

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

NAHVERSORGUNGSKONZEPT GEMEINDE SERSHEIM

Auftraggeber: Gemeinde Sersheim
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Projektbearbeiter: M. Eng. Stadtplanung Arian Zekaj

Datum: Ludwigsburg, 17.03.2025

URHEBERRECHT

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

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.

Für die Bearbeitung standen der GMA neben eigenen Daten und Erkenntnissen aus früheren GMA-Untersuchungen in Sersheim auch Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und der Gemeinde Sersheim sowie Kennzahlen des EHI, des Hahn-Verlags und der Michael Bauer Research GmbH zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, die gendergerechte Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg - Dresden - Hamburg - Köln - München

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14 - 71638 Ludwigsburg
Tel 07141 9360 - 0 - info@gma.biz

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

I Ausgangssituation und Aufgabenstellung

AUFGABENSTELLUNG

In Sersheim steht in zentraler und verkehrsgünstiger Lage ein Grundstück zur Verfügung, das grundsätzlich zum Ausbau der Nahversorgung in Sersheim genutzt werden könnte. Das Areal neben dem Bauhof der Gemeinde Sersheim liegt gegenüber des bestehenden Versorgungsschwerpunktes Penny / Getränkemarkt und würde sich daher grundsätzlich zu einem weiteren Ausbau des Versorgungsangebotes eignen.

Konkret besteht seitens des Getränkemarkt-Betreibers Ackermann das Interesse, seinen Betrieb von der Industriestraße auf den neuen Standort zu verlagern. Am bisherigen Standort besteht für den knapp 400 m² großen Betrieb keine Entwicklungsmöglichkeit. Auf der neuen Fläche könnte ein moderner Getränkemarkt realisiert werden, so dass dieses Angebot langfristig für die Gemeinde Sersheim gesichert werden könnte.

Die Grundstücksgröße des neuen Areals umfasst 8.000 – 9.000 m², so dass auch neben der Verlagerung des Getränkemarktes Optionen für weitere Nutzungen gegeben sind. Im Rahmen einer Untersuchung der Entwicklungspotenziale sollen hierfür Vorschläge erarbeitet werden.

Prämisse der Untersuchung ist, dass die bestehenden Nahversorgungsstrukturen in Sersheim nicht gefährdet werden sollen. Dies betrifft insbesondere die mit hohem Aufwand sanierte Ortsmitte von Sersheim und den hier ansässigen CAP-Markt, der im Eigentum der Gemeinde Sersheim ist und mittelfristig ebenfalls modernisiert werden soll. Mögliche Neuansiedlungen auf dem Areal neben dem Bauhof dürfen diese Entwicklungen in der Ortsmitte nicht beeinträchtigen.

Planungsrechtlich ist zu beachten, dass bei großflächigen Neuansiedlungen die verbindlichen Vorgaben der Landes- und Regionalplanung (vgl. Regionalplan Verband Region Stuttgart) strikt zu beachten sind. Konkret bedeutet dies, dass bei Ansiedlungen über 1.200 m² BGF bzw. 800 m² Verkaufsfläche die Vorgaben des Regionalplans (Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot, Kongruenzgebot) eingehalten werden müssen. Auch dies ist im Rahmen der Untersuchung zu berücksichtigen.

Unstrittig ist, dass eine leistungsfähige Nahversorgung für die Gemeinde Sersheim hohe Priorität hat. Für die Attraktivität der Gemeinde, die Lebensqualität der Bürger von Sersheim sowie für den Wirtschaftsstandort Sersheim spielt die Nahversorgung vor Ort eine große Rolle. Daher soll grundsätzlich untersucht werden, welche Potenziale für die Weiterentwicklung der Nahversorgung in Sersheim bestehen, ohne die Entwicklung in der Ortsmitte zu gefährden. Die Grundlagen hierzu werden von der GMA anhand einer aktuellen Analyse vor Ort erfasst. Zielsetzung der Untersuchung ist es, folgende zentrale Fragestellungen zu klären:

- Welche Konzepte eignen sich zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung in Sersheim?
- Welche Konzepte sind umsetzbar und wirtschaftlich tragfähig?
- Ist der Standort geeignet?
- Was ist das richtige Konzept und die richtige Dimensionierung für den Standort?
- Wie sind die Auswirkungen auf die Ortsmitte zu bewerten?
- Wieviel zusätzliche Verkaufsfläche ist in Sersheim genehmigungsfähig (unter Beachtung der Vorgaben des Regionalplans)?

II Grundlagen der Nahversorgung

NAHVERSORGUNG ALS HERAUSFORDERUNG DER STADTENTWICKLUNG

Mit dem Thema Nahversorgung wird mehr als nur die reine Bedarfsdeckung verbunden. Die Nahversorgung stellt die Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen. Während die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch als Grundversorgung bezeichnet wird, stellt der Nahversorgungsbegriff ein um den Faktor „Entfernung“ erweitertes Verständnis der Grundversorgung dar. Mit „Nah“ wird dabei eine wohnortnahe, fußläufige Erreichbarkeit umschrieben, wobei ein enger Zusammenhang mit den Leitbildern und Zielen der Stadtentwicklung besteht.

Nahversorgung lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Idealerweise existiert ein zentral gelegenes, auch fußläufig erreichbares Angebot mit Gütern des täglichen Bedarfs.
- Lebensmittel- und Drogeriewarenangebote stehen im Mittelpunkt der Nahversorgung.
- Dienstleistungen und z. B. Angebote der medizinischen Versorgung stellen ergänzende Bestandteile der Nahversorgung dar.
- Nahversorgung ist die Grundlage für Lebens- und Standortqualität durch soziale Treffpunkte im Alltag, Kopplungseffekte mit anderen Anbietern und Belebung des öffentlichen Raumes.



Quelle: www.pixabay.vom

WAS IST NAHVERSORGUNG?

Facetten der Nahversorgung

Datennetze

Verwaltung

Post

E-Ladesäule

Kinderbetreuung

Altenbetreuung

Vereine

Begegnungsstätte



Tankstellen

Gastronomie

Kreditinstitute

Schulen

Lebensmittelmarkt

Freizeit

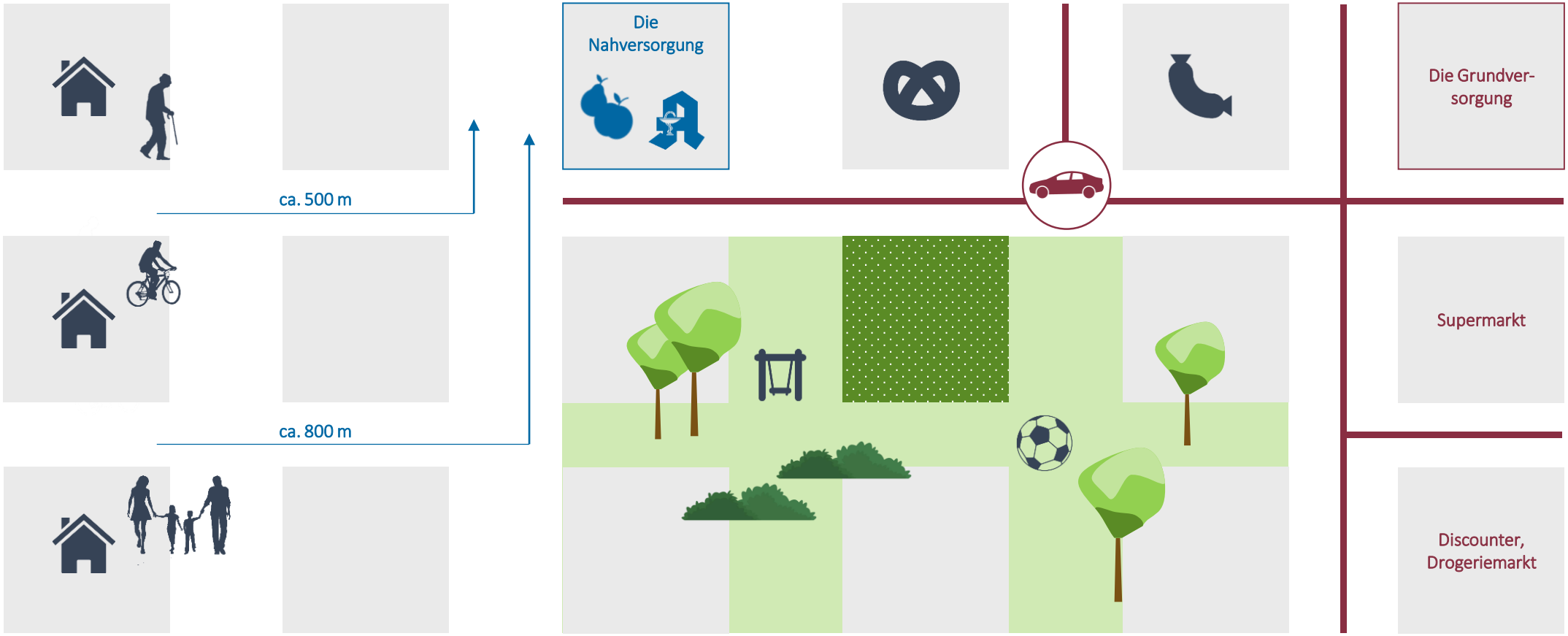
Ärzte

Kirchen

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2025

WAS IST NAHVERSORGUNG?

Wie nah muss Nahversorgung sein?



„Nahversorgung stellt die Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen! „

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2025

ANGEBOTSFORMEN DER NAHVERSORGUNG

Was früher der Tante-Emma-Laden war, wird heute von unterschiedlichen Anbietern und Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels abgedeckt. Wesentliche Unterschiede zwischen den Betriebstypen zeigen sich in Sortiment, Betriebsgröße, Bedienprinzip, Preisgestaltung, Kundenkreis und Standortverhalten.

Nicht alle **Angebotsformen** kommen für jeden Standort gleichermaßen in Frage. Anbieter und Kommunen müssen sich mit den Rahmenbedingungen und Zielvorstellungen für den jeweiligen Standort auseinandersetzen. Während der **Supermarkt** mit seinem Vollsortiment und einer Vielzahl an Produkten eine zentrale Rolle in der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Drogerie- / Haushaltswaren einnimmt, belegt der **Lebensmitteldiscounter,** mit einer im Vergleich zum Supermarkt geringeren Artikelanzahl, eine andere Rolle in der Nahversorgung.

Das **Lebensmittelhandwerk** (Bäckerei, Metzgerei) wiederum stellt vielerorts eine Ergänzung zu den Lebensmittelmärkten dar und kann darüber hinaus v. a. in einwohnerschwachen Räumen mit ergänzenden Warenangeboten (z. B. Kaffee, Frühstücksortiment, eingeschränktes Lebensmittelsortiment etc.) zumindest die kleine Grundversorgung sicherstellen.

Kleinflächenkonzepte und Dorfläden konzentrieren auf einer kleinen Verkaufsfläche ein Angebot ausgewählter Lebensmittelsortimente. Sie haben sich in den vergangenen Jahren v. a. in ländlichen Räumen entwickelt, um das Defizit an Nahversorgung auszugleichen. Durch ergänzende Dienstleistungsangebote (z. B. Post, Lotto-Annahme) und gastronomische Einrichtungen (Bäckerei / Café) übernehmen sie ebenfalls eine wichtige „Treffpunktfunktion“ und bereichern so das Dorfleben insgesamt.

Im Einzelfall existieren auch „**mobile Konzepte**“, die eine Grundversorgung mit Lebensmitteln v. a. in abgelegenen Siedlungsgebieten bewerkstelligen. Darüber hinaus übernehmen z. B. **Hofläden und Direktvermarkter** sowie zunehmend **Verkaufsautomaten** eine ergänzende Funktion in der Grundversorgung.



STANDORTANFORDERUNGEN DER NAHVERSORGUNG

Standortanforderungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

mögliche / typische Angebotselemente	benötigte Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	angestrebte Verkaufsfläche	sonstige Standortbedingungen
Supermarkt	ca. 4.000 – 8.000 (je nach Betreiber)	ca. 1.200 – 2.000 m²	gute Sichtbarkeit ca. 60 - 70 Stellplätze
Lebensmitteldiscounter	ca. 3.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 800 – 1.400 m²	gute Sichtbarkeit ca. 60 - 100 Stellplätze
Getränkefachmarkt	ca. 5.000 – 10.000	ca. 300 – 500 m²	gute Sichtbarkeit mind. 10 Stellplätze
Drogeriefachmarkt	ab 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 600 – 800 m²	gute Sichtbarkeit mind. 30 Stellplätze
Bäckereifiliale	ca. 2.000 – 3.000	ca. 50 – 80 m² (zzgl. Verzehrbereich)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Metzgereifiliale	ca. 5.000 – 10.000	ca. 20 – 80 m² (ggf. zzgl. Stehtische)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Apotheke	ca. 4.000	ca. 80 – 120 m² (zzgl. Labor und Nebenräume)	Arztpraxen im Umfeld

Quelle: GMA Grundlagenforschung 2025

ENTWICKLUNG DER LETZTEN JAHRE

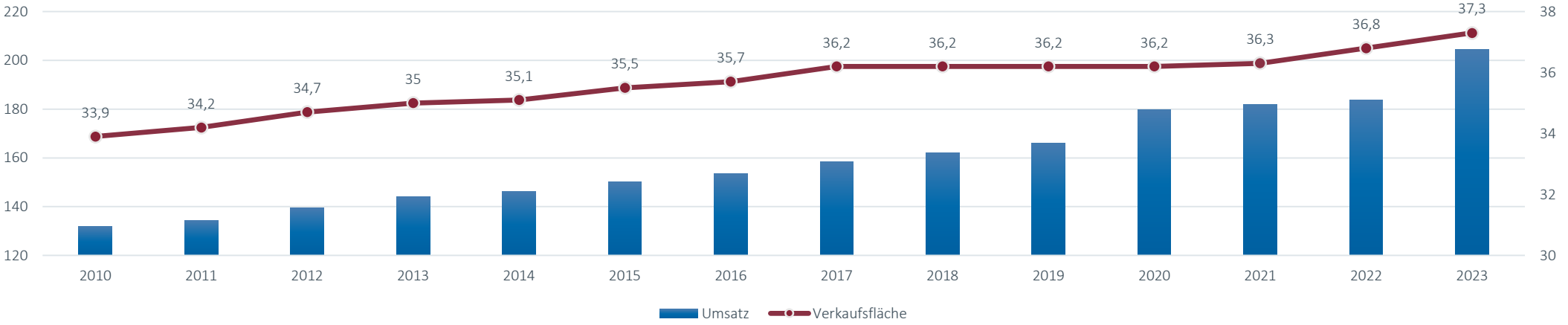
Während die Entwicklung des gesamten Einzelhandels in Deutschland lange durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet war, hat sich das Flächenwachstum in den letzten Jahren deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen. Bei einzelnen Branchen (z. B. Buchhandel, Elektrohandel, Warenhäuser, Bekleidungskaufhäuser) geht es mittlerweile nicht mehr um Expansion, sondern um die Schließung unrentabler Standorte. Die Entwicklung im Bereich der Nahversorgung nahm dagegen eine vom übrigen Handel abgekoppelte Entwicklung:

- Die **Umsatzentwicklung** im Nahrungs- und Genussmittelsegment verlief in Corona-Jahren 2020 / 2021 extrem positiv. Insbesondere die Supermärkte konnten gegenüber dem Vorjahr zweistellige prozentuale Umsatzzuwächse realisieren. Zwischenzeitlich wirken Inflation und Energiepreissteigerungen dämpfend.[1]

- Die **Verkaufsflächenentwicklung** hat sich im Lebensmitteleinzelhandel in der letzten Dekade verlangsamt, sie lag zwischen den Jahren 2010 (33,9 Mio. m² VK) und 2023 (37,3 Mio. m² VK) bei + 10 %. Discounter und Supermärkte weisen in den vergangenen Jahren dennoch ein stetiges Verkaufsflächenwachstum auf (durch Eröffnung neuer Filialen und v. a. durch Erweiterung bestehender Standorte).

- Nach einer längeren Konsolidierungsphase der Supermärkte / Vollsortimenter sind Discounter mit einem Marktanteil von ca. 45 % neben dem Supermarkt wesentliche Träger der Nahversorgung. Aktuell verschieben sich die Konsumentenprioritäten wieder zugunsten des preisbewussten Lebensmitteleinkaufs: für 36 % der Menschen ist aktuell wieder der Preis das wichtigste Kriterium der Kaufentscheidung.[2]

Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung im Nahrungs- und Genussmittelsegment 2010 bis 2023



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung; Datengrundlage EHI Köln (2023): Handelsdaten aktuell 2023

[1]Vgl. exemplarisch Wirtschaftswoche 29.01.2021: „Lebensmittelhändler freuen sich über das beste Jahr seit Menschengedenken."
[2]Längst ist die gestiegene Inflation auch beim Einkauf im Lebensmittelbereich angekommen

SICHERUNG DER NAHVERSORGUNG ALS KOMMUNALE AUFGABE

Die primäre **Aufgabe der Nahversorgung** ist es, die kurzfristigen, täglichen Bedarfe der Bevölkerung abzudecken. Dazu gehören all jene Güter, die vom Verbraucher nahezu unmittelbar nach dem Kauf verwendet oder verbraucht werden.

Neben der **Versorgungsaufgabe** der Bevölkerung mit **Waren des täglichen Bedarfs** übernehmen Nahversorgungseinrichtungen eine bedeutende Rolle im **sozialen Alltag** der Bewohner. Der Einkauf ermöglicht es, am sozialen Leben teilzuhaben, was insbesondere für ältere Menschen wichtig ist. Außerdem kommt dem Lebensmittelhandel eine **hohe Bedeutung als Arbeitgeber** zu. Neben dem reinen Beschäftigungseffekt ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Ausgaben für die Nahversorgung idealerweise in die **lokale Wirtschaft** zurückfließt.

Nahversorgung nimmt in der Bewertung der Standort- und Lebensqualität eine wichtige Rolle ein. Zahlreiche Untersuchungen belegen, dass dort, wo der Nahversorger vor Ort fehlt, die örtliche Kaufkraftbindung äußerst gering ist. Ein gutes Angebot im Nahversorgungssegment ist eine wichtige Voraussetzung für die Zufriedenheit der Bewohner und ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wohnortsuche. Dies gilt sowohl für die jüngere Bevölkerung als auch v. a. für Familien und die älteren Bevölkerungsgruppen. Letztlich sind selbst die Immobilienwerte in einer Gemeinde mit der „Sicherung der Grundversorgung“ verknüpft.

Neben Baulandverfügbarkeit und -preisen sind v. a. das Angebot an Versorgungsinfrastruktur, öffentlichen und kulturellen Einrichtungen sowie auch die medizinische Versorgung wichtige Faktoren bei der Entscheidung für einen Wohnstandort.

Nur durch passende Angebote im Bereich Versorgung, Medizin, Kultur, Datennetze, Bildung, Kinderbetreuung etc. können mobile (v. a. jüngere) Bevölkerungsschichten in der Kommune gehalten werden. Andernfalls drohen die Abwanderung und damit der **Beginn der Abwärtsspirale**.

Auch für **Unternehmen** spielt bei ihrer Ansiedlungsentscheidung der Wohnstandort eine wichtige Rolle. Nur bei einer ausreichend hohen Qualität kann es gelingen, auch qualifizierte Mitarbeiter für den Standort zu gewinnen.

Ein Mangel oder das Fehlen von Angeboten in einer Gemeinde hat direkte Auswirkungen auf die Standortqualität und damit auch auf die Stabilität der Kommune insgesamt. Fehlende oder wenig attraktive Angebote führen dazu, dass die Standortattraktivität für Unternehmen und Privatpersonen sinkt und Zuzug ausbleibt. Ergänzend kann ein fehlendes Angebot – insbesondere der Nahversorgung – dazu führen, dass Haushalte und jüngere Bevölkerungsgruppen ihren gegenwärtigen Wohnstandort überdenken und einen Fortzug erwägen.

SICHERUNG DER NAHVERSORGUNG ALS KOMMUNALE AUFGABE

Ausdünnen der Versorgungsstrukturen- schematische Darstellung

Durch den Wegfall von lokalen Versorgern verschwinden....



...Begegnungsräume und Einkaufsmöglichkeiten, v. a. für Menschen mit eingeschränkter Mobilität

...die Kaufleute und ihre in der Gemeinde verwurzelten Beziehungen



Das reduzierte Angebot sowie wachsende Ansprüche an eine umfassende Lebensmittelversorgung zwingen die Verbraucher zur Verlagerung ihres Einkaufs an entferntere Standorte! Dies ist mit erhöhtem Verkehrsaufkommen und CO_2-Emmissionen verbunden.



Quelle: GMA - eigene Darstellung 2025

ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNGEN

Auch im Lebensmittelhandel wird der demografische und technologische Wandel bestimmender Faktor bleiben. Wenngleich der technologische Wandel (Stichpunkt: Onlinehandel) für den restlichen Handel der zentrale Veränderungsfaktor sein wird, ist davon auszugehen, dass für den Lebensmittelhandel der demografische Wandel mit all seinen Konsequenzen[3] der Haupteinflussfaktor bleiben wird.

In der Konsequenz ist mittelfristig mit folgenden Veränderungen im Lebensmittelhandel zu rechnen:

- Alle relevanten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihre **Standortnetze konsequent optimieren** und **modernisieren**, bei sich fortsetzenden **Konzentrations- und Übernahmetendenzen**. Das beinhaltet neben der Erschließung neuer Standorte v. a. die Optimierung des Bestandes durch Modernisierung. Priorität haben überwiegend integrierte Standorte in den Ballungsräumen, wenngleich der ländliche Raum ebenfalls im Fokus steht, dies allerdings nur bei passenden Standortbedingungen, d. h. an verkehrlich gut erreichbaren Standortlagen.
- Grundsätzlich ziehen sich die **Themen Bio, regionale Produkte, internationale Produkte**, zunehmend auch fair gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen", bieten zunehmend alle Betreiber entsprechende Sortimente an. Gleichzeitig hat sich bereits der Betriebstyp des „Biosupermarktes" herausgebildet, der zumindest mittelfristig zur Reduzierung kleinflächiger „Bioläden" führen wird. Darüber hinaus werden **kleinere Verpackungsgrößen** und die Weiterentwicklung von **Convenience** ihren Beitrag zur Flächenentwicklung haben, ergänzt um **breitere Gänge und niedrigere Regalhöhen** (Stichwort: Barrierefreiheit, demographischer Wandel).
- Strukturveränderungen werden sich letztlich auch aus dem Thema **Onlinehandel** ergeben. Allerdings war der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen) konzentriert. Nach Angaben des HDE[4] liegt **der Online-Anteil am Gesamtumsatz mit Lebensmitteln bei nur etwa 2,9 %**. Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice dem Konzept des Click&Collect-Modells tendenziell größere Erfolgschancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile verschieben werden, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland.

[3]Stichworte v. a. buntere und ältere Gesellschaft, heterogene Lebens- und Familienbilder, Zunahme der regionalen Disparitäten zwischen sich entleerenden ländlichen Regionen und überlasteten, erfolgreichen städtische Regionen
[4]Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE Online-Monitor 2023

III Rahmenbedingungen Gemeinde Sersheim

KURZPROFIL DER GEMEINDE SERSHEIM



Lage und zentralörtliche Funktion: Die Gemeinde Sersheim (Landkreis Ludwigsburg) liegt zwischen den Mittelzentren Vaihingen a. d. Enz und Bietigheim-Bissingen. Sersheim ist gemäß Regionalplan Stuttgart keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Insofern kommen großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in begründeten Ausnahmefällen in Betracht.



Verkehr: Sersheim ist über die Kreisstraßen 1683 aus Richtung Kleinglattbach (Vaihingen a. d. Enz) und die Landstraße 1125 aus östlicher Richtung (Sachsenheim / Bietigheim-Bissingen) gut erreichbar. Ein Anschluss an die Bundesstraße 27, die in rd. 8,0 km östlicher Richtung liegt, ermöglicht Verbindungen nach Heilbronn und Stuttgart. Ein unmittelbarer Autobahnanschluss ist nicht vorhanden. Sersheim verfügt über einen eigenen Bahnanschluss u. a. mit Verbindungen nach Pforzheim und Stuttgart sowie ein flächendeckendes Netz an Bushaltestellen, das eine gute Verbindung ins Umland sicherstellt.



Bevölkerung: Die Gemeinde Sersheim zählt aktuell rd. 5.790 Einwohner und konnte zwischen den Jahren 2013 und 2023 ein dynamisches Einwohnerwachstum verzeichnen (+ 5,8 % bzw. 319 Einwohner). In seiner Hauptvariante geht das Statistische Landesamt Baden-Württemberg weiterhin von einer stabilen bzw. leicht positiven Bevölkerungsentwicklung bis in das Jahr 2040 von rd. 1,2 % aus.



Wirtschaftsstruktur: In der Wirtschaftsstruktur von Sersheim nimmt das Produzierende Gewerbe eine wichtige Stellung ein. So waren von den 402 registrierten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2023 am Arbeitsort Sersheim ca. 51,2 % im Produzierenden Gewerbe tätig. Während der Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe mit ca. 18,8 % relativ schwach ausgeprägt ist, nimmt der Bereich Sonstige Dienstleistungen mit ca. 29,8 % der Beschäftigten ebenfalls einen höheren Stellenwert ein. Die eher geringe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort spiegelt sich in einem negativen Pendlersaldo wider (ca. 824 Einpendlern stehen 2.289 Auspendler gegenüber). Dadurch errechnet sich für das Jahr 2023 ein negativer Saldo von ca. 1.465 Personen.

Quelle: alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

IV Nachfrageanalyse Gemeinde Sersheim

WETTBEWERBSSITUATION IM UMLAND (LEBENSMITTEL & DROGERIE)

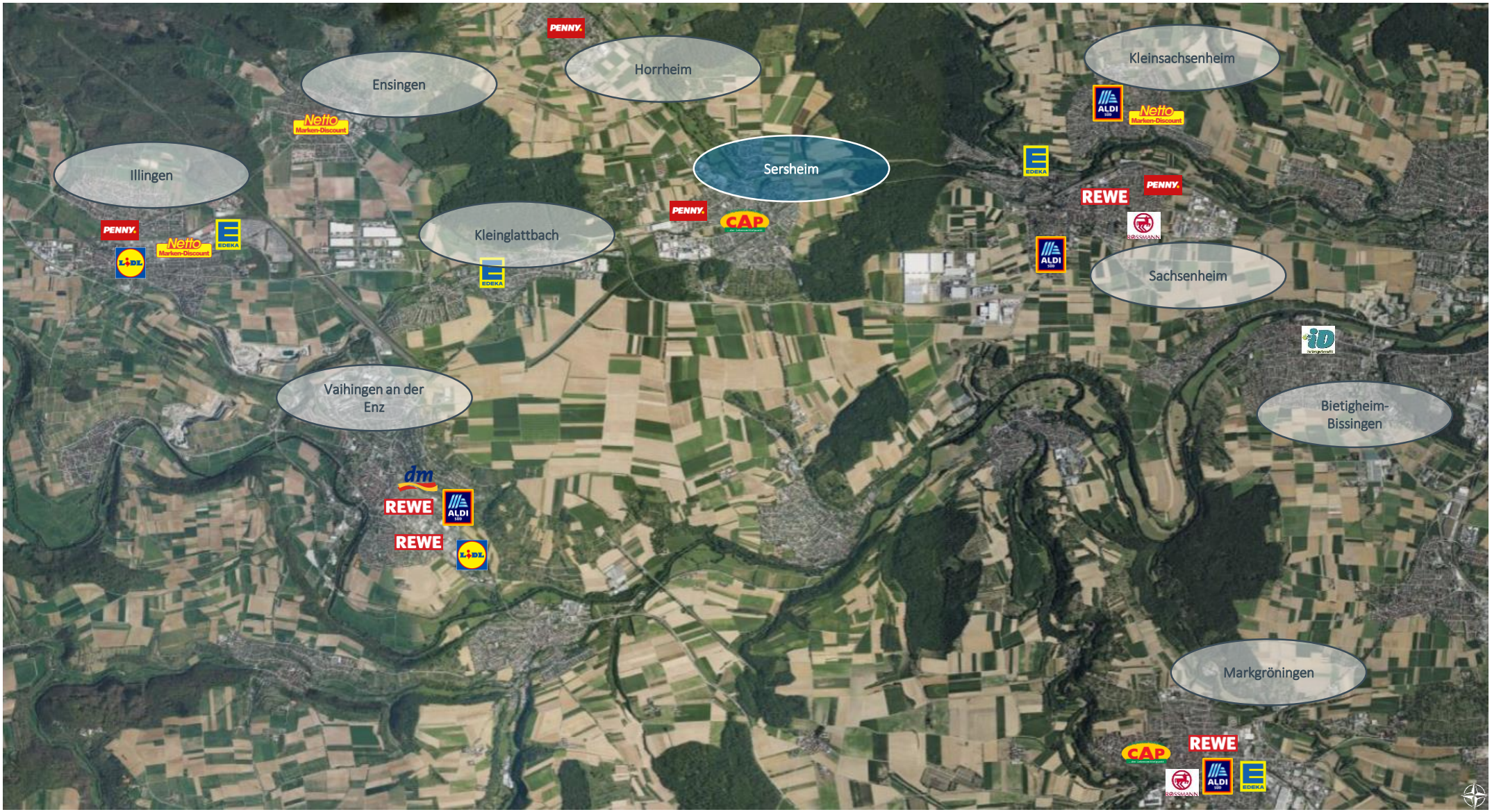
Die Möglichkeit zur Erschließung eines Einzugsgebietes wird maßgeblich durch die Wettbewerbsstrukturen im Umland, aber auch durch die räumliche Lage, Topografie sowie die verkehrliche Erreichbarkeit beeinflusst. Die Angebotsstrukturen im Umland sind wie folgt zusammenzufassen:

- Im Umland von Sersheim ist eine ausgeprägte Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich festzustellen.
- Die nächstgelegenen größeren Lebensmittelmärkte befinden sich in östlicher Richtung in Sachsenheim (Rewe-Supermarkt, Edeka-Supermarkt, 2 x Aldi-Discounter, Netto-Discounter und Penny-Discounter) und in westlicher Richtung in Vaihingen a. d. Enz, Kernstadt (2 x Rewe-Markt, Aldi-Discounter, Lidl-Discounter), Stadtteil Kleinglattbach (Edeka-Supermarkt), Stadtteil Horrheim (Penny-Discounter) und Stadtteil Ensingen (Netto-Discounter).
- In südlicher Richtung dünnt das Angebot im Lebensmittelbereich merklich aus. Nächstgelegene Einkaufsmöglichkeiten bestehen erst wieder in der Gemeinde Hochdorf und der Stadt Markgröningen (jeweils rd. 8 - 10 km Entfernung). In Oberriexingen wird derzeit allerdings die Ansiedlung eines Discounters geplant.
- Geringfügig ausgeprägte Wettbewerbssituation im Drogeriewarenbereich festzustellen. Die nächstgelegenen größeren Drogeriewarenmärkte befinden sich in Vaihingen a. d. Enz (dm-Drogeriefachmarkt) und Sachsenheim (Rossmann-Drogeriefachmarkt).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die regionalen Wettbewerbsstrukturen die Möglichkeit zur Erschließung eines überörtlichen Einzugsgebietes in Sersheim begrenzen. So sind im Umland überwiegend flächendeckend zeitgemäße Versorgungsstrukturen (v. a. im Lebensmitteleinzelhandel) vorhanden. Mögliche Einkaufsorientierungen von außerhalb der Gemeinde in Richtung Sersheim sind bei einer ersten Betrachtung nicht zu erkennen. Mit der Realisierung eines Discounters in Oberriexingen würde das Einzugsgebiet eher noch geschmälert werden.

WETTBEWERBSSITUATION IM UMLAND (LEBENSMITTEL & DROGERIE)

Wettbewerbssituation Lebensmittel- und Drogeriemärkte im Umland von Sersheim



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @MicrosoftNokia

KAUFKRAFT IN SERSHEIM

(Nahversorgungsrelevantes) Kaufkraftpotenzial in Mio. € in Sersheim

Sortimente	Kaufkraft in Mio. €
Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren	15,4
Bäckereihandwerk	1,2
Fleischerhandwerk	1,2
Nahrungs- und Genussmittel insgesamt	**17,8**
Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik	1,8
Apotheker, Sanitätswaren (ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel)	1,0
Gesundheit, Körperpflege insgesamt	**2,8**
Blumen, Pflanzen	0,6
Zoologischer Bedarf	0,4
Zeitschriften, Zeitungen (nur Einzelhandel)	0,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften insgesamt	**1,3**
Überwiegend kurzfristiger Bedarf insgesamt	**21,9**

Quelle: GMA-Erhebung 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nach Berechnung des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.864 €.[1] Davon entfallen ca. 2.930 € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 3.934 € auf Nichtlebensmittel (Nonfood). Für Drogeriewaren ist aktuell ein Kaufkraftbetrag von ca. 466 € pro Kopf p. a. anzusetzen, für die übrigen nahversorgungsrelevanten Sortimente (Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften) 206 € pro Kopf p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik.[2] In Sersheim ist hierbei ein Wert von 105,1 zugrunde zu legen und liegt somit auf einem überdurchschnittlichem Niveau (Durchschnitt=100).

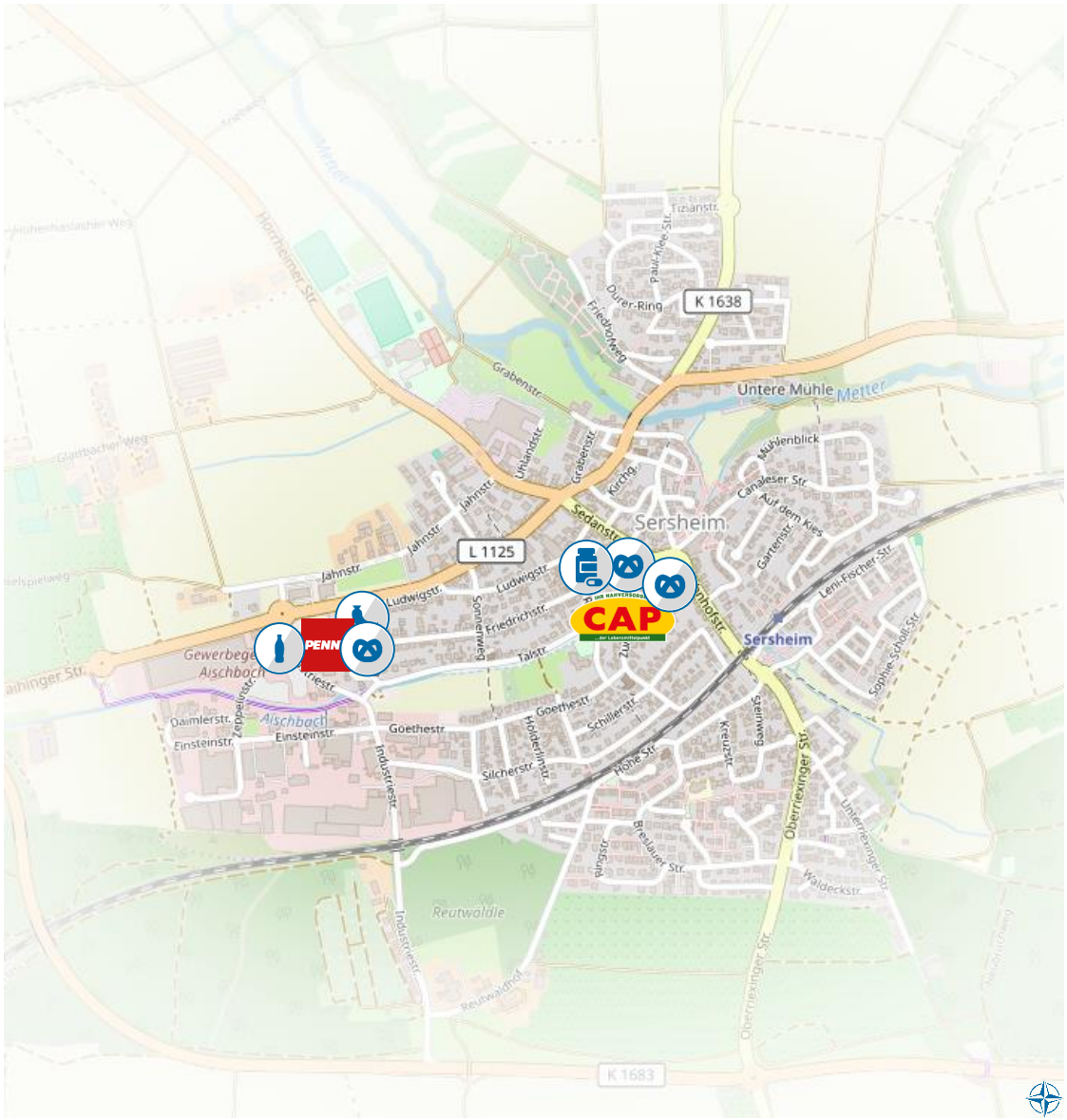
Unter Berücksichtigung der aktuellen Einwohnerzahlen und des lokalen Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Gemeinde Sersheim aktuell ein jährliches einzelhandelsrelevantes **Kaufkraftpotenzial im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich von rd. 21,9 Mio. €.**

[1]Quelle: Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Medikamente
[2]Quelle: MB Research, Nürnberg 2023; Werte über 100 (= Bundesdurchschnitt) zeigen ein hohes Einkommensniveau der örtlichen Wohnbevölkerung an.

V Nahversorgungsstrukturen Gemeinde Sersheim

NAHVERSORGUNGSSTRUKTUREN GEMEINDE SERSHEIM

Verteilung der Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Sersheim



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @MicrosoftNokia

Lebensmittelhandwerk (Bäckerei)

Apotheke

Lebensmittelhandwerk (Metzgerei)

Getränke

Die Bewertung der Angebotssituation in Sersheim beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung der örtlichen Einzelhandelsbetriebe im Januar 2025. Die Daten fließen in die Bewertung der Versorgungssituation in Sersheim ein.

In der Gemeinde Sersheim stellen der Penny-Markt und der CAP-Markt die einzigen größeren Lebensmittelanbieter dar. Diese liegen zum einen in zentraler Lage in der Ortsmitte von Sersheim (CAP-Markt) und zum anderen am westlichen Ortsausgang (Penny-Markt). Hier sind zudem ein Metzgereibetrieb, ein Bäckereibetrieb und ein Getränkemarkt vorhanden.

In der Ortsmitte sind neben dem CAP-Markt zudem zwei Bäckereibetriebe und eine Apotheke ansässig. Weitere Anbieter aus dem nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich sind derzeit in Sersheim nicht vorhanden.

Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Sersheim auf ca. 1.850 m². Die Versorgungsstrukturen in Sersheim sind stark auf die beiden Lebensmittelmärkte Penny und CAP ausgerichtet.

NAHVERSORGUNGSSTRUKTUREN GEMEINDE SERSHEIM

- Lebensmitteldiscounter, Bäckerei und Metzgerei im Vorkassenbereich.
- Der Penny-Markt weist einen gewissen Investitionsstau auf und liegt mit rd. 700 m² Verkaufsfläche eher am unteren Ende zukunftsfähiger Nahversorgungsstandorte.
- Langjährig etablierter Nahversorgungsstandort.
- Einziger Discounter in der Gemeinde Sersheim.
- Sortiment: im Vergleich zu anderen Discountern breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, Frischeprodukte sowie Molkereiprodukte, Non-Food-Artikel wie Zeitschriften, Pflege-, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel).
- Lage am westlichen Ortsausgang (primär autokundenorientierter Standort)
- Gute verkehrliche Anbindung über die Vaihinger Straße, unmittelbar am westlichen Ortsausgang von Sersheim gelegen, Lage am Kreisverkehr.
- Aufgrund der Lage und der baulichen Strukturen im unmittelbaren Standortumfeld keine Erweiterungsmöglichkeiten am derzeitigen Standort gegeben.
- **Fazit: sehr wichtiger und langjährig etablierter Nahversorger für die Gemeinde Sersheim und sehr guter verkehrlicher Anbindung. Die Verkaufsflächengröße liegt jedoch mit rd. 700 m² VK auf einem nicht mehr zeitgemäßen Niveau. Erweiterung / Verlagerung auf firmentypische Verkaufsflächengröße am derzeitigen Standort kaum möglich.**

- Lebensmittelvollsortimenter, keine weiteren Betriebe im Vorkassenbereich angesiedelt.
- Ca. 600 m² Verkaufsflächengröße.
- Langjährig etablierter Nahversorgungsstandort.
- Einziger Vollsortimenter in der Gemeinde Sersheim.
- Sortiment: umfasst frische Lebensmittel wie Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren und Molkereiprodukte sowie Trockenwaren, Getränke, Haushaltsartikel und regionale Spezialitäten. CAP-Märkte legen Wert auf Qualität, Frische und eine barrierefreie Einkaufsatmosphäre.
- Zentrale und städtebaulich integrierte Lage an der Talstraße inmitten von Sersheim gelegen.
- Erscheinungsbild weist deutlichen Modernisierungsbedarf auf.
- Gute verkehrliche Anbindung über die Talstraße, jedoch kein hoher Durchgangsverkehr/ Hauptdurchfahrtsstraße vorhanden.
- **Fazit: als einziger Vollsortimenter wichtiger und langjährig etablierter Nahversorger. Jedoch weist der Markt einen sanierungsbedürftigen Zustand auf (Erscheinungsbild). Hier plant die Gemeinde Sersheim selbst zu modernisieren.**

VI Entwicklungsperspektiven Gemeinde Sersheim

ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN LEBENSMITTEL

Zur Bewertung der Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittelsegment wird als Vergleichsmaßstab die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Norminierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar und können auch mit den bundesdeutschen Durchschnittswerten verglichen werden. Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des Europäischen Handelsinstitutes (EHI) herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Dabei werden Spezialgeschäfte (z. B. Biomärkte) und nicht organisierter Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Hofläden) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und Getränkemärkte nicht berücksichtigt. Die Verkaufsfläche der Betriebe wird dabei inkl. Nonfood-Verkaufsfläche erfasst.

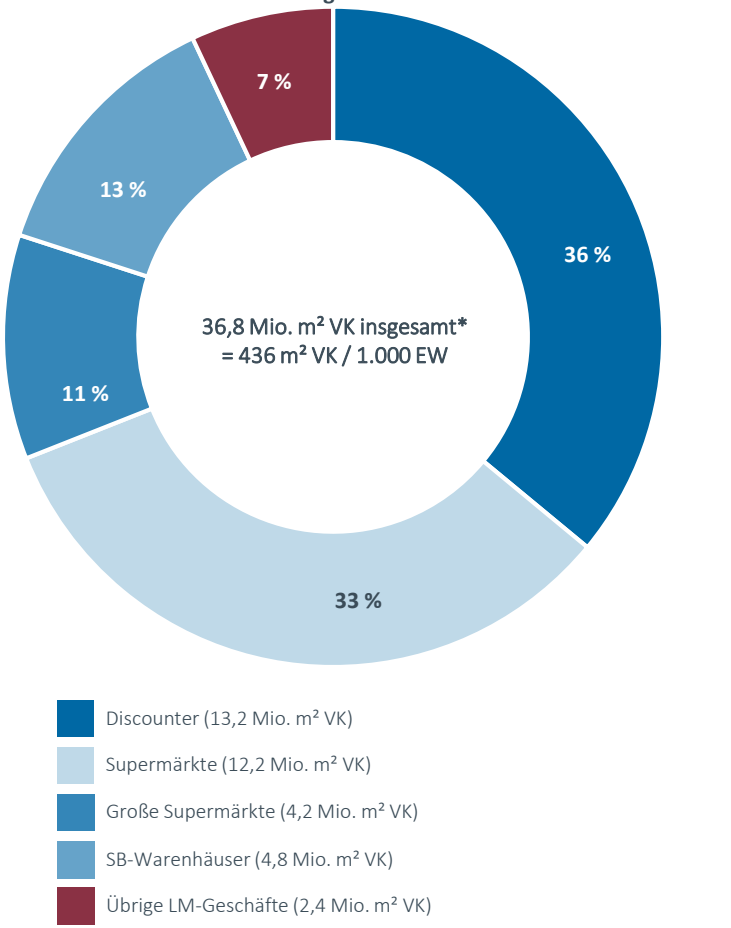
Anhand dieser Erhebungsmethodik lässt sich aktuell für die Bundesrepublik Deutschland eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 436 m² VK / 1.000 EW festhalten (vgl. hierzu folgende Abbildung). Überträgt man die vom EHI angewandte Methodik auf die Situation in Sersheim bzw. die umliegenden Städte und Gemeinden, zeigt sich folgendes Bild:

Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum

	Gemeinde	VK m² (Hauptanbieter)	Einwohner	VK m² / 1.000 EW
1	Sersheim	rd. 1.300	5.790	ca. 225
2	Freudental	rd. 800	2.644	ca. 302
3	Erligheim	rd. 800	3.127	ca. 255
4	Vaihingen a. d. Enz	rd. 7.770	29.387	ca. 264
5	Illingen	rd. 3.750	8.022	ca. 467

Quelle: GMA-Berechnung und -Erhebung 2025

Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Deutschland



*ohne Spezialgeschäfte und ohne nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel; Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche
Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2023, Einwohnerzahlen: 31.03.2023 Statistisches Bundesamt - GMA eigene Darstellung 2024

ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN LEBENSMITTEL

Als weiterer Orientierungswert für das Entwicklungspotenzial in Sersheim kann die **Zentralitätskennziffer** herangezogen werden. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei zeigen Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Kaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer in Sersheim:



Aktuell ist in Sersheim im Nahrungs- und Genussmittelbereich ein Kaufkraftpotenzial von ca. 17,8 Mio. € vorhanden. Dem steht eine Umsatzleistung von ca. 7,9 Mio. € gegenüber, das die Betriebe aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich in der Gemeinde erwirtschaften. Hieraus errechnet sich eine Zentralität im Lebensmittelbereich von ca. 44 %. Dies bedeutet, dass derzeit rd. 56 % der im Nahrungs- und Genussmittelbereich verfügbaren Kaufkraft (rd. 9,9 Mio. €) an umliegende Standorte (v. a. Sachsenheim, Vaihingen a. d. Enz, etc.) abfließen. Auch aus dieser Betrachtung lässt sich prinzipiell Entwicklungspotenzial für Sersheim ableiten. Die abfließende Kaufkraft in Höhe von ca. 9,9 Mio. € rechtfertigt jedoch nicht unmittelbar die Neuansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes, da Kaufkraftabflüsse an prominente Wettbewerber wie Aldi, Lidl oder Kaufland, Rewe und Edeka alleine mit quantitativer Ausweitung der Verkaufsflächen in Sersheim nicht verhindert werden können.

ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN ZUSAMMENFASSUNG

Die Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Sersheim liegt mit 225 m² VK pro 1.000 EW auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Entsprechend ist grundsätzlich Entwicklungspotenzial erkennbar. Zudem lässt sich für die Gemeinde Sersheim eine Zentralitätskennziffer von rd. 44 % festhalten. Dies bedeutet, dass derzeit rd. 56 % der im Nahrungs- und Genussmittelbereich verfügbaren Kaufkraft (rd. 9,9 Mio. €) an umliegende Standorte abfließt.

Trotz des unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenniveaus ist die Nahversorgung in Relation zur Gemeindegröße als gut zu bewerten. Dies basiert auf der bestehenden Infrastruktur mit einem Discounter und einem Vollsortimenter. Die zusätzliche Ansiedlung eines dritten Lebensmittelmarktes ist aus Nachfrageperspektive nicht erforderlich. Die vorhandenen Potenziale reichen zudem nicht aus, um einen weiteren Lebensmittemarkt nachhaltig zu betreiben.

Ein dritter Lebensmittelmarkt würde die bestehende Nahversorgungsstruktur in Sersheim eher destabilisieren. Ein zusätzlicher Vollsortimenter könnte den CAP-Markt im Ortszentrum stark beeinträchtigen, während ein neuer Discounter eine direkte Konkurrenz für den bestehenden Penny-Markt darstellen und dessen langfristige Stabilität gefährden würde.

Sowohl der CAP-Markt als auch der Penny-Markt weisen jedoch Modernisierungsbedarf auf. Die Gemeinde Sersheim plant eine eigenständige Modernisierung des CAP-Marktes. Der Penny-Markt befindet sich an einem strategisch günstigen Standort mit guter Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit, verfügt jedoch am aktuellen Standort aber über keine Erweiterungsmöglichkeiten. Eine Verlagerung des Marktes, verbunden mit einer Verkaufsflächenerweiterung, bietet die Möglichkeit, die Nahversorgung in Sersheim nachhaltig zu stärken und weiterzuentwickeln.

Aufgrund der aktuell in Sersheim bestehenden Angebotslücke in der Nahversorgung, ist v. a. der Drogeriewarenbereich näher zu betrachten. Derzeit wird das Angebot nur über die Randsortimente der örtlichen Lebensmittelmärkte abgedeckt. Diese Märkte bieten jedoch nur einen Ausschnitt des Drogeriewarensegments an, das normalerweise in einem Drogeriefachmarkt vorgehalten wird. Ein umfassendes und einer modernen Grundversorgung angemessenes Drogeriewarenangebot, wie es ein Fachmarkt bietet, ist in Sersheim nicht vorhanden. Die nächstgelegenen relevanten Drogeriemarktstandorte sind in Vaihingen a. d. Enz (dm-Drogeriefachmarkt) und in Sachsenheim (Rossmann-Drogeriefachmarkt). Das Fehlen eines Drogeriemarktes in Sersheim führt daher zu deutlichen Kaufkraftabflüssen an Standorte außerhalb der Kommune. Fahrdistanzen zu nächsten Versorgungsangeboten im Drogeriewarenbereich sind nur mit Pkw zu bewältigen. Die angestrebten Verkaufsflächengrößen der konventionellen Drogeriefachmärkte bewegen sich in einer Verkaufsflächenspanne zwischen 600 - 800 m². Insgesamt ergeben sich für die Gemeinde Sersheim folgende Weiterentwicklungsmöglichkeiten:

(1) Erweiterung (und Verlagerung) Penny-Markt

(2) Neuansiedlung Drogeriefachmarkt

VII Verträglichkeitsprüfung Standort Vaihinger Straße

DAS PLANVORHABEN STANDORT VAIHINGER STRASSE

In den vorangegangenen Kapiteln konnte herausgearbeitet werden, dass für die Gemeinde Sersheim noch ein (begrenztes) Potenzial zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur besteht. Seitens eines Getränkemarkt-Betreibers besteht das Interesse, seinen Betrieb von der Industriestraße auf den Untersuchungsstandort an der Vaihinger Straße zu verlagern. Am bisherigen Standort besteht für den knapp 400 m² großen Betrieb keine Entwicklungsmöglichkeit. Auf der neuen Fläche plant dieser eine Größe von knapp 800 m² Verkaufsfläche.

Darüber hinaus wurden im Rahmen der Untersuchung zwei zentrale Entwicklungsperspektiven für die Nahversorgung in Sersheim identifiziert: Zum einen besteht Potenzial in der Modernisierung des bestehenden Penny-Marktes, zum anderen in der Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes. Auf dieser Grundlage werden zwei alternative Entwicklungsvarianten geprüft:

- **Variante 1:** Verlagerung Getränkefachmarkt und Penny-Markt (inkl. Erweiterung beider Betriebe).
- **Variante 2:** Verlagerung Getränkefachmarkt und Neuansiedlung Drogeriefachmarkt (inkl. Erweiterung Getränkefachmarkt).

Für diese beiden Szenarien, welche zusammen betrachtet den Schwellenwert der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche deutlich überschreiten, sind die raumordnerischen Vorgaben des Regionalplans zu prüfen. Diese Prüfung bezieht sich auf den potenziellen Standort am westlichen Ortseingang an der Vaihinger Straße (vgl. Karte).



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @MicrosoftNokia

VORGABEN DER LANDES- UND REGIONALPLANUNG

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:[1]

1. Einkaufszentren,

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."

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

- Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.[2]
- Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Zusätzlich sind die Regelungen des Regionalplans des Verbandes Region Stuttgart zu beachten. Diese werden folgenden im Detail geprüft.

In der **Teiländerung des Regionalplanes der Region Stuttgart** (Juli 2009) werden weitere Vorgaben für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten festgelegt:

2.4.3.2.2 (Z) (1) Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² (Einzelhandelsgroßprojekte), sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig.

(2) Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. Hersteller-Direktverkaufszentren / Fabrikverkaufszentren sind als Einkaufszentren zu behandeln und nur im Oberzentrum vorzusehen. Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über einen Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.

(3) Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen dabei nicht beeinträchtigt werden.

[1] Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.
[2] Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

VORGABEN DER LANDES- UND REGIONALPLANUNG

(4) Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Für die vorgenannten Einzelhandelsgroßprojekte gelten die Plansätze 2.4.3.2.3 bis 2.4.3.2.5 nicht. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst; sonstige Waren dürfen nur als Nebensortiment auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden.

(5) Überörtlich wirksame Veranstaltungszentren sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind ebenfalls nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig. Der Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen ist auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches abzustimmen.

2.4.3.2.3 (Z) *(1) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebietsscharf festgelegten Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.*

(2) Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).

2.4.3.2.4 (Z) *(1) Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS. 2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.*

(2) Von der Zuordnung zu diesen Vorranggebieten kann für Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte dann abgewichen werden, wenn innerhalb der in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte, wegen nicht ausreichender Flächengröße, nicht herstellbarer ausreichender Verkehrserschließung oder zwingender Inanspruchnahme potenzieller Flächen für andere Nutzungen, keine Standortmöglichkeiten gegeben sind.

(3) Soweit für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte von einer Zuordnung zu den Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte abgesehen werden soll, sind zentrenrelevante Randsortimente auf höchstens 3 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 350 m² Verkaufsfläche zu beschränken.

2.4.3.2.5 (G) *(1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raumordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.*

(2) Als Ergänzungsstandort kann alternativ jeweils auch ein anderer Standort dann in Frage kommen, wenn die Vorgaben der Plansätze 2.4.3.2.2, 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 im Übrigen eingehalten werden. Dies ist im Einzelfall konkret zu prüfen und entsprechend nachzuweisen.

VORGABEN DER LANDES- UND REGIONALPLANUNG

2.4.3.2.6 (G) *(1) Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2 sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr direkt angebunden sind.*

(2) Einrichtungen, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder ihres zu erwartenden Besucheraufkommens besonders große Bedeutung entfalten können - insbesondere bei Verkaufsflächen über 25.000 m² oder Veranstaltungszentren mit mehr als 5.000 Besucherplätzen –, sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.

2.4.3.2.7 (V) *Es wird vorgeschlagen, dass zur Ordnung und Entwicklung von Standorten für Einzelhandelsgroßprojekte und überörtlich wirksame Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2, von den Kommunen umfassende, die ganze Gemeinde sowie das Umland einbeziehende Entwicklungskonzepte erarbeitet und mit den betroffenen Trägern öffentlicher Belange abgestimmt werden.*

2.4.3.2.8 (Z) *(1) Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Ortskernen aller Gemeinden zulässig. Wird ein Bauleitplan aufgestellt oder geändert, dessen Geltungsbereich den Ortskern ganz oder teilweise erfasst, so darf die hiernach zulässige Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben keine schädlichen, überörtlichen Wirkungen entfalten, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne. Ansonsten gelten für Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben die Plansätze 2.4.3.2.2 (Z) bis 2.4.3.2.6 (Z) entsprechend.*

(2) Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entsteht, wenn räumlich na-he beieinander liegend mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden, zu einem bestehenden Einzelhandelsbetrieb ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden, so dass die Summe der Verkaufsflächen der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe größer als 800 m² ist. Räumlich nahe beieinander liegen Einzelhandelsbetriebe, wenn die Luftlinie zwischen den Gebäudezugängen nicht länger als 150 m ist.“

Da in beiden möglichen Entwicklungsvarianten die eingangs genannten Betriebe in engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zueinander stehen, ist der Standort als Einzelhandelsagglomeration gemäß Regionalplan Stuttgart 2009 2.4.3.2.8 (Z) zu bewerten. In der Summe überschreitet das Gesamtvorhaben die Grenze der Großflächigkeit (1.200 m² BGF bzw. 800 m² VK).

DER PLANSTANDORT VAIHINGER STRASSE

Lage: Lage im Westen der Gemeinde Sersheim, nördlich an die Vaihinger Straße angrenzend.

Grundstück: unbebautes ebenerdiges und großzügig dimensioniertes Grundstück (landwirtschaftliche Ackerfläche). Hohe Flächenverfügbarkeit von rd. 8.000 – 9.000 m² am Planstandort gegeben.

Erreichbarkeit & Erschließung PKW: sehr gute Erreichbarkeit mit dem PKW über die Vaihinger Straße. Kreisverkehr im unmittelbaren Standortumfeld vorhanden (westliches Standortumfeld). Aus Richtung Norden ist der Standort über die Jahnstraße verkehrlich erschlossen.

Erreichbarkeit ÖPNV: Anbindung an den ÖPNV durch Bushaltestelle „Industriestraße“ unmittelbar südlich an den Standort angrenzend.

Erreichbarkeit Fußgänger: sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den nördlich, östlich und südlich unmittelbar angrenzenden Wohngebieten.

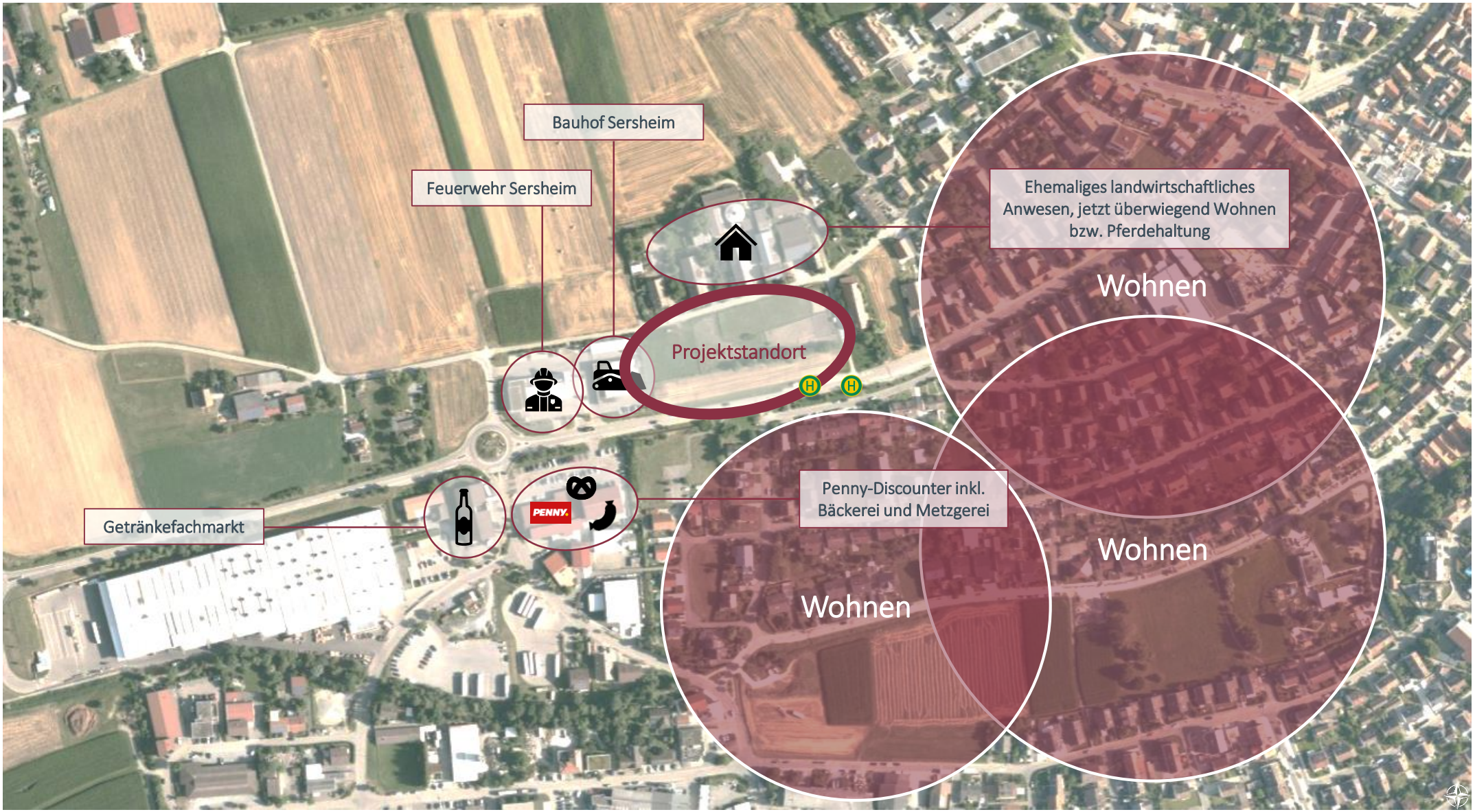
Exposition & Sichtbarkeit: sehr gute Sichtbarkeit von der Vaihinger Straße (Ortsdurchfahrt).

Umfeldnutzungen: westlich begrenzt der Sersheimer Bauhof bzw. die Feuerwehr das Standortumfeld. Nördlich, östlich und südlich grenzt Wohnbebauung an den Standort.

Städtebauliche Lage: als städtebaulich integrierte Lage zu betrachten. Südlich und östlich besteht Wohnbebauung, jedoch erhebliche Distanz zur Ortsmitte.

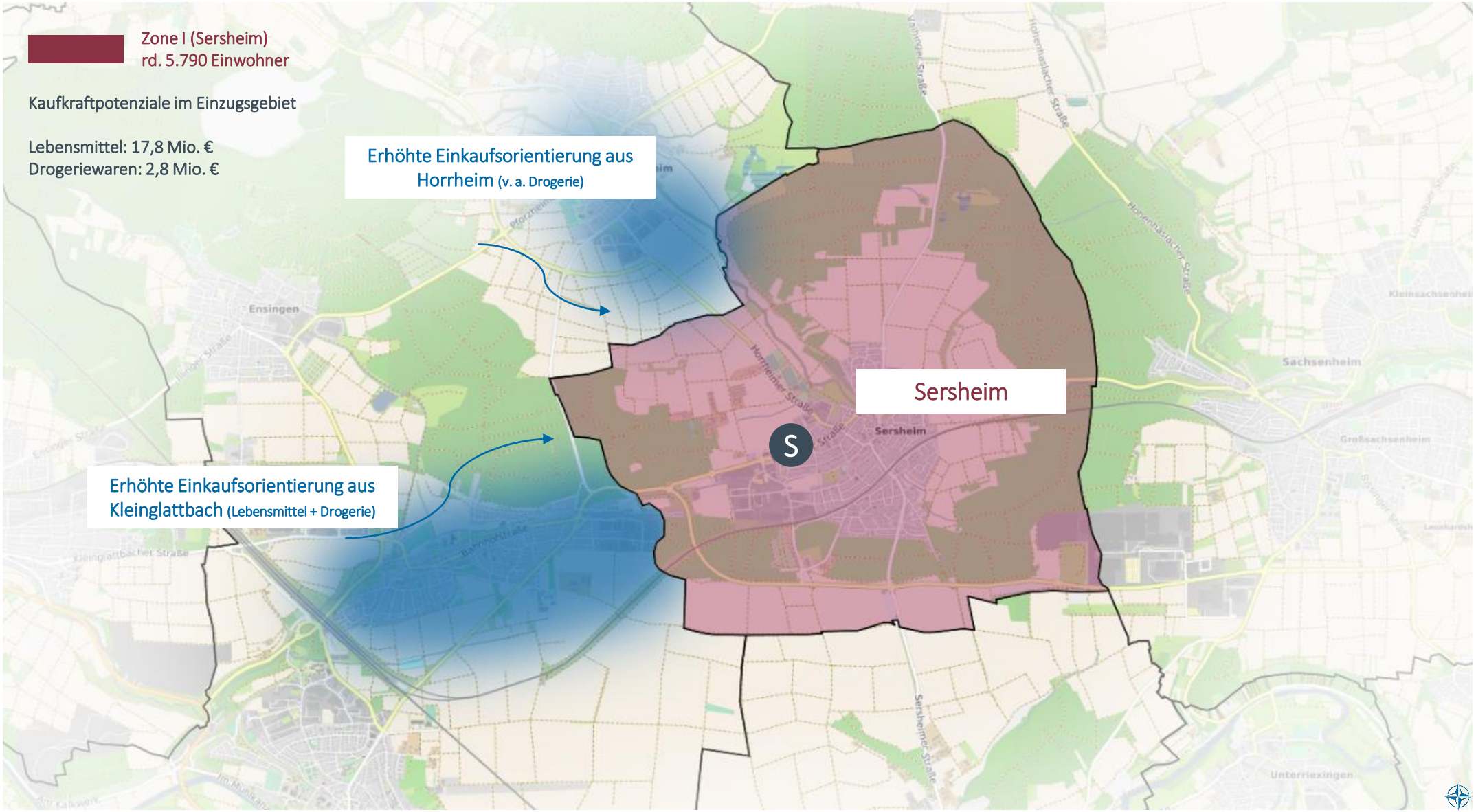
Zusammenfassung: der integrierte Standort zeichnet sich durch seine hervorragende verkehrliche Erreichbarkeit und Sichtbarkeit aus. Für Fußgänger sind lediglich die Wohngebiete nördlich der Vaihinger Straße gut angebunden. Bei Realisierung des Standortes ist daher die Querungshilfe an der Vaihinger Straße (in Höhe Bushaltestelle) in die Planung aufzunehmen.

DER PLANSTANDORT VAIHINGER STRASSE



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @MicrosoftNokia

EINZUGSGEBIET



Quelle: GMA Bearbeitung 2025 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @MicrosoftNokia

EINZUGSGEBIET

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Gesamtvorhaben kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Vorhabenstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet kann darüber hinaus ggf. nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Filialnetz des Betreibers
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Sersheim und den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Sersheim und der Region.

Unter Berücksichtigung der o. a. Kriterien lässt sich für den Gesamtstandort (Getränkefachmarkt, Penny-Discounter oder Drogeriefachmarkt) ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches i. W. auf das Gemeindegebiet von Sersheim selbst begrenzt bleibt. Das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet umfasst insgesamt ca. 5.790 Einwohner.

Eine generelle Ausweitung des Einzugsgebietes ist aufgrund der spezifischen Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum nicht zu erwarten. Im Osten grenzt die Stadt Sachsenheim an, die über eine Vielzahl von Angeboten im Nahrungs- und Genussmittelbereich bzw. auch im Drogeriewarenbereich verfügt. Zudem grenzt im Westen die Stadt Vaihingen a. d. Enz an, die ebenfalls eine breite Angebotspalette im Lebensmittelbereich bzw. auch im Drogeriewarenbereich aufweist. Die umliegenden Nachbarkommunen (z. T. auch Stadtteile der Stadt Vaihingen a. d. Enz) wie Ensingen (Netto), Horrheim (Penny), Illingen (Penny, Lidl, Edeka, Netto) und Hohenhaslach (Edeka) verfügen über eigene, teils mit dem Vorhaben vergleichbare Angebote. Zudem orientieren sich die Bewohner dieser Ortschaften auch zu anderen, näher gelegenen oder attraktiveren Standorten.

Möglichen Kundenzuführeffekte von außerhalb des Einzugsgebietes (z. B. Pendler, Zufallskunden, gelegentliche Einkäufer aus angrenzenden Kommunen) werden auftreten, sich aber vergleichsweise auf einem niedrigen Niveau bewegen und im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „Streuumsätze“ berücksichtigt. Insbesondere ist davon auszugehen, dass v. a. Einwohner aus Kleinglattbach und Horrheim den Standort aufsuchen werden, falls zusätzlich zu dem Getränkemarkt ein Drogeriemarkt angesiedelt wird.

UMSATZPROGNOSE VARIANTE 1

Umsatzprognose Getränkefachmarkt mit rd. 800 m² Verkaufsfläche und Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche (gesamt 1.800 m² Verkaufsfläche)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Markt-anteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-herkunft in %
Sersheim (Penny-Discounter und Getränkefachmarkt)	17,8	20	3,6	0,5	4,1	78
Streuumsätze (v.a. aus Kleinglattbach, teilweise Horrheim)			1,0	0,2	1,2	22
Insgesamt			**4,6**	**0,7**	**5,3**	**100**

Quelle: GMA Berechnung 2025

- Für einen erweiterten Lebensmittelmarkt von ca. 1.000 m² VK und einen Getränkefachmarkt von rd. 800 m² lässt sich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 5,3 Mio. € (3,8 Mio. €. Penny-Markt und 1,5 Mio. € Getränkefachmarkt) ermitteln.
- Hinsichtlich der Umsatzherkunft stammen ca. 78 % des Umsatzes aus Sersheim selbst. Ca. 22 % des Umsatzes entfallen auf Streuumsätze (Pendlern und Zufallskunden).
- Da insbesondere der Stadtteil Kleinglattbach der Stadt Vaihingen an der Enz über kein eigenes Angebot im Discountbereich verfügt und zugleich eine gute verkehrliche Anbindung an den Vorhabenstandort in Sersheim aufweist, ist von einer verstärkten Einkaufsorientierung der Einwohner Kleinglattbachs in Richtung des Untersuchungsstandortes auszu-gehen. Auch aus Horrheim ist mit einem gewissen Umfang von Kaufkrafttzuflüssen zu rechnen (z. B. Berufspendler Richtung Sachsenheim und Bietigheim-Bissingen). Da in Horrheim ebenfalls bereits ein Penny-Markt angesiedelt ist, fallen diese Zuflüsse aber eher gering aus.
- Zu berücksichtigen ist, dass sowohl der Getränkefachmarkt als auch der Penny-Markt seit vielen Jahren am Standort Industriestraße ansässig sind. Derzeit erwirtschaften die Märkte auf einer Bestandsverkaufsfläche von zusammen ca. 1.100 m² eine Gesamtumsatzleistung 4,0 Mio. €. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Nach Abzug des Bestandsumsatzes von dem o. g. Prognoseumsatz verbleibt ein zusätzlicher Umsatz von ca. 1,3 Mio. €.

Umsatzzuwachs aus Erweiterungsvorhaben

Anbieter	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatz Planung in Mio. €	Zuwachs in Mio. €
Getränkefachmarkt	1,0	1,5	0,5
Penny-Discounter	3,0	3,8	0,8
Gesamt	4,0	5,3	1,3

Quelle: GMA Berechnung 2025

UMSATZPROGNOSE VARIANTE 2

Umsatzprognose Drogeriefachmarkt mit rd. 800 m² Verkaufsfläche

Zonen	Kaufkraft Drogerie in Mio. €	Markt-anteil Drogerie in %	Umsatz Drogerie in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-herkunft in %
Sersheim (Drogeriefachmarkt)	2,8	45	1,3	0,2	1,5	60
Streuumsätze (v.a. aus Kleinglattbach und Horrheim)			0,9	0,1	1,0	40
Insgesamt			**2,2**	**0,3**	**2,5**	**100**

Quelle: GMA Berechnung 2025

- Geht man für Sersheim davon aus, dass ein maximaler Marktanteil von 45 % erreichbar wäre, errechnet sich für den Drogeriefachmarkt ein Umsatz von ca. 2,5 Mio. €. Hiervon entfallen ca. 2,2 Mio. € auf Drogeriewaren i. e. S. und 0,3 Mio. € auf Randsortimente.
- Damit ist die wirtschaftliche Attraktivität des Standorts aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation eingeschränkt. Aus diesem Grund ist nicht davon auszugehen, dass am Standort Sersheim besonders hohe Umsatzpotenziale generiert werden können.
- Hinsichtlich der Umsatzherkunft stammen rd. 60 % des Umsatzes aus Sersheim selbst. Aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung sowie der räumlichen Nähe des Vorhabenstandorts zu Kleinglattbach und Horrheim, die selbst keine eigenen Drogeriemärkte anbieten, entfallen rd. 40 % des Umsatzes auf Kunden aus dem Umland.
- Die eingeplante Verkaufsfläche von 800 m² erscheint für den Standort Sersheim aufgrund der Umsatzherkunft (nur 60 % des Umsatzes aus Sersheim) überdimensioniert. Dies deutet darauf hin, dass die Einwohnerpotenziale für eine Verkaufsfläche dieser Größe nicht ausreichen. Zudem ist die geplante Flächengröße aus raumordnerischer Sicht und im Hinblick auf die entsprechenden Vorgaben nicht umsetzbar. Eine Reduzierung der Verkaufsfläche auf ca. 600 m² wird daher erforderlich sein, um die regionalplanerischen Vorgaben zu erfüllen (vgl. Ausführungen zum Kongruenzgebot, S. 43). Auf der folgenden Seite wird die Berechnung mit einer reduzierten Größe (600m² Verkaufsfläche) nochmals dargestellt.

Umsatzzuwachs aus Erweiterungsvorhaben

Anbieter	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatz Planung in Mio. €	Zuwachs in Mio. €
Getränkefachmarkt	1,0	1,5	0,5
Drogeriemarkt	-	2,5	2,5
Gesamt	1,0	4,0	3,0

Quelle: GMA Berechnung 2025

UMSATZPROGNOSE VARIANTE 2 IN REDUZIERTER FORM (600 QM VERKAUFSFLÄCHE)

Umsatzprognose Drogeriefachmarkt mit rd. 600 m² Verkaufsfläche

Zonen	Kaufkraft Drogerie in Mio. €	Markt-anteil Drogerie in %	Umsatz Drogerie in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-herkunft in %
Sersheim (Drogeriefachmarkt)	2,8	45	1,3	0,2	1,5	70
Streuumsätze (v.a. aus Kleinglattbach und Horrheim)			0,6	0,1	0,7	30
Insgesamt			**1,9**	**0,3**	**2,2**	**100**

Quelle: GMA Berechnung 2025; ggf. Rundungsdifferenzen

- Geht man davon aus, dass sich die Attraktivität des Standortes mindert, wenn das Vorhaben verkleinert wird, reduzieren sich v. a. die Zuflüsse aus dem Umland, da auf größere und attraktivere Standorte wie Vaihingen, Bietigheim-Bissingen oder Sachsenheim ausgewichen wird.
- Um eine signifikante Reduzierung der Zuflüsse aus dem Umland zu erreichen, ist eine Verkleinerung auf 600 m² Verkaufsfläche erforderlich.
- Hinsichtlich der Umsatzherkunft stammen dann rd. 70 % des Umsatzes aus Sersheim selbst. Aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung sowie der räumlichen Nähe des Vorhabenstandorts zu Kleinglattbach und Horrheim, die selbst keine eigenen Drogeriemärkte anbieten, entfallen dennoch rund 30 % des Umsatzes auf Kunden auf das Umland.

Umsatzzuwachs aus Erweiterungsvorhaben

Anbieter	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatz Planung in Mio. €	Zuwachs in Mio. €
Getränkefachmarkt	1,0	1,5	0,5
Drogeriemarkt	-	2,2	2,2
Gesamt	1,0	3,7	2,7

Quelle: GMA Berechnung 2025

- Im Hinblick auf das Beeinträchtigungsverbot ergeben sich bei einer etwas niedrigeren Umsatzerwartung auch etwas geringere Umverteilungsquoten in den Nachbargemeinden. Aufgrund der Vielzahl der Wettbewerber im Umland (Vaihingen, Sachsenheim, Bietigheim-Bissingen usw.) sind dies in der Einzelbetrachtung aber nur sehr geringe Veränderungen. Da das Beeinträchtigungsverbot auch bei 800 m² Verkaufsfläche für den Drogeriemarkt eingehalten wird, wird es bei einer Reduzierung auf 600 m² in jedem Fall auch eingehalten.

BEWERTUNG VON UMSATZUMVERTEILUNGEN

Der ermittelte Zusatzumsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten betreffen. Hierbei liegt der Fokus auf sog. „Systemwettbewerbern“, d. h. betriebstypengleiche oder betriebstypenähnliche Wettbewerber, die das zu untersuchende Sortiment ebenfalls im Kernsortiment führen. Dies sind im vorliegenden Fall hauptsächlich andere Lebensmittelmärkte (Discounter, Supermärkte) sowie Drogeriemärkte im Untersuchungsraum. Sonstige Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelfachgeschäfte z. B. Bäckereien, Metzgereien) sind in der Regel weniger stark bzw. nur in untergeordneter Form von Umsatzumlenkungen betroffen, da hier nur partielle Sortimentsüberschneidungen bestehen.

Mit zunehmender Distanz werden tendenziell geringere Wettbewerbswirkungen ausgelöst. Im Umkehrschluss sind die intensivsten Wettbewerbsbeziehungen mit relativ nahegelegenen und vom Besatz vergleichbaren Wettbewerbsstandorten zu erwarten. Negative Auswirkungen liegen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO vor, wenn die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung beeinträchtigt wird. Dies ist im Hinblick auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum zu prüfen. In einer Modellrechnung lassen sich die Auswirkungen auf die in Sersheim und dem Umland vorhandenen Betriebe bestimmen:

Prognose der Umsatzumlenkungen Planvorhaben Vaihinger Straße in Sersheim

Standorte	Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Szenario 1: Verlagerung und Erweiterung Getränkefachmarkt und Penny-Markt		
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Sersheim	0,2	4 - 5
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Kleinglattbach	0,1	1 - 2
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Horrheim	0,1	1 - 2
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Vaihingen a. d. Enz	0,6	1
Umsatzumverteilungen ggü. Anbitern in Sachsenheim	0,2	< 1
Umsatzumverteilung weiteres Umland (z. B. Bietigheim-Bissingen)	0,1	< 1
Summe	**1,3**	-
Szenario 2: Verlagerung und Erweiterung Getränkefachmarkt und Neuansiedlung Drogeriefachmarkt		
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Sersheim	0,1	2 - 3
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Kleinglattbach	> 0,1	< 1
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Horrheim	> 0,1	< 1
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Sachsenheim	0,5	< 1
Umsatzumverteilung ggü. Anbietern in Vaihingen a. d. Enz	2,0	2 - 3
Umsatzumverteilung weiteres Umland (z. B. Bietigheim-Bissingen)	0,4	< 1
Summe	**3,0**	-

Quelle: GMA Berechnung 2025

BEWERTUNG VON UMSATZUMVERTEILUNGEN

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende wettbewerbliche Wirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- Insgesamt werden durch die Vorhaben in Variante 1 rd. 1,3 Mio. € bzw. in Variante 2 rd. 3,0 Mio. € ggü. den Hauptwettbewerbern im Lebensmittelbereich und Drogeriewaren-segment umverteilungswirksam.

Variante I (Getränkefachmarkt und Penny-Markt)

- Die Umsatzumverteilungseffekte in Sersheim sind mit rund 4 - 5 % als gering einzustufen. Von Wettbewerbswirkungen ist primär der CAP-Lebensmittelmarkt betroffen. Aufgrund der Leistungsfähigkeit dieses Marktes werden diese Effekte jedoch nicht zu einer Betriebsschließung und damit zu versorgungsstrukturellen Rückwirkungen führen. Ebenso können negative städtebauliche Auswirkungen auf den Ortskern von Sersheim ausgeschlossen werden
- Die Stadtteile von Vaihingen an der Enz, Horrheim (Penny-Discounter) und Kleinglattbach (Edeka-Markt), sind ebenfalls als relevante Wettbewerbsstandorte zu nennen. Hier liegen die Umsatzumverteilungseffekte unter 1 %, wodurch negative städtebauliche oder betriebsgefährdende Auswirkungen auf einzelbetrieblicher Ebene ausgeschlossen werden können.
- Als weiterer wichtiger Hauptwettbewerbsstandort im näheren Umfeld ist die Stadt Vaihingen an der Enz zu benennen. Dort befinden sich zahlreiche Discounter und Vollsortimenter (Lidl, Aldi, Netto sowie zwei Rewe-Märkte). Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte erreichen hier eine Größenordnung von etwa maximal 1–2 %. Aufgrund der starken Marktstellung und Leistungsfähigkeit der dortigen Anbieter sind auch hier keine Betriebsschließungen oder strukturellen Rückwirkungen zu erwarten.
- Im weiteren Untersuchungsraum, beispielsweise in Sachsenheim, ist nur ein geringer Anteil des Umsatzes betroffen, da die Umsatzumverteilungseffekte auf einzelbetrieblicher Ebene sehr gering (unter 1 %) bleiben. Betriebsgefährdende Auswirkungen auf einzelbetrieblicher Ebene können auch hier ausgeschlossen

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Variante I (Verlagerung Getränkemarkt und Penny-Markt) zu keinen negativen Beeinträchtigungen in Sersheim und den Umlandkommunen führen würde.

BEWERTUNG VON UMSATZUMVERTEILUNGEN

Variante II (Getränkefachmarkt und Drogeriefachmarkt)

- Die Umsatzumverteilungseffekte in Sersheim sind mit rund 2 - 3 % als eher gering einzustufen. Von Wettbewerbswirkungen sind fast ausschließlich die beiden Lebensmittelmärkte Penny und CAP betroffen. Beide Märkte führen Drogeriewaren nur als Randsortiment, d. h. der Umsatzschwerpunkt der Märkte liegt im Lebensmittelbereich. Vor dem Hintergrund der geringen Umverteilungsquote sind die Umsatzumverteilungseffekte ggü. den Anbietern in Sersheim als marginale Wirkungen zu betrachten. Betriebsaufgaben in der direkten Folge des Ansiedlungsvorhaben sind daher auszuschließen. Schädliche städtebauliche Effekte auf das Ortszentrum können ebenfalls ausgeschlossen werden, da hier keine relevanten Wettbewerber vorhanden sind. Vielmehr wäre der Drogeriemarkt eine sinnvolle Ergänzung.
- Ein großer Teil des am Projektstandort generierten Umsatzes wird außerhalb des Einzugsgebietes umverteilungswirksam werden. In den benachbarten Städten Vaihingen a. d. Enz und Sachsenheim sind als Hauptwettbewerber der dm-Drogeriefachmarkt und der Rossmann-Drogeriefachmarkt zu nennen. Ggü. den in Vaihingen a. d. Enz etablierten Anbietern errechnet sich eine Umverteilungsquote 2 - 3 %. In Sachsenheim bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte auf einem ebenfalls geringen Niveau unter 1 %. Auch ggü. den Lebensmittelmärkten, die ebenfalls Drogeriewaren als Randsortiment führen, liegt die Umsatzumverteilungsquote durch das Ansiedlungsvorhaben in einem so niedrigen Bereich, dass sie auf einzelbetrieblicher Ebene mit den Methoden der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar sind. Insgesamt ist festzustellen, dass die 10 %-Schwelle, ab dem mit städtebaulichen schädlichen Auswirkungen (=Betriebsschließungen) zu rechnen ist, in Vaihingen a. d. Enz und Sachsenheim deutlich unterschritten wird. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass es sich nicht um einen Kaufkraftabzug von Vaihingen a. d. Enz und Sachsenheim handelt. Vielmehr wird die bisher aufgrund des fehlenden Angebotes in Sersheim abfließenden Kaufkraft wieder zurück nach Sersheim geholt und dort gebunden.
- Die Stadtteile von Vaihingen an der Enz, Horrheim (Penny-Discounter) und Kleinglattbach (Edeka-Markt) sind ebenfalls als relevante Wettbewerbsstandorte zu nennen. Hier liegen die Umsatzumverteilungseffekte unter 1 %, wodurch negative städtebauliche oder betriebsgefährdende Auswirkungen auf einzelbetrieblicher Ebene ausgeschlossen werden können.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen sowohl im Lebensmittel- als auch Drogeriewarenbereich führen werden. Die Vorhaben dienen in erster Linie der Sicherung der Grundversorgung in Sersheim. Die dargestellten Umsatzumverteilungswirkungen werden in keinem Fall ein kritisches Niveau (10 % und darüber) erreichen. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsgebiet sowie außerhalb des Einzugsgebiet sind damit nicht zu erwarten.

RAUMORDNERISCHE BEWERTUNG I. S. DES REGIONALPLANS REGION STUTTGART

Konzentrationsgebot - Ziel 3.3.7 LEP Baden-Württemberg

„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 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.“

Der Gemeinde Sersheim ist keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Entsprechend ist das Vorhaben nur dann umsetzbar, wenn dies nach raumstrukturellen Gegebenheiten für eine Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder Standort in einem Verdichtungsraum liegt und mit Siedlungsbereichen benachbarter zentraler Orte zusammengewachsen ist. Hier bleibt zunächst festzuhalten das Sersheim nicht mit den Siedlungsbereichen benachbarter zentraler Orte zusammengewachsen ist.

Der Penny-Markt übernimmt jedoch seit vielen Jahren als einziger Discounter eine zentrale Rolle in der Nahversorgung für die etwa 5.790 Einwohner von Sersheim. Die Modernisierung durch Verlagerung und Neubau dient dazu, die Wettbewerbsfähigkeit des Marktes langfristig zu sichern (unterdurchschnittliche Verkaufsfläche) und eine nachhaltige Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Zudem verfügt die Gemeinde Sersheim über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 225 m² VK je 1.000 EW). Die Zentralität im Lebensmittelbereich liegt bei 53 %, d. h. es fließt derzeit ein erheblicher Teil des örtlichen Kaufkraftpotenzials an Lebensmittelstandorte im Umland (v. a. Vaihingen a. d. Enz) ab.

Orientiert man sich an den Umlandgemeinden als Richtwert für eine angemessene Versorgung im Lebensmittelbereich, fügt sich die Erweiterung von Penny um +300 m² Verkaufsfläche und die Erweiterung des Getränkemarkts um +400 m² eher gut in die Versorgungsstrukturen ein.

Das Vorhaben dient in erster Linie zur Sicherung der Grundversorgung in Sersheim. Beide Märkte (Penny und Getränkemarkt) müssen modernisiert werden, um langfristig in Sersheim gehalten werden zu können.

Drogeriewaren werden in Sersheim nur über die örtlichen Lebensmittelmärkte Penny und CAP abgedeckt, welche Drogeriewaren jedoch nur als Randsortiment führen. Ein zusätzlicher Drogeriemarkt trägt daher dazu bei die vorhandene Lücke im Drogeriewarensegment in Sersheim zu schließen und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Sersheim deutlich zu verbessern. Die geplante Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist daher als geeignete Maßnahme zur Verbesserung der Grundversorgung in Sersheim einzuordnen. Das Konzentrationsgebot wird in vorliegendem Fall eingehalten, dies gilt für beide Szenarien (Verlagerung Getränkemarkt und Penny sowie Neuansiedlung Drogeriemarkt).

RAUMORDNERISCHE BEWERTUNG I. S. DES REGIONALPLANS REGION STUTTGART

Integrationsgebot - Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg

„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden [...]“

Der Standort wird in zwei Himmelsrichtungen durch Wohnnutzungen begrenzt und ist daher als integrierte städtebauliche Lage einzuordnen. Das Integrationsgebot wird am Standort Vaihinger Straße eingehalten.

Kongruenzgebot – Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das sog. Konzentrationsgebot zu beachten. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass deren Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP BW Ziel 3.3.7 und 3.3.7.1). Im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wird ein Schwellenwert von mind. 70 % des Umsatzes aus der Standortkommune bzw. dem Verflechtungsbereich benannt.

Der Lebensmittelmarkt wird auch in erweiterter Form in erster Linie der Versorgung der Gemeinde Sersheims dienen. Das Einzugsgebiet erstreckt sich aller Voraussicht nach primär auf die Gemeinde Sersheim selbst, darüber hinaus ist nur mit einem Streukundenanteil (v. a. Beschäftige im benachbarten Gewerbegebiet) zur rechnen. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird aber nicht erschlossen. Die Möglichkeit zur Erschließung eines überörtlichen Einzugsgebietes wird dabei in erster Linie durch die Wettbewerbsstrukturen im Umland begrenzt. Hier sind flächendeckend zeitgemäße Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden (u. a. Vaihingen a. d. Enz, Sachsenheim). Auch eine Erweiterung um 300 m² Verkaufsfläche wird an dem bisherigen Einzugsgebiet nichts wesentliches verändern.

Hinsichtlich der Umsatzherkunft des Drogeriemarktes stammen rd. 60 % des Umsatzes aus Sersheim, sofern man eine Verkaufsfläche von 800 m² unterstellt. Aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung sowie der räumlichen Nähe des Vorhabenstandorts zu Kleinglattbach und Horrheim, die selbst keine eigenen Drogeriemärkte anbieten, entfallen rd. 40 % des Umsatzes auf Nachbargemeinden. Eine Reduzierung der Verkaufsfläche auf ca. 600 m² wird daher erforderlich werden um das Kongruenzgebot einzuhalten.

Das Kongruenzgebot wird zumindest für den Lebensmittelmarkt eingehalten. Um die raumordnerischen Vorgaben zu erfüllen ist eine Reduzierung der Verkaufsfläche des Drogeriemarktes auf rd. 600 m² notwendig (vgl. ergänzende Berechnungen S.40).

RAUMORDNERISCHE BEWERTUNG I. S. DES REGIONALPLANS REGION STUTTGART

Beeinträchtigungsverbot – Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg

„Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden."

Die vorliegende Untersuchung hat ergeben, dass in Sersheim nachweislich ein Entwicklungspotenzial im Lebensmittel- als auch Drogeriewarensegment besteht. Der überwiegende Teil der Auswirkungen wird als Kaufkraftrückholung gegenüber den Umlandkommunen (v. a. Vaihingen a. d. Enz, Sachsenheim) wirksam werden, die aktuell von Kundenzuflüssen aus Sersheim profitieren. Sofern sich die Größe des Lebensmittel- und des Drogeriemarktes in die Entwicklungspotenziale der Gemeinde Sersheim einfügt (ca. 1.000 m² VK, bzw. 600 m² VK) ist nicht mit städtebaulichen Auswirkungen oder Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen in den Umlandkommunen zu rechnen. Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.



GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

GMA Forschen. Beraten. Umsetzen.

Auftragnehmer: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Tel.: 07141 9360-0
Mail: info@gma.biz

GEMEINDE SERSHEIM

Auftraggeber: Gemeinde Sersheim
Schloßstraße 21
74372 Sersheim