



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Sport- und Fahrradmarktes in

BALINGEN

Standort Lange Straße

Auftraggeber: Stadt Balingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Markus Wagner
Projektbearbeitung: M. Sc. Wi.-Geogr. Franziska Duge

Ludwigsburg, im September 2014



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Hohenzollernstraße 14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Die Stadt Balingen erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den Auftrag zur Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der geplanten Erweiterung des Sport- und Fahrradmarktes Sport-Paul am Standort Lange Straße im Süden von Balingen. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Frage, wie sich die vorgesehene Erweiterung des Fachmarktes auf städtebauliche und raumordnerische Belange auswirken würde.

Bestandteil der Untersuchung war eine Standortbesichtigung im September 2014. Dabei wurde eine Bewertung des Standorts, des Standortumfelds sowie eine Aufnahme der relevanten Wettbewerbssituation und eine städtebauliche Bewertung der Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum durchgeführt.

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

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der Stadt Balingen unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im September 2014
WMA DEF skh

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
I.	Grundlagen	1
1.	Aufgabenstellung und Vorhabensbeschreibung	1
2.	Rechtliche Grundlagen	2
3.	Ausgewählte Marktdaten	5
II.	Standortbeschreibung und -bewertung	7
1.	Makrostandort Balingen	7
2.	Mikrostandort „Lange Straße“	10
III.	Einzugsgebiet und Kaufkraft	14
1.	Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes	14
2.	Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	16
3.	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	17
IV.	Projektrelevante Wettbewerbssituation	18
V.	Bewertung der möglichen Auswirkungen des Vorhabens	21
1.	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	21
2.	Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungseffekte	23
3.	Raumordnerische Bewertung	25
VI.	Zusammenfassung	28

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Vorhabensbeschreibung

Die Fa. Sport-Paul möchte ihren seit Jahren in der Langen Straße im Gewerbegebiet „Gehrn“ in Balingen angesiedelten Fachmarkt für Sport- und Fahrradartikel von derzeit 1.020 m² Verkaufsfläche (VK) um 490 m² auf 1.510 m² VK erweitern. Die zusätzliche Fläche soll ausschließlich zur Ausweitung des nicht zentrenrelevanten Fahrradsortimentes dienen. Die Verkaufsflächen der übrigen Sortimente bleiben unverändert. Die Fläche einer ehemals im Obergeschoss (OG) ansässigen Videothek wird für das Vorhaben umgenutzt. Aufgrund üblicher saisonaler Angebotsanpassungen ergibt sich nach der Erweiterung im Sommer eine Flächenaufteilung mit 980 m² VK für Fahrrad und -zubehör sowie 530 m² VK für weitere Sportartikel und -bekleidung, wobei die Flächen der zentrenrelevanten Sortimente unverändert bleiben (auch Fahrradbekleidung). Im Winter wurde die Fahrradfläche im OG bislang zur Hälfte für Wintersportartikel umgenutzt. Durch die Erweiterung können nun auch im Winter Flächen für Fahrradbedarf und -zubehör vorgehalten werden¹.

Das Vorhaben mit seinen 1.510 m² Gesamtverkaufsfläche (Bestands- und Erweiterungsfläche) ist hierbei als großflächiger Einzelhandelsbetrieb nach § 11 Abs. 3 BauNVO einzuordnen. Entsprechend sind die Prüfmaßstäbe für großflächige Einzelhandelsvorhaben im Rahmen der Analyse anzulegen und der aktuelle rechtskräftige Bebauungsplan entsprechend anzupassen.

Als Bewertungskriterien werden die Vorgaben des Einzelhandelserlasses (Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot) bzw. die regionalplanerischen Vorgaben zugrunde gelegt. Hierzu ist zunächst eine Bewertung des Standortes, des voraussichtlichen Einzugsgebietes und der Einkaufsverflechtungen der Wohnbevölkerung in Balingen und im Umland erforderlich. Im Vordergrund der Untersuchung steht die Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die Versorgungsstrukturen in Balingen und im Untersuchungsraum.

¹ Die Details werden im Rahmen eines städtebaulichen Vertrags zwischen der Stadt Balingen und der Sport-Paul GmbH geregelt. Der Vertrag wird im Zuge des Erweiterungsvorhabens an die neuen Gegebenheiten angepasst

Die Untersuchung gliedert sich im Einzelnen in folgende Arbeitsschritte:

- Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen
- Darstellung ausgewählter Marktdaten für Fahrradfachmärkte und -geschäfte
- Bewertung des Makrostandortes Balingen und Mikrostandortes „Lange Straße“
- Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes für den Fachmarkt
- Berechnung der Kaufkraftpotenziale für die relevanten Sortimente Fahrrad und -zubehör sowie Sportartikel und -bekleidung
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

2. Rechtliche Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie die das Verwaltungshandeln präzisierende Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten („Einzelhandelserlass“) vom 21. Februar 2001 heranzuziehen.

Der für die Erweiterung des Fachmarktes heranzuziehende zentrale § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2013¹ für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus, wobei diese Regelung unabhängig von der Größe der Gemeinde anzuwenden ist:

1. Einkaufszentren,

¹ Quelle: Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Januar 1990 (BGBl. I S. 132), die zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 11. Juni 2013 (BGBl. I S. 1548) geändert worden ist.

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Neben den Instrumentarien der BauNVO ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch landesplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten vorgesehen.

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg** legt in Bezug auf großflächige Einzelhandelsvorhaben fest:

- 3.3.7 (Z)** „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterezentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn
- dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
 - diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterezentren zusammengewachsen sind“ (Plansatz 3.3.7 des LEP).“

Weiterhin sind die folgenden Prüfkriterien gemäß **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** zu beachten:

1. Integrationsgebot (der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein).

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, sodass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist. „Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

2. Kongruenzgebot (das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen)

Grundsätzlich sind „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte)“ in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. „Sie dürfen i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (vgl. Nr. 3.2 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg). Abweichend von dieser Regel kommen auch Gemeinden ohne zentralörtlichen Status in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist (vgl. 3.2.12 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Nach dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg liegt

„eine Verletzung des Kongruenzgebots vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i. d. R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“ (vgl. 3.2.1.4 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

3. Beeinträchtigungsverbot (das Vorhaben darf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen)

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich dann vor, 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“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Neben den Regelungen auf Landesebene sind ebenfalls die regionalplanerischen Bestimmungen zu beachten. Im Falle von Balingen konkretisiert der Regionalplan Neckar-Alb 2013 (Satzungsbeschluss der Verbandsversammlung vom 26. November 2013) die Vorgaben für Einzelhandelsgroßprojekte (Kapitel 2.4.3.2).

3. Ausgewählte Marktdaten

Der **Fahrradhandel** weist in Deutschland noch überwiegend traditionelle Vertriebsformen auf. Fahrräder werden häufig vom Fachhändler, Spezialanbieter (z. B. für Mountainbikes) sowie von genossenschaftlich organisierten Fachgeschäften/-märkten (ZEG¹) angeboten.

Filialisierte Großvertriebsformen im Fahrradhandel sind eher die Ausnahme. Sie sind häufig an regionalen Fachmarktstandorten bzw. in Großstädten angesiedelt. Als Betreiber sind beispielsweise B.O.C., Fahrrad XXL, Stadler oder Bikemax zu nennen. Fahrräder werden darüber hinaus auch in Baumärkten, großen SB-Warenhäusern, Sportfachmärkten und -kaufhäusern (z. B. Sport Scheck, Karstadt Sport, Intersport) offeriert. Aber auch der Versand von Fahrrädern über das Internet ist in den letzten Jahren stark angewachsen.

¹ Die ZEG (Zweirad Experten Gruppe) ist nach eigenen Angaben Europas größte Zweirad-Einkaufsgenossenschaft und ist hier mit 960 Zweiradfachmärkten vertreten.
Quelle: www.zeg.de.

Der traditionelle, meist spezialisierte Fachhandel weist Verkaufsflächen von rd. 50 – 400 m² auf. Die Mindestgröße von Fachmärkten liegt bei etwa 400 m² VK. Die Großvertriebsformen erreichen nicht selten sogar Verkaufsflächen von 3.000 – 5.000 m². Je nach Betriebstyp schwanken auch die Flächenproduktivitäten deutlich. Sie liegen im Fachhandel bei ca. 2.400 – 3.400 €/m² VK p. a., bei den Fachmärkten jedoch nur bei 1.900 bis max. 2.700 €/m² VK p. a. Insgesamt wurden im Einzelhandel mit Fahrrädern und -zubehör im Jahr 2012 rd. 3,4 Mrd. € Umsatz erzielt, wovon 9,3 % auf den Distanzhandel entfielen².

Während der traditionelle Fahrradfachhändler häufig in Innenstädten und Stadtteillagen sowie Innenstadtrandlagen anzutreffen ist, sind die Großvertriebsformen in erster Linie an Fachmarktstandorten oder Ausfallstraßen und Gewerbegebietslagen der Großstädte verortet.

Bei dem Anbieter Sport-Paul im Gewerbegebiet „Gehrn“ handelt es sich mit der Verbindung aus Sportfachmarkt mit Schwerpunkt Outdoor und einem Fahrradsortiment um einen Sonderfall, der nicht den jeweiligen „klassischen“ Betriebstypendefinitionen zuzuordnen ist.

² Quelle: BBE Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Balingen

Die ca. 33.600 Einwohner¹ zählende **Stadt Balingen** (Zollernalbkreis) ist im Regionalplan der Region Neckar-Alb von 1993 sowie im aktualisierten Regionalplanentwurf von 2013 mit der zentralörtlichen Funktion eines Mittelzentrums ausgewiesen (vgl. Karte 1). Daher übernimmt Balingen eine wichtige Funktion als Versorgungs-, Dienstleistungs- und Bildungsstandort für den gesamten Mittelbereich Balingen. Zum Verflechtungsbereich Balingens gehören außerdem die Städte und Gemeinden Dautmergen, Dormettingen, Dotternhausen, Geislingen, Hausen am Tann, Ratshausen, Rosenfeld, Schömberg, Weilen unter den Rinnen und Zimmern unter der Burg.

Das **Wettbewerbsumfeld** bildet sich aus den umliegenden Mittelzentren Hechingen (ca. 14 km nordöstlich), Albstadt (ca. 18 km südöstlich) und Rottweil (ca. 25 km südwestlich) sowie den Grundzentren Haigerloch (ca. 17 km nordwestlich), Schömberg (ca. 12 km südwestlich) und Meßstetten (ca. 17 km südöstlich).

Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den vergangenen Jahren leicht rückläufig. Seit 2008 hat die Einwohnerzahl um ca. - 2,5 % abgenommen. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung in Balingen immer noch leicht über dem Niveau der Entwicklung im Zollernalbkreis (- 2,9 % im gleichen Zeitraum)².

In **siedlungsstruktureller Hinsicht** ist Balingen geprägt durch seine Lage im Tal der Eyach am Rande der Schwäbischen Alb. Balingen gliedert sich in die Kernstadt sowie zwölf Stadtteile. Die Stadtteile befinden sich in einem Abstand von ca. 3 – 9 km von der Kernstadt entfernt. Die Innenstadt liegt westlich der B 27 und östlich der Bahntrasse, welche in Nordsüdrichtung verläuft. Südlich der Innenstadt befindet sich das Gewerbegebiet „Gehrn“, welches

¹ Quelle: Stadt Balingen (Stand: 30.06.2013)

² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2013 (aufgrund des Basiszensus 2011 lassen die Einwohnerzahlen nur einen eingeschränkten Vergleich zu).

zwischen der Gabelung von B 27 und B 463 verkehrsgünstig gelegen ist. Im Norden liegt das Gewerbegebiet „Hauptwasen“ sowie in Richtung Ostdorf das Gewerbegebiet „Bangraben“.

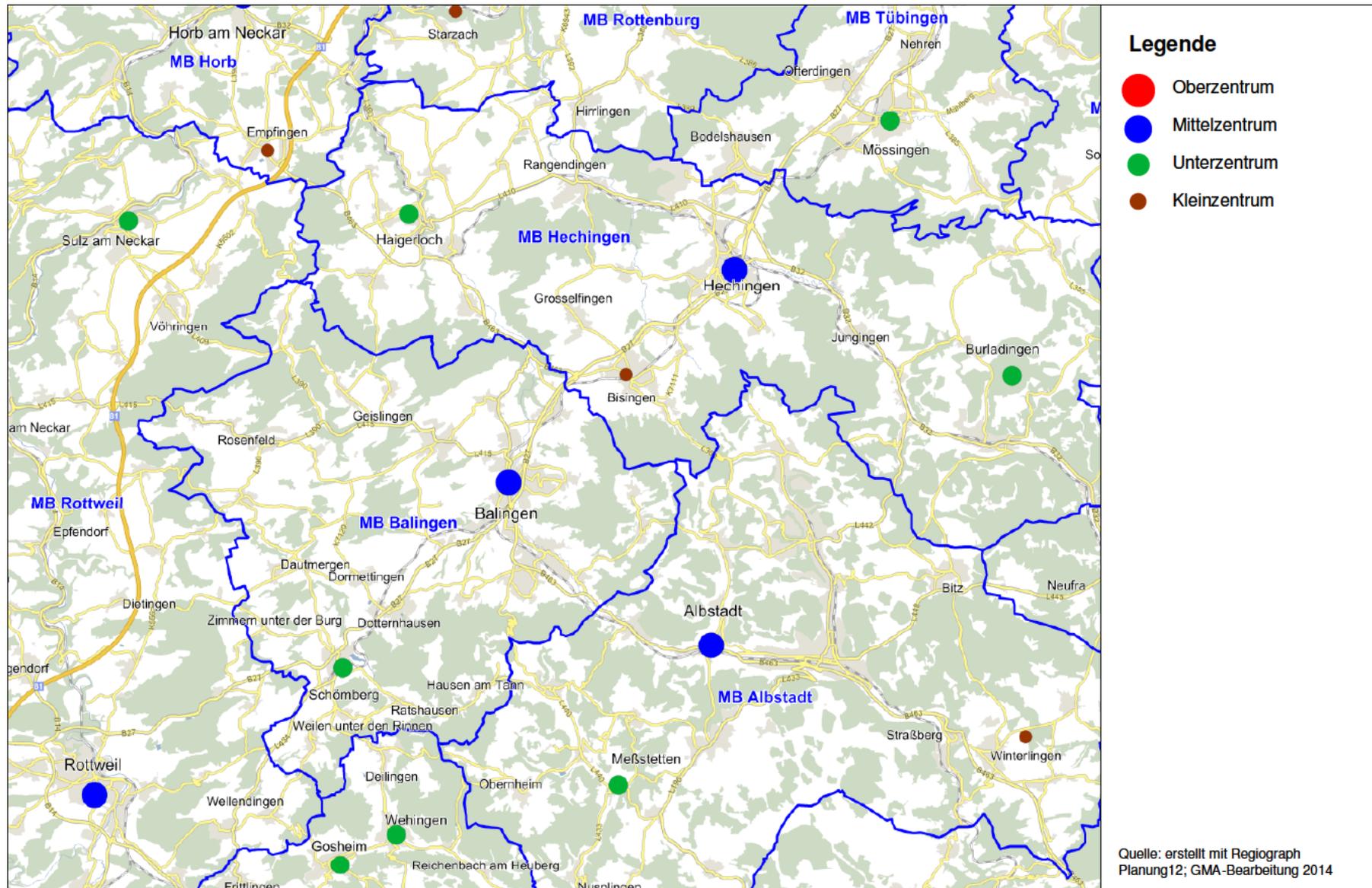
Die **verkehrliche Anbindung** Balingens ist im Individualverkehr mit der westlich gelegenen BAB 81 (Stuttgart – Bodensee) als günstig zu bewerten. Über die Anschlussstellen Empfingen, Sulz und Rottweil ist Balingen innerhalb von 30 Min. von der Autobahn aus zu erreichen. Zudem treffen die Bundesstraßen B 27 (von Südwesten nach Nordosten verlaufend) und B 463 (von Südosten nach Nordwesten verlaufend) im Stadtgebiet aufeinander und ermöglichen eine schnelle Anbindung auch aus den umgebenden Städten und Gemeinden. Über den am Nordrand der Innenstadt liegenden Bahnhof ist Balingen an das Regionalbahnnetz angebunden. Die Busse der Verkehrsverbundes Neckar-Alb-Donau bedienen das Stadtgebiet Balingens sowie das Umland, sodass insgesamt auch von einer günstigen öffentlichen Verkehrsanbindung ausgegangen werden kann.

Bei der **Wirtschaftsstruktur** von Balingen stellt der Dienstleistungssektor einen bedeutenden Schwerpunkt dar. So lag der Anteil der Beschäftigten im Bereich der Dienstleistungen im Jahr 2013 bei ca. 38 %. Im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr arbeiteten ca. 30 % der Beschäftigten und im Bereich des produzierenden Gewerbes ca. 32 %. In Balingen standen im Jahr 2013 den ca. 9.865 Einpendlern ca. 5.967 Auspendler gegenüber¹. Der Pendlersaldo fällt somit deutlich positiv aus, was der zentralörtlichen Funktion und der verkehrlichen Anbindung Balingens zuzuschreiben ist und Balingen als Arbeitsstandort hervorhebt.

Im **kulturellen/touristischen Bereich** verfügt Balingen insbesondere über eine gestalterisch sehr ansprechende Innenstadt mit klassizistischem Stadtgrundriss. Die Sehenswürdigkeiten können mit einer Führung oder individuell mit einem beschilderten Stadtrundgang erkundet werden. Zahlreiche touristische Auto-, Rad und Wanderrouen führen durch Balingen.

¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2012.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



2. Mikrostandort „Lange Straße“

Die **Fa. Sport-Paul** betreibt neben den Fachgeschäft in der Balingen Innenstadt ebenfalls in der Langen Straße im Gewerbegebiet „Gehrn“ einen Sport- und Fahrradfachmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.020 m². Dieser Fachmarkt soll um 490 m² auf rd. 1.510 m² VK erweitert werden. Die Erweiterungsfläche soll dabei vollständig mit Fahrrädern belegt werden.

Der **Untersuchungsstandort** liegt im südlichen Stadtgebiet zwischen den Stadtteilen Endingen im Westen sowie Frommern im Osten. Bei dem Standort Gewerbegebiet „Gehrn“ handelt es sich um den bedeutendsten dezentralen Einzelhandelsstandort in Balingen, der im aktuellen Regionalplanentwurf als Ergänzungsstandort nach dem regionalen Märkte und Zentrenkonzept ausgewiesen ist. Mit der Lage im Gewerbegebiet ist eine fußläufige Erreichbarkeit des Fachmarktes nur eingeschränkt gegeben, weshalb die Lage als hauptsächlich autokundenorientiert eingestuft werden kann¹.

Sport-Paul im Gewerbegebiet „Gehrn“



Quelle: GMA Aufnahmen 2014

Parkplätze links neben dem Fachmarkt



Im **Standortumfeld** im Gewerbegebiet „Gehrn“ (vgl. Karte 2) befindet sich eine Vielzahl an Einzelhandelsbetrieben. U. a. sind dort Fressnapf, real (Food/Nonfood), Aldi, Bauhaus, toom, Rogg'n Roll und das Dänische Bettenlager vorhanden. Der Einzelhandelsbesatz wird dabei immer wieder durch gewerbliche Nutzungen unterbrochen.

¹

Vor dem Hintergrund der Lage des Standortes wurden in der Vergangenheit die Verkaufsflächen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich, gemäß den Empfehlungen des Balingen Einzelhandelskonzepts, auf ein betriebliches Mindestmaß beschränkt.

Karte 2: Mikrostandort „Lange Straße“ in Balingen



Quelle: erstellt mit Regiograph
Planung12; GMA-Bearbeitung 2014

Im **weiteren Standortumfeld** schießt sich der Stadtteil Eendingen südwestlich des Fachmarktes mit Wohnbebauung an. Die Alte Balingener Straße, welche eine Verbindung in diese Richtung herstellt, ist allerdings nur eingeschränkt für den Verkehr nutzbar.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Mikrostandortes kann als gut bezeichnet werden. Der Fachmarkt liegt im Kreuzungsbereich der bedeutenden überörtlichen Verkehrsträger B 27 (Schömberger Straße) und der B 463 (Wilhelm-Kraut-Straße), was auf einen günstigen Standort schließen lässt. Die Zufahrt erfolgt über die Lange Straße auf die Straße Eckhaus, welche zwischen Bauhaus und Sport-Paul als Zufahrt dienend verläuft. Dem aktuellen Fachmarkt sind Pkw-Stellplätze ebenerdig neben dem Gebäude zugeordnet. Neben der Erreichbarkeit im Individualverkehr besteht die Möglichkeit zum Fachmarkt mit dem ÖPNV über die Bushaltestellen Real-Markt oder Stadtwerke (je ca. 300 – 350 m entfernt) zu gelangen.

In **städtebaulicher Hinsicht** ist der Fachmarktstandort in der Langen Straße dem Gewerbegebiet „Gehrn“ zuzuordnen. Bei dem Standort handelt es sich um den bedeutendsten dezentralen Einzelhandelsstandort in Balingen, welcher eine wichtige Versorgungsfunktion – trotz nicht integrierter Lage – übernimmt. Die umliegenden Wohngebiete sind deutlich vom Standort abgegrenzt, weshalb kaum ein fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar ist. Der Standort ist im aktuellen Regionalplanentwurf als Ergänzungsstandort für großflächige nicht zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe ausgewiesen. Da der Anbieter Sport-Paul seinen Sortimentsschwerpunkt in diesem Bereich besitzt und zentrenrelevante Sortimente nur als untergeordnete Randsortimentsflächen zu bewerten sind – welche zudem im Rahmen eines städtebaulichen Vertrages mit detaillierten Obergrenzen versehen sind – ist der Standort mit den städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Balingen und den landes- und regionalplanerischen Vorgaben kongruent.

Unter Handelsgesichtspunkten kann der Standort wie folgt bewertet werden:

Positive Standortfaktoren

- + gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr
- + ausreichend Pkw-Stellplatzkapazitäten
- + Erreichbarkeit mit dem ÖPNV

- + Flächen für die Erweiterung durch Umnutzung von Teilflächen innerhalb des Gebäudes bereits vorhanden
- + Standort ist als bedeutendster dezentraler Einzelhandelsstandort in Balingen und regionalplanerisch als Ergänzungsstandort für den Fahrradeinzelhandel sehr gut für das Planvorhaben geeignet

Negative Standortfaktoren

- überwiegend autokundenorientierter Standort
- städtebaulich nicht integrierte Standortlage
- kaum fußläufig erschließbares Einzugsgebiet vorhanden

III. Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes

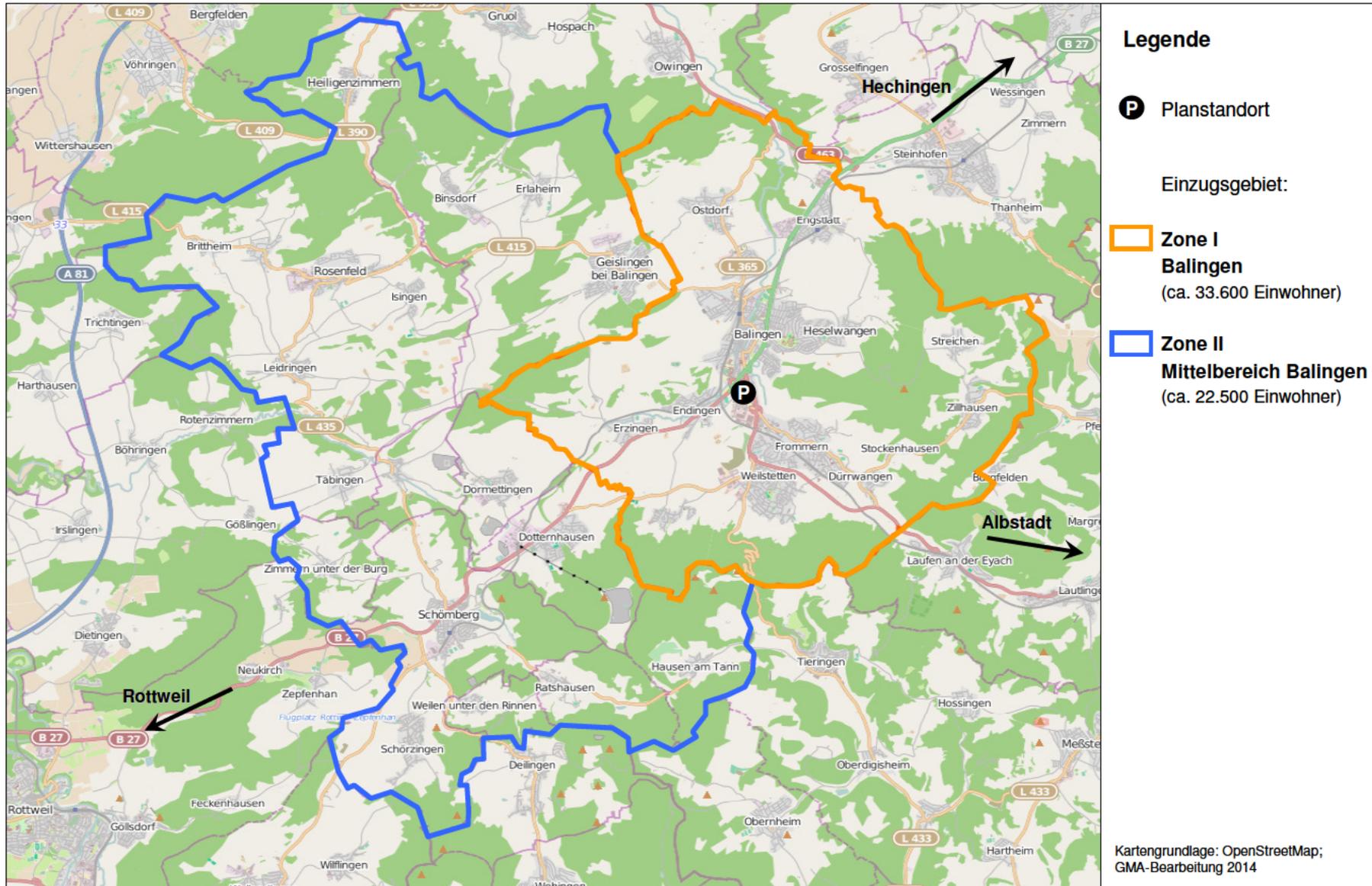
Die Abgrenzung des Einzugsgebiets für den erweiterten Fachmarkt der Fa. Sport-Paul ist die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Betreiber, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- verkehrliche Erreichbarkeit des Mikrostandorts für Kunden im Untersuchungsraum, unter Berücksichtigung des Verlaufs von Hauptverkehrsstraßen, topografischen Barrieren (Bahngleise, Täler, Flüsse usw.) und lokaler Verkehrsanbindung
- relevante Wettbewerbssituation/konkurrierende Standorte im Untersuchungsraum (insbesondere andere Standorte mit Sport- und Fahrradfachmärkten)
- Pendlerbeziehungen
- Zeit-/Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Das durch den Fachmarkt erschließbare Einzugsgebiet wird stark durch die räumlichen Distanzen, die Wettbewerbssituation und zentralörtliche Strukturen beeinflusst. Da die Wettbewerbssituation im Sport- und Fahrradbereich in Balingen grundsätzlich gering ist, umfasst das voraussichtliche Einzugsgebiet des erweiterten Fachmarktes schwerpunktmäßig das Stadtgebiet Balingens in Zone I (vgl. Karte 3) und in gewissem Umfang die westlich angrenzenden Gemeinden Dautmergen, Dormettingen, Dotternhausen, Geislingen, Hausen am Tann, Ratshausen, Rosenfeld, Schömberg, Weil unter den Rinnen und Zimmern unter Burg in Zone II, welche im Mittelbereich Balingen liegen und verkehrlich gut an das Mittelzentrum Balingen angebunden sind.

Karte 3: Einzugsgebiet des Sport- und Fahrradmarktes Sport-Paul



Außerdem ist durch die Lage im Gewerbegebiet „Gehrn“ und durch mögliche Agglomerationsseffekte mit anderen dort ansässigen Einzelhandelsbetrieben auch mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen. Diese sind jedoch räumlich nicht exakt zu verorten, sodass diese Kundenanteile im weiteren Verlauf der Untersuchung als Streukunden Berücksichtigung finden.

Das Einzugsgebiet des Fachmarktes wird darüber hinaus durch die Einflussgebiete weiterer Sport- und insbesondere Fahrradfachmärkte in der Region begrenzt. So ist v. a. in den Mittelzentren Rottweil, Hechingen und Albstadt auf weitere Anbieter hinzuweisen. Aber auch im nordöstlich angrenzenden Bisingen ist mit Mucz Zweirad-Sport ein weiterer größerer Fahrradanbieter vorhanden. Diese Wettbewerbsstrukturen im Umland begrenzen das Einzugsgebiet in nördlicher, östlicher und südlicher Richtung. Nach Westen hin begrenzt das Angebot in Vöhringen das Einzugsgebiet.

2. Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

Unter Berücksichtigung der o. a. Abgrenzung ist im Einzugsgebiet des erweiterten Fahrrad- und Sportfachmarktes Sport-Paul folgendes Bevölkerungspotenzial vorhanden:

▪	Zone I	Stadtgebiet Balingen	rd. 33.600 EW
▪	Zone II:	Mittelbereich Balingen	rd. 22.500 EW
▪	Zonen I – II		rd. 56.100 EW.

Insgesamt ergibt sich ein Bevölkerungspotenzial von rd. 56.100 Einwohnern, wovon 60 % im Stadtgebiet Balingen und 40 % im weiteren Mittelbereich Balingen leben.

3. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.247 € p. a.¹ Auf die betriebsrelevanten Sortimente Fahrrad und -zubehör entfallen davon etwa 38 €, auf Sport und Camping 75 € und auf sonstige Sportbekleidung 68 €².

Das Kaufkraftniveau liegt in Balingen mit einem Koeffizienten von 107,2 über dem Bundesdurchschnitt (= 100). Der übrige Mittelbereich Balingen weist mit einem Wert von 102,6 im Mittel einen leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten auf³.

Unter Berücksichtigung der Pro-Kopf-Ausgaben, des lokalen Kaufkraftniveaus und der Einwohnerzahlen errechnen sich die nachfolgend dargestellten Kaufkraftpotenziale:

▪	Zone I	Stadtgebiet Balingen	ca. 6,5 Mio. €
▪	Zone II:	weiterer Mittelbereich	ca. 4,2 Mio. €
▪	Zonen I – II		ca. 10,7 Mio. €.

Insgesamt ist im abgegrenzten Einzugsgebiet derzeit ein Kaufkraftpotenzial für die im Fachmarkt angebotenen Sortimente von insgesamt ca. 10,7 Mio. € vorhanden. Etwa 61 % des Kaufkraftpotenzials entfällt auf das Stadtgebiet Balingen und ca. 39 % auf die Gemeinden im weiteren Mittelbereich Balingen.

¹ ohne Anteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken

² Quelle: BBE Struktur- und Marktdaten Einzelhandel 2013.

³ Quelle: MB-Research 2012. Das Kaufkraftniveau wird auf der Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Als Wettbewerber zählen generell Fachgeschäfte und -fachmärkte mit dem Verkaufsschwerpunkt Fahrrad und -zubehör sowie Baumärkte, SB-Warenhäuser, Sportfachmärkte und Kaufhäuser, welche diesen Sortimentsbereich insbesondere als Teil- oder Randsortiment führen. Als Hauptwettbewerber sind Geschäfte mit ähnlichen Angebotsformen zu werten, d. h. konkret weitere Fachmärkte für Sport- und Fahrradbedarf. Trotzdem sind auch Fachgeschäfte mit hohem Dienstleistungsanteil (Reparaturen) und Angebote in den Teil- und Randsortimenten bei der Analyse angemessen zu berücksichtigen.

In **Balingen** ist neben einem real-Markt mit rd. 2.200 m² VK (davon rd. 100 m² VK Fahrrad und -zubehör) in der Langen Straße im direkten Standortumfeld und dem Angebot der Baumärkte (toom, Bauhaus) insbesondere auf die Fahrradgeschäfte Radladen Frommern in der Jahnstraße (Stadtteil Frommern) mit knapp 100 m² VK und La-Gare-Balingen im Bahnhof 1 mit knapp 50 m² VK hinzuweisen. Der Radladen Frommern befindet sich im „Bühnen-Zentrum“ im Stadtteil Frommern im Standortumfeld eines modernen Edeka Marktes. La-Gare-Balingen befindet sich im Bahnhofsgebäude Balingens und ist v. a. auf E-Bikes ausgerichtet und bietet handelsnahe Dienstleistungen an.

Fahrradabteilung real-Markt in Balingen



Radladen Frommern



Quelle: GMA Aufnahmen 2014

Darüber hinaus sind weitere Sportgeschäfte, aber ohne Sortimentsumfang im Fahrrad oder -zubehörbereich vertreten. Diese sind bei der Bewertung der Erweiterung nicht wettbewerbs-

relevant, da es sich bei dem Planvorhaben ausschließlich um eine Verkaufsflächenerweiterung für Fahrräder im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich handelt.

In **Zone II des Einzugsgebietes** ist auf zwei Fahrradanbieter in Geislingen hinzuweisen. Beide Wettbewerber sind Fachhändler mit Schwerpunkt auch im Dienstleistungs- und Servicebereich. Radsport Schlecht befindet sich in der Ortsmitte Geislingens und Joos Radservice am südöstlichen Rand des Siedlungsgebietes.

Radsport Schlecht in Geislingen



Joos Radservice in Geislingen

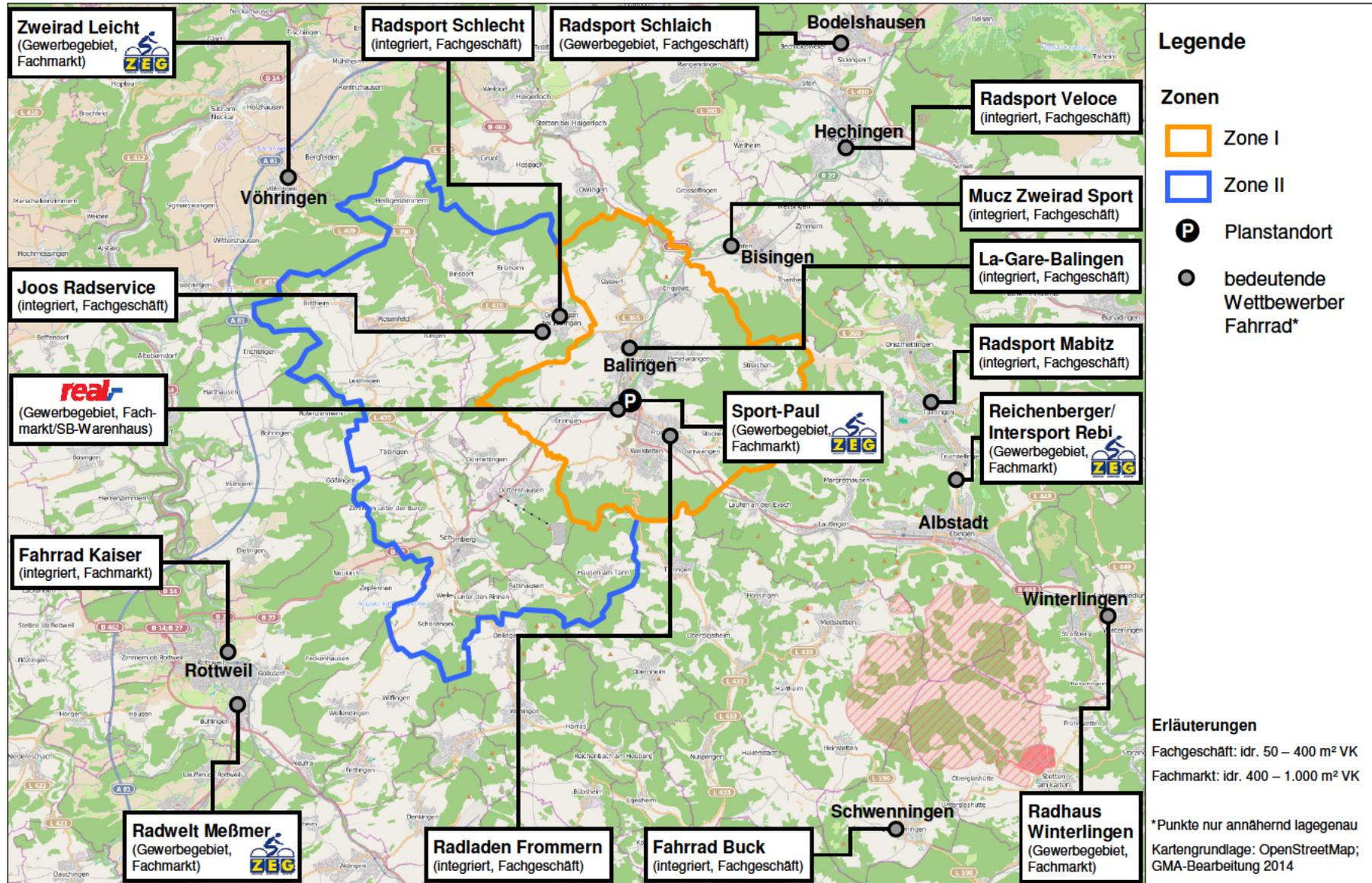


Quelle: GMA Aufnahmen 2014

Insgesamt sind im Einzugsgebiet (Balingen, Geislingen) derzeit (inkl. des bestehenden Fahrradverkaufs bei Sport-Paul) rd. 1.250 m² VK im Sortiment Fahrrad und -zubehör vorhanden.

Im weiteren **Umland** und hier v. a. in den umliegenden Mittelzentren besteht eine höhere Wettbewerbsdichte als im Einzugsgebiet von Balingen. Daher bestehen heute teilweise auch Einkaufsbeziehungen z. B. nach Albstadt oder Rottweil, wo moderne, großflächige und wettbewerbsstarke Betriebe wie Radwelt Meßmer, Fahrrad Kaiser und Reichenberger/Intersport Rebi vorzufinden sind (vgl. Karte 4). Aber auch in kleineren Orten wie Vöhringen mit Zweirad Leicht oder Winterlingen mit dem Radhaus Winterlingen sind starke Wettbewerber mit teilweise spezialisiertem Angebot vorhanden. Diese befinden sich überwiegend in Gewerbegebietslagen. Außerdem bestehen vereinzelt Fahrradgeschäfte mit kleinerem Angebot, welche durch ihre Spezialisierungen als Wettbewerber weniger relevant sind. Neben den regionalen Einkaufsverflechtungen ist ebenfalls auf die großräumige Wettbewerbssituation wie z. B. mit Bikemax in Sindelfingen aber auch auf einen steigenden Anteil des Online-Fahrrad-Versandhandels hinzuweisen.

Karte 4: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet und im Umland



V. Bewertung der möglichen Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Die potenzielle Umsatzleistung des Vorhabens wird anhand des Marktanteilkonzeptes errechnet, indem das relevante Angebot dem für das Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen gegenüber gestellt wird (Anteil des Vorhabens an der vorhandenen Kaufkraft).

Folgende Umsatzleistung ist für den erweiterten Fahrrad- und Sportfachmarkt Sport-Paul mit 1.510 m² VK zu erwarten:

Tabelle 1: Marktanteile und Umsatzerwartung des erweiterten Fahrrad- und Sportfachmarktes in Balingen

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
Zone I: Stadtgebiet Balingen	6,5	29 – 30	1,9	63
Zone II: übriger Mittelbereich Balingen	4,2	21 – 22	0,9	29
Streuumsätze (7 – 8 %)	---		0,2	8
Umsatz gesamt	---		3,0	100
Quelle: GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)				

Insgesamt ergibt sich **für den erweiterten Fachmarkt Sport-Paul eine Umsatzerwartung von ca. 3,0 Mio. €**. Mit Blick auf die vorgesehene Verkaufsfläche von ca. 1.510 m² errechnet sich eine Flächenproduktivität von rd. 2.000 €/m² VK. Damit würde eine für Sport- und Fahrradmärkte durchschnittliche Flächenproduktivität erreicht werden (Ø 1.400 – 3.000)¹. Für den Betreiber Intersport, dem Sport-Paul angehört, ergibt sich eine überdurchschnittliche Filialleistung, was allerdings maßgeblich auf den großen Anteil des Fahrradbetriebs zurückzuführen ist (Ø 1,6 – 1,8 Mio. €)².

¹ Quelle: BBE Struktur- und Marktdaten Einzelhandel 2013 (1.400 Min. Sportmarkt, 1.900 Min. Fahrradmarkt und 2.700 Max. Fahrradmarkt, 3.000 Max. Sportmarkt).

² Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 195.

Vom Gesamtumsatz entfallen 1,4 Mio. € auf das Fahrradsortiment und 1,6 Mio. € auf das übrige Sportsortiment, womit ohne den Fahrradanteil ein für Intersport durchschnittlicher Wert erreicht wird. Höhere Umsatzleistungen, insbesondere für den Fahrradbereich sind jedoch auch aufgrund der Lage der Flächen im Obergeschoss des Marktes nicht zu erwarten.

Da es sich bei dem Vorhaben von Sport-Paul nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine Verkaufsflächenerweiterung des seit Jahren am Standort Lange Straße ansässigen Fachmarktes handelt, sind bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte insbesondere die durch die Erweiterung entstehenden zusätzlichen Umsatzleistungen im Fahrradbereich am Standort Lange Straße zu berücksichtigen. Die Umsatzleistungen des bestehenden Fachmarktes sind bereits am Standort gebunden und werden sich auch nach einer Verkaufsflächenerweiterung nur unwesentlich ändern.

Es wird davon ausgegangen, dass der bestehende Fachmarkt mit 1.020 m² VK einen Umsatz von ca. 2,4 Mio. € erzielt, wovon derzeit ca. 0,8 Mio. € auf das Fahrradsortiment und 1,6 Mio. € auf das weitere Sportsortiment entfallen.

Berechnet man die mögliche Umsatzerhöhung unter Berücksichtigung des bereits am Standort gebundenen Umsatzes des bestehenden Fachmarktes, so ergibt sich ein rechnerisch ermittelter Umsatzzuwachs von insgesamt 0,6 Mio. €, welcher ausschließlich durch den Fahrradhandel auf zusätzlichen 490 m² generiert wird. Dies bedeutet, dass sich der Fahrradumsatz von derzeit ca. 0,8 Mio. € auf 1,4 Mio. € erhöht.

Bei der Berechnung wurde berücksichtigt, dass der aktuelle Umsatz im Fahrradbereich im Wesentlichen im Sommerhalbjahr erwirtschaftet wird, während die Flächen im Winterhalbjahr zurzeit zu 50 % für den Wintersport umgenutzt werden. Durch die Erweiterung der Verkaufsfläche im Fahrradbereich besteht nach der Realisierung des Vorhabens die Möglichkeit ganzjährig Fahrräder anzubieten. Dementsprechend erhöht sich die Umsatzleistung des Fahrradbereichs im Verhältnis zu den annähernd gleichbleibenden Umsätzen im Sport- und Outdoorbereich.

2. Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungseffekte

Folgende **Kaufkraftbewegungen** sind bei der Erweiterung des Fachmarktes Sport-Paul von derzeit rd. 1.020 m² auf dann 1.510 m² VK zu erwarten:

- Insgesamt wird die Umsatzleistung des erweiterten Fachmarktes ca. 3,0 Mio. € betragen, wobei davon rd. 1,4 Mio. € auf das Fahrradsortiment und rd. 1,6 Mio. € auf das übrige Sportsortiment entfallen. Bei der Bewertung der durch die Erweiterung ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte ist hingegen zu berücksichtigen, dass ein Großteil der Umsatzleistung bereits durch den bestehenden Fachmarkt am Standort Lange Straße gebunden ist. Der derzeit bestehende Sport Paul erwirtschaftet dabei einen Gesamtumsatz von ca. 2,4 Mio. €, wovon rd. 0,8 Mio. € auf das Fahrrad- und rd. 1,6 Mio. € auf das Sportsortiment entfallen.
- Unter Berücksichtigung der bestehenden Umsätze des Fachmarktes, welche als umsatzumverteilungsneutral gegenüber den Anbietern im Untersuchungsraum zu bewerten sind, bleibt ein relevanter Umsatzanteil von insgesamt 0,6 Mio. €, welcher durch das Vorhaben rein rechnerisch im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden wird. Der gesamte zusätzliche Umsatz entfällt dabei nahezu vollständig auf das Fahrradsegment.
- Durch das Erweiterungsvorhaben werden im Fahrradhandel zunächst die Betriebe im Einzugsbereich mit Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen haben. Im **Stadtgebiet Balingen (Zone I)** sind als Wettbewerber ein real SB-Warenhaus im Gewerbegebiet „Gehrn“ und ein Fahrradfachgeschäft in Frommern sowie im Bahnhofsgebäude von Balingen vorhanden. Außerdem führen die Baumärkte toom und Bauhaus im Randsortiment Fahrradzubehör. Insgesamt sind im Stadtgebiet Balingen Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung von max. 4 % zu erwarten. Ein Teil der Umsatzumverteilungseffekte wird hierbei gegenüber real, toom und Bauhaus im unmittelbaren Standortumfeld ausgelöst werden, was jedoch durch den geringen Umsatzanteil des Fahrradbereichs am Gesamtumsatz keine nennenswerten Wirkungen nach sich zieht. Die Umverteilungseffekte bezogen auf den jeweiligen Gesamtumsatz bewegen sich auf einem Niveau von jeweils unter 1 %. Das Fahrradfachgeschäft in Frommern hätte mit Umverteilungseffekten in einer Größenordnung von max. 4 % zu rechnen. Die Auswirkungen auf das E-Bike-Geschäft La-Gare-Balingen im Bahnhofsgebäude werden sich voraussichtlich in einem rechnerisch nicht nachweisbaren Bereich bewegen,

da es sich um einen serviceorientierten Spezialanbieter handelt. Die durch das Vorhaben ausgelösten Rückwirkungen sind insgesamt als gering einzuordnen und werden nicht zu einem Marktaustritt von bestehenden Anbietern im Balingener Stadtgebiet führen. Auswirkungen in Balingen sind somit auszuschließen.

- In **Zone II (übriger Mittelbereich Balingen)** werden die Betriebe in Geislingen (Radsport Schlecht, Joos Radservice) mit geringen Rückwirkungen (max. 5 – 6 % Umsatzverlust) zu rechnen haben. Die ausgelösten Umsatzverluste sind noch als gering einzuordnen, sodass keine betriebsschädigenden Auswirkungen gegenüber diesen Anbietern ausgelöst werden, zumal diese Anbieter neben dem Verkauf von Fahrrädern einen Schwerpunkt bei einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie z. B. Reparaturen besitzen.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** befinden sich die Hauptwettbewerber von Sport-Paul (andere größere Fahrradmärkte), sodass hier ebenfalls mit Umsatzumverteilungseffekten zu rechnen ist. So werden sich mögliche Umsatzverluste auf einem Niveau von max. 5 % bewegen und sich dabei auf eine Vielzahl unterschiedlicher Standorte verteilen (z. B. ggü. Radwelt Meßmer und Fahrrad Kaiser in Rottweil, Zweirad Leicht in Vöhringen, Radhaus in Winterlingen, Reichenberger/Intersport Rebi und Radsport Mabitiz in Albstadt und Mucz Zweirad Sport in Bisingen). Bei einer Einzelbetrachtung bewegen sich ausgelöste Umsatzumverteilungseffekte auf einem wettbewerbsüblichen Niveau und werden jeweils keine bestandsgefährdende Größenordnung einnehmen, sodass auch außerhalb des Einzugsgebietes keine Auswirkungen i. S. einer Schließung von Betrieben zu befürchten ist. Außerdem befinden sich die größeren Hauptwettbewerber vornehmlich in Gewerbegebieten, dass so zudem von keiner Schädigung der Zentren- oder Nahversorgungsstrukturen auszugehen ist.
- Zusammenfassend betrachtet lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte im Fahrradsegment auf einem geringen Niveau weitab von städtebaulich kritischen Werten (max. 20 % Umsatzverlust bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten) liegen. Das Vorhaben ist somit als verträglich einzuordnen und wird zu keinen nennenswerten Rückwirkungen gegenüber den Betrieben im Untersuchungsraum führen. Damit ist eine Schädigung zentraler Versorgungsgebiete sowie von versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Strukturen auszuschließen.

3. Raumordnerische Bewertung

Da es sich bei dem geplanten Vorhaben bei einer Gesamtbetrachtung um ein Einzelhandelsgroßprojekt handelt, sind im Folgenden ebenfalls raumordnerische und landesplanerische Regelungen zu beachten und zu prüfen (vgl. Kapitel I. 2.).

Die Bewertungskriterien des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg lassen sich im Fall der Erweiterung von Sport-Paul wie folgt bewerten:

1. Integrationsgebot (der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein)

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

„Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Der **Standort des Fachmarktes Sport-Paul** ist seit Jahren in Gewerbegebietslage in der Langen Straße angesiedelt und ist damit als nicht integrierter Standort zu bewerten. Da der Sortimentsschwerpunkt des Anbieters eindeutig im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich liegt und infolge der Erweiterung die Fläche an zentrenrelevanten Sortimenten nicht vergrößert wird, ist der Anbieter Sport-Paul auch nach der Erweiterung der Flächen im Fahrradbereich als großflächiger nicht zentrenrelevanter Fachmarkt einzuordnen. Darüber hinaus ist er innerhalb des im Regionalplanentwurfes Neckar-Alb festgelegten Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte gelegen. Folglich ist das Integrationsgebot als erfüllt zu bewerten. Die Fläche für zentrenrelevante Sortimente wird im Rahmen eines städtebaulichen Vertrags zwischen der Stadt Balingen und der Fa. Sport Paul sowie durch die Festsetzungen des Bebauungsplanes begrenzt.

2. Kongruenzgebot (das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen)

Grundsätzlich sind „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte)“ in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. „Sie dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (vgl. Nr. 3.2 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Nach dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg liegt

„eine Verletzung des Kongruenzgebots vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“ (vgl. 3.2.1.4 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten. Gemäß den Berechnungen zum Marktanteilkonzept stammen mindestens 92 % des Umsatzes aus dem Mittelbereich Balingen selbst. Etwa 8 % des Umsatzes stammen von außerhalb des Einzugsgebietes. Im Vergleich mit dem bestehenden Fachmarkt wird ebenfalls kein größeres Einzugsgebiet erschlossen.

3. Beeinträchtigungsverbot (das Vorhaben darf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen)

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich i. d. R. dann vor, wenn dort auf Grund 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 vorhabenspezifischen Sortiment“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Das Beeinträchtigungsverbot wird im vorliegenden Fall eingehalten. Die ermittelten Umverteilungen liegen bei max. 5 – 6 % und damit weitab eines kritischen Niveaus von 20 % für nicht zentrenrelevante Sortimente. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Versorgung oder zentraler Versorgungsbereiche sind in Balingen auszuschließen. Auch bezüglich der im Einzugsgebiet und außerhalb gelegenen Kommunen wird das Beeinträchtigungsverbot eingehalten. Durch das Erweiterungsvorhaben von Paul-Sport werden keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die Versorgung bzw. städtebauliche Strukturen im Untersuchungsraum ausgelöst.

VI. Zusammenfassung

Die Untersuchung zur Bewertung der voraussichtlichen **Auswirkungen der Erweiterung** des seit Jahren am Standort Lange Straße ansässigen **Sport- und Fahrradmarktes Sport-Paul** lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Der Fachmarkt soll durch die Umnutzung von Flächen innerhalb des Bestandsgebäudes im Obergeschoss von derzeit 1.020 m² VK auf 1.510 m² VK erweitert werden, um ausschließlich für das Sortiment Fahrradbedarf und -zubehör eine größere Fläche vorhalten zu können, welche u. a. einem auch im Winter und damit ganzjährigen Fahrradangebotes sowie dem Kundenkomfort durch breitere Gänge zu Gute kommt. Der Umfang zentrenrelevanter Sortimente bleibt unverändert. Zur Umsetzung des Vorhabens ist eine Änderung des Bebauungsplans notwendig. Auch der städtebauliche Vertrag zwischen der Stadt Balingen und dem Betreiber soll im Zuge der Realisierung des Vorhabens angepasst werden.
- Der **Standort** des Vorhabens befindet sich im Gewerbegebiet „Gehrn“ im südlichen Stadtgebiet von Balingen zwischen der B 27 und B 463. Der Standort ist als überwiegend autokundenorientiert und als nicht integrierter Standort zu bezeichnen, stellt aber einen wichtigen Versorgungsstandort für Balingen und die Kommunen im westlichen Umland dar. Das Gewerbegebiet „Gehrn“ ist im aktuellen Regionalplanentwurf als Ergänzungsstandort nach dem regionalen Märkte- und Zentrenkonzept ausgewiesen.
- Das abgegrenzte **Einzugsgebiet** umfasst das Stadtgebiet Balingen mit rd. 33.600 Einwohnern sowie den Mittelbereich Balingen mit ca. 22.500 Einwohnern. Im Einzugsgebiet ist dabei eine relevante Kaufkraft bei den vorhabensrelevanten Sortimenten¹ von ca. 10,7 Mio. €. Davon entfallen 2,3 Mio. € auf das Fahrradsegment. Eine weitergehende Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes wird von den umliegenden Wettbewerbsstandorten in Hechingen und Bisingen im Norden, in Albstadt im Osten und Rottweil im Süden unterbunden.

¹ Fahrrad und -zubehör, Sport und Camping, sonstige Bekleidung (Sportbekleidung).

- Die Auswirkungen des Vorhabens beruhen auf einer errechneten **Umsatzerwartung** des erweiterten Fachmarktes von ca. 3,0 Mio. € p. a. (davon ca. 1,4 Mio. € mit Fahrrädern und -zubehör und ca. 1,6 Mio. € mit weiteren Sportartikeln). Da es sich bei dem Vorhaben um eine Verkaufsflächenerweiterung handelt, sind insbesondere die zusätzlichen Umsatzleistungen im Bereich Fahrrad und -zubehör bei der Berechnung der Umsatzumverteilungseffekte zu berücksichtigen. Dabei ist ein rechnerischer Umsatzzuwachs von ca. 0,6 Mio. € zu erwarten.
- Die **Auswirkungsanalyse** ergab, dass die vorgesehene Erweiterung des Fachmarktes keine Beeinträchtigung in städtebaulich relevanter Größenordnung auslösen würde. An allen untersuchten Standorten liegen die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte weit unterhalb eines städtebaulich relevanten Schwellenwerts. (max. 20 % Umsatzumverteilung bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten). Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die bestehenden Versorgungsstrukturen können ausgeschlossen werden.
- Bezüglich der **raumordnerischen Bewertungskriterien** kann festgehalten werden, dass alle Ge- und Verbote des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg eingehalten werden. Es ist somit nicht mit städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen durch die Erweiterung von Sport-Paul zu rechnen.

Karten- und Tabellenverzeichnis	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	9
Karte 2: Mikrostandort „Lange Straße“ in Balingen	11
Karte 3: Einzugsgebiet des Sport- und Fahrradmarktes Sport-Paul	15
Karte 4: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet und im Umland	20
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Marktanteile und Umsatzerwartung des erweiterten Fahrrad- und Sportfachmarktes in Balingen	21