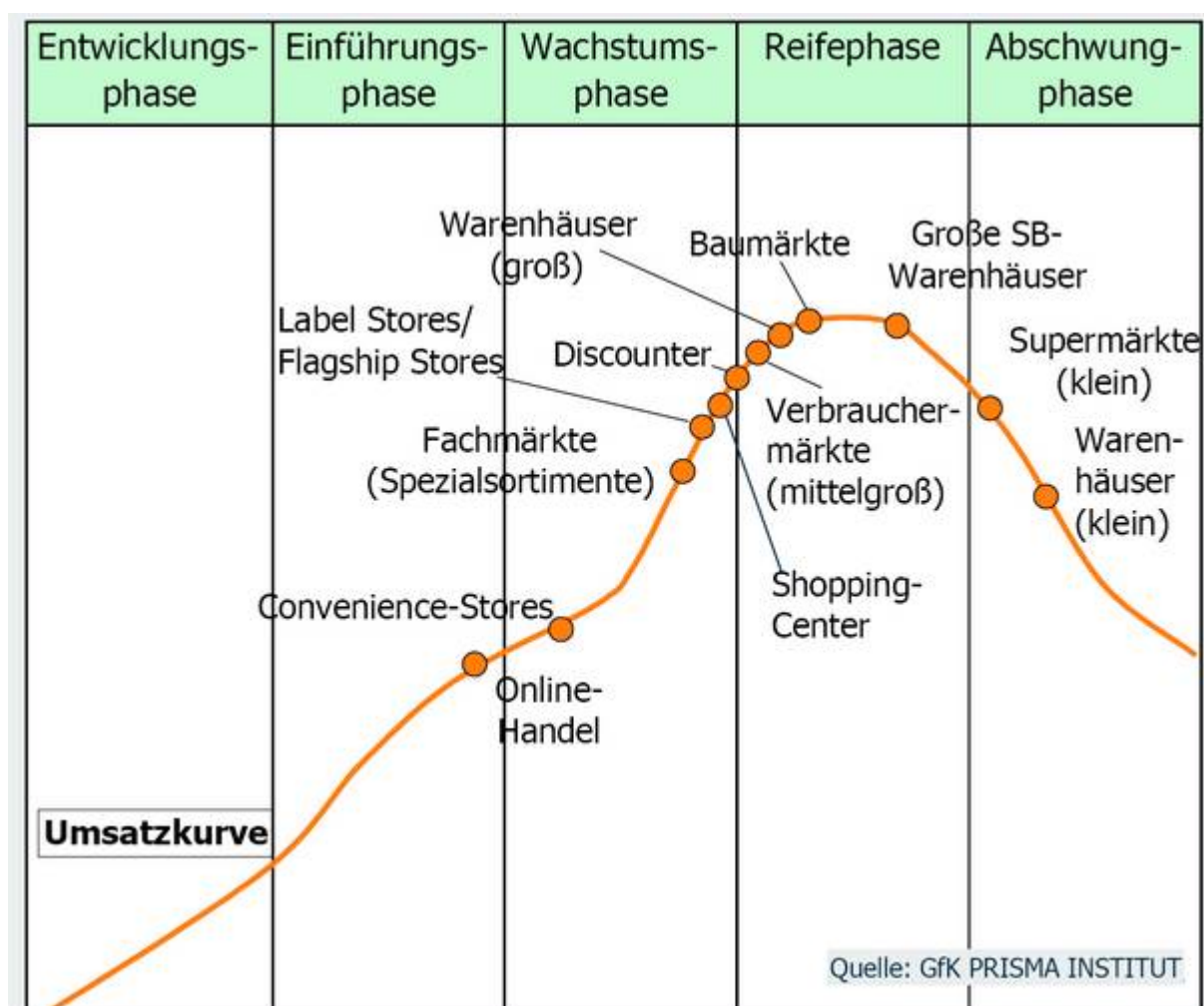


Abbildung 6: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel



Im Lebensmitteleinzelhandel verzeichnen in den letzten Jahren nur noch die Discounter Umsatzzuwächse.

Abbildung 7: Lebenszyklen der Betriebsformen im Einzelhandel

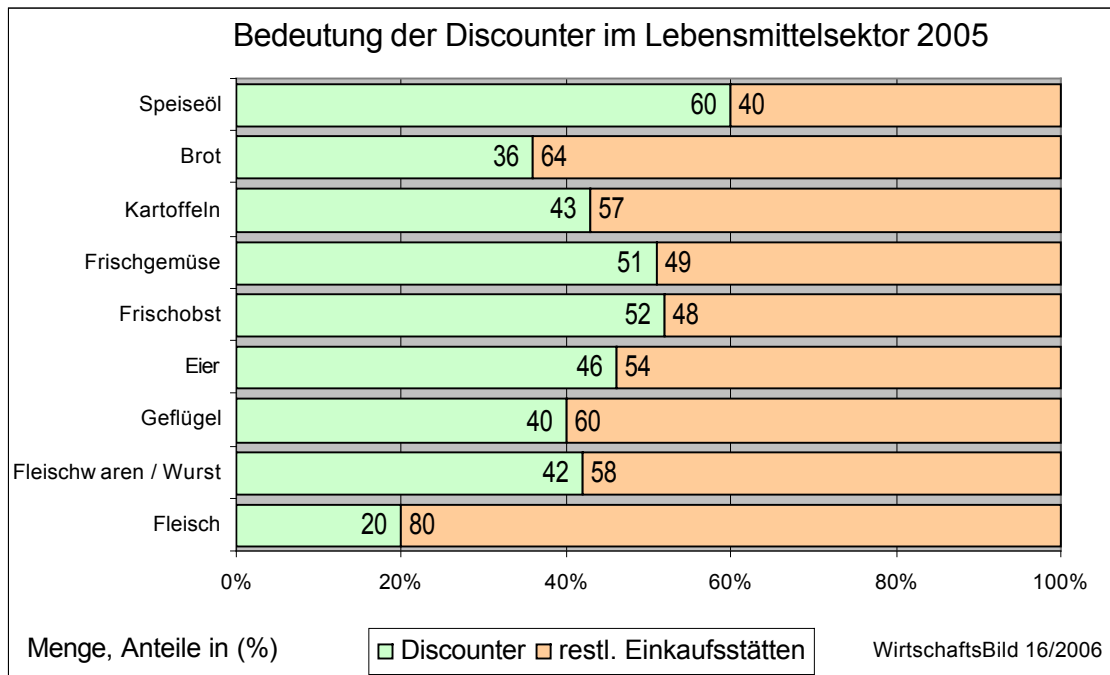


Insbesondere weiten die Discounter ihr Angebot weiter aus im Frische-Sortiment, bei Bio-Waren und bei Fleisch und Wurst und setzen so vor allem dem traditionellen Lebensmittelhandel zu. Die Absatzentwicklung der Discounter wird durch die Aufnahme von Markenprodukten und Convenience-Produkten weiter gestärkt. Damit greifen die Discounter jetzt auch die Bereiche Genuss-/Premiummarken, Wellness/Gesundheit und Convenience auf, die im Zeitraum 2002 bis 2005 ein überdurchschnittliches Wachstum zeigten und von den Experten der KMPG¹⁹ als Überlebenspotenzial kleiner Einzelhandelsgeschäfte eingestuft werden.²⁰

19 Die Initialen von KPMG stehen für die Gründerväter der Gesellschaft: **K**lynveld, **P**eat, **M**arwick und **G**oerdeler. Als Verbund rechtlich selbstständiger, nationaler Mitgliedsfirmen ist KPMG International mit ca. 100.000 Mitarbeitern in 144 Ländern eines der größten Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit.

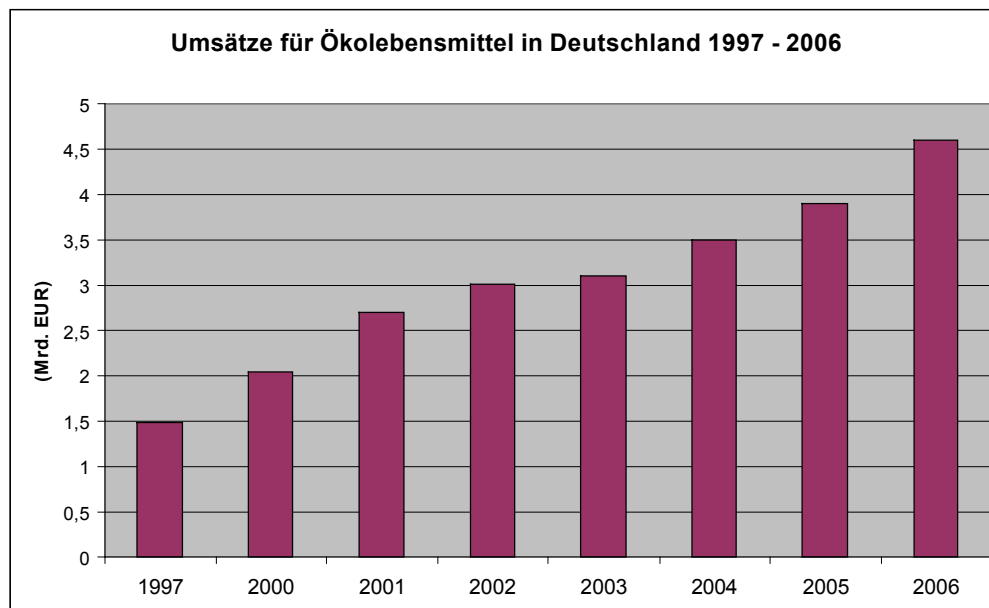
20 Convenience-Produkte: (engl.: convenience = Bequemlichkeit) darunter fallen alle Produkte, die in irgendeiner Form verarbeitet wurden. Das Spektrum reicht von tiefgefrorenem Gemüse über Fertiggerichte bis zu Saucenpulver.

Abbildung 8: Marktstellung der Discounter bei einzelnen Lebensmitteln 2005



Von den Discountern werden zunehmend Bio-Produkte angeboten. Verbraucher kaufen laut einer Verbraucherbefragung 2006 ihre Bio-Produkte überwiegend in Supermärkten (48,7 %) und in Discountern (36,3 %), wobei bei den Discountern besonders die hauseigenen Produkte von Aldi (30,2 %) und Plus (28,9 %) ausprobiert werden²¹. Die Bio-Produkte haben zwischen 2000 und 2005 eine regelrechten Boom erfahren und es wird davon ausgegangen, dass die Nachfrage weiter steigen wird.²²

Abbildung 9: Umsätze bei Ökolebensmitteln 1997 - 2006



21 www.innofact.com Pressemitteilung 23.02.2006

22 Quellen: u. a. www.boelw.de

Abbildung 10: Boom bei den Marken Bio und Fairtrade

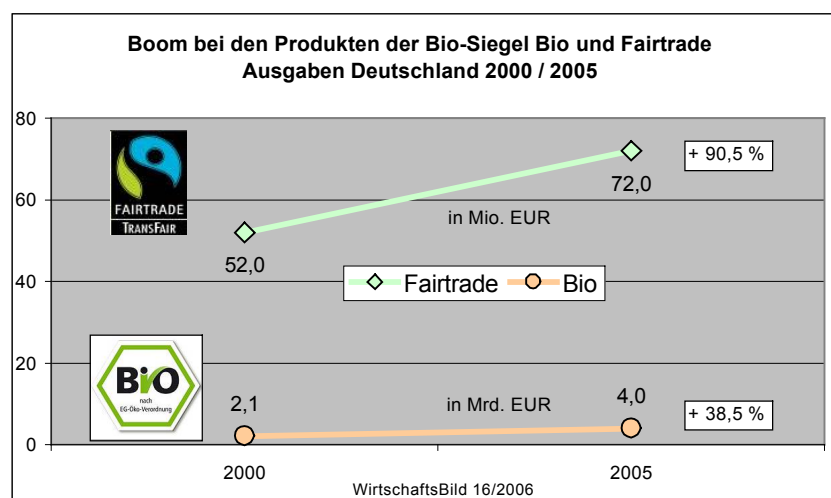


Tabelle 4: Führende Unternehmen nach Unternehmensgruppen mit ihren Vertriebslinien in Deutschland 2009

Metro Gruppe		Rewe Gruppe		EDEKA / AVA Gruppe		KarstadtQuelle	
Metro	1	Fegro	1	Edeka	1	Karstadt	5
Real	4	Selgros	1	Edeka Aktivmarkt	3	Alsterhaus	5
Kauflhof	5	Peny	2	Neukauf	3	KaDeWe	5
Praktiker	6	HL	3	Marktkauf	4	Quelle	8
MediaMarkt	7	Minimal	3	E-Center	4	Neckermann	8
Saturn	7	Rewe	3	Marktkauf Baumarkt	6	Krähe	8
		Extra	4	Netto (incl. ehemals Plus)	2	Peter Hahn	8
		Spar	3		2		
		Nahkauf	9				
		Toom	6				
		Globus	4			u.a.	8
		Kaufpark	4				
		Klee Gartencenter	6				
		Promarkt	7				

Rewe führt zwischenzeitlich alle Supermärkte und SB-Warenhäuser unter der Bezeichnung Rewe.

Wal-Mart Deutschland: 1997 Übernahme Wertkauf-Märkte, 1998 Übernahme von 74 Interspar Märkten, 2006 Metro übernimmt Wal-Mart und überführt diese Märkte in REAL Märkte (Darmstädter Echo 29.07.2006)

Intermarché Deutschland: Mai 2005 Verkauf von Spar und Netto an Edeka (Darmstädter Echo 29.07.2006)

Tengelmann Gruppe		Lidl & Schwarz Gruppe		Spar / ITM		Euronics		Electronic Partner		jeweils eigenständige Vertriebslinie	
A&P	3	Lidl	2	Intermarche	3	RedZac	7	EP	7	Aldi	2
Tengelmann	3	Kaufland	4							Norma	2
Kaiser's	3									Netto (Dansk Supermarket)	2
Obi	6										
KiK	2									Woolworth	5
										Bauhaus	6
										Hornbach	6
										Expert	7

Food	Nonfood
1) Cash & Cary Unternehmen 2) Discountmärkte 3) Supermarktunternehmen 4) SB-Warenhausunternehmen 5) Warenhausunternehmen 9) Kleinflächenkonzepte	6) Bau-/Gartenmärkte 7) Elektronikfachmärkte 8) Versandhandel

Quelle: Handel aktuell 2005/2006 S. 106 ff.; Handel aktuell 2009/2010 S. 238 ff, Nielsen Universen 2008

6.1 Einzelhandelssektor Bau- und Gartenmärkte

Neben dem Lebensmittelsektor haben Bau- und Gartenmärkte als großflächige Einzelhandelseinrichtungen ebenfalls räumlich relevante Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur. Die erste Hälfte der 90er Jahre nach der Wiedervereinigung war die Boomphase der Baumärkte. Ein Baumarkt nach dem anderen wurde eröffnet, der Umsatz stieg unaufhörlich. Spätestens seit 1998 ist diese "DIY-Gesetzmäßigkeit"²³ gebrochen. Der Umsatz dümpelt seither um die 36 Mrd. Euro und die Anzahl der Baumärkte stagniert.

Der Begriff "Baumarkt" wird darüber definiert, dass er einerseits über eine überdachte und beheizbare gemäß BHB-Richtlinien gewichtete Mindestverkaufsfläche²⁴ von 1.000 m² und andererseits über ein bestimmtes Sortiment (Baustoffe, Holz, Eisenwaren, Werkzeuge, Malerbedarf) verfügt. Er unterscheidet sich vom Fachmarkt dadurch, dass es keinen ausgeprägten Schwerpunkt im Sortiment gibt.²⁵ In der Statistik werden nicht die gewichteten Verkaufsflächen, sondern die gesamten Verkaufsflächen ausgewiesen. Im Sektor Bau- und Gartenmärkte wird grundsätzlich differenziert nach Baumärkten, Bau- und Gartenmärkten und Gartenmärkten.

²³ diy – do it yourself

²⁴ Innen-VK zu 100%, überdachte Freifläche zu 50%, offene Freifläche zu 25%, Baustoff-Drive-in zu 50%

²⁵ Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte (BHB) (www.heimwerkerverband.de und www.gemaba.de)

Das Sortiment beinhaltet: Baustoffe/Bauchemie, Fliesen, Holz/Kunststoffe, Klein- und Selbstbaumöbel, Sanitär und Heizung, Werkzeuge/Maschinen, Eisenwaren/Sicherungstechnik, Tapeten/Bodenbeläge/Innenputz, Anstrichmittel und Zubehör, Elektro/Lampen/Leuchten, lebendes Grün, Gartenhardware, Gartenmöbel und -dekoration, Freizeit/Basteln/Werken, Sonstiges

6.1.1 Baumärkte in Deutschland

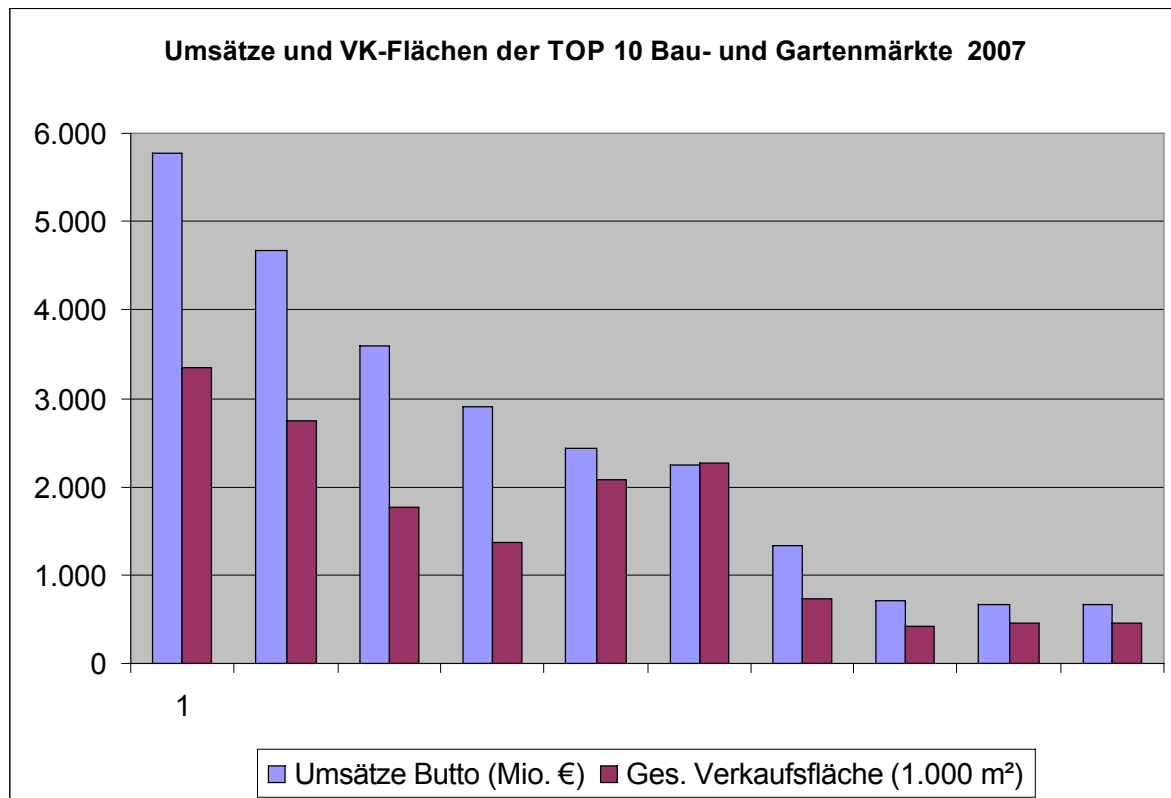
Die Marktsituation in der deutschen Baumarkt-Branche - bezogen auf die Top 20 - ist gekennzeichnet von einer Dominanz der sechs Marktführer (Obi, Praktiker, Bauhaus, Hornbach, Hagebau und toom), die jeweils über mehr als 1.300.000 m² Gesamtverkaufsfläche verfügen und jeweils mehr als 2 Mrd. € Umsatz generieren. Der Globus erreicht bzgl. Bruttoumsatz und Gesamtverkaufsfläche nicht die Werte der sechs Führenden, operiert jedoch ebenfalls deutschlandweit und belegt bzgl. der durchschnittlichen Marktgröße (m²) Rang 4.

Eine Sonderstellung nimmt Hagebau ein, der die hohe Gesamtverkaufsfläche mit überdurchschnittlich vielen, jedoch in kleineren Märkten erreicht.

Die "Top 7"-Betreiber agieren auch international und expandieren nach Osteuropa. Innerhalb dieser "Top 7" weist Obi (Rang 1) gegenüber Globus (Rang 7) den vierfachen Umsatz aus, Globus wiederum hat einen doppelt so hohen Umsatz wie Eurobaustoff auf Rang 8. Die "Top 7" generieren 86 % des Umsatzes unter den Top 20, sie verfügen über 85 % der VK-Fläche und besitzen 68 % aller Filialen.

Auf Rang 8 - 11 folgen Eurobaustoff, BayWa, EMV-Profi und Hellweg mit jeweils einer Gesamtverkaufsfläche von 400.000 bis 600.000 m² und Umsätze zw. 0,6 bis 0,7 Mrd. €. Diese vier Betreiber unterscheiden sich stark hinsichtlich ihrer Filialanzahl und ihrer durchschnittlichen Marktgrößen.

Abbildung 11: Umsätze und VK-Flächen Top 10-Baumärkte



Quelle: Handel aktuell 08/09, 232 f. und eigene Berechnungen

Die restlichen Baumarktbetreiber der Top 20 besitzen jeweils weniger als 150.000 m² Verkaufsfläche und sind - bis auf NBB Bau- und Heimwerkmärkte GmbH, die viele, jedoch sehr kleine Filialen besitzt - ausschließlich jeweils regionale agierende Anbieter.

Bei den Baumärkten gibt es bzgl. der durchschnittlichen Marktgröße, des Umsatzes und der Filialanzahl starke Unterschiede, nicht jedoch bei der Flächenproduktivität, die zwischen rd. 1.000 und knapp über 2.000 €/m² liegt.

Die Baumarktbranche kann grundsätzlich differenziert werden einerseits in Einzelhandelskonzerne und andererseits in Verbundgruppen bzw. Einkaufskooperationsgesellschaften (z. B. Hagebau mit Zeus, Eurobaustoff, EMV-Profi, NBB bau Spezi) (s. Tab. 1). Teilweise wird das Franchise-System praktiziert (Obi²⁶, Extra Bau+Hobby, Hagebau, toom, BayWa, NBB). Unterhalb der TOP 14 handelt es sich i.d.R. um regionale Akteure mit teilweise unter zehn Filialen.²⁷

Tabelle 5: Top 20-Baumärkte

Rang	Unternehmen	Umsätze brutto (Mio. €)	Gesamtverkaufs- fläche (m ²)	Ø Markt- größe (m ²)	Flächen- produk- tivität (Umsatz €/m ²)	Anzahl Filialen (BRD)
1	Obi	5.777	3.349.858	10.120	1.725	331
2	Praktiker	4.680	2.745.000	7.843	1.705	350
3	Bauhaus *)	3.600	1.755.000	14.625	2.051	120
4	Hornbach *)	2.910	1.370.768	15.402	2.123	89
5	Zeus (Hagebau)	2.430	2.083.000	3.224	1.167	646
6	toom	2.243	2.262.000	6.130	992	369
7	Globus	1.327	725.510	8.741	1.829	83
8	Eurobaustoff	704	418.000	1.720	1.684	243
9	BayWa	665	458.064	4.925	1.452	93
10	EMV-Profi	663	448.500	2.156	1.478	208
11	Hellweg *)	620	600.000	7.894	1.033	76
12	Krämer	217	150.000	1.974	1.447	76
13	NBB (bau Spezi)	198	104.385	1.122	1.897	93
14	Metro **)	180	60.000	938	3.000	64
15	EDEKA Rheika-Delta	131	107.768	4.686	1.216	23
16	Knauber	93	53.500	7.648	1.738	7
17	Ratio **)	69	52.080	3.720	1.325	14
18	RWZ	59	33.300	979	1.772	34
19	Kaes (V-Baumarkt)	44	45.416	5.046	969	9
20	Coop (Plaza)	38	36.230	3.019	1.049	12
	SUMME	26.648	16.858.379	5.734	1.583	2.940

*) Schätzung

**) DIY-Umsatz. Entspricht nicht der BHB-Definition von Baumärkten - Metro und Ratio sind SB-Warenhäuser, die hier ebenfalls erfasst werden.

Quelle: Handel aktuell 08/09, 232 f. und eigene Berechnungen

26 Zukünftig: Joint-Ventures statt Franchise-System. Quelle: www.zentradamagazin.de

27 Handel aktuell 07/08 S. 250 f., Handel aktuell 08/09, S. 232 f. und eigene Berechnungen

Die wirtschaftliche Situation der Baumärkte in Deutschland ist derzeit schwierig. Zwar stieg unter den Top 20-Baumärkten im Jahr 2007 im Vergleich zu 2006 die Anzahl der Märkte, die Gesamtverkaufsfläche, der Gesamtumsatz und auch die Flächenproduktivität an, doch im ersten Quartal 2008 verzeichneten die Baumärkte einen Umsatzrückgang von 6,9 %. Im Allgemeinen erzielen nur wenige Baumarktbetreiber Gewinnmargen von mehr als drei Prozent, üblich sind Werte von unter einem Prozent.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität ist auf 1.583 €/m² gestiegen (+ 11 €/m²). Dies ist allerdings nach wie vor ein sehr niedriges Niveau, da erst Umsätze ab 2.000 €/m² (wie nur von Hornbach und Bauhaus 2007 gemäß Schätzung erreicht) als akzeptabel gelten. Die toom-Baumärkte erreichen im Jahr 2007 nur 992 €/m², dies ist der zweitschlechteste Wert unter den Top 20. Gleichzeitig erhöhte sich in den vergangenen fünf Jahren der Umsatzanteil der Top 10 am Gesamtbranchenumsatz von 36 % auf 43 %.

Tabelle 6: Konzernzugehörigkeiten und Firmierungen *)

Zeus	Praktiker Holding	REWE	Eurobaustoff
Hagebau	Praktiker	toom-Baumarkt	Eurobaustoff
Bauklotz	Extra Bau+Hobby	B1	i&m
Werkmarkt	TopBau	Marktkauf-Baumarkt	sonstige Firmierung
Floraland	Max Bahr		
Eurogard			

Globus	KEM-Gruppe	Tengelmann	Bauhaus
Globus	Eisen-Krämer	Obi	Bauhaus
Hela	sonstige Firmierung		

BayWa	EMV-Profi	Hellweg	Hornbach
BayWa	sonstige Firmierung	Hellweg	Hornbach

NBB	EDEKA Rheika-Delta	Ratio	coop eG
bauSpezi	Herkules	Ratio	Plaza

RWZ	Kaes	Knauber
RWZ	V-Baumarkt	Knauber

*) Konzernzugehörigkeit von Stabilo und Leitemann ist unklar.

**) Raiffeisen Waren-Zentrale Rhein-Main eG

Quelle: Eigene Recherche (Internetseiten der Konzerne, www.baumarkt.de)

Der Konzentrationsprozess wird weiter zunehmen (zuletzt Übernahme Max Bahr von Praktiker, Marktkauf von toom). Signifikante Gewinne werden zumeist im Ausland erzielt.²⁸

6.1.2 Bau- und Gartenmärkte in der Region Neckar-Alb

In der Region Neckar-Alb sind acht der Top 20 vertreten (Obi, Praktiker mit Extra Bau+Hobby, Bauhaus, Hornbach, toom, Globus, Eurobaustoff, BayWa), hinzu kommen noch Stabilo und Gebhardt+Gehring²⁹. Vier der sechs größten Bau- + Gartenmärkte liegen in den Oberzentren: Hornbach (TÜ, 11.300 m²), Bauhaus (RT, 10.667 m²), toom (TÜ, 8.113 m²), Praktiker (RT, 7.862 m²), wobei diese sowohl im innerdeutschen Vergleich als auch innerhalb des jeweiligen Konzerns nicht besonders groß sind.

Hinsichtlich der gesamten VK-Flächen sind die Mittelbereiche Reutlingen und Tübingen deutlich über- und die Mittelbereiche Metzingen und Rottenburg unterrepräsentiert.

Tabelle 7: Bau-, Garten- und Bau- + Gartenmärkte nach Mittelbereichen

Mittelbereich	Anzahl absolut	Gesamt-VK-Fläche in m ²	Verhältnis Ausgaben/Umsätze in %
Münsingen	3	10.588	77,0
Metzingen	2	6.150	34,4
Reutlingen	5	36.020	67,3
Tübingen	4	30.413	61,7
Rottenburg a.N.	2	7.789	48,1
Albstadt	4	11.398	51,1
Hechingen	2	9.600	51,9
Balingen	4	18.630	107,4
Region gesamt	26	130.588	62,5

Quelle: Eigene Recherche und Berechnungen. Basis: Daten RVNA.

Tabelle 8: Bau-, Garten- und Bau- + Gartenmärkte nach Markttypen

	VK-Fläche gesamt (m ²)	VK-Fläche Ø (m ²)	VK-Fläche Anteil (%)	Anzahl (abs.)	Anzahl (%)
Baumärkte	63.877	3.992	48,9	16	61,5
Gartenmärkte	19.698	4.925	15,1	4	15,4
Bau- und Gartenmärkte	47.013	7.836	36,0	6	23,1
Gesamt	130.588	5.023	100,0	26	100,0

Quelle: Eigene Recherche und Berechnungen. Basis: Daten RVNA.

²⁸ Handel aktuell 07/08 S. 250 f., Handel aktuell 08/09, S. 232 f. und www.welt.de

²⁹ Zugehörigkeit nicht feststellbar.

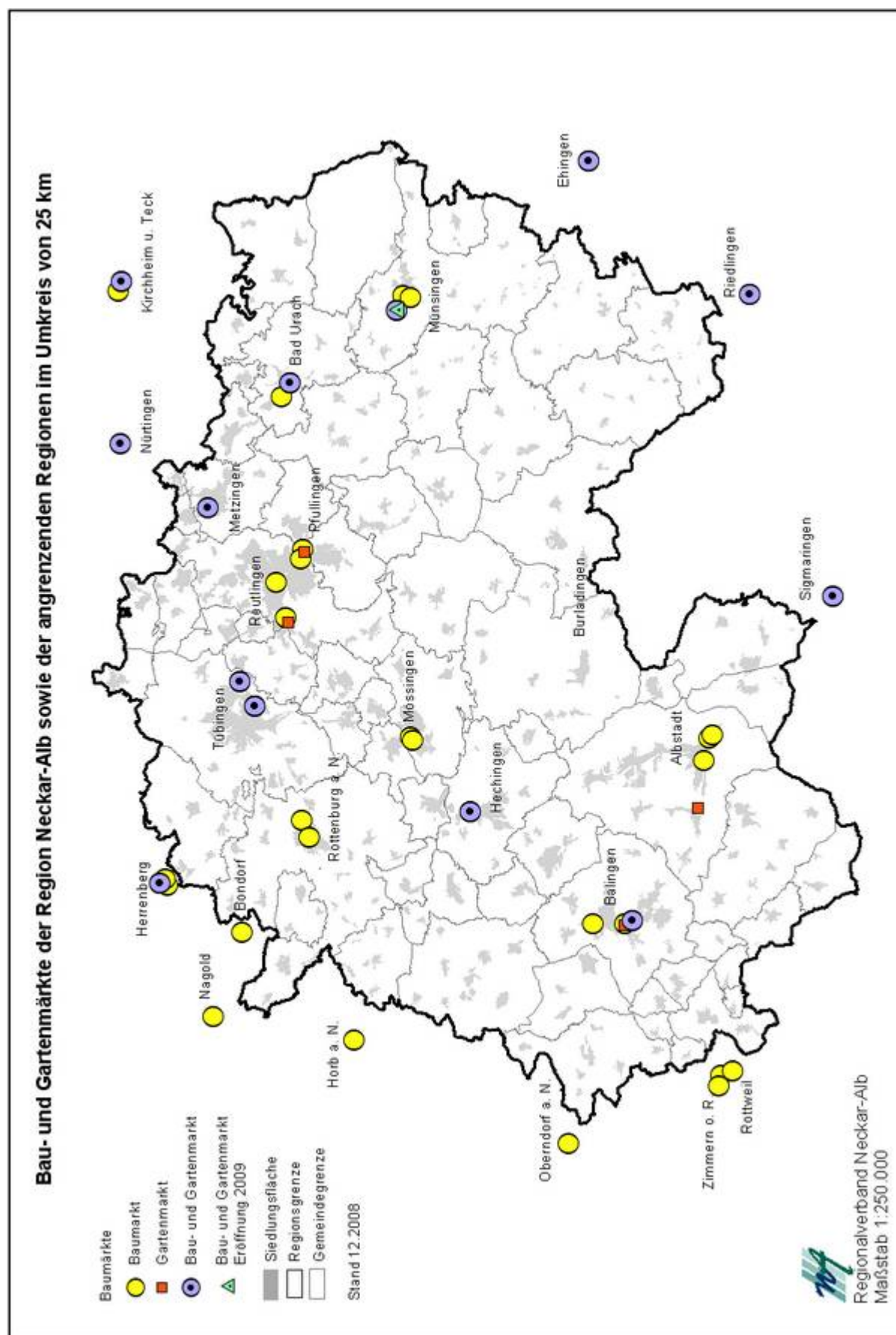
Schwierig zu beantworten ist die Frage nach der Versorgungslage innerhalb der einzelnen Mittelbereiche, da sich die Bewohner auch außerhalb der Region Neckar-Alb in den angrenzenden Städten versorgen können.

Bei Baumärkten wird allgemein der Richtwert einer Entfernung von 30 km bzw. 30 Autominuten um das jeweilige Zentrum angenommen, die vom Kunden zur Anfahrt in Kauf genommen werden³⁰. Daher sind die an die Region angrenzenden Baumärkte innerhalb einer 15 bis 30 Kilometerzone ebenfalls für die regionale Einzelhandelsbetrachtung relevant.

Unter Berücksichtigung dieser Erreichbarkeitskriterien ist festzustellen, dass bis auf Teilbereiche der Gemarkungen Trochtelfingen, Hohenstein und Pfronstetten kein Versorgungsdefizit besteht. Vor allem im Norden und Westen der Region befinden sich angrenzend viele unter diesen Kriterien erreichbare Baumärkte (Rottweil/Zimmern o. R. bis Herrenberg; Kirchheim u. T./Nürtingen). Somit sind die zentralen, östlichen und südöstlichen Bereiche der Region zumindest ausreichend versorgt; die nördlichen, westlichen und südwestlichen Bereiche sehr gut versorgt.

An Hand der Kaufkraftbindung im Sortimentsbereich Heimwerken (ohne Berücksichtigung der Baumärkte außerhalb der Region Neckar-Alb) wird deutlich, dass lediglich der Mittelbereich Balingen einen Wert von über 100 (107,4) aufweist. Deutlich unterversorgt dagegen ist der Mittelbereich Metzingen mit einem Wert von 34,4. Es ist aber nochmals ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass diese Werte unter Berücksichtigung der Bau- und Gartenmarktausstattung innerhalb und außerhalb der Region interpretiert werden müssen. Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche Baustoffhandlungen, die ebenfalls den Sortimentsbereich Heimwerken teilweise mit abdecken und hier nicht berücksichtigt sind.

Abbildung 12: Bau- und Gartenmärkte der Region Neckar-Alb sowie der angrenzenden Regionen (Stand 12/2008)



7. Übersicht der Standorte des großflächigen Einzelhandels in der Region Neckar-Alb

Der Regionalverband Neckar-Alb verfolgt seit 1998 die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels in der Region Neckar-Alb. In zwei- bis dreijährigen Zeitschnitten wird das großflächige Einzelhandelskataster fortgeschrieben.

Das Kataster enthält zwischenzeitlich auch Märkte unterhalb der Großflächigkeit von 800 m², die einzelhandelsrelevant sind wie Lebensmittel-Discounter, Textilfachmärkte, Elektronikfachmärkte usw.

Nachfolgend sind in

- Abb. 13 die großflächigen Einzelhandelseinrichtungen einschließlich der Vollsor-timenter, Discounter und Fachmärkte unterhalb von 800 m² Verkaufsfläche (Food + Nonfood) und
- Abb. 14 die Verteilung aller in der Region vorhandenen Lebensmittel-Dis-countmärkte unabhängig von deren Größe (Food) nach Unternehmensgruppen

aus dem regionalen Einzelhandelskataster dargestellt (Stand 2009, ohne Gewähr und ohne Anspruch auf Vollständigkeit).

Bei der Darstellung des Einzelhandelskatasters handelt es sich auf Grund der hohen Dynamik immer nur um einen Zeitschnitt.

Die Häufung der Märkte in den zentralen Orten und in den Verdichtungsräumen ist hier deutlich erkennbar.

Beim Großteil der Märkte handelt es sich um Lebensmittel-Discounter, wie aus Abbildung 14 ersichtlich wird. Die Plus-Märkte wurden am 01.01.2009 von EDEKA übernommen und werden zwischenzeitlich als Netto-Märkte betrieben. In der Abbil-dung sind diese Märkte noch als Plus-Märkte ausgewiesen, da die Umbenennung im Einzelhandelskataster noch nicht erfolgte.

In den Abbildungen sind keine sogenannten Kleinflächenkonzepte, Frischemärkte und sonstigen Lebensmittelgeschäfte enthalten. Ein Überblick über nicht versorgte Gemeinden und Ortsteile ist somit nicht gegeben.

Abbildung 13: Regionales Kataster großer Einzelhandelseinrichtungen 2009

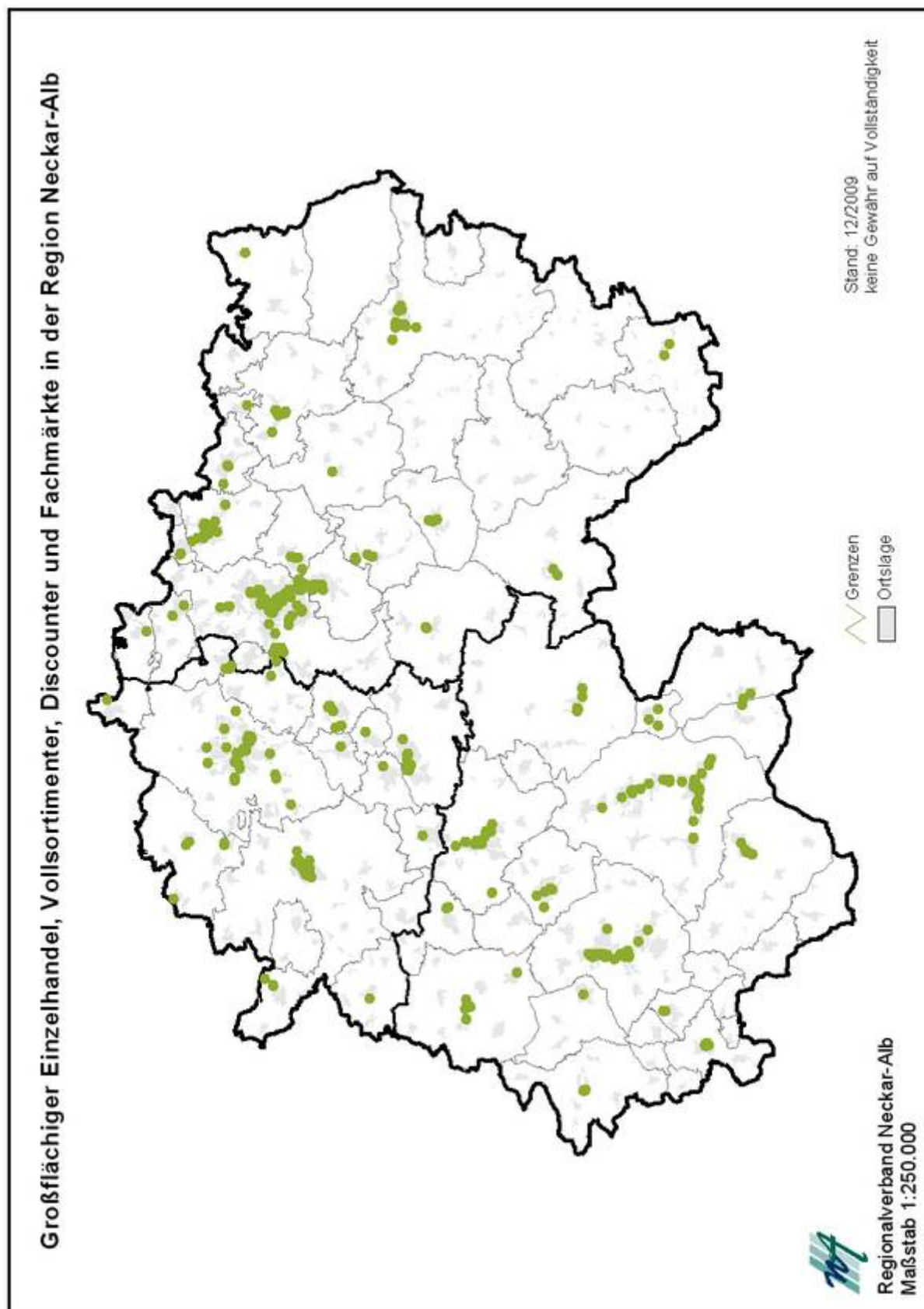
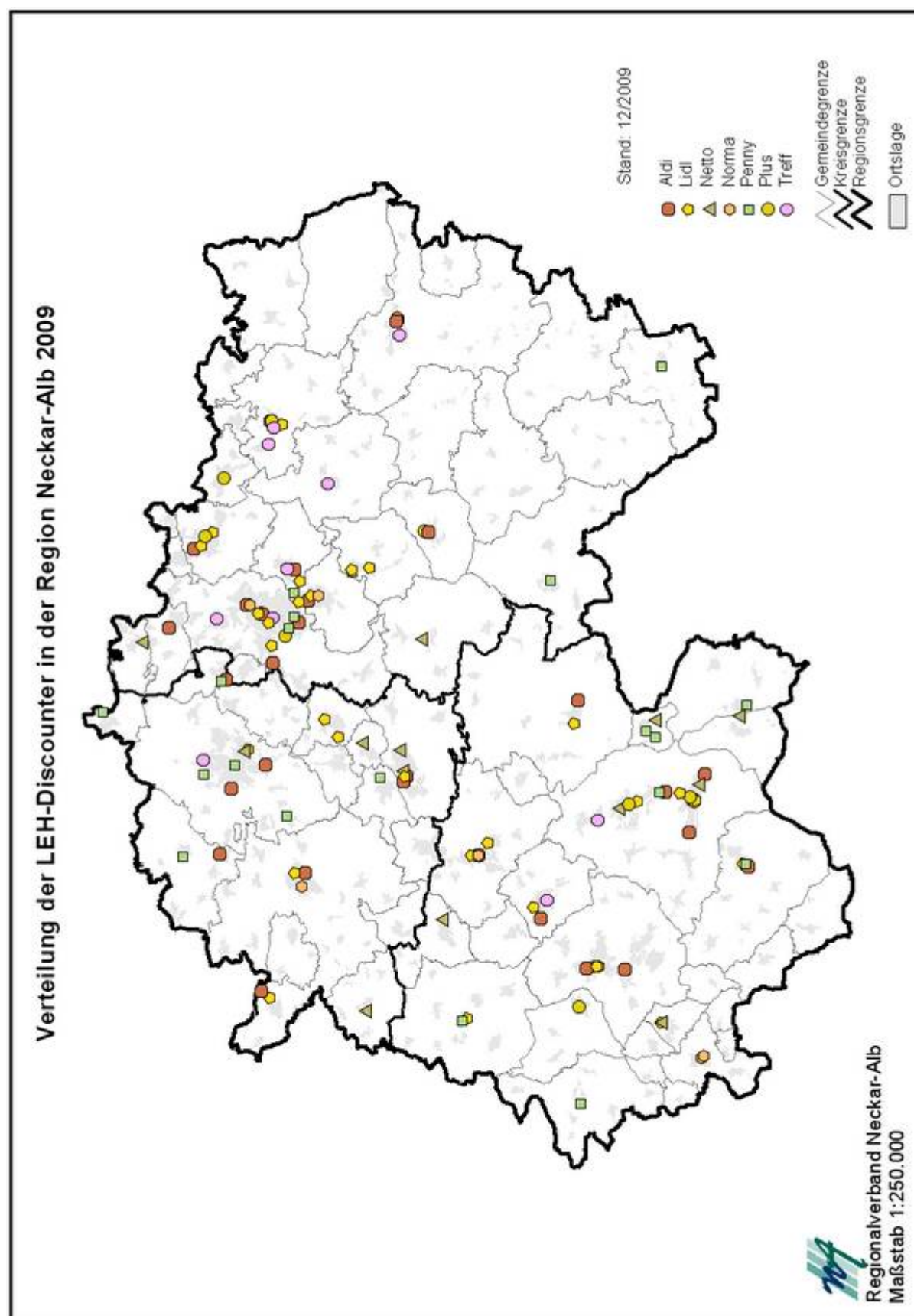


Abbildung 14: Die Lebensmittel-Discountmärkte in der Region Neckar-Alb 2009



8. Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch in der Bekanntmachung vom 27.8.1997
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVL	Bundesverband des Deutschen Lebensmittel-Einzelhandels e.V. Bonn
EHI	EuroHandelsinstitut
EW	Einwohner
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung
GMA	Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
HDE	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels
LEH	Lebensmittelhandel
LEP	Landesentwicklungsplan
LplG	Landesplanungsgesetz
MfG	Mittelstandsförderungsgesetz
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
ROG	Raumordnungsgesetz des Bundes
RP	Regierungspräsidium
RVNA	Regionalverband Neckar-Alb
VEP	Vorhaben- und Erschließungsplan
VKZ	Versorgungskennziffer
VwV	Verwaltungsvorschrift
ZVB	Zentralörtliche Versorgungsbereiche

9. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Das Zentrale Orte System der Region Neckar-Alb	13
Tabelle 2:	Standortgutachten, Marktuntersuchungen und Einzelhandelskonzepte in der Region Neckar-Alb (Stand: 12.2009)	15
Tabelle 3:	Entwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1970 - 2008	21
Tabelle 4:	Führende Unternehmen nach Unternehmensgruppen mit ihren Vertriebslinien in Deutschland 2009	25
Tabelle 5:	TOP 20-Baumärkte	28
Tabelle 6:	Konzernzugehörigkeiten und Firmierungen *)	29
Tabelle 7:	Bau-, Garten- und Bau- + Gartenmärkte nach Mittelbereichen	30
Tabelle 8:	Bau-, Garten- und Bau- + Gartenmärkte nach Markttypen	30

10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Übersicht Zentren- und Märktekonzepte, Marktuntersuchungen, Standortgutachten, STEP in der Region Neckar-Alb 2009	16
Abbildung 2:	Entwicklung im Einzelhandel nach Einzelhandelsgruppierungen 1980 - 2005	20
Abbildung 3:	Verkaufsflächenentwicklung und Flächenproduktivität 1970 - 2010	20
Abbildung 4:	Entwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1960 - 2008	21
Abbildung 5:	Umsatzentwicklung im dt. Lebensmitteleinzelhandel 1973 - 2008	22
Abbildung 6:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel	22
Abbildung 7:	Lebenszyklen der Betriebsformen im Einzelhandel	23
Abbildung 8:	Marktstellung der Discounter bei einzelnen Lebensmittel 2005	24
Abbildung 9:	Umsätze bei Ökolebensmitteln 1997 - 2006	24
Abbildung 10:	Boom bei den Marken Bio und Fairtrade	25
Abbildung 11:	Umsätze und VK-Flächen Top 10-Baumärkte	27
Abbildung 12:	Bau- und Gartenmärkte der Region Neckar-Alb sowie der angrenzenden Regionen (Stand 12/2008)	32
Abbildung 13:	Regionales Kataster großer Einzelhandelseinrichtungen 2009	34
Abbildung 14:	Die Lebensmittel-Discountmärkte in der Region Neckar-Alb 2009	35

11. Literaturverzeichnis

BBE Handelsberatung Münster (Hrsg.) (2006): Kennziffern zur Bewertung der örtlichen Nahversorgungssituation

Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (Hrsg.) (1991): Vademecum des Einzelhandels 1992

- Bundesverband des deutschen Lebensmitteleinzelhandels e.V.** (Hrsg.) (2005). Lebensmittel-Einzelhandel 2005/2006
- EuroHandelsinstitut GmbH** (Hrsg.) (2005): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels - Ausgabe 2005/2006. Köln (zitiert: EHI)
- EuroHandelsinstitut GmbH** (Hrsg.) (2006): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels - Ausgabe 2006/2007. Köln (zitiert: EHI)
- EuroHandelsinstitut GmbH** (Hrsg.) (2007): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels - Ausgabe 2007/2008. Köln (zitiert: EHI)
- EuroHandelsinstitut GmbH** (Hrsg.) (2008): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels - Ausgabe 2008/2009. Köln (zitiert: EHI)
- EuroHandelsinstitut GmbH** (Hrsg.) (2009): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels - Ausgabe 2009/2010. Köln (zitiert: EHI)
- Hertfelder, Stefanie** (2004): Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten in Ostwürttemberg. Der Wandel des Einzelhandels und seine Folgen - Steuerungsmöglichkeiten von Einzelhandelsgroßprojekten am Beispiel der Region Ostwürttemberg. Ergebnisse einer Diplomarbeit
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung** (Hrsg.) (2005): Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht - Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005). Veröffentlicht im Staatsanzeiger für das Land Hessen Nr. 5/2003 S.453 mit Ergänzung im Staatsanzeiger Nr. 18/2005 S. 1596), Wiesbaden (zitiert: Hessisches Ministerium 2005)
- IHK Reutlingen** (2005): Kennzahlen zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb 2005. Kaufkraft, Umsatz und Einzelhandelszentralität. Reutlingen
- Müller, F. H.** (1990): Die Baunutzungsverordnung. Kommentar. 6. Aufl.
- Regionalverband Neckar-Alb** (Hrsg.) (1993): Regionalplan Neckar-Alb 1993, Mössingen
- Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg** (Hrsg.) (1999): Die Zukunft der Innenstädte. Szenarien, Thesen und Standpunkte zur Entwicklung der städtischen Mitte. Stuttgart
- Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg** (Hrsg.) (2001): Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben vom 21.02.2001, GABl. 30.03.2001 S. 290 - 303 (zitiert: Einzelhandelserlass)

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.) (2005): Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg (zitiert: LEP 2002)

12. Weiterführende Literatur

Callies, Christian (2004): Kommunale Einzelhandelskonzepte und ihre Anwendung als Steuerungsinstrument der städtischen Einzelhandelsentwicklung - Ziele, Ansätze, Wirkungsweise und Erfahrungen aus der Praxis. Dissertation Universität Dortmund

Fischer, Birgit (2006): Nahversorgung im ländlichen Raum Baden-Württembergs mit besonderer Berücksichtigung des Lebensmitteleinzelhandels. Diplomarbeit Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen

Fittkau, Dirk (2004): Beeinflussung regionaler Kaufkraftströme durch den Autobahnlückenschluß der A 49 Kassel - Gießen. Zur empirischen Relevanz der "New Economic Geography" in wirtschaftsgeographischen Fragestellungen. Dissertation Georg-August-Universität zu Göttingen

Schmidt-Eichstaedt, Gerd (2009): Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels durch einen strategischen, stadtweiten Bebauungsplan - In: Baurecht, Jg. 40, Nr. 1, Seite 41 - 43, Köln

Anhang

A Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in den gewachsenen Zentren in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien.

Eine grundsätzliche Zuordnung der Sortimente zu der Hauptgliederung zentrenrelevant/nicht zentrenrelevant kann entsprechend der nachfolgenden Kriterien erfolgen.

Als zentrenrelevant einzustufen sind alle Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (kurzfristiger Bedarf),
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer, einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind),
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen,
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind,
- in der Innenstadt, den Stadtbezirkzentren und in den sonstigen zentralen Bereichen am stärksten vertreten sind,
- Innenstadtbesucher anziehen,
- einen relativ geringen spezifischen Flächenanspruch haben bzw. stapelbar sind,
- über hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung verfügen ("Einzelhandelszentralität") - häufig im Zusammenhang mit anderen Inneneinrichtungen besucht werden ("Kopplungsaffinität")
- leicht transportiert werden können ("Handtaschensortiment")

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen,
- aufgrund der Frequenzwirkung für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen,
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden,
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind, eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Darüber hinaus gibt es die Sortimentsliste des Innenministeriums Baden-Württemberg, welche auf der Basis eines kommunalen Zentren- und Märktekonzepts jeweils kommunalspezifisch angepasst werden kann.³¹

31 Quelle: Innenministerium Baden-Württemberg <http://innenministerium.baden-wuerttemberg.de/sixcms/media.php/1227/verwaltungsvorschrift.362215.pdf> und Kölner Liste 2004 <http://www.bezreg-koeln.nrw.de/html/service/downloads/03-35-02-00-koelnerliste.pdf>

Als zentrenrelevante Sortimente gelten:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/Büroorganisation/Druckereierzeugnisse
- Kunst/Antiquitäten
- Baby-/Kinderartikel/Kinderwagen/Spielwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren/-geräte
- Foto/Optik/Uhren
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel)/Haus- und Heimtextilien/Bastelartikel/Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren/Schmuck
- Camping/Sportartikel
- Arzneimittel, sonstige pharmazeutische Erzeugnisse
- sowie Gebrauchtwaren vorstehend aufgeführter Sortimente
- Fahrräder/Mofas

Nahversorgungs- (ggf. auch zentren-) relevante Sortimentsgruppen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere die Grundversorgung mit Lebensmitteln. Sie können auch zentrenrelevant sein. Dies sind:

- Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren
- Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren
- Tafel-, Küchen- u. ä. Haushaltsgeräte

In der Regel zentrenrelevante Sortimente:

1. Teppiche (ohne Teppichböden)
2. Blumen
3. Tiere und Tiernahrung, Zooartikel

Eine kommunalspezifische Sortimentsliste ist nachfolgend für das Mittelzentrum Aalen in der Region Ostwürttemberg dargestellt.³²

Sortimentsabgrenzung am Beispiel des Mittelzentrums AalenZentrenrelevante Sortimente

- Tabak-, Reformwaren
- Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei)
- Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik
- Apothekenwaren
- Schnittblumen
- Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bücher
- Spielwaren, Bastelartikel
- Sportartikel (nur Textilien, Schuhe, kleinteilige Sportgeräte, z. B. Schläger, Bälle)
- Wolle, Handarbeiten, Stoffe
- Schuhe
- Lederwaren, Lederbekleidung
- Modewaren (inkl. Hüte)
- Accessoires, Schirme
- Uhren, Schmuck, Silberwaren
- Kleinelektrogeräte, Geräte der Telekommunikation (z. B. Handys)
- Geschenkartikel, Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe
- Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren
- Optische und feinmechanische Erzeugnisse (z. B. Optik, Hörgeräteakustik)

Teilweise zentrenrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke (nur nahversorgungsrelevant)
- Sanitätswaren, Orthopädiwaren
- Büroorganisationsmittel
- Haus- und Tischwäsche, Bettwaren, Gardinen und Zubehör
- Teppiche
- Nähmaschinen und Zubehör u. ä.
- Musikalien, Ton- und Bildträger

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Getränke (nur Kistenware)
- Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer u. ä.
- Zoologischer Bedarf
- Büromaschinen, Bürogeräte
- Computer und Zubehör
- Sportgeräte (größteilig, z. B. Surfboards, Fahrräder)
- Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf
- Elektrogroßgeräte (weiße und braune Ware), Öfen, Haushaltstechnik
- Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär/Fliesen, Rollläden, Gitter, Markisen
- Möbel/Küchen, Büromöbel/Kinder- und Babymöbel
- Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf
- Holz (z. B. Fenster, Türen)

B Begriffsbestimmung Kaufkraft³³ und Kaufkraftkennziffern

Ausgaben mit Relevanz für den Einzelhandel

Ein sehr gewichtiger Faktor bei der Beurteilung eines Standorts ist die Kaufkraft. In den Wirtschaftswissenschaften wird zwischen der Kaufkraft des Geldes und der Kaufkraft der Bevölkerung unterschieden.

Die Kaufkraft des Geldes ist als das Gegenstück zum Preisniveau zu verstehen. In diesem Zusammenhang wird häufig auch der Begriff der "Kaufkraftparität" benutzt, um das Preisniveau eines ausgewählten und repräsentativen Warenkorbes wiederzugeben.

Die Kaufkraft der Bevölkerung (Global- oder auch Gesamtkaufkraft) umfasst jene Geldmittel, welche einer Person in einem räumlich abgegrenzten Gebiet für Konsum- oder andere Zwecke während einer Zeitperiode (meist ein Jahr) an ihrem Wohnort tatsächlich zur Verfügung stehen. In der Volkswirtschaft wird diese Geldmenge annäherungsweise auch als verfügbares Einkommen der privaten Haushalte bezeichnet. Da zwischen verfügbarem Einkommen und Konsumausgaben ein enges Beziehungsgeflecht besteht, kommt den Kaufkraftkennziffern eine wichtige Funktion bei der Bewertung regionaler Teilmärkte zu.

Grundlagen der Berechnung von Kaufkraftkennziffern

Basis für die Berechnungen sind die Ergebnisse der amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken. Diese beinhalten die Einkünfte aus nichtselbständiger Arbeit der nicht veranlagten Lohnsteuerpflichtigen und den Gesamtbetrag der Einkünfte der Einkommensteuerpflichtigen. Grundlage dafür sind die bei den Finanzämtern vorliegenden, anonymisierten Lohnsteuerkarten bzw. Einkommensteuererklärungen. Von dem Bruttoeinkommen werden die Lohn- und Einkommensteuern abgezogen. Nicht einbezogen werden Sozialabgaben.

Darüber hinaus ist es erforderlich, Einkommensbestandteile, die von der Einkommensteuerstatistik nicht oder unvollständig erfasst werden, zu ergänzen. So werden die wegen ihrer Steuervergünstigungen in den Veranlagungen zu niedrig ausgewiesenen Einkommen der Landwirte durch eine detaillierte Erfassung der landwirtschaftlichen Einkünfte geschätzt. Ebenfalls mit einbezogen werden - durch Sonderauswertung einschlägiger Statistiken - staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosengeld und -hilfe, Sozialhilfe, Renten und BAFöG. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der privaten Haushalte durch die Aufnahme von Konsumentenkrediten.

Die so ermittelte Kaufkraft der ortsansässigen Bevölkerung entspricht somit weitgehend dem Konzept des verfügbaren Einkommens der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Diese Einkommen werden von den privaten Haushalten zum einen Teil für Konsumzwecke (Ausgaben im Einzelhandel, für Wohnungsmieten, Reisen, Ver-

33 Quelle: <http://www.handelswissen.net/data/themen/Marktpositionierung/Standort/Standortfaktoren/Kaufkraft.php>

kehr etc.), zum anderen Teil für Sparen und Versicherungsausgaben verwendet. Enthalten sind auch diejenigen Einkommensanteile, die für Ausgaben im Dienstleistungssektor, Wohnung und Reisen sowie Kapitalbildung etc. reserviert sind.

Diese Art von Kaufkraft (Global- oder auch Gesamtkaufkraft) ist nicht identisch mit der sogenannten "einzelhandelsrelevanten Kaufkraft", d. h. jenen Einkommensgrößen, die dem Verbraucher innerhalb seines gesamten verfügbaren Einkommens für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

Arten der Darstellung

Üblicherweise erfolgt die Darstellung von Kaufkraftkennziffern in tabellarischen Berichtsbänden. Aufgeführt werden für die jeweiligen Gebietseinheiten

- Relativzahlen in Form von Prozent- oder Promille-Anteilen der Kaufkraft vom gesamten Bundesgebiet und
- Indizes, die auf einen Pro-Kopf-Durchschnitt von 100 bezogen sind.

Darüber hinaus werden auch absolute Beträge als Gesamt- und Pro-Kopf-Werte veröffentlicht.

Der regionale Kaufkraftanteil in Prozent oder Promille gibt den Anteil des betrachteten Gebietes an der gesamten Summe des frei zur Verfügung stehenden Einkommens aller privaten Haushalte Deutschlands wieder. Hier wird das Gewicht der einzelnen Gebiete in Bezug auf das verfügbare Einkommen der dort lebenden Bevölkerung ausgewiesen.

Das Kaufkraftniveau pro Einwohner gibt an, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Kaufkraft-Bundesdurchschnitt - repräsentiert durch die Wertmarke 100 - liegt. Bei den Kaufkraftniveaus interessiert weniger die absolute Höhe der Einzelwerte als vielmehr die Relation zu anderen Kaufkraftwerten.

Anwendungsbereiche

Kaufkraftkennziffern erlauben einen detaillierten Einblick in das regionale Einkommensgefälle und die potenzielle Ausgabenstruktur der privaten Haushalte. Die vorrangige Funktion liegt darin, regionale Marktpotenziale für den Absatz von Konsumgütern an die Endverbraucher zu quantifizieren.

Kaufkraftkennziffern stellen damit das traditionell erste Instrument bei der Optimierung der Vertriebs-, Absatz- und Standortstrategie dar. In Verbindung mit den ortsansässigen Bevölkerungszahlen erlauben sie quantitative Angaben zur Höhe der lokalen Nachfrage bzw. Absatzmöglichkeit und liefern damit konkrete Ansatzpunkte für

- die Aufdeckung regionaler Schwachstellen bzw. Marktreserven und
- eine konsequente Marktbearbeitung.

Kaufkraftkennziffern werden bei Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen in Analysen einbezogen, wenn es um die Wahl eines Betriebsstandortes oder den

Umsatzplan geht. Die Standortwahl von Fachgeschäften und anderen konsumorientierten Dienstleistungen kann mit Hilfe der differenzierten regionalen Kaufkraftanalyse durchgeführt werden. Dies gilt speziell für Betriebe, die Produkte zur Deckung des mittel- und langfristigen Bedarfs und Luxusgüter anbieten. Strukturierte Kaufkraftanalysen, die Auskunft über die Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte - nach Ausgabenkategorien unterteilt - geben, dienen der Überprüfung der Unternehmensziele und -politik der Anbieter im Handel.

Kaufkraftkennziffern sind ein in der Praxis erprobtes Entscheidungskriterium in Fragen der

- Verkaufsplanung und -kontrolle (Grad der Kaufkraftausschöpfung) und
- Standortforschung (Errichtung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes in einem bestimmten Marktgebiet).

Ein weiteres Anwendungsgebiet der Kaufkraftforschung liegt in der Konsumgüterwerbung. Um eine wirkungsvolle Direktwerbung für Konsumgüter zu erzielen, ist die Kenntnis der regionalen Kaufkraft in den meisten Fällen erforderlich.

Berechnung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Im Gegensatz zur Gesamtkaufkraft stellt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in transparenter und vergleichbarer Form das für alle einzelhandelsorientierten Wirtschaftszweige vorhandene, verbraucherbezogene Nachfragepotenzial nach Gütern des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs dar. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht damit ausschließlich der nachfrageorientierte Teil des verfügbaren Einkommens (=Gesamtkaufkraft).

Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die - je nach Gebiet unterschiedlichen - Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen. Übrig bleibt dann jener Teil der Kaufkraft der privaten Verbraucher, der für Ausgaben im Einzelhandel potenziell zur Verfügung steht. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft kann dann wiederum nach verschiedenen Ausgabebereichen (Sortimente, Fachsparten, Warengruppen oder Produktgruppen = Verbrauchsausgaben) differenziert werden.

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft erfolgt analog zur Gesamtkaufkraft sowohl in Form von Indizes als auch in absoluten Werten - und zwar für administrative und postalische Gebietseinheiten.

Für die Berechnung der relevanten Kaufkraftpotenziale eines bestimmten Standortes werden die folgenden Marktdaten benötigt: Verbrauchsausgaben je Kopf und Jahr, Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft-Index.

Die Zahl der Einwohner liefert eine erste Berechnungsgröße für die Höhe des Kaufkraftpotenzials. Diese muss jedoch mit einem Faktor gewichtet werden, welcher detailliert Auskunft über die Struktur und Größe der potenziell für den Einzelhandel in Frage kommenden Einkünfte der ortsansässigen Verbraucher gibt. Dieser Aspekt wird durch die Gewichtung der Zahl der Einwohner eines Gebietes mit dem einzel-

handelsrelevanten Kaufkraft-Index in der Potenzialermittlung berücksichtigt. Durch die Verknüpfung der genannten Daten ergibt sich das für einen Standort ansprechbare Kaufkraftpotenzial für den gesamten Einzelhandel und nach einzelnen Ausgabebereichen. Der entsprechende Rechenschritt hierzu lautet:

Verbrauchsausgaben in € x Bevölkerung x sortimentspezifischer Einzelhandels-Kaufkraft-Index/100 = Regionales Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in €.

Der genannte Berechnungsschritt ist in der Übersicht sowohl für den Einzelhandel insgesamt, als auch für bestimmte "Bedarfskategorien" (z. B. Nahrungs- und Genussmittel etc.) möglich.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der tatsächlich im Einzelhandel ausgegeben wird. Grundlage für die Berechnung ist die Summe aller abhängig und selbstständig erzielten Nettoeinkünfte einer Region, ermittelt aus der amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. Hinzugerechnet werden Erlöse aus der Landwirtschaft und Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Kinder- und Wohngeld, Renten sowie BAföG. Abgezogen werden nicht konsumrelevante Unternehmereinkünfte aus Personengesellschaften. Herausgerechnet werden zudem beispielsweise Mieten, Hypothekenzinsen, Versicherungen, Ausgaben für Reisen, Dienstleistungen, Sparen etc.

Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz wird auf Basis der amtlichen Statistik, insbesondere der Umsatzsteuerstatistik ermittelt. Diese Daten werden bereinigt und mit den berechneten bzw. geschätzten Umsätzen der Organschaften und Filialstandorte verrechnet. Weiterhin berücksichtigt sind die Umsätze der Bäckereien, Konditoreien, Fleischereien und Apotheken. Nicht enthalten sind der Versandhandel, der Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen sowie der Handel mit Kraft- und Brennstoffen. Der Saldo ergibt den Umsatz des sogenannten Einzelhandels im engeren Sinn.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralitätskennziffer zeigt die Kaufkraftbindung einer Stadt oder Gemeinde an und gibt den Netto-Kaufkraftzufluss oder -abfluss von außerhalb an. Die Zentralitätswerte stellen also jeweils Saldoangaben dar, die sich aus der Verrechnung von Zu- und Abflüssen eines Einkaufstandortes ergeben. Bei einem Wert über 100,0 gilt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet übersteigen. Bei einem Wert unter 100,0 überwiegen die Abflüsse an das Umland die Zuflüsse.

Berechnung:
$$\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzkennziffer je Einwohner}}{\text{einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner}} \times 100$$

C Besondere Faktoren bei der Beurteilung der Kaufkraftkennziffern der Region Neckar-Alb

In der Region Neckar-Alb gilt es, bei den Kaufkraftkennziffern eine Reihe von Besonderheiten zu berücksichtigen.

Umsätze aus Fabrikverkäufen/Factory-Outlet-Centern verfälschen die Einzelhandelszentralität (u. a. Metzingen, Bodelshausen).

Die Kaufkraftdaten der Stadt Tübingen sind geprägt durch den hohen Anteil der Studierenden, d. h. die Einzelhandelsumsätze pro Kopf fallen relativ niedrig aus und die Umsatzkennziffer³⁴ liegt deshalb unter 100.

Im Zollernalbkreis dagegen werden über dem Bundesdurchschnitt liegende und recht hohe Pro-Kopf-Einzelhandelsumsätze erzielt, was auf den hohen Anteil von Doppelverdienern (hoher Anteil an beschäftigten Frauen) in diesem Landkreis zurückzuführen ist.

Die Kaufkraftverhältnisse in Gomaringen sind stark beeinflusst durch den REAL Groß- und Verbrauchermarkt.

In Kirchentellinsfurt befindet sich ein REAL Verbrauchermarkt, der mit seinem interkommunalen Einzugsbereich der Gemeinde die höchsten Umsatz- und Einzelhandelszentralitätskennziffern der Region Neckar-Alb beschert.

Die Präsenz großflächiger Einzelhandelseinrichtungen mit ihren über die lokalen Versorgungsbereiche der jeweiligen Standortkommune hinausgehenden Einzugsbereichen führt dazu, dass sich keine Aussagen über die tatsächliche Kaufkraftbindung der ansässigen Bevölkerung machen lassen. Für derartige Fragestellungen bedarf es einer detaillierten Analyse der Umsätze des ansässigen Einzelhandels.

D Kaufkraftkennziffern der Region Neckar-Alb 2003³⁵

Die für die Region Neckar-Alb ausgewiesenen nachfolgenden Daten beruhen auf Prognosen der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK AG) für das Jahr 2003.

³⁴ bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der BRD (= 100)

³⁵ Aktuellere Daten siehe: Kennzahlen zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb 2007 sowie 2009, Hrsg. IHK Reutlingen

Kreis	Kammer- bezirk	Stadt/ Gemeinde	Bevölkerung (01.01.02)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
Landkreis Reutlingen		Reutlingen	111.338	601,4	5.402	103,6	765,2	6.873	138,5	72764 (364,3), Betz./Ohm./Gönn. (133,7)
		Metzingen	21.563	119,2	5.527	106,0	105,6	4.898	98,7	
		Pfullingen	18.110	100,6	5.555	106,6	123,8	6.833	137,7	
		Münsingen	14.345	71,4	4.975	95,4	59,1	4.119	83,0	
		Bad Urach	12.726	68,2	5.357	102,8	63,7	5.004	100,9	
		Erningen unter Achalm	10.488	58,3	5.560	106,7	25,1	2.393	48,2	
		Lichtenstein	9.460	47,6	5.027	96,4	17,3	1.831	36,9	
		Pliezhausen	9.287	51,6	5.560	106,7	26,5	2.855	57,5	
		Dettingen an der Erms	9.161	49,0	5.353	102,7	39,2	4.284	86,3	
		Sonnenbühl	6.980	37,3	5.344	102,5	17,3	2.472	49,8	
		Trochtelfingen	6.596	33,5	5.072	97,3	18,9	2.860	57,7	
		Engstingen	5.356	27,5	5.133	98,5	17,3	3.239	65,3	
		Sankt Johann	5.199	27,8	5.344	102,5	6,0	1.159	23,4	
		Wannweil	4.968	26,5	5.342	102,5				
		Walldorfhäslach	4.792	26,2	5.460	104,8				
		Riederich	4.266	24,0	5.634	108,1				
		Römerstein	3.867	20,3	5.252	100,8				
		Hohenstein	3.673	18,2	4.954	95,0				
		Hülben	2.884	15,2	5.257	100,9				
		Grafenberg	2.704	15,3	5.674	108,9				
		Zwiefalten	2.193	11,0	4.996	95,8				
		Gomadingen	2.189	11,1	5.092	97,7				
		Hayningen	2.151	10,5	4.869	93,4				

Kreis	Kammer- bezirk	Stadt/ Gemeinde	Bevölkerung (01.01.02)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
LK RT		Pfronstetten	1.588	7,4	4.683	89,8				
		Grabenstetten	1.572	8,5	5.388	103,4				
		Mehrstetten	1.457	7,4	5.077	97,4				

Kreis	Kammer- bezirk	Stadt/ Gemeinde	Bevölkerung (01.01.02)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
Landkreis Tübingen		Tübingen	82.444	413,1	5.010	96,1	386,1	4.683	94,4	98,2
		Rottenburg am Neckar	41.713	207,7	4.979	95,5	126,5	3.033	61,1	64,0
		Mössingen	19.443	94,4	4.854	93,1	91,0	4.681	94,4	101,3
		Ammerbuch	11.259	58,8	5.226	100,3	20,8	1.864	37,6	37,5
		Gomaringen	8.193	42,8	5.230	100,3	60,7	7.406	149,3	148,8
		Kusterdingen	8.145	41,1	5.046	96,8	29,0	3.560	71,8	74,1
		Bodelshausen	5.853	29,0	4.954	95,0	13,6	2.324	46,8	49,3
		Kirchentellinsfurt	5.335	27,1	5.089	97,6	45,0	8.443	170,2	174,3
		Dettenhausen	5.300	30,1	5.684	109,0	11,8	2.236	45,1	41,3
		Dußlingen	5.104	27,6	5.411	103,8	10,4	2.045	41,2	39,7
		Ofterdingen	4.238	21,5	5.083	97,5				
		Starzach	4.088	20,2	4.948	94,9				
		Nehren	3.693	18,8	5.094	97,7				
		Neustetten	3.340	15,7	4.710	90,4				
		Hirrlingen	2.910	14,2	4.865	93,3				

Kreis	Kammer- bezirk	Stadt/ Gemeinde	Bevölkerung (01.01.02)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
Zollernalbkreis		Albstadt	47.454	256,4	5.403	103,7	271,6	5.722	115,3	111,9
		Balingen	33.939	185,0	5.452	104,6	281,2	8.286	167,0	159,7
		Hechingen	19.567	103,7	5.302	101,7	116,9	5.975	120,4	118,4
		Burladingen	13.213	67,8	5.130	98,4	43,0	3.251	65,5	66,6
		Haigerloch	10.972	58,3	5.317	102,0	39,2	3.577	72,1	70,7
		Meßstetten	10.970	56,2	5.123	98,3	30,9	2.818	56,8	57,8
		Bisingen	9.157	48,8	5.326	102,2	33,0	3.599	72,5	71,0
		Winterlingen	6.726	34,6	5.140	98,6	32,3	4.802	96,8	98,1
		Rosenfeld	6.332	34,1	5.383	103,3	13,4	2.117	42,7	41,3
		Geislingen	6.151	32,1	5.222	100,2	15,1	2.462	49,6	49,5
		Rangendingen	5.133	26,5	5.155	98,9	14,9	2.900	58,4	59,1
		Schömburg	4.566	24,0	5.260	100,9				
		Bitz	3.756	22,1	5.884	112,9				
		Straßberg	2.745	14,6	5.310	101,9				
		Grosselfingen	1.971	10,0	5.090	97,7				
		Nusplingen	1.878	9,8	5.206	99,9				
		Dotternhausen	1.762	9,4	5.346	102,6				
		Obernheim	1.547	8,0	5.200	99,8				
		Jundringen	1.460	8,8	6.029	115,7				
		Dornettingen	1.065	5,6	5.222	100,2				
		Ratshausen	788	4,1	5.250	100,7				
		Weilen unter den Rinnen	622	3,3	5.336	102,4				
		Hausen am Tann	508	2,4	4.692	90,0				
		Zimmern unter der Burq	501	2,5	4.984	95,6				
		Dautmergen	413	2,1	5.155	98,9				
* bezogen auf den Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (=100,0)										
										Quelle: GfK AG, Nürnberg

E Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben vom 21.02.2001, GABl. 30.03.2001 (Einzelhandelserlass)³⁶

Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangslage	14
2.	Die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO 1990	15
2.1	Allgemeines	15
2.2	Begriffe	15
2.2.1	Einkaufszentren	15
2.2.2	Großflächige Einzelhandelsbetriebe	16
2.2.3	Sonstige großflächige Handelsbetriebe	16
2.2.4	Verkaufsfläche	17
2.2.5	Sortimente	17
2.3	Landesplanerische oder städtebauliche Auswirkungen großflächiger Handelsbetriebe	17
2.3.1	Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO	18
2.3.2	Vermutungsregel nach § 11 Abs. 3 Satz 3 und 4 BauNVO	19
2.3.3	Sonderfall Agglomeration	20
3.	Raumordnungsrechtliche Zulässigkeit	21
3.1	Allgemeines	21
3.2	Raumordnerische Kernregelung	21
3.2.1	Kongruenzgebot	22
3.2.1.1	Bedeutung	22
3.2.1.2	Ausnahmen	22
3.2.1.3	Hersteller-Direktverkaufszentren	23
3.2.1.4	Verletzung des Kongruenzgebots	23
3.2.2	Beeinträchtigungsverbot	23
3.2.2.1	Bedeutung	23
3.2.2.2	Beeinträchtigung des städtebaulichen Gefüges	23
3.2.2.3	Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungskerne und der verbrauchernahen Versorgung	23
3.3	Weitere Erfordernisse der Raumordnung	24
3.4	Erweiterungsvorhaben	24
3.5	Agglomeration	24
3.6	Bindungswirkungen der Erfordernisse der Raumordnung	24
3.7	Raumordnungsverfahren	24
3.8	Unterrichtungspflicht, Auskunftspflicht	25
3.9	Unterrichtung bei grenzüberschreitenden Vorhaben	25

³⁶ Der Einzelhandelserlass wurde durch die Urteile des BVerwG vom 24.11.2005 (4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 8.05 und 4 C 3.05) verändert hinsichtlich der "Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben" nach § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO" (Grenze der Großflächigkeit anstatt 700 m² Verkaufsfläche nun 800 m²) und "Agglomeration", Funktionseinheit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO (Agglomerationsverbot wurde stark eingeschränkt). Siehe dazu Anhang G (Schreiben des Innenministeriums Baden-Württemberg 14.06.2006)

3.10	Regionale Entwicklungskonzepte für den Einzelhandel	25
4.	Gemeindliche Planung	26
4.1	Gemeindliche Einzelhandelskonzepte	26
4.2	Bauleitplanung	27
4.2.1	Anpassung der Bauleitpläne an die Ziele der Raumordnung	27
4.2.2	Darstellung im Flächennutzungsplan	27
4.2.3	Festsetzung im Bebauungsplan	27
4.2.3.1	Festsetzung "Kerngebiet"	27
4.2.3.2	Festsetzung "Sondergebiet"	27
4.2.3.3	Beschränkung des Einzelhandels in sonstigen Baugebieten	28
4.2.4	Bestimmung in der Satzung über den Vorhaben und Erschließungsplan	28
4.2.5	Beteiligung der benachbarten Gemeinden (§ 2 Abs. 2 BauGB)	28
4.2.6	Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (§ 4 BauGB)	29
4.2.7	Planungserfordernis, Abwägungsgebot	29
4.2.8	Umweltverträglichkeitsprüfung	29
4.3	Überprüfung und Anpassung älterer Bebauungspläne	30
4.3.1	Planungserfordernis und Änderung älterer Bebauungspläne	30
4.3.2	Entschädigung bei Änderung oder Aufhebung einer zulässigen Nutzung	30
5.	Baurechtliche Zulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall	31
5.1	Im Geltungsbereich eines Bebauungsplans (§ 30 BauGB)	31
5.1.1	Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1986/BauNVO 1990	32
5.1.2	Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1977	32
5.1.3	Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1968	32
5.1.4	Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1962	32
5.1.5	Zulässigkeitsbeschränkung durch § 15 BauNVO	32
5.2	Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile (§ 34 BauGB)	33
5.2.1	Allgemeines	33
5.2.2	Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 BauGB	34
5.2.3	Zulässigkeit nach § 34 Abs. 2 BauGB	34
5.2.4	Mit einfachem Bebauungsplan	35
5.2.5	Gesicherte Erschließung	35
5.3	Im Außenbereich	35
5.4	Nutzungsänderungen und Erweiterungen	35
5.5	Behandlung von Bauanträgen	36
5.5.1	Antragsunterlagen	36
5.5.2	Festschreibung in der Baugenehmigung	36
	Anlage (Sortimente)	36

1. Ausgangslage

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe, die sich durch Größe und Standort von Einzelhandelsgeschäften herkömmlicher Art unterscheiden, sind geeignet, die raumordnerische und städtebauliche Struktur nachhaltig und bei falscher Standortwahl nachteilig zu beeinflussen.

Aufgabe der Raumordnung ist es, Fehlentwicklungen nach Maßgabe der Erfordernisse der Raumordnung entgegenzuwirken und Ansiedlungsvorhaben räumlich zu steuern. Dazu sind zunehmend Regionale Entwicklungskonzepte und gebietsbezogene Festlegungen der Regionalplanung einzusetzen, die eine vorausschauende und koordinierte Entwicklung der Einzelhandelsstandorte ermöglichen.

Der Einzelhandel ist eine tragende Säule der Stadtentwicklung und Stadterhaltung. Von besonderer Bedeutung sind dabei

- die Belebung der Innenstädte und Nebenzentren sowie der Ortszentren,
- die Bündelung mit anderen zentralen Einrichtungen in den Stadt- und Ortszentren,
- die Erhaltung und Entwicklung der Stadtgestalt,
- die Attraktivität und Sicherheit des öffentlichen Raumes,
- die Verkehrsverteilung (motorisierter Einkaufsverkehr, ÖPNV, Wirtschaftsverkehr),
- die soziale Integration,
- die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung.

Der dynamische Strukturwandel im Handel ist insbesondere geprägt durch

- langfristig sinkende Anteile des Einzelhandels am privaten Verbrauch,
- fortschreitende Konzentration in allen Branchen bei gleichzeitiger zunehmender Internationalisierung des Handels,
- nachhaltige Verschiebungen zwischen den Handelsstandorten: weiteres Wachstum der Verkaufsflächen, einhergehend mit einer anhaltenden Erhöhung des Verkaufsflächenanteils der peripheren Standorte (Gewerbe-, Industrie-, Sondergebiete) zu Lasten zentraler Lagen (City, Nebenzentren, Vororte),
- anhaltendes Wachstum bei Fachmärkten und Einkaufszentren, kontinuierlich sinkende Marktanteile kleiner und mittlerer Fachgeschäfte sowie Marktanteilsverluste städtischer Warenhäuser,
- zunehmende Bedeutung neuer Vertriebsformen wie z. B. Electronic Commerce.

Nach dem Baugesetzbuch (BauGB) sollen die Bauleitpläne eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung gewährleisten. Hierbei sind alle berührten öffentlichen und privaten Belange gerecht gegeneinander und untereinander abzuwägen (§ 1 Abs. 5 und 6 BauGB). In diesem Zusammenhang sind auch die Belange der Wirtschaft zu berücksichtigen. § 1 Abs. 5 Nr. 8 BauGB erwähnt dabei ausdrücklich die mittelständische Struktur der Wirtschaft im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung. Nach § 2 i.V.m. § 1 des Mittelstandsförderungsgesetzes vom 16. Dezember 1975 (GBl. S. 861) sind auch die Auswirkungen der Planungen und Maßnahmen auf die Wirtschaftsstruktur des Einzugsbereichs zu berücksichtigen und der Zweck des Gesetzes zu beachten. Das Gesetz hat den Zweck, eine ausgewogene Wirtschaftsstruktur, d. h. eine Vielzahl von kleinen und mittleren Unternehmen und freien Beru-

fen in der Wirtschaft in einem angemessenen Verhältnis mit großen Unternehmen sicherzustellen. Die Planungsträger und Genehmigungsbehörden haben auch bei der Bauleitplanung zur Verwirklichung der Zielsetzung des Mittelstandsförderungsgesetzes beizutragen.

Um negativen Auswirkungen durch die Ansiedlungen von Einzelhandelsgroßprojekten wirksamer entgegenzutreten zu können, wurde die Baunutzungsverordnung (BauNVO) mehrfach geändert. Die in der Baunutzungsverordnung zentrale Vorschrift des § 11 Abs. 3 BauNVO hat in ihrer gültigen Fassung von 1990 die Regelung der BauNVO 1986 übernommen.

Die nachfolgende Verwaltungsvorschrift trägt dieser aktuellen Fassung und der neuesten Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts Rechnung.

2. Die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO 1990

2.1 Allgemeines

§ 11 Abs. 3 BauNVO enthält eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (im Folgenden als Einzelhandelsgroßprojekte bezeichnet). Danach sind die vorgenannten Betriebe nur in Kerngebieten und in für solche Betriebe ausdrücklich ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Diese Vorschrift schafft neben den in §§ 2 bis 9 BauNVO aufgeführten Baugebieten ein Baugebiet besonderer Art, das "Gebiet für großflächigen Einzelhandel". Seine eigentliche Bedeutung besteht darin, derartige Nutzungen einer speziellen bauleitplanerischen Regelung zu unterwerfen und die genannten Betriebe aus Gewerbegebieten und Industriegebieten fernzuhalten.

2.2 Begriffe

2.2.1 Einkaufszentren

Ein Einkaufszentrum ist eine räumliche Zusammenfassung von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe, zumeist in Kombination mit verschiedenartigen Dienstleistungsbetrieben. Sie müssen insgesamt deutlich über 1.200 m² Geschossfläche aufweisen.

In der Regel wird es sich um einen einheitlich geplanten, finanzierten, gebauten und verwalteten Gebäudekomplex handeln. Aus der für die Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO maßgeblichen raumordnerischen und städtebaulichen Sicht - insbesondere im Hinblick auf die Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur der Gemeinde - kann aber auch eine nicht von vornherein als solche geplante und organisierte Zusammenfassung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben ein Einkaufszentrum im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO darstellen. Ein solches "Zusammenwachsen" mehrerer Betriebe zu einem "Einkaufszentrum" setzt jedoch außer der erforderlichen räumlichen Konzentration weitergehend voraus, dass die einzelnen Betriebe aus der Sicht der Kunden als aufeinander bezogen, als durch ein gemeinsames Konzept und durch Koordination miteinander verbunden in Erscheinung treten (vgl. BVerwG, Urteil vom 27.4.1990 - 4 C 16.87 -, BauR 1990, S. 573 = NVwZ 1990, S. 1074).

Hersteller-Direktverkaufszentren (auch als Fabrik-Verkaufs-Zentren oder Factory-Outlet-Center = FOC bezeichnet) sind Einkaufszentren. Mehrere aufeinander bezogene Fachmärkte ("Fachmarktzentren") sind ebenfalls Einkaufszentren.

2.2.2 Großflächige Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart.

Einzelhandelsbetriebe sind Betriebe, die ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkaufen. Zu ihnen zählen unter anderem alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher am Standort des Fertigungsbetriebs.

Die Großflächigkeit beginnt, wo üblicherweise die Größe der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetriebe (Nachbarschaftsläden) ihre Obergrenze findet. Diese Grenze liegt - unabhängig von regionalen und örtlichen Verhältnissen - etwa bei 700 m² Verkaufsfläche (so das Bundesverwaltungsgericht für einen der wohnungsnahen Versorgung dienenden Lebensmittelmarkt, Urteil vom 22.5.1987 - 4 C 19.85 -, BauR 1987, S. 528 = NVwZ 1987, S. 1076). Zur Frage, wann ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO haben kann, siehe Nummer 2.3.

Mehrere an sich selbstständige nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können dann als ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb angesehen werden, wenn diese Betriebe eine Funktionseinheit bilden. Eine solche Funktionseinheit liegt vor, wenn die Betriebe ein bestimmtes gemeinsames Nutzungskonzept haben, aufgrund dessen die einzelnen Betriebe wechselseitig voneinander profitieren und das die Betriebe nicht als Konkurrenten, sondern als gemeinschaftlich verbundene Teilnehmer am Wettbewerb erscheinen lässt (VGH Baden-Württemberg, Beschluss vom 22.1.1996 - 8 S 2964/95 -, BRS 58 Nr. 201).

2.2.3 Sonstige großflächige Handelsbetriebe

Sonstige großflächige Handelsbetriebe sind Betriebe, die in nicht unerheblichem Umfang (mehr als 10 % vom Gesamtumsatz) auch an letzte Verbraucher verkaufen und hinsichtlich ihrer Auswirkungen großflächigen Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind.

Betriebe mit reiner Großhandelsfunktion zählen nicht zu den sonstigen großflächigen Handelsbetrieben. Großhandel liegt vor, wenn an einen Gewerbetreibenden (Wiederverkäufer, gewerblicher Verbraucher/Freiberufler oder Großverbraucher/Behörde/Kantine) betrieblich verwendbare oder betriebsfremde, aber betrieblich verwertbare Waren abgesetzt werden.

Der Absatz von Waren an Gewerbetreibende zu deren privaten Verbrauch rechnet zur Einzelhandelstätigkeit. Die Rechtsprechung hat eine Toleranzgrenze von 10 % des Umsatzes des Großhandelsunternehmens für betriebsfremde Waren zur Deckung des privaten Lebensbedarfs zugestanden.

2.2.4 Verkaufsfläche

Verkaufsfläche ist die Fläche, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster und sonstiger Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

2.2.5 Sortimente

Als Sortiment wird die Gesamtheit der von dem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten verstanden. Zu dem Warenangebot gehört ein nach dem Charakter des Handelsbetriebs abgestuftes Sortiment an Dienstleistungen.

Der typische Charakter des Betriebs wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel; Nahrungsmittel, Getränke; Werkzeuge, Bauartikel) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen. Da auf den Flächen der Randsortimente trotz ihres geringen Anteils an der Gesamtverkaufsfläche oft hohe Umsatzwerte erzielt werden, sind regelmäßig auch die Auswirkungen etwaiger Randsortimente auf die Zentrenstruktur genau zu untersuchen.

Die Sortimentsbreite ist die Vielfalt der angebotenen Warengruppen, die Sortimentstiefe wird durch die Auswahl innerhalb der Warengruppen charakterisiert. Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie z. B.

- viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden
- überwiegend ohne PKW transportiert werden können.

Bei zentrenrelevanten Sortimenten sind negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur, insbesondere auf die Innenstadtentwicklung zu erwarten, wenn sie überdimensioniert an nicht integrierten Standorten (dazu unten Nr. 2.3.2) angesiedelt werden.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln.

In der Regel zentren- und nahversorgungsrelevant sind die in der Anlage genannten Sortimente. Dabei sind die örtlichen Gegebenheiten, insbesondere der Zentralitätsgrad der Gemeinde, zu berücksichtigen. In der jeweiligen Innenstadt nicht (mehr) vorhandene Sortimente sind dabei nicht automatisch nicht mehr zentrenrelevant.

2.3 Landesplanerische oder städtebauliche Auswirkungen großflächiger Handelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe gelten dann als Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn sie nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung haben können.

2.3.1 Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO

Die in § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO genannten raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen werden in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO beispielhaft konkretisiert. Im Einzelfall können auch nicht ausdrücklich ausgeführte Auswirkungen von Bedeutung sein. Für die Anwendung von § 11 Abs. 3 BauNVO bedarf es nicht des konkreten Nachweises, dass Auswirkungen tatsächlich eintreten; es genügt vielmehr bereits die Möglichkeit des Eintretens solcher Auswirkungen.

§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nennt beispielhaft folgende Auswirkungen:

- schädliche Umwelteinwirkungen,
- Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung,
- auf den Verkehr,
- auf die Versorgung der Bevölkerung,
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden,
- auf das Orts- und Landschaftsbild und
- auf den Naturhaushalt.

Schädliche Umwelteinwirkungen sind insbesondere auf die Nachbarschaft einwirkende Immissionen durch einen stärkeren Zu- und Abfahrtsverkehr zu dem Vorhaben, z. B. die Zunahme von Lärm- oder Abgasbelastungen in Wohnstraßen. Auswirkungen im Sinne einer Störung sind auch schon dann anzunehmen, wenn die zu erwartenden Belastungen noch nicht die Schwelle der schädlichen Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Abs. 1 Bundesimmissionsschutzgesetz (BImSchG) überschreiten.

Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung und den Verkehr liegen insbesondere vor, wenn die ordnungsgemäße verkehrliche Anbindung des Vorhabens nicht gewährleistet ist bzw. das vorhandene Verkehrsnetz nach seiner Konzeption und Leistungsfähigkeit nicht auf das Vorhaben ausgerichtet ist, insbesondere Einrichtungen des ÖPNV fehlen.

Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung können sich dadurch ergeben, dass durch die zu erwartende Kaufkraftbindung an einem Standort und dadurch verursachter Geschäftsaufgaben im Wohnbereich die ausreichende Nahversorgung, vor allem für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen, beeinträchtigt ist.

Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden sind insbesondere Auswirkungen auf das Stadtzentrum oder die Nebenzentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde. Solche Auswirkungen können sich beispielsweise ergeben, wenn durch Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb dieser Zentren eine in der Innenstadt oder im Ortskern eingeleitete, mit öffentlichen Mitteln geförderte städtebauliche Sanierungsmaßnahme nicht planmäßig fortgeführt werden kann oder wenn durch starke Kaufkraftbindung außerhalb der Zentren das Niveau und die Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt oder im Ortskern abzusinken drohen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in anderen Gemeinden können sich ergeben, wenn der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojekts den zentralörtlichen Versor-

gungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und die Entwicklung und Versorgungsfunktion von Nachbargemeinden beeinträchtigt.

Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild können insbesondere bei einem nach Lage und Größe aus dem Rahmen der näheren oder weiteren Umgebung fallenden oder in der Landschaft dominierenden Vorhaben gegeben sein. Maßgebend ist, ob sich das Vorhaben in den gegebenen städtebaulichen und landschaftlichen Rahmen einfügt.

Auswirkungen auf den Naturhaushalt können durch eine Beeinträchtigung des Ökosystems gegeben sein, z. B. Versiegelung von Freiflächen mit Stellflächen, Veränderung des Kleinklimas durch ausgedehnte Gebäude.

2.3.2 Vermutungsregel nach § 11 Abs. 3 Satz 3 und 4 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO 1990 sind Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebs 1.200 m² überschreitet. Diese Vermutungsregel geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschossfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 m² die in der Vorschrift genannten Auswirkungen haben kann.

Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO gilt die - widerlegliche - Vermutung des Satzes 3 nicht, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen. § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO konkretisiert die Anhaltspunkte - d. h. städtebauliche und betriebliche Besonderheiten - für eine von der Regel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO abweichende Beurteilung:

- Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile,
- Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung,
- Warenangebot des Betriebs.

Bei Vorhaben mit mehr als 1.200 m² Geschossfläche ist im Sinne einer typisierenden Betrachtungsweise ohne besondere Prüfung von den Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszugehen, wenn der Antragsteller nicht eine atypische Fallgestaltung nachweist.

Betriebliche Besonderheiten, die von der typischen Fallgestaltung abweichen können, sind insbesondere gegeben,

- wenn der Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Gartenbedarf),
- bei Artikeln, die üblicher Weise mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt),
- bei Artikeln, die in einer gewissen Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen (z. B. Baustoffhandel).

Besonderheiten auf der städtebaulichen Seite können beispielsweise darin bestehen,

- dass der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs zentrale Versorgungsbereiche an anderen Standorten nicht vorgesehen oder vorhanden sind oder
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll, jedoch nur, wenn ein etwa vorhandenes Zentrenkonzept oder die angestrebte Zentrenstruktur dadurch nicht gestört wird.

Generell gilt für alle atypischen Fallgestaltungen Folgendes:

- Ist bei einer atypischen Fallgestaltung die Vermutungsregel nicht anzuwenden, muss die Abschätzung möglicher Auswirkungen auf konkrete Untersuchungen gestützt werden.
- Die atypische Fallgestaltung kann nicht losgelöst von der Größenordnung des Vorhabens beurteilt werden. Auch bei Vorhaben mit einem schmalen Warensortiment und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wie z. B. Möbelhäusern, Bau- und Heimwerkermärkten sowie Gartencentern können aufgrund der Größe des Vorhabens Auswirkungen auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt vorliegen. Außerdem sind bei solchen Vorhaben aufgrund der branchenüblichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in benachbarten Gemeinden möglich und daher auch zu prüfen.
- Bei der Zulassung eines Vorhabens aufgrund einer atypischen Fallgestaltung ist es erforderlich, die Sortimente in der Baugenehmigung festzuschreiben.

2.3.3 Sonderfall Agglomeration

Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO können jedoch auch dadurch gegeben sein, dass mehrere kleinere Betriebe mit einer Größe von jeweils unter 1.200 m² Geschossfläche in räumlichem und zeitlichem Zusammenhang errichtet werden, zu vorhandenen Betrieben neue Betriebe unter 1.200 m² hinzutreten oder vorhandene Betriebe entsprechend erweitert oder umgenutzt werden sollen. Solche als isolierte Einzelfälle ggf. für sich unbedenkliche Vorhaben müssen in ihrem Zusammenhang gesehen werden und können durch eine derartige Agglomeration gemeinsam zu Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO, wenn nicht sogar zu einem Einkaufszentrum werden. Die näheren Voraussetzungen ergeben sich aus den Nummern 2.2.1 und 2.2.2.

Auf die Zulässigkeitsbeschränkung durch § 15 BauNVO wird hingewiesen (siehe im Einzelnen Nr. 5.1.5).

Durch die Aufstellung von Bebauungsplänen und die Beschränkung bzw. den Ausschluss des Einzelhandels kann die Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben unterbunden werden.

3. Raumordnungsrechtliche Zulässigkeit

3.1. Allgemeines

Die raumordnungsrechtliche Zulässigkeit eines Vorhabens richtet sich nach den Erfordernissen der Raumordnung, insbesondere nach den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung, wie sie im Landesentwicklungsplan (LEP) 1983 und in den Regionalplänen festgelegt sind.

Wesentlicher Aspekt bei der Überprüfung der Raumverträglichkeit eines geplanten Einzelhandelsgroßprojekts ist die Erhaltung ausreichender Versorgungsstrukturen und funktionsfähiger Zentren der Städte und Gemeinden. Die Raumordnung ist kein Instrument der Bedarfsprüfung, der Investitionslenkung oder des Konkurrenzschutzes.

3.2 Raumordnerische Kernregelung

Kernregelung ist das Ziel der Raumordnung in Plansatz 2.2.34 des LEP 1983 mit folgendem Wortlaut:

"Großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher sollen nur an solchen Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden, wo sie sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen weder durch ihre Lage oder Größe noch durch ihre Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns oder die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich beeinträchtigen."

Dieses Ziel ist in den meisten Regionalplänen ausgeformt worden. Die betreffenden Plansätze enthalten weitere einschränkende Regelungen.

Im Rahmen der gegenwärtig laufenden Fortschreibung des LEP hat die Landesregierung folgende Neuregelung beschlossen:

- Z Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen im Verdichtungsraum auch Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktionen in Betracht, wenn sie mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.
- Z Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.
- Z Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- Z Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Stand-

ortsgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht innenstadtrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

- G Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.
- G Regionalbedeutsame Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte können in den Regionalplänen vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts festgelegt werden. Auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.

Die mit Z gekennzeichneten Plansätze stellen in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung und somit sonstige Erfordernisse der Raumordnung (§ 3 Nr.4 Raumordnungsgesetz - ROG) dar. Dies wurde bei der Ausgestaltung nachstehender raumordnungsrechtlicher Regelungen soweit als möglich berücksichtigt.

Für Einzelhandelsgroßprojekte bestehen somit folgende raumordnerische Mindestanforderungen:

- Das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot) und
- darf die im Plansatz 2.2.3.4 LEP 1983 und die im Fortschreibungsentwurf des LEP genannten weiteren Belange nicht beeinträchtigen (Beeinträchtungsverbot).

3.2.1 Kongruenzgebot

3.2.1.1 Bedeutung

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden dürfen. Dabei muss das Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe der jeweiligen Zentralitätsstufe entsprechen. Diese Begrenzung soll sicherstellen, dass der Zentrale Ort die ihm zugewiesene Aufgabe erfüllt. Gleichzeitig wird dadurch verhindert, dass ein Zentraler Ort durch die Aufgabenwahrnehmung außerhalb des ihm zugewiesenen räumlichfunktionellen Aufgabenbereichs die räumlich-strukturell bedeutsame Aufgabenwahrnehmung durch die anderen Zentralen Orte beeinträchtigt.

Die Ober- und Mittelzentren sind im LEP, die Unter- und Kleinzentren in den Regionalplänen verbindlich festgelegt.

3.2.1.2 Ausnahmen

Abweichend von der Regel kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion insbesondere in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.

3.2.1.3 Hersteller-Direktverkaufszentren

Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form von Einzelhandelsgroßprojekten sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig. Insbesondere bei einer Geschossfläche von weniger als 5.000 m² können auch Standorte in Mittelzentren in Betracht kommen.

3.2.1.4 Verletzung des Kongruenzgebots

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

3.2.2 Beeinträchtigungsverbot

3.2.2.1 Bedeutung

Das Vorhaben darf

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskerns) sowie
- die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

3.2.2.2 Beeinträchtigung des städtebaulichen Gefüges

Das Vorhaben darf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung der Standortgemeinde nicht beeinträchtigen. Zur Beurteilung dieses städtebaulichen Kriteriums ist § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO entsprechend anzuwenden (vgl. Nr. 2.3.1).

3.2.2.3 Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns und der verbrauchernahen Versorgung

Wird ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet, ist in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben. Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.

Städtebauliche Randlagen kommen am ehesten für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Waren als Kernsortiment (z. B. Möbel-Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte) in Betracht, wenn die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente nach Umfang und Zweckbestimmung so begrenzt werden, dass sie weder die verbrauchernahe Versorgung noch die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) wesentlich beeinträchtigen und dort keine geeigneten Flächen zur Ansiedlung entsprechender Vorhaben zur Verfügung stehen.

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabensspezifischen Sortiment.

3.3 Weitere Erfordernisse der Raumordnung

Bei der raumordnerischen Überprüfung eines Vorhabens sind neben der vorstehenden Kernregelung und entsprechenden regionalplanerischen Konkretisierungen die weiteren im Einzelfall einschlägigen Erfordernisse der Raumordnung, insbesondere die Grundsätze und Ziele im LEP und in den Regionalplänen mit heranzuziehen (z. B. Regelungen des Umweltschutzes, des Städtebaus, des Verkehrs, des Natur- und Landschaftsschutzes).

3.4 Erweiterungsvorhaben

Bei der raumordnerischen Beurteilung von Erweiterungsvorhaben ist auf Warenangebot, Umfang und Auswirkungen des Gesamtbetriebs nach Erweiterung abzustellen.

3.5 Agglomeration

Für Agglomerationen nach Nr. 2.3.3 gelten die Regelungen in Kapitel 3 entsprechend.

3.6 Bindungswirkungen der Erfordernisse der Raumordnung

Gemäß § 4 ROG sind die Ziele der Raumordnung zu beachten und Grundsätze sowie sonstige Erfordernisse der Raumordnung bei der Abwägung zu berücksichtigen. Bauleitpläne sind gemäß § 1 Abs. 4 BauGB an die Ziele der Raumordnung anzupassen.

3.7 Raumordnungsverfahren

Für Einzelhandelsgroßprojekte ist gemäß § 13 Abs. 1 Landesplanungsgesetz (LplG) in Verbindung mit § 1 Satz 3 Nr. 19 Raumordnungsverordnung (RoV) in der Regel ein Raumordnungsverfahren mit integrierter Umweltverträglichkeitsprüfung (vgl. hierzu Nr. 4.2.8) durchzuführen. Mit der Einfügung der Nummer 19 in die Raumordnungsverordnung mit Wirkung vom 1. Januar 1998 ist der Schwellenwert in § 13 Abs. 1 LplG ("mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche") durch das überlagernde Bundesrecht hinfällig geworden. Die Regierungspräsidien als höhere Raumordnungsbehörden entscheiden im Einzelfall nach pflichtgemäßem Ermessen über die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens.

Im Raumordnungsverfahren ist das einzelne Vorhaben nicht isoliert zu betrachten, sondern im Kontext mit den gegebenen und aktuell entstehenden zentralörtlichen Versorgungsstrukturen zu beurteilen. Dabei sind vorhandene Einzelhandelsgröße-

triebe sowie hinreichend bekannte und konkrete Vorhaben mit im Wesentlichen denselben Warensortimenten in die Beurteilung einzubeziehen. Außerdem können grundsätzlich auch Flächen berücksichtigt werden, die in einem Bebauungsplan als Sondergebiet großflächiger Einzelhandel mit einem bestimmten Sortiment und einer bestimmten Verkaufsfläche festgesetzt sind und deren Erschließung gesichert ist.

Das Ergebnis des Raumordnungsverfahrens ist im nachfolgenden Bauleitplanverfahren nach Maßgabe der dafür geltenden Bestimmungen als abwägungsrelevanter Belang zu berücksichtigen. Die Pflicht, Ziele der Raumordnung zu beachten (§ 4 ROG) und Bauleitpläne an die Ziele der Raumordnung anzupassen (§ 1 Abs. 4 BauGB), bleibt unberührt.

Im Übrigen wird auf die Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums über die Durchführung von Raumordnungsverfahren (VwV-ROV) in der jeweils geltenden Fassung verwiesen.

3.8 Unterrichtungspflicht, Auskunftspflicht

Nach § 18 LplG haben alle öffentlichen Planungsträger den Raumordnungsbehörden und den Regionalverbänden Auskunft über die von ihnen beabsichtigten oder im Rahmen ihrer Zuständigkeit zu ihrer Kenntnis gelangenden Planungen und Maßnahmen zu erteilen, soweit diese für die Raumordnung von Bedeutung sein können.

Beabsichtigt ein Träger der Bauleitplanung, einen Bauleitplan als Grundlage für die Errichtung eines Einzelhandelsgroßprojekts aufzustellen, zu ändern oder zu ergänzen, so hat er das Regierungspräsidium und den Regionalverband zu unterrichten. Diese beraten nach § 12 Abs. 3 Satz 1 LplG den Träger der Bauleitplanung und unterrichten ihn über die Erfordernisse der Raumordnung.

3.9 Unterrichtung bei grenzüberschreitenden Vorhaben

Auf Grund der mit Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz abgeschlossenen Staatsverträge über die Zusammenarbeit bei der Raumordnung unterrichtet die höhere Raumordnungsbehörde so frühzeitig wie möglich die jeweils zuständige Landesplanungsbehörde des Nachbarlandes über Vorhaben mit grenzüberschreitenden Auswirkungen.

Die förmliche Beteiligung der Nachbarländer und Nachbarstaaten im Raumordnungsverfahren bleibt unberührt.

3.10 Regionale Entwicklungskonzepte für den Einzelhandel

Den Trägern der Regionalplanung wird empfohlen, Entwicklungskonzepte für den Einzelhandel auszuarbeiten, die eine vorausschauende, zielgerichtete und koordinierte Entwicklung der Einzelhandelsstandorte sowie fundierte Standortbewertungen und -entscheidungen ermöglichen.

Auf dieser Grundlage können insbesondere Standorte für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen gebietsscharf festgelegt werden. Die Regionalbedeutsamkeit eines Vorhabens ist in der Regel ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² gegeben. Sie ist im Einzelfall zu prüfen. Dabei sind vor allem der

jeweilige Betriebstyp und die raumstrukturelle Situation am vorgesehenen Standort von Bedeutung.

4. Gemeindliche Planung

4.1 Gemeindliche Einzelhandelskonzepte

Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommt den Gemeinden eine entscheidende Rolle zu. Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgung sorgen. Vorhandene regionale Einzelhandelskonzepte sind dabei zu berücksichtigen. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer. Einzelhandels- und Verkehrskonzepte müssen Hand in Hand gehen. Sie sind Bestandteil einer integrierten kommunalen Entwicklungsplanung. Der Erschließung von Einzelhandelsstandorten durch den öffentlichen Nahverkehr kommt eine große Bedeutung zu.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels fest. Bei der Aufstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ist insbesondere eine Beteiligung der Industrie- und Handelskammern, der Handwerkskammern und Organisationen des Einzelhandels, der Regionalverbände sowie eine Abstimmung mit den betroffenen Nachbargemeinden im Sinne einer freiwilligen interkommunalen/regionalen Abstimmung zu empfehlen.

Bei der Aufstellung bzw. Änderung von Flächennutzungsplänen muss im Erläuterungsbericht eine Darlegung des Bestandes zentraler Einrichtungen einschließlich Einzelhandelsschwerpunkten und zu deren beabsichtigter Fortentwicklung erfolgen. Dies gehört zu den zentralen Punkten einer vorbereitenden Bauleitplanung. Im Erläuterungsbericht kann insoweit auf eine vorhandene Einzelhandelskonzeption Bezug genommen werden. Bei den Darlegungen ist auch auf noch vorhandene ältere Bebauungspläne, denen eine frühere Fassung der Baunutzungsverordnung zugrunde liegt, nach der Einzelhandelsgroßprojekte in Gewerbegebieten und Industriegebieten zulässig sind, einzugehen (vgl. Nr. 4.3). Soll ausnahmsweise eine umgehende Umstellung solcher älterer Bebauungspläne auf die BauNVO 1990 nicht erfolgen, ist dies ausführlich zu begründen. Ohne ausreichende Thematisierung der Steuerung der zentralen Einrichtungen, namentlich der Einzelhandelsgroßprojekte, ist dem Flächennutzungsplan die Genehmigung zu versagen, da er der Grundanforderung, für das ganze Gemeindegebiet die sich aus der beabsichtigten städtebaulichen Entwicklung ergebende Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen in den Grundzügen darzustellen, nicht gerecht wird.

4.2 Bauleitplanung

4.2.1 Anpassung der Bauleitpläne an die Ziele der Raumordnung

Gemäß § 1 Abs. 4 BauGB sind die Bauleitpläne den Zielen der Raumordnung anzupassen. Dementsprechend sind Ziele der Raumordnung für die Bauleitplanung unmittelbar bindende Vorgaben und nicht Gegenstand der Abwägung nach § 1 Abs. 6 BauGB.

4.2.2 Darstellung im Flächennutzungsplan

Wegen der städtebaulichen Bedeutung von Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO sollten außerhalb der eigentlichen Ortskerne mit zentralen Funktionen beabsichtigte Kerngebiete bereits im Flächennutzungsplan als solche dargestellt werden. Bei der allgemeinen Zweckbestimmung des Kerngebiets, neben Handelsbetrieben die zentralen Einrichtungen von Wirtschaft, Verwaltung und Kultur aufzunehmen, wird aber regelmäßig die Darstellung von Kerngebieten in peripherer Lage nicht vertretbar sein. Ebenso wenig dürfte in derartigen Lagen die Entwicklung eines Bebauungsplans mit der Festsetzung Kerngebiet aus einer im Flächennutzungsplan dargestellten gewerblichen Baufläche oder gemischten Baufläche zulässig sein.

Bei der Darstellung eines Sondergebiets nach § 11 Abs. 3 BauNVO sollte neben der erforderlichen Zweckbestimmung (z. B. "Sondergebiet - großflächige Einzelhandelsbetriebe") auch schon die Geschossfläche nach § 16 Abs. 1 BauNVO im Flächennutzungsplan dargestellt werden. Nur so können die Auswirkungen zulässiger Vorhaben sicher beurteilt werden. Zur besseren Beurteilung ist außerdem eine weitere Konkretisierung der Zweckbestimmung (z. B. Möbelmarkt) zu empfehlen.

4.2.3 Festsetzung im Bebauungsplan

4.2.3.1 Festsetzung "Kerngebiet"

Die Festsetzung eines Kerngebiets, das lediglich dazu dienen soll, anstelle eines an sich erforderlichen Sondergebiets Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO aufzunehmen, ohne sonstige für das Kerngebiet typische Funktionen zu übernehmen, ist eine Umgehung der Vorschriften der §§ 7 und 11 Abs. 3 BauNVO und daher unzulässig. Bei Festsetzung von Kerngebieten außerhalb der vorhandenen Zentren oder Nebenzentren sowie in kleineren Gemeinden ist zu prüfen, ob eine Einschränkung der Einzelhandelsnutzung auf eine bestimmte Größenordnung vorgesehen werden muss.

4.2.3.2 Festsetzung "Sondergebiet"

Für Sondergebiete muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die Baunutzungsverordnung bei den übrigen Baugebieten der §§ 2 bis 9 die Zweckbestimmung des Gebiets und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen die Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung, d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen, unerlässlich. Danach sind insbesondere die Verkaufsflächen, das Sortiment sowie die Begrenzung des Randsortiments nach Art und Umfang im Einzelnen festzusetzen (Nr. 2.2.5). Wenn sich aus einer entsprechenden Be-

gründung das städtebauliche Erfordernis ergibt, kann die höchstzulässige Verkaufsfläche als Gesamtverkaufsfläche des Sondergebiets oder Verkaufsfläche einzelner Handelsbetriebe oder Branchen ohne Bindung an vorgegebene Anlagentypen festgesetzt werden (vgl. BVerwG, Urteil vom 27.4.1990 - 4 C 36.87 -, NVwZ 1990, S. 1071 = BauR 1990, S. 569 = DVBl 1990, S. 1108).

4.2.3.3 Beschränkung des Einzelhandels in sonstigen Baugebieten

Bei Festsetzungen von Baugebieten, insbesondere von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist zu prüfen, ob im Hinblick auf eine unerwünschte Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben (Nr. 2.3.3) oder zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche ggf. eine Einschränkung der Einzelhandelsnutzung vorgesehen werden muss. So können nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO bei Vorliegen besonderer städtebaulicher Gründe bestimmte Arten an sich zulässiger Nutzungen und baulicher Anlagen ausgeschlossen bzw. eingeschränkt werden. Festsetzungen, die auf die Größe von Anlagen abstellen (hier: Verkaufsfläche von Handelsbetrieben), sind jedoch nur zulässig, wenn dadurch bestimmte Arten von baulichen oder sonstigen Anlagen (Anlagentypen) - ggf. auch unter Berücksichtigung der besonderen Verhältnisse in der Gemeinde - zutreffend gekennzeichnet werden (BVerwG, Urteil vom 22.5.1987 - 4 C 77.84 -, BauR 1987, S. 524 = DVBl 1987, S. 1004 = DÖV 1987, S. 1011). Weiterhin kann beispielsweise die Einzelhandelsnutzung in Gewerbegebieten völlig ausgeschlossen oder nur als Ausnahme vorgesehen werden.

4.2.4 Bestimmungen in der Satzung über den Vorhaben- und Erschließungsplan

Eine Satzung über einen Vorhaben- und Erschließungsplan (vorhabenbezogener Bebauungsplan), die ein Vorhaben mit Auswirkungen des § 11 Abs. 3 BauNVO zum Inhalt hat, ist in der städtebaulichen Einbindung wie ein entsprechendes Sondergebiet zu behandeln. Die Ausführungen zur Darstellung von Sondergebieten im Flächennutzungsplan bzw. Festsetzung im Bebauungsplan gelten somit entsprechend.

Werden mit der festgesetzten Einzelhandelsnutzung andere zentrenrelevante Nutzungen wie z. B. Einrichtungen im Bereich von Freizeit und Unterhaltung, Gastronomie, Kultur und dergleichen verbunden, sind auch insoweit die Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu berücksichtigen. Dies ergibt sich unmittelbar aus § 1 Abs. 5 und 6 BauGB. Der vorhabenbezogene Bebauungsplan kann demnach unzulässig sein, auch wenn eine Bindung an die Baunutzungsverordnung nicht besteht.

4.2.5 Beteiligung der benachbarten Gemeinden (§ 2 Abs. 2 BauGB)

Wegen des häufig über die Gemeindegrenzen hinausgehenden Einzugsgebietes von Einzelhandelsgroßbetrieben sind alle Gemeinden zu beteiligen, die von den Auswirkungen betroffen sein können. Dies gilt auch dann, wenn Gemeinden in einem anderen Bundesland liegen. Für die (materielle) gemeindenachbarliche Abstimmungspflicht kommt es nicht auf ein unmittelbares Angrenzen der Gemeinde an (BVerwG, Beschluss vom 9.1.1995 - 4 NB 42.94 -, DÖV 1995, S. 820).

4.2.6 Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (§ 4 BauGB)

Bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten kommt neben den Regierungspräsidien als höheren Raumordnungsbehörden und den Regionalverbänden den Industrie- und Handelskammern sowie den Handwerkskammern als zu beteiligenden Trägern öffentlicher Belange besondere Bedeutung zu. Sie sind möglichst frühzeitig in das Planverfahren einzuschalten.

Bei Planungen im Zusammenhang mit Einzelhandelsnutzungen kann es fachlich geboten sein, außerhalb der förmlichen Beteiligung der Träger öffentlicher Belange zusätzlich die Einzelhandelsverbände um Stellungnahme zu bitten.

4.2.7 Planungserfordernis, Abwägungsgebot

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten wird der Flächenbedarf der Vorhaben und das Koordinationsbedürfnis der von der Planung berührten öffentlichen und privaten Belange in der Regel eine förmliche Bauleitplanung erfordern (§ 1 Abs. 3 BauGB). Der Nachweis der Erforderlichkeit der Planung muss deren mögliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, insbesondere auf die infrastrukturelle Ausstattung der vorhandenen Zentren und Nebenzentren sowohl der planenden als auch der Nachbargemeinden, erkennen lassen.

Die Abwägung der öffentlichen und privaten Belange kann bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben unter Umständen fehlerhaft sein, wenn die Ansiedlung solcher Betriebe zu wesentlichen Beeinträchtigungen ausgewogener Strukturen führt oder nur einzelnen Bevölkerungsgruppen zugute kommt. Dies kann z. B. bei einer einseitigen Bevorzugung der Bevölkerungsgruppen, die sich des Individualverkehrs bedienen, der Fall sein.

4.2.8 Umweltverträglichkeitsprüfung

Für Einzelhandelsgroßprojekte ist in der Regel ein Raumordnungsverfahren mit integrierter raumordnerischer Umweltverträglichkeitsprüfung durchzuführen (§ 13 LplG i. V. m. § 1 Satz 3 Nr. 19 RoV). Daneben unterliegen Bebauungspläne, die für die Errichtung von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO ab einer Geschossfläche von 5.000 m² aufgestellt werden, der (allgemeinen) Umweltverträglichkeitsprüfung (§ 3 Abs. 1 Satz 1 des Gesetzes über die Umweltverträglichkeitsprüfung i. V. m. Nummer 18 der Anlage zu § 3).

Der von der Bundesregierung vorgelegte "Entwurf für ein Gesetz zur Umsetzung der UVP-Änderungsrichtlinie, der IVU-Richtlinie und weiterer EG-Richtlinien zum Umweltschutz" sieht für Bebauungspläne, die im bisherigen Außenbereich für die Errichtung von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO aufgestellt werden, bei einer zulässigen Geschossfläche von 5.000 m² oder mehr eine Umweltverträglichkeitsprüfung generell und bei einer zulässigen Geschossfläche von 1.200 m² bis weniger als 5.000 m² dann vor, wenn eine standortbezogene Vorprüfung des Einzelfalls die UVP-Pflicht ergibt; darüber hinaus sind auch solche Bebauungspläne UVP-pflichtig, die für Einzelhandelsgroßprojekte mit einer zulässigen Geschossfläche von 1.200 m² oder mehr in sonstigen Gebieten aufgestellt werden, wenn eine standortbezogene Vorprüfung des Einzelfalls die Umweltverträglich-

keitsprüfungspflicht ergibt (vgl. Bundesratsdrucksache 674/00, Stand 10.11.2000). Das weitere Gesetzgebungsverfahren bleibt insoweit abzuwarten.

Falls ein Raumordnungsverfahren mit integrierter Umweltverträglichkeitsprüfung durchgeführt wird, führt dies zu einer Entlastung der Umweltverträglichkeitsprüfung im anschließenden Bebauungsplanverfahren. Umweltauswirkungen, die bereits im Raumordnungsverfahren geprüft wurden, müssen im Bebauungsplanverfahren nicht erneut geprüft werden. Die Umweltverträglichkeitsprüfung im Raumordnungsverfahren soll sich auf raumbedeutsame überörtliche Umweltaspekte beschränken. Welche Umweltauswirkungen im konkreten Einzelfall als raumbedeutsam einzustufen sind, ist bei der Erarbeitung des Untersuchungsrahmens im Raumordnungsverfahren festzulegen.

4.3 Überprüfung und Anpassung älterer Bebauungspläne

4.3.1 Planungserfordernis und Änderung älterer Bebauungspläne

Im Geltungsbereich von Bebauungsplänen, die noch aufgrund der BauNVO 1962 und 1968 aufgestellt wurden, sind Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ggf. uneingeschränkt zulässig. Sind solche Vorhaben im Hinblick auf ihre Auswirkungen dort raumordnerisch oder städtebaulich nicht vertretbar, so kann eine weitere Fehlentwicklung nur durch eine Änderung der Bebauungspläne im Wege der Umstellung auf die BauNVO 1990 verhindert werden. Dies gilt insbesondere für Industrie- und Gewerbegebiete. In diesen Fällen ergibt sich somit ein Planungserfordernis und damit eine Planungspflicht der Gemeinde im Sinne von § 1 Abs. 3 i.V.m. § 2 Abs. 4 BauGB. Die zeit- und sachgerechte Erfüllung dieser gesetzlichen Aufgabe ist von den Aufsichtsbehörden zu überwachen und ggf. im Aufsichtsweg durchzusetzen.

Die Änderung der Bebauungspläne kann nicht im vereinfachten Verfahren nach § 13 BauGB durchgeführt werden. In der Regel genügt eine textliche Planänderung, auch soweit damit zusätzlich die Instrumente des § 1 Abs. 4, 5 und 9 BauNVO angewendet werden sollen. Eine pauschale Änderung mehrerer Bebauungspläne ohne individuelle Begründung für den einzelnen Plan ist im Hinblick auf die insoweit restriktive Rechtsprechung nicht unbedenklich, es sei denn, sie träfe auf alle geänderten Bebauungspläne in gleichem Maße zu. Bebauungspläne sollten jeweils nicht nur in räumlichen Teilbereichen des Plans auf die BauNVO 1990 umgestellt werden. Die Änderung kann sich jedoch ggf. auf die Festsetzung der Art der baulichen Nutzung beschränken. Zur Sicherung der Planung empfiehlt sich der Erlass einer Veränderungssperre oder die Zurückstellung kritischer Baugesuche.

4.3.2 Entschädigung bei Änderung oder Aufhebung einer zulässigen Nutzung

Die Änderung von Bebauungsplänen kann zu Entschädigungsansprüchen nach §§ 42 ff. BauGB führen. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass die durch die Änderung ausgeschlossene Nutzung bisher zulässig war und durch die Aufhebung der zulässigen Nutzung eine nicht nur unwesentliche Wertminderung des Grundstücks eintritt. Der Bebauungsplan muss formell und materiell rechtsgültig sein; nach § 30 BauGB muss die Erschließung rechtlich und tatsächlich gesichert sein. Entschädigungsansprüche gegen die Gemeinde könnten sich danach nur ergeben, wenn vor der Änderung des Bebauungsplans und damit dem Ausschluss von Einzelhandelsgroßbetrieben eine den Erfordernissen des Zu- und Abgangsverkehrs dieser Einrichtungen

entsprechende Erschließung gesichert war. Von einer nicht nur unwesentlichen Wertminderung von Grundstücken ist nur dann auszugehen, wenn in dem Gebiet oder für bestimmte Flächen im Hinblick auf die Zulässigkeit dieser Anlagen bei vorhandener Erschließung bereits ein Verkehrswert entstanden ist, der erheblich über dem Verkehrswert vergleichbarer Gewerbegebiete und Industriegebiete liegt, in denen die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben nicht möglich ist. Auf die Gewinnerwartung des einzelnen Grundstückseigentümers und auf seine persönlichen Nutzungsvorstellungen kommt es nicht an.

Nach Ablauf der in § 42 Abs. 2 BauGB bezeichneten Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit kann ein Entschädigungsanspruch infolge Planänderung nach § 42 Abs. 3 BauGB nur noch für Eingriffe in die tatsächlich ausgeübte Nutzung des Grundstücks geltend gemacht werden. Die Höhe der Entschädigung beim Grundstückswert bemisst sich nach dem Unterschied zwischen dem Wert des Grundstücks aufgrund der ausgeübten Nutzung und seinem Wert nach der Planänderung. Insbesondere bei Bebauungsplänen auf der Grundlage der BauNVO 1962 und 1968 ist diese Frist von sieben Jahren in der Regel seit langem abgelaufen.

5. Baurechtliche Zulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall

5.1 Im Geltungsbereich eines Bebauungsplans (§ 30 BauGB)

Im Geltungsbereich eines Bebauungsplans im Sinne von § 30 Abs. 1 BauGB (qualifizierter Bebauungsplan) ist ein Vorhaben zulässig, wenn es diesen Festsetzungen nicht widerspricht und die Erschließung gesichert ist. Das gleiche gilt für Vorhaben im Geltungsbereich eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans (§ 30 Abs. 2 BauGB).

Im Geltungsbereich eines einfachen Bebauungsplans (§ 30 Abs. 3 BauGB) richtet sich die Zulässigkeit des Vorhabens im Übrigen nach § 34 BauGB (Nr. 5.2.4) oder § 35 BauGB (Nr. 5.3).

Ist ein Baugebiet festgesetzt, ist § 15 BauNVO zu beachten (Nr. 5.1.5).

Die zulässige Art der baulichen Nutzung ist in den Bebauungsplänen durch Baugebiete nach der Baunutzungsverordnung festgesetzt. Der jeweils festgesetzte Baugebietstyp der Baunutzungsverordnung findet damit Eingang in den Bebauungsplan (§ 1 Abs. 3 BauNVO). Dem Bebauungsplan ist jeweils die Fassung der Baunutzungsverordnung zugrunde zu legen, die am ersten Tag der öffentlichen Auslegung des Bebauungsplansentwurfs in Kraft war (vgl. §§ 25 bis 25c BauNVO).

Die einzelnen Fassungen der Baunutzungsverordnung sind wie folgt in Kraft getreten:

- Die Ursprungsfassung vom 26.06.1962 am 01.08.1962,
- die erste Änderungsverordnung vom 26.11.1968 am 01.01.1969,
- die zweite Änderungsverordnung vom 15.09.1977 am 01.10.1977,
- die dritte Änderungsverordnung vom 19.12.1986 am 01.01.1987 und
- die vierte Änderungsverordnung vom 23.01.1990 am 27.01.1990.

5.1.1 Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1986/BauNVO 1990

Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Für sie gilt die Vermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche.

5.1.2 Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1977

Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. In anderen Baugebieten sind sie daher unzulässig. Für sie gilt die Vermutungsgrenze von 1500 m² Geschossfläche. § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO 1986 findet auch auf Bebauungspläne auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 BauNVO 1977 entsprechende Anwendung (§ 25b BauNVO).

Der Begriff des "Verbrauchermarkts" entspricht im wesentlichen dem des großflächigen Einzelhandelsbetriebs in den neueren Fassungen der Baunutzungsverordnung ab 1977, in den er aufgegangen ist.

5.1.3 Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1968

Im Geltungsbereich von Bebauungsplänen, denen die BauNVO 1968 zugrunde liegt, sind Einkaufszentren und Verbrauchermärkte, die nach Lage, Umfang und Zweckbestimmung vorwiegend der übergemeindlichen Versorgung dienen sollen (mehr als 50 % des erwarteten Umsatzes außerhalb der Gemeinde), außer in Kerngebieten nur in den für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig (§ 11 Abs. 3 BauNVO 1968). Einkaufszentren und Verbrauchermärkte, die nicht vorwiegend der übergemeindlichen Versorgung dienen, sind demnach als Einzelhandels- oder Gewerbebetriebe auch in anderen Baugebieten nach der BauNVO 1968, insbesondere in Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten zulässig.

Zur Beurteilung der Frage, ob ein Vorhaben vorwiegend der übergemeindlichen Versorgung dienen soll oder wird, ist im Zweifelsfall (insbesondere bei Vorhaben mit mehr als 1.200 m² Geschossfläche) ein neutrales Fachgutachten einzuholen.

5.1.4 Bebauungspläne auf der Grundlage der BauNVO 1962

Im Geltungsbereich von Bebauungsplänen, denen die BauNVO 1962 zugrunde liegt, sind Handelsbetriebe aller Art in Mischgebieten, Kerngebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten zulässig.

5.1.5 Zulässigkeitsbeschränkung durch § 15 BauNVO

§ 15 BauNVO ist in der im Baugenehmigungsverfahren gültigen Fassung der Baunutzungsverordnung auf alle nach der Baunutzungsverordnung festgesetzten Baugebiete anzuwenden. Dies gilt unabhängig davon, welche Fassung der Baunutzungsverordnung dem Bebauungsplan zugrunde zu legen ist.

Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind demnach im Einzelfall unzulässig, wenn sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen. Sie sind auch unzulässig, wenn von Ihnen Belästigungen

oder Störungen ausgehen können, die nach der Eigenart des Baugebiets im Baugebiet selbst oder in dessen Umgebung unzumutbar sind oder wenn sie solchen Belästigungen oder Störungen ausgesetzt werden. Die durch § 15 BauNVO geschützte maßgebliche Umgebung auch außerhalb des Baugebiets reicht nur so weit, wie unmittelbare Wirkungen eines Vorhabens die Nutzung anderer Grundstücke in baurechtlicher Hinsicht beeinträchtigen können. Eine Verschlechterung der Wirtschaftlichkeit der in der maßgeblichen Umgebung oder in einzelnen Stadtteilzentren ausgeübten Einzelhandelsnutzung kann durch Anwendung des § 15 BauNVO nicht verhindert werden. "Fernwirkungen" finden daher im Rahmen des § 15 BauNVO keine Berücksichtigung.

Unzumutbare Belästigungen oder Störungen im Sinne des § 15 Abs. 1 Satz 2 BauNVO können jedoch beispielsweise darin bestehen, dass ein hohes Verkehrsaufkommen die öffentlichen Straßen in der maßgeblichen Umgebung ungewöhnlich belastet, so dass der Zu- und Anlieferungsverkehr anderer Grundstücke erheblich behindert wird oder Wohngrundstücke durch Immissionen stark beeinträchtigt werden. Die Eigenart eines Baugebiets (§ 15 Abs. 1 Satz 1 BauNVO) lässt sich einerseits unmittelbar anhand der Festsetzungen des Bebauungsplans sowie aus der bereits vorhandenen und zugelassenen Bebauung feststellen. So können z. B. auch Festsetzungen über die Verkaufsfläche die Eigenart des Baugebiets wesentlich mitbestimmen. Weiterer Aufschluss kann sich aus der Begründung zum Bebauungsplan ergeben. Aus ihr kann beispielsweise hervorgehen, dass der Bebauungsplan der Ansiedlung von Betrieben des produzierenden Gewerbes dienen soll, die aus der Innenstadt verlagert werden sollen.

Kleinere Betriebe, die im Einzelnen keine, in der Ansammlung mit anderen kleinen Betrieben aber Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO hervorrufen, können im Einzelfall nach § 15 Abs. 1 Satz 1 BauNVO unzulässig sein, wenn sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen, z. B. wenn sich in einem Mischgebiet ein Einkaufszentrum oder ein Gebiet für Einzelhandelsgroßbetriebe entwickelt. In einem Mischgebiet allgemein zulässige Einzelhandelsbetriebe können im Einzelfall nach Anzahl und Umfang der Eigenart des Baugebiets widersprechen, weil im selben Gebiet bereits Einzelhandelsbetriebe zugelassen worden sind und das gebotene quantitative Mischungsverhältnis von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe durch die Zulassung eines weiteren Betriebs gestört würde (vgl. BVerwG, Urteil vom 4.5.1988 - 4C 34.86, BauR 1988, S. 440).

5.2 Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile (§ 34 BauGB)

5.2.1 Allgemeines

Die planungsrechtliche Zulässigkeit eines Vorhabens im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO im unbeplanten Innenbereich ist unterschiedlich zu beurteilen, und zwar

- bei einer näheren Umgebung, die uneinheitlich strukturiert und keinem Baugebiet der Baunutzungsverordnung vergleichbar ist, nur nach § 34 Abs. 1 BauGB (Nr. 5.2.2);
- bei einer näheren Umgebung, die einem Baugebiet der Baunutzungsverordnung entspricht, hinsichtlich der Art der Nutzung nach § 34 Abs. 2 BauGB, hinsichtlich

- des Maßes der baulichen Nutzung, der Bauweise und der überbaubaren Grundstücksfläche nach § 34 Abs. 1 BauGB (Nr. 5.2.3);
- bei Vorliegen eines einfachen Bebauungsplans (§ 30 Abs. 2 BauGB) vorweg nach dessen Festsetzungen (Nr. 5.1), im Übrigen nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB (Nr. 5.2.4).

Zulässigkeitsvoraussetzung für die Vorhaben in allen Bereichen ist die gesicherte Erschließung (Nr. 5.2.5).

5.2.2 Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 BauGB

Ein Vorhaben ist zulässig, wenn es sich in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt. Ein Vorhaben fügt sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und zu überbauenden Grundstücksfläche immer dann ein, wenn es sich innerhalb des sich aus der näheren Umgebung ergebenden Rahmens hält, also in der näheren Umgebung bereits vorhanden ist. Sind großflächige Einzelhandelsbetriebe dort noch nicht vorhanden, fällt ein derartiges Vorhaben aus dem Rahmen. Auch ein aus dem Rahmen fallendes Vorhaben kann sich dennoch einfügen, wenn es im Verhältnis zu seiner näheren Umgebung keine bewältigungsbedürftigen Spannungen erzeugt oder vorhandene Spannungen verstärkt. Großflächige Einzelhandelsbetriebe werden in der Regel Spannungen erzeugen oder vorhandene Spannungen verstärken. Eine Spannungsverstärkung ist z. B. auch darin zu sehen, dass der durch das Vorhaben bedingte stärkere Zu- und Abfahrtsverkehr bisher ruhige Wohnstraßen durch Lärm und Abgase belastet oder dass das vorhandene Straßennetz überlastet wird.

Maßgeblich bei Anwendung des § 34 Abs. 1 BauGB ist die Berücksichtigung nur der "näheren Umgebung". Zu beachten ist, dass die nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu berücksichtigenden landesplanerischen und städtebaulichen Auswirkungen (vgl. Nrn. 2.3 und 2.3.1) regelmäßig weit über die nähere Umgebung hinausreichen. Derartige "Fernwirkungen" bleiben jedoch bei der Beurteilung des Einfügens außer Betracht.

5.2.3 Zulässigkeit nach § 34 Abs. 2 BauGB

In diesem Fall ist hinsichtlich der Beurteilung der Art der Nutzung die Baunutzungsverordnung (hier § 11 Abs. 3) unmittelbar anzuwenden. Ist die nähere Umgebung als Misch-, Gewerbe- oder Industriegebiet einzuordnen, ist ein Vorhaben, das die Voraussetzungen des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllt, unzulässig. Bei dieser Beurteilung sind auch die landesplanerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu berücksichtigen, die räumlich über die nach § 34 Abs. 1 BauGB maßgebliche nähere Umgebung hinausgehen (Fernwirkungen). Ein Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ist nur zulässig in einem Gebiet, das als Kerngebiet oder Sondergebiet "großflächiger Einzelhandel" einzustufen ist. Hinsichtlich der Beurteilung des Maßes der baulichen Nutzung, der Bauweise und der überbaubaren Grundstücksfläche ist darüber hinaus auch die Prüfung nach § 34 Abs. 1 BauGB erforderlich (Nr. 5.2.2).

5.2.4 Mit einfachem Bebauungsplan

Liegt ein einfacher Bebauungsplan (§ 30 Abs. 3 BauGB) vor, so sind Handelsbetriebe aller Art nur zulässig, wenn sie dessen Festsetzungen nicht widersprechen; insoweit gelten die Nummern 5.1 bis 5.1.4 entsprechend. Im Übrigen ist das Vorhaben

nach § 34 Abs. 1 BauGB (Nr. 5.2.2) oder nach § 34 Abs. 2 BauGB (Nr. 5.2.3) zu beurteilen.

5.2.5 Gesicherte Erschließung

Zur gesicherten Erschließung gehören bei Einzelhandelsgroßprojekten insbesondere der verkehrsgerechte Anschluss an eine leistungsfähige öffentliche Straße mit einwandfreien Grundstücksein- und -ausfahrten sowie ggf. mit zusätzlichen Ein- und Ausfädelungstreifen auf der öffentlichen Straße. Außerdem ist in der Regel ein leistungsfähiger Anschluss an das öffentliche Nahverkehrsnetz erforderlich. Die Erschließung ist mit den zuständigen Straßenbaubehörden sowie dem Träger des ÖPNV abzustimmen.

5.3 Im Außenbereich

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO gehören nicht zu den nach § 35 Abs. 1 BauGB für den Außenbereich privilegierten Vorhaben. Sie können wegen ihres Umfangs und wegen der Beeinträchtigung öffentlicher Belange im Sinne des § 35 Abs. 2 und 3 BauGB im Außenbereich ohne bauplanungsrechtliche Festsetzungen nicht zugelassen werden. Dies gilt auch, wenn und soweit in einem Flächennutzungsplan Bauflächen dargestellt sind, die durch Bebauungspläne als Kerngebiete oder als Sondergebiete im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen werden könnten.

5.4 Nutzungsänderungen und Erweiterungen

Nutzungsänderungen und Erweiterungen sind genehmigungsbedürftig. Für sie gelten die Nummern 5.1 bis 5.3 sowie 5.5 entsprechend.

Eine Nutzungsänderung liegt auch vor, wenn ein Großhandelsbetrieb ganz oder teilweise auf Einzelhandel umstellt (Nr. 2.2.3). Der Bestandsschutz des Großhandels deckt nicht die Fortführung des Betriebs als (Teil-)Einzelhandel. Das Gleiche gilt, wenn ein in der Baugenehmigung festgeschriebenes Sortiment umgestellt bzw. geändert wird oder wenn ein neues Sortiment hinzukommt.

Eine Erweiterung liegt bei einer Vergrößerung der Geschossfläche oder der Verkaufsfläche vor. Bei Erweiterungen sind für die Beurteilung der Zulässigkeit die Auswirkungen der gesamten Anlage zugrunde zu legen. Das Gleiche gilt, wenn anstelle eines größeren Handelsbetriebs mehrere kleinere Handelsbetriebe von jeweils nicht wesentlich unter 1.200 m² Geschossfläche in räumlicher Nähe und zeitlichem Zusammenhang beantragt werden. Besonderes Augenmerk ist auf eine etwaige Zusammenlegung derartiger Betriebe zu legen, weil dies ggf. eine Nutzungsänderung oder Erweiterung darstellt.

5.5 Behandlung von Bauanträgen

5.5.1 Antragsunterlagen

Antragsunterlagen für Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe müssen die Art des Betriebs (Einzelhandel, Großhandel), die Geschossfläche, die Verkaufsfläche (Nr. 2.2.4) und die vorgesehenen Sortimente (Nr. 2.2.5), gegliedert nach der Größe der Verkaufsfläche, klar und eindeutig erkennen lassen. Liegen hierzu keine klaren Angaben vor, kann eine Baugenehmigung wegen Unmöglichkeit der Prüfung nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht erteilt werden.

Bei Anträgen für Großhandelsbetriebe ist darzulegen, inwieweit durch geeignete organisatorische Maßnahmen sichergestellt wird, dass der Handel mit dem letzten Verbraucher weitestgehend unterbunden wird (Nr. 2.2.3).

5.5.2 Festschreibung in der Baugenehmigung

In der Baugenehmigung sind die Betriebsarten (Einzel-, Großhandel), die Größe der Verkaufsfläche sowie Art und Umfang bzw. die absolute Größe des Sortiments (nach m² oder Anteil) festzuschreiben, wenn es sich aus entsprechenden Festsetzungen des Bebauungsplans oder in Anwendung von § 11 Abs. 3 BauNVO ergibt.

Anlage

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in den gewachsenen Zentren in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien.

Als zentrenrelevante Sortimente gelten:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/Büroorganisation
- Kunst/Antiquitäten
- Baby-/Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel

Nahversorgungs- (ggf. auch zentren-)relevante Sortimentsgruppen:

- Lebensmittel, Getränke
- Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren

In der Regel zentrenrelevante Sortimente:

- Teppiche (ohne Teppichböden)
- Blumen
- Tiere und Tiernahrung, Zooartikel

F Ergänzung der Verwaltungsvorschrift auf Grund der Urteile des BVerwG und VGH Baden-Württemberg 2005³⁷

Das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) und der VGH Baden-Württemberg haben mit ihren Urteilen vom 24.11.2005 und 22.09.2005 neue Auslegungen zu Fragen des großflächigen Einzelhandels getroffen, weshalb angesichts ihrer grundsätzlichen Ausführungen einzelne Darstellungen im Einzelhandelserlass vom 21. Februar 2001 als überholt angesehen werden müssen. Im einzelnen gilt folgendes:

1. Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben nach § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO

Während die Großflächigkeit nach der früheren Rechtsprechung bei etwa 700 m² Verkaufsfläche begonnen hat, sind Einzelhandelsbetriebe nunmehr dann als großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO anzusehen, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (vgl. BVerwG, Ur. v. 24.11.05 - 4 C 10.04 -, UPR 2006, 150 = DVBI 2006, 448 = ZfBR 2006, 247; BVerwG, Ur. v. 24.11.05 - 4 C 14.04 -, UPR 2006, 154 = DVBI 2006, 452 = ZfBR 2006, 250; BVerwG, Ur. v. 24.11.05 - 4 C 8.05 -, UPR 2006, 156 = ZfBR 2006, 253 und BVerwG, Ur. v. 24.11.05 - 4 C 3.05 -; alle Urteile können auch abgerufen werden unter www.bundesverwaltungsgericht.de).

Die an der früheren Rechtsprechung orientierten Ausführungen zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Ziff. 2.2.2 des Einzelhandelserlasses können deshalb keine Geltung mehr beanspruchen.

Das BVerwG hat in seinen Urteilen gleichzeitig klargestellt, dass bei der Berechnung der Verkaufsfläche auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials) sowie ein Windfang einzubeziehen sind.

2. Agglomeration, Funktionseinheit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO

Im Einzelhandelserlass wird (gestützt auf die frühere Rechtsprechung des BVerwG und des VGH Bad.-Württ.) ausgeführt, dass mehrere an sich selbständige nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe als ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO angesehen werden können, wenn diese Betriebe aufgrund eines gemeinsamen Nutzungskonzepts eine Funktionseinheit bilden (vgl. Ziff. 2.2.2, 2.3.3 und 5.4).

Der VGH Baden-Württemberg hat in seinem Urteil vom 22.09.2005 (3 S 1061/04 -, ZfBR 2006, 55) eine solche Agglomeration abgelehnt mit der Begründung, der ausdrückliche Wortlaut des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO stelle für die Frage der Großflächigkeit auf den jeweiligen Einzelhandelsbetrieb ab und lasse für eine Zusammenrechnung der Verkaufsflächen verschiedener Betriebe keinen Raum. Diesen Grundsatz hat das BVerwG in seinen Urteilen vom 24.11.2005 (4 C 14.04, 4 C 8.05 und 4 C 3.05) bekräftigt. Die Verkaufsflächen baulich und funktionell eigenständiger Betriebe können danach grundsätzlich nicht unter dem Gesichtspunkt der Funktionseinheit zusammengerechnet werden. Von diesem Agglomerationsverbot lässt das BVerwG

³⁷ Ergänzung Einzelhandelserlass, Erlass des Innenministeriums vom 13. Juni 2006, Az.: 6-2500.4/7, unveröffentlicht

für den Fall eines "Nebenbetriebs" unter sehr engen Voraussetzungen eine Ausnahme zu: Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen Einzelhandelsbetrieb, wenn die Gesamtfläche durch einen Betrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (Beispiel: flächenmäßig untergeordneter Backshop als Nebenbetrieb zu einem Lebensmittelmarkt).

Aufgrund dieser Rechtsprechung ist für die Annahme einer Funktionseinheit bei mehreren selbständigen Einzelhandelsbetrieben - abgesehen von der oben genannten Ausnahmekonstellation des Nebenbetriebs - im Hinblick auf § 11 Abs. 3 BauNVO kein Raum mehr.

3. Erhöhte Bedeutung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 bis 4 BauNVO

Nach Auffassung des BVerwG (BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 10.04 -) kommt dem Gesichtspunkt der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO nunmehr eine erhöhte Bedeutung zu, da sich der Typus des der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetriebs häufig nicht mehr allein anhand der Großflächigkeit bestimmen lasse. Bei der Prüfung der Auswirkungen sind insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung, das Warenangebot und der Einzugsbereich des Betriebs sowie der Umfang des zusätzlichen Verkehrs zu berücksichtigen. Anstelle einer schematischen Handhabung des Schwellenwerts von 1.200 m² Geschossfläche ist eine Entscheidung unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Einzelfalls zu treffen. Dabei bleibt es bei der schon bisher angenommenen Verteilung der Darlegungslast, wonach unterhalb des Schwellenwerts die Genehmigungsbehörde für die Möglichkeit derartiger Auswirkungen darlegungspflichtig ist, während bei Betrieben oberhalb dieser Größe der Bauantragsteller die Darlegungslast für das Fehlen solcher Auswirkungen trägt.

Die Regierungspräsidien, unteren Baurechtsbehörden und Gemeinden sowie die Regionalverbände wurden mit Erlassen des Innenministeriums vom 13.06.2006 (Az.: 6-2500.4/7) und des Wirtschaftsministeriums vom 14.06.2006 (Az.: 5R-4325/69) auf diese veränderte Rechtslage hingewiesen, auf eine förmliche Änderung des Einzelhandelserlasses wurde in diesem Zusammenhang verzichtet.

G Neue Rechtsprechung zum großflächigen Einzelhandel und deren Auswirkungen auf den Einzelhandelserlass³⁸

1. Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben nach § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO

Während die Großflächigkeit nach der früheren Rechtsprechung bei etwa 700 m² Verkaufsfläche begonnen hat, sind Einzelhandelsbetriebe nunmehr dann als großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO anzusehen, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (vgl. BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 10.04 -, UPR 2006, 150 = DVBI 2006, 448 = ZfBR 2006, 247; BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 14.04 -, UPR 2006, 154 = DVBI 2006, 452 = ZfBR 2006, 250; BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 8.05 -, UPR 2006, 156 = ZfBR 2006, 253 und BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 3.05 -; alle Urteile können auch abgerufen werden unter www.bundesverwaltungsgericht.de).

Die an der früheren Rechtsprechung orientierten Ausführungen zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Ziff. 2.2.2 des Einzelhandelserlasses können deshalb keine Geltung mehr beanspruchen.

Das BVerwG hat in seinen Urteilen gleichzeitig klargestellt, dass bei der Berechnung der Verkaufsfläche auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials) sowie ein Windfang einzubeziehen sind.

2. Agglomeration, Funktionseinheit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO

Im Einzelhandelserlass wird (gestützt auf die frühere Rechtsprechung des BVerwG und des VGH Bad.-Württ.) ausgeführt, dass mehrere an sich selbständige nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe als ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO angesehen werden können, wenn diese Betriebe aufgrund eines gemeinsamen Nutzungskonzepts eine Funktionseinheit bilden (vgl. Ziff. 2.2.2, 2.3.3 und 5.4).

Der VGH Bad.-Württ. hat in seinem Urteil vom 22.09.2005 (3 S 1061/04 -, ZfBR 2006, 55) eine solche Agglomeration abgelehnt mit der Begründung, der ausdrückliche Wortlaut des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO stelle für die Frage der Großflächigkeit auf den jeweiligen Einzelhandelsbetrieb ab und lasse für eine Zusammenrechnung der Verkaufsflächen verschiedener Betriebe keinen Raum. Diesen Grundsatz hat das BVerwG in seinen Urteilen vom 24.11.2005 (4 C 14.04, 4 C 8.05 und 4 C 3.05) bekräftigt. Die Verkaufsflächen baulich und funktionell eigenständiger Betriebe können danach grundsätzlich nicht unter dem Gesichtspunkt der Funktionseinheit zusammengerechnet werden. Von diesem Agglomerationsverbot lässt das BVerwG für den Fall eines "Nebenbetriebs" unter sehr engen Voraussetzungen eine Ausnahme zu: Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen Einzelhandelsbetrieb, wenn die Gesamtfläche durch einen Betrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als

38 Auszug aus dem Schreiben des Innenministeriums Baden-Württemberg vom 13.06.2006 an die Regierungspräsidien

Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (Beispiel: flächenmäßig untergeordneter Backshop als Nebenbetrieb zu einem Lebensmittelmarkt).

Aufgrund dieser Rechtsprechung ist für die Annahme einer Funktionseinheit bei mehreren selbständigen Einzelhandelsbetrieben - abgesehen von der oben genannten Ausnahmekonstellation des Nebenbetriebs - im Hinblick auf § 11 Abs. 3 BauNVO kein Raum mehr.

3. Erhöhte Bedeutung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 bis 4 BauNVO

Nach Auffassung des BVerwG (BVerwG, Urt. v. 24.11.05 - 4 C 10.04 -) kommt dem Gesichtspunkt der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO nunmehr eine erhöhte Bedeutung zu, da sich der Typus des der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetriebs häufig nicht mehr allein anhand der Großflächigkeit bestimmen lasse. Bei der Prüfung der Auswirkungen sind insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung, das Warenangebot und der Einzugsbereich des Betriebs sowie der Umfang des zusätzlichen Verkehrs zu berücksichtigen. Anstelle einer schematischen Handhabung des Schwellenwerts von 1.200 m² Geschossfläche ist eine Entscheidung unter Berücksichtigung der Besonderheiten des Einzelfalls zu treffen. Dabei bleibt es bei der schon bisher angenommenen Verteilung der Darlegungslast, wonach unterhalb des Schwellenwerts die Genehmigungsbehörde für die Möglichkeit derartiger Auswirkungen darlegungspflichtig ist, während bei Betrieben oberhalb dieser Größe der Bauantragsteller die Darlegungslast für das Fehlen solcher Auswirkungen trägt.

Hinsichtlich des nunmehr stark eingeschränkten Agglomerationsverbotes hat das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg in seinem Schreiben vom 14.06.2006 an die Arbeitsgemeinschaft der Regionalverbände ausgeführt:

"Davon unberührt bleibt die Befugnis der Regionalplanung, raumordnerisch begründete Festlegungen zur Verhinderung von Agglomerationen unabhängig vom Anwendungsbereich des § 11 Abs. 3 BauNVO zu treffen."