



# Auswirkungsanalyse zur Entwicklung des Standortes „Neue Nördlinger Straße 16“ in der Stadt Bopfingen

AUFTRAGGEBER: Norma Lebensmittelbetrieb Stiftung & Co. KG,  
Dettingen

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, den 18.06.2025

**GMA**  
Forschen. Beraten. Umsetzen.

## 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.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf die genderkonforme Schriftform. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Titelfoto: GMA



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

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10  
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
<b>I. Grundlagen</b>	<b>5</b>
1. Ausgangslage	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Definitionen und Marktentwicklung	7
3.1 Lebensmitteleinzelhandel	7
3.2 Textilfachmarkt	9
3.3 Zoofachmarkt / Tierfutterfachmärkte	10
<b>II. Konzentrationsgebot</b>	<b>11</b>
1. Makrostandort Bopfingen	11
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	13
<b>III. Integrationsgebot</b>	<b>14</b>
1. Mikrostandort „Neue Nördlinger Straße 16“	14
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	17
3. Bewertung des Integrationsgebotes	17
<b>IV. Kongruenzgebot</b>	<b>19</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
3. Umsatzprognose	22
3.1 Norma-Lebensmitteldiscounter	22
3.2 Umsatzprognose Fachmärkte	23
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	24
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
<b>V. Beeinträchtigungsverbot</b>	<b>25</b>
1. Projektrelevante Angebots- bzw. Wettbewerbssituation	25
1.1 Angebotssituation in Bopfingen	25
1.2 Angebotssituation in den Umlandkommunen	27
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	31

2.1	Methodik	31
2.2	Umsatzumlenkungen	31
2.2.1	Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen von Norma	31
2.2.2	Geplante Fachmärkte	34
3.	Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	36
4.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	37
VI.	Agglomerationsregelung	38
VII.	Zusammenfassung	39

## I. Grundlagen

### 1. Ausgangslage

In der Stadt Bopfingen ist im Bereich der „Neuen Nördlinger Straße 16“ die Nachnutzung der ehemaligen Schieber Werkstätten durch eine handelsbezogene Neubebauung mit dem Schwerpunkt der Nahversorgung geplant. Folgende Nutzungen sind dabei vorgesehen:

- /// Verlagerung und Erweiterung des bisher am Standort Wettegasse befindlichen Lebensmitteldiscounters der Fa. Norma von rund 500 m<sup>2</sup> auf rd. 1.100 m<sup>2</sup> VK (zzgl. Bäckerei<sup>1</sup>)
- /// Verlagerung des bisher in der Hauptstraße 28 (ca. 390 m<sup>2</sup> VK) befindlichen NKD-Textilfachmarktes mit ca. 290 m<sup>2</sup> VK
- /// Neuansiedlung eines Tierfutterfachmarktes der Fa. Fressnapf auf 300 m<sup>2</sup> VK

Für den Altstandort von Norma ist aufgrund der geringen Verkaufsfläche nicht von einer Nachnutzung durch einen klassischen Lebensmittelmarkt auszugehen. Folglich handelt es sich bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine Verlagerung / Erweiterung eines bereits in Bopfingen bestehenden Lebensmittelmarktes.

In der vorgesehenen Dimensionierung ist der Norma-Markt als großflächiger Einzelhandelsbetrieb (> 800 m<sup>2</sup> VK) einzustufen. Zur Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen ist die Integration des Vorhabens in den in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan „Am Altersheim“ als „Sondergebietes“ vorgesehen. Für die Beurteilung der Zulässigkeit ist somit **§ 11 Abs. 3 BauNVO** anzuwenden.

Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, vor dem Hintergrund der Standortrahmenbedingungen in der Stadt Bopfingen sowie der örtlichen Nachfrage- und Angebotsituation zu prüfen, welche wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen das Vorhaben erwarten lässt. Dabei sind insbesondere Auswirkungen auf zentrale Versorgungsgebiete sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Bopfingen und im Umland darzulegen. Darüber hinaus sind die **Ziele der Landes- und Regionalplanung** zu berücksichtigen.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Beurteilung des Makrostandortes Bopfingen sowie Bewertung des Mikrostandortes Neue Nördlinger Straße 16
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Bopfingen und im Umland (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen sowie Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Untersuchungsraum

<sup>1</sup> Gesamtnutzfläche 103 m<sup>2</sup>, davon Thekenraum: 20 m<sup>2</sup> (Bewertung als Verkaufsfläche) sowie Gastraum 51 m<sup>2</sup> und weitere Nutzflächen 32 m<sup>2</sup>

- / Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Regionalplan des Regionalverbandes Ostwürttemberg (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Agglomerationsregelung).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Dezember 2024 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

## 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:<sup>2</sup>

- „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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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 des Bauplanungsrechts erfolgt die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch eine landes- und regionalplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten. Die Grundlage hierfür stellen die Ziele der Raumordnung und Landesplanung dar, die im Landesentwicklungsplan (LEP) Baden-Württemberg 2002 sowie im Regionalplan

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023

der Region Ostwürttemberg<sup>3</sup> dargelegt sind. Zentrale Bestandteile der Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind das Konzentrationsgebot, das Integrationsgebot, das Kongruenzgebot sowie das Beeinträchtigungsverbot.

### 3. Definitionen und Marktentwicklung

#### 3.1 Lebensmitteleinzelhandel

Bei Lebensmittelmärkten ist bezüglich der **Sortimente** zwischen dem Kernsortiment (= Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- / **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- / Als **„Nonfood“** sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.<sup>4</sup>

Die im Lebensmitteleinzelhandel im Untersuchungsraum vorzufindenden **Betriebstypen**<sup>5</sup> werden folgendermaßen definiert:

##### **Discounter:**

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche zwischen ca. 600 und 1.500 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment sowie wöchentlich wechselnde Aktionsangebote (v. a. Nonfood II und spezialisierte Lebensmittel) führt. Discounter führen eine konsequente Niedrigpreisstrategie, einen hohen Anteil an Eigenmarken und ein straffes, standardisiertes Sortiment, das durch Aktionswaren punktuell ergänzt wird.*

##### **Supermarkt:**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt; der Verkaufsflächenanteil für Nonfood II-Artikel ist gering. Supermärkte profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Mehrweg-Getränke, Convenience, individuelle Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache. Die Artikelzahl ist daher deutlich höher als bei Discountern.*

##### **LEH-Fachgeschäft:**

*Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.*

<sup>3</sup> Regionalplan 2035; Satzungsbeschluss am 17. Juli 2024 durch die Verbandsversammlung

<sup>4</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 413.

<sup>5</sup> GMA-Definitionen, auf Basis von Marktdaten und Begriffsbestimmungen des EHI Retail Institute (aus: handelsdaten aktuell 2024, Köln 2024, S. 408 f.).

**Kleines Lebensmittelgeschäft:**

*Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.*

Bezogen auf die Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel sind zusammenfassend folgende Aspekte festzuhalten:

- Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit Langem den größten Marktanteil ein (ca. 46,3 % im Jahr 2023, gemessen am Umsatz). Auf Supermärkte entfallen 31,4 %, auf Große Supermärkte ca. 10,7 %, auf SB-Warenhäuser ca. 9,3 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 2,3 %.<sup>6</sup>
- Hinsichtlich der **Artikelzahl** beschränken sich Discounter auf ein straffes Sortiment aus Artikeln, die häufig nachgefragt werden (sog. „Schnelldreher“). Im Durchschnitt bieten Discounter daher nur rd. 2.300 Artikel an, Supermärkte dagegen im Mittel rd. 14.900 Artikel, Große Supermärkte sogar rd. 25.000 Produkte. Jedoch sind Discounter wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte und Große Supermärkte) profilieren sich dagegen v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service und persönliche Kundenansprache.
- Der **Angebotsschwerpunkt** eines Lebensmitteldiscounters liegt bei nahversorgungsrelevanten Waren. Auch wenn Discounter auch signifikante Umsätze mit Nonfood-Randsortimenten und -Aktionswaren generieren, liegt ihr Umsatzschwerpunkt eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (bei Norma ca. 85 %, bei anderen Betreibern z. B. Aldi/Lid niedriger ca. 80 %). Bezüglich der Artikelzahlen an nahversorgungsrelevanten Waren (Food + Nonfood I) ergibt sich bei Discountern ein Anteil von ca. 88 %.
- Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Discounter mit ihrem gestrafften Angebot derzeit rd. 843 m<sup>2</sup> auf. Vollsortimenter benötigen dagegen wegen ihres tieferen Sortiments größere Flächen (Supermärkte durchschnittlich 1.126 m<sup>2</sup> VK, Große Supermärkte durchschnittlich ca. 3.333 m<sup>2</sup> VK).<sup>7</sup> Mittlerweile werden allerdings von den Discount-Betreibern Größen zwischen 1.000 und 1.500 m<sup>2</sup> VK als marktgerecht angestrebt. Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.

Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für den steigen Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik und eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben. Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine sukzessive Ausweitung der Sortimente mit sich gebracht. Wichtig für

<sup>6</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 76; GMA-Berechnungen.

<sup>7</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 77f.; GMA-Berechnungen.

den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preisbereichen (Marken und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (normal, Familien-, Singlegrößen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Speziallebensmittel).

### 3.2 Textilfachmarkt

Nach Angaben des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI) belief sich der Bruttumsatz im Einzelhandel mit **Bekleidung und Textilien** im Jahr 2023 auf rd. 67,4 Mrd. €. Seit 2013 verzeichnete der Einzelhandel in diesem Segment ein kontinuierliches Wachstum, welches für die letzte Dekade bei rd. 11 – 12 % lag.<sup>8</sup>

Die positive Entwicklung wurde dabei maßgeblich vom Versand- und Onlinehandel getrieben. So lag der Onlineanteil 2023 bei rund 42 % am Gesamtmarkt.<sup>9</sup> Im Zuge der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Geschäftsschließungen des stationären Einzelhandels verstärkte sich dieser Effekt umso mehr. Gegenüber 2019 konnte im Online-Handel bei Fashion & Accessoires ein Wachstum von rund 37 % verzeichnet werden.

Der Handel mit Textilwaren und Bekleidung nutzt im Bereich des Ladeneinzelhandels mehrere Vertriebschienen:

- /// Fachgeschäfte mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilkaufhäuser und Kaufhäuser mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilfachmärkte mit gemischtem Sortiment,
- /// Factory Outlet Center mit gemischtem Sortiment,
- /// Herstellerverkaufsstellen mit gemischtem Sortiment,
- /// Mehrbranchenunternehmen mit textilen Randsortimenten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmittel-discounter, Nonfood-Discounter).

Die **Leistungsfähigkeit** der unterschiedlichen Betriebstypen im stationären Handel kann anhand der sogenannten Flächenproduktivitäten eingeschätzt werden. So liegt die durchschnittliche Spanne der Flächenproduktivität bei Bekleidungsfachgeschäften (Damen-, Herren- und Kinderbekleidung) zwischen 3.000 und 3.800 € / m<sup>2</sup> VK p. a. Die Vergleichswerte für Textilkaufhäuser liegen bei 2.400 – 3.400 € / m<sup>2</sup> VK p. a. und für Fachmärkte zwischen 1.000 und 1.600 € / m<sup>2</sup> VK p. a.<sup>10</sup> Vor allem discountorientierte Anbieter haben in diesem Zusammenhang von einer gewachsenen Preissensibilität der Konsumenten profitiert. Die verstärkte Ausrichtung auf preiswerte Waren hat in Verbindung mit dem weitgehenden Verzicht auf Beratung aber auch dazu geführt, dass Textilfachmärkte von allen Vertriebskanälen die geringsten Flächenleistungen aufweisen. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den aufgeführten Werten um durchschnittliche Spannen handelt, die durch unterschiedliche Faktoren (Vertriebsstruktur, Marktstellung, Wettbewerbssituation) deutlichen Schwankungen unterliegen können. Jedoch macht sich auch im stationären Einzelhandel in allen Vertriebschienen des Bekleidungshandels der Onlinehandel ebenfalls bemerkbar. So geben die Flächenleistungen in der Tendenz nach.

<sup>8</sup> Quelle: Handelsdaten aktuell 2024, S. 129.

<sup>9</sup> Quelle: HDE Online-Monitor 2024.

<sup>10</sup> Quelle: Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, S. 21.

### 3.3 Zoofachmarkt / Tierfutterfachmärkte

**Zoofachmärkte** lassen sich als Märkte für den Vertrieb von Tiernahrung und Zubehör beschreiben. Diese verstehen sich als primär discountorientierte Fachmärkte, die eine durchschnittliche Artikelzahl von ca. 7.000 – 10.000 Artikel anbieten. Aufgrund der Artikelgrößen (größere Gebinde) werden für diese Fachmärkte bevorzugt autokundenorientierte Standortlagen gewählt.

Das **Sortiment** des Zoofachhandels umfasst üblicherweise Ausstattung, Zubehör und Futter für Heimtiere, also Hunde, Katzen, Kleinnagetiere, Ziervögel, Zierfische und exotische Kleintiere (z. B. Reptilien, Amphibien, Spinnen). Bei Zoofachmärkten bzw. in den Abteilungen in Bau- bzw. Gartencentern sind darüber hinaus zum Teil Lebewesen und Spezialprodukte wie z. B. Tiermöbel im Sortiment, weshalb die Unternehmen auch steigende Flächenansprüche für Präsentationsflächen in ihren Märkten haben (Aquarien, Kratzbäume, Ställe, Käfige etc.).

Als weiteres Kennzeichen des Sortimentsbereichs Heimtier und Zooartikel kann die starke Konzentration auf einige wenige Anbieter genannt werden. Zum einen stellt der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel die Hauptvertriebslinie im Bereich Futtermittel dar. Daneben ist das Fachmarktsegment auf einige wenige Anbieter wie z. B. Fressnapf, Zoo & Co., Futterhaus und Kölle Zoo konzentriert, welche überwiegend im Franchisesystem operieren und mit preisaggressiven Fachmärkten diesen Absatzkanal dominieren. Darüber hinaus profilieren sich zum Teil auch Baumärkte und Gartencenter als Betreiber größerer Fachabteilungen mit Sortimenten des zoologischen Bedarfs.

Der **Markt für Heimtierbedarf** ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Im Jahr 2024 lebten rd. 33,9 Mio. Heimtiere in Deutschland (ohne Zierfische und Terrarientiere). In etwa 44 % aller Haushalte in Deutschland werden Tiere gehalten.<sup>11</sup>

Der **Gesamtumsatz** in diesem Marktsegment betrug im **Jahr 2022 rd. 7,03 Mrd. €**. Der Großteil dieses Umsatzes wurde im stationären Handel (ca. 5,4 Mrd. €) umgesetzt: Hier entfielen ca. 4,26 Mrd. € auf Heimtier-Fertignahrung und ca. 1,11 Mrd. € auf Heimtier-Bedarfsartikel und Zubehör. Der Umsatz für Wildvogelfutter ist leicht zurückgegangen und betrug im Jahr 2024 ca. 0,145 Mrd. €. Der Online-Handel gewinnt auch für Heimtierprodukte zunehmend an Bedeutung. Das Umsatzvolumen betrug hier im Jahr 2024 rd. 1,50 Mrd. €.

Je nach Sortiment bevorzugen die Kunden unterschiedliche Vertriebswege. So wurde im Jahr 2024 im Sortiment Fertignahrung der Großteil der Umsätze (ca. 65 %) im Lebensmitteleinzelhandel sowie in Drogeriemärkten erzielt. Demgegenüber wurden Bedarfsartikel und Zubehör für Heimtiere bevorzugt im Fachhandel bezogen. Unter Fachhandel fallen hier sämtlicher Zoofachhandel, Fachmärkte, Landhandel, Fachabteilungen in Gartencentern, Baumärkten, etc. Hier wurden 77 % aller Umsätze dieses Segments erwirtschaftet<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Quelle: Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) e.V., Zentralverband zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF): Der deutsche Heimtiermarkt 2024 – Struktur & Umsatzdaten.

<sup>12</sup> Quelle: Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) e.V., Zentralverband zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (ZZF): Der deutsche Heimtiermarkt 2024 – Struktur & Umsatzdaten.

## II. Konzentrationsgebot

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Bopfingen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

### 1. Makrostandort Bopfingen

Zur Bewertung des Vorhabens sind folgende Rahmenbedingungen für den Makrostandort Bopfingen herauszustellen:

**Tabelle 1: Wesentliche Standortmerkmale der Stadt Bopfingen**

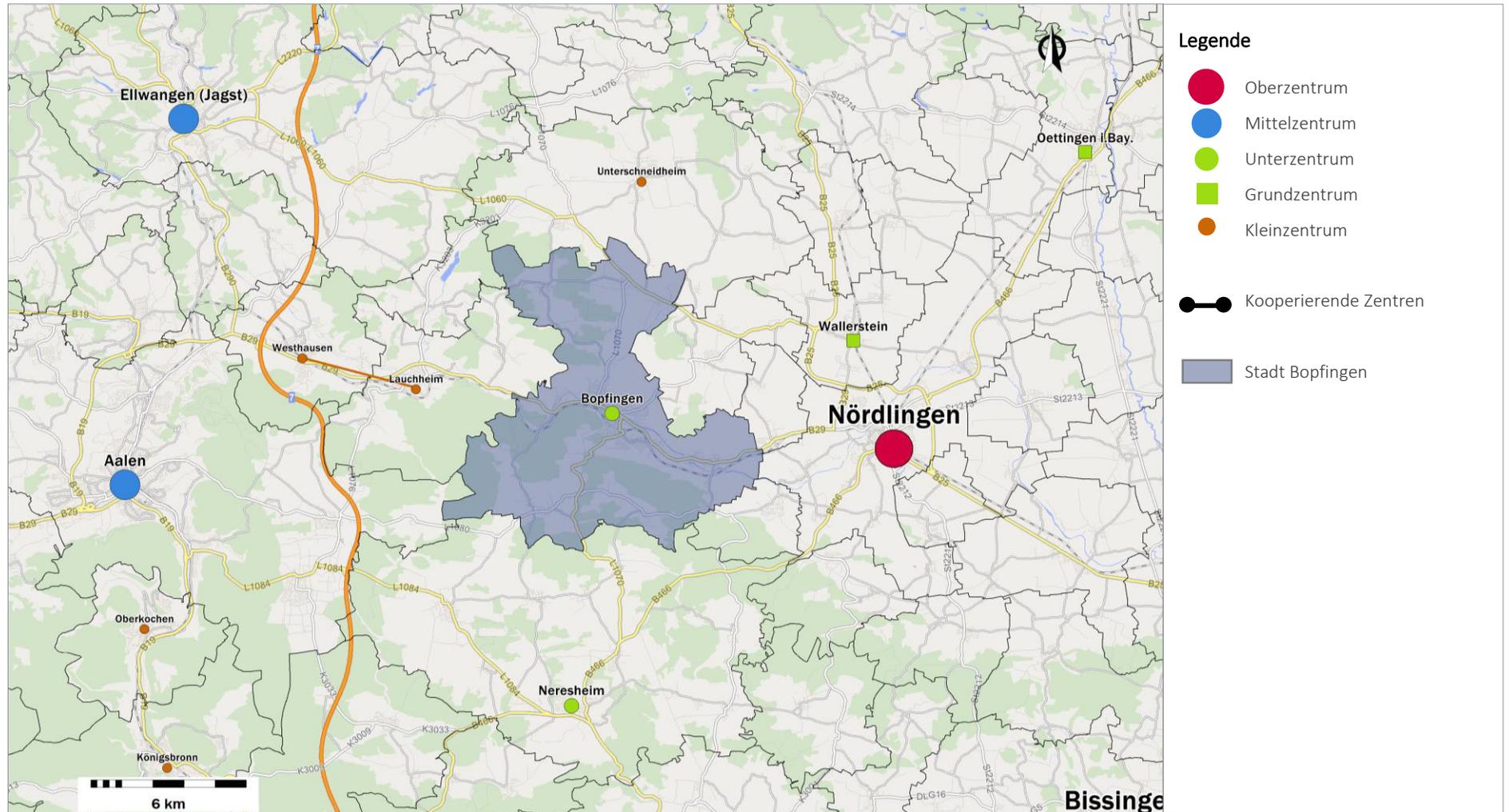
Standortkriterien	Merkmale Bopfingen
<b>Räumliche Einordnung</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Lage im Ostalbkreis in der Region Ostwürttemberg</li> <li>/// regionalplanerisch als Unterzentrum eingestuft</li> <li>/// Aufgabe der Deckung des häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarfs der zentralörtlichen Grundversorgung im Nahbereich (Gemeinden Kirchheim am Ries, Riesbürg)</li> <li>/// kooperierendes Kleinzentrum Lauchheim / Westhausen (10 km), Mittelzentrum Nördlingen (Bayern; ca. 12 km)</li> </ul>
<b>Siedlungsstruktur</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Kernstadt sowie acht weitere Stadtteile</li> <li>/// weitläufige Gemarkung</li> </ul>
<b>Demographie</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// aktuell rd. 11.670 Einwohner<sup>13</sup></li> <li>/// Entwicklung 2014 – 2024: + 1 - 2 %<sup>14</sup></li> <li>/// Bevölkerungsprognose: leicht positiv</li> </ul>
<b>Verkehrliche Erreichbarkeit</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Lage an der B 29 als Verbindungsstraße nach Nördlingen und Aalen sowie zur BAB 7</li> <li>/// Ergänzende Landes- und Kreisstraßen im Stadtgebiet (u. a. Anbindung der Stadtteile)</li> <li>/// ÖPNV: Regionalbuslinien sowie Bahnhof Bopfingen (Riesbahn Aalen-Nördlingen-Donauwörth)</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Innenstadt mit Ipf-Treff (Rewe, dm, AWG) am nördlichen Innenstadtrand und klein- und mittelflächigen Anbietern in der historischen Innenstadt</li> <li>/// Wettegasse / Neue Nördlinger Straße: Norma / woolworth</li> <li>/// Aalener Straße: XXXL-Möbelhaus / Mömax sowie Fachmärkte Müller-Drogerie, Tedi, Takko, KiK und Discounter Aldi am westlichen Kernstadteingang (ohne räumlichen Bezug zur Innenstadt)</li> <li>/// Neue Nördlinger Straße: Lebensmittelmärkte Netto, Lidl sowie Sonderpostenmarkt Action</li> <li>/// Kaufkraftniveau (2024): 96,7 (Bundesdurchschnitt 100,0)</li> </ul>

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2025

<sup>13</sup> Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 3. Quartal 2024.

<sup>14</sup> Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

**Karte 1: Lage von Bopfingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum**



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

## 2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Maßgeblich hierfür ist das Ziel 3.3.7 des LEP 2002 Baden-Württemberg:

*(Z) Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.*

*Hiervon abweichend kommen 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.*

Im **Regionalplan Ostwürttemberg 2035** wird das Konzentrationsgebot im **Plansatz 2.4.10.2** aufgegriffen:

- Z Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) ist in der Regel nur in den Ober-, Mittel- und Unterzentren zulässig.*
- Z Abweichungen für Kleinzentren und Orte ohne zentralörtliche Funktion sind möglich, wenn ein Vorhaben nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung der jeweiligen Kommune geboten ist und die Vorgaben nach PS 2.4.10.3, 2.4.10.4 und 2.4.10.5 eingehalten werden.*

Die Stadt Bopfingen ist im Regionalplan als Unterzentrum eingestuft, sodass die Stadt als Standort für großflächigen Einzelhandel geeignet ist.

**Das Konzentrationsgebot ist somit erfüllt.**

### III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

#### 1. Mikrostandort „Neue Nördlinger Straße 16“

Ergänzend zur Bewertung des Makrostandortes Bopfingen wird in der folgenden Tabelle eine Bewertung des Mikrostandortes „Neue Nördlinger Straße 16“ unter verschiedenen Aspekten vorgenommen.

**Tabelle 2: Standortrahmendaten „Neue Nördlinger Straße 16“**

Standortkriterien	Neue Nördlinger Straße 16
<b>Lage im Stadtgebiet</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Lage im Kernstadt Bopfingen an der Hauptverkehrsstraße B 29</li> <li>/// Lage östlich der Innenstadt im Standortumfeld von Netto</li> </ul>
<b>Aktuelle Nutzungsstruktur und Standortumfeld</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// aktuelle Bebauung durch ein ehemaliges Möbelhaus mit abgeschlossener Werkstatt</li> <li>/// östlich: Standort des Netto-Discounters (inkl. Bäckerei)</li> <li>/// westlich: Fläche des Autohauses Mulfinger</li> <li>/// südlich: Mehrfamilienhausbebauung / Reihenhäuser</li> <li>/// nördlich / jenseits der Neuen Nördlinger Straße: gewerbliche Nutzflächen</li> </ul>
<b>Verkehrliche Erreichbarkeit</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad sehr gut möglich (Gehwege entlang der Neuen Nördlinger Straße vorhanden)</li> <li>/// Wohnbebauung grenzt unmittelbar an</li> <li>/// Erreichbarkeit über ÖPNV nur bedingt gewährleistet; Haltestelle Wiesenmühle (Umfeld Lidl) in ca. 400 m Fußweg</li> <li>/// sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes für den Individualverkehr über die Neue Nördlinger Straße (B 29); auch aus den Teilorten von Bopfingen</li> </ul>
<b>Zusammengefasste Standortfaktoren</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ sehr gute Sichtbarkeit und Einsehbarkeit des Standortes</li> <li>+ sehr gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr, gut auch aus den Teilorten / Lage an der Hauptverkehrsachse</li> <li>+ fußläufige Anbindung entlang der Neuen Nördlinger Straße vorhanden</li> <li>+ durch Netto-Markt (und mittelbar Lidl) bereits langjährig etablierte Versorgungslage</li> <li>+ über 10.000 Einwohner starke Mantelbevölkerung in Bopfingen insgesamt</li> <li>- Lage außerhalb des zentralörtlichen Versorgungskerns gemäß Regionalplan Ostwürttemberg 2035</li> <li>- fußläufige Anbindung an die angrenzende Wohnbebauung muss noch hergestellt werden</li> <li>- Anbindung an den ÖPNV nur eingeschränkt vorhanden</li> </ul>

Standortkriterien	Neue Nördlinger Straße 16
	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Wettbewerbsdichte v. a. im Lebensmitteldiscountsegment im Nahumfeld (Netto, Lidl) und in Bopfingen insgesamt (Aldi, Rewe) hoch</li> <li>— unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau in Bopfingen und im Untersuchungsraum</li> </ul>

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2025



Bestehende Norma-Filiale in der Wettegasse



Planstandort; aktuelle Bebauung



Rückwärtige Bebauung



Benachbarter Netto-Markt

GMA-Fotos Dezember 2024

Karte 2: Mikrostandort „Neue Nördlinger Straße 16“ - Standortumfeld



Quelle: © Microsoft® Bing™ Maps; GMA-Bearbeitung 2025

## 2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf Ziel 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen:

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

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt unter 3.2.2.3 weiter aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

*„[...] Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen [...].“*

Im Regionalplan Ostwürttemberg 2035 wird in Kapitel 2.4.10.5 „Integrationsgebot“ folgendes ausgeführt:

- N Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht-zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.*
- Z Städtebaulich integrierte Lagen befinden sich in zentraler, oder aber in einer sonstigen, für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage.*
- G Die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten in Gewerbegebieten sollen vermieden werden.*

In der Begründung wird erläuternd ausgeführt:

*Zentrale Kriterien der städtebaulich integrierten Lage sind der unmittelbare Anschluss an Wohnbebauung (= von Wohnbebauung an zwei Seiten umgeben), ein baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen und eine gute fußläufige Erreichbarkeit bzw. ein Anschluss an den ÖPNV. Zudem wird für Standortentwicklungen eine funktionelle Ergänzung (Unterstützungsfunktion) zum zentralörtlichen Versorgungskern bzw. Nebenzentrum / Nahversorgungszentrum gefordert. Der Standort darf damit keinen Konkurrenzstandort darstellen, der Funktionen eines zentralörtlichen Versorgungskerns übernimmt, anstatt diese zu ergänzen. Besteht ein Anschluss an Wohnbebauung gemäß obigen Ausführungen aktuell nicht, kann künftige Wohnbebauung dann zu einer städtebaulich integrierten Lage führen, wenn nachweislich kurz- bis mittelfristig ein solcher Anschluss gewährleistet ist.*

## 3. Bewertung des Integrationsgebotes

Für eine Bewertung des Integrationsgebotes können folgende Aspekte in die Betrachtung eingestellt werden:

-  Der Norma-Markt als Betrieb der Nahversorgung wird den Standort prägen, sodass die beiden weiteren Nutzungen auch bezogen auf deren Verkaufsfläche als untergeordnet

zu bewerten sind. Folglich steht an diesem Standort (v. a. auch in Kombination mit dem Tierfutterfachmarkt<sup>15</sup>) die Nahversorgung im Fokus.

- /// Bei dem Anbieter Norma handelt es sich um einen Betrieb der Grundversorgung (i. W. Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Getränke und Drogerieartikeln). Sortimente, die nicht der Grundversorgung dienen, werden im Norma-Markt auf weniger als 10 % der Verkaufsfläche angeboten.
- /// Es besteht bereits heute Anschluss an die rückwärtig befindliche Wohnbebauung, die perspektivisch ausgebaut werden soll. Der zukünftige Bebauungsplan „Beim Altersheim“ sieht weitere Wohnbebauung in unmittelbarer Nachbarschaft vor. Somit kann der Markt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Der Standort ist auch für den Fahrradverkehr gut erreichbar. Das Kriterium der „städtebaulich integrierten Lage“ wird durch das Vorhaben in Verbindung mit der geplanten Wohnbebauung erfüllt.
- /// Ein ÖPNV-Anschluss ist in einer fußläufigen Entfernung von 350 – 400 m vorhanden.
- /// Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass das Vorhaben keine zusätzliche Fläche versiegelt, sondern die bestehende versiegelte Fläche nutzt.

**Das Integrationsgebot ist somit erfüllt.**

---

<sup>15</sup> Für das Sortiment „Tiere und Tiernahrung, Zooartikel“ kann – abweichend von der Einstufung im Regionalplan als zentrenrelevantes, nicht nahversorgungsrelevantes Sortiment – unter Berücksichtigung der lokalen Gegebenheiten eine abweichende Bewertung vorgenommen werden.

Das Sortiment, das im Wesentlichen aus Tierfutter und Zubehör besteht, wird in Bopfingen ausschließlich von den Lebensmittelmärkten sowie den beiden Drogeriemärkten geführt. Die räumliche Verteilung dieser Anbieter zeigt jedoch keinen klaren Schwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich. Neben dem Verbundstandort Rewe/dm im ZVB befinden sich weitere Anbieter sowohl in integrierten Streulagen (z. B. Netto, Norma) als auch in peripheren Lagen (z. B. Aldi, Lidl, Müller). Eine Zentrenrelevanz des Sortiments kann daher deutlich verneint werden.

## IV. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Vorhaben 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.

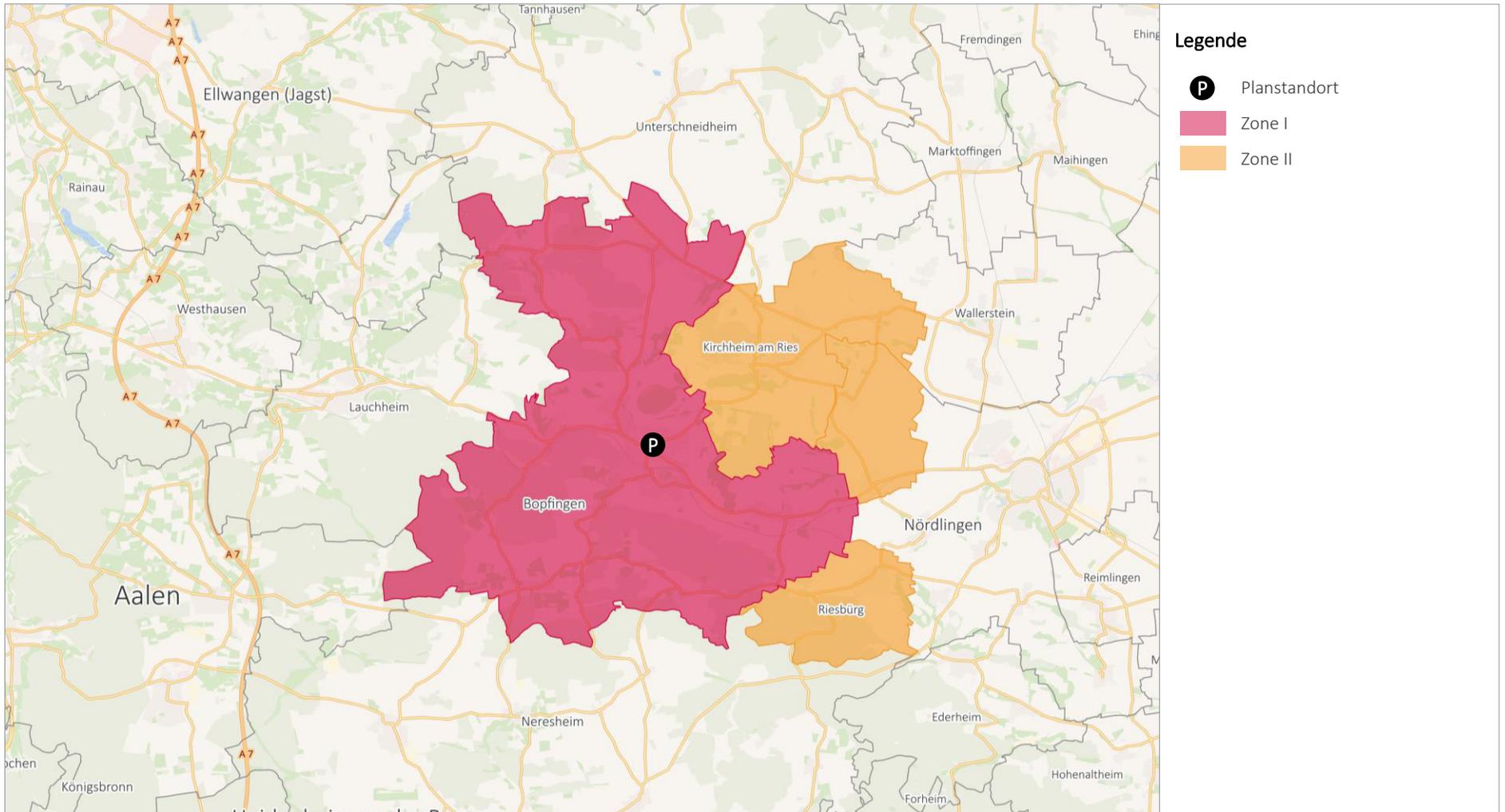
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Vorhabenstandort gerechnet werden kann. Ein Einzugsgebiet kann darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedert und strukturiert werden, aus 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. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung 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
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Filialnetz der geplanten Märkte
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Bopfingen, Lauchheim, Westhausen, Nördlingen etc.).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Vorhaben an der „Neuen Nördlinger Straße 16“ ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches sich im Kern auf die Stadt Bopfingen selbst beschränkt. Darüber hinaus sind Kundenzuflüsse aus den Gemeinden des zentralörtlichen Nahbereichs (Kirchheim am Ries, Riesbürg) als Zone II zu erwarten. Auch ist mit Umsätzen durch u. a. Pendler (B 29), Arbeitnehmer im Umfeld, Zufallskunden zu rechnen. Diese werden ebenso wie mögliche Verbundeffekte mit den Fachmärkten NKD und Fressnapf in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

**Karte 3: Kerneinzugsgebiet des Vorhabens in Bopfingen**



Quelle: © OpenMapTiles, © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebiets unterstreicht die überwiegend lokale Versorgungsfunktion des Gesamtvorhabens. Eine darüber hinaus gehende Erschließung eines regelmäßigen Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten.

Diese Einschätzung basiert im Wesentlichen auf der Wettbewerbssituation in den benachbarten Versorgungsstandorten Nördlingen sowie dem Doppelzentrum Lauchheim/Westhausen:

-  In Nördlingen besteht ein breit ausdifferenziertes Angebot im Lebensmitteleinzelhandel – einschließlich zweier weiterer Norma-Filialen – sowie ein etabliertes Wettbewerbsumfeld im Tierfutter- und Bekleidungssegment. Nennenswerte Kundenzuflüsse aus diesem Raum ist daher nicht zu erwarten.
-  Im westlich gelegenen Doppelzentrum Lauchheim/Westhausen existiert mit insgesamt drei Discountern und zwei Vollsortimentern ein eigenständiges und leistungsfähiges Nahversorgungsangebot, das ebenfalls keine signifikanten Abflüsse in Richtung des Vorhabenstandorts erwarten lässt.

Das Einzugsgebiet umfasst ein Bevölkerungspotenzial von rund 15.810 Einwohnern. Diese verteilen sich wie folgt:

**Tabelle 3: Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet**

Kommunen des Einzugsgebiets	Einwohner (ca.-Werte)
Zone I (Bopfingen)	11.680
Zone II (Kirchheim am Ries, Riesbürg)	4.130
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>	<b>15.810</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

GMA-Berechnungen 2025

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

**ca. € 6.864.<sup>16</sup>**

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Bopfingen sind folgende Pro-Kopf-Ausgaben p.a. anzunehmen:

-  Nahrungs- und Genussmittelsegment: ca. 2.930 €<sup>17</sup>
-  Zoologischer Bedarf ca. 72 €
-  Bekleidung ca. 481 €

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>18</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in

<sup>16</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>17</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>18</sup> Quelle: MB Research, 2024. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Bopfingen bei 96,7 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Im weiteren Einzugsgebiet liegen die Werte auf einem ähnlichen Niveau.

Unter Berücksichtigung der lokalen Kaufkraftkoeffizienten stehen folgende Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet zur Verfügung.

**Tabelle 4: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet**

Zone		Kaufkraft in Mio. €		
		Lebensmitte	Zoolog. Bedarf	Bekleidung
Zone I	Bopfingen	33,1	0,8	5,4
Zone II	Kirchheim am Ries, Riesbürg	11,6	0,3	1,9
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>		<b>44,7</b>	<b>1,1</b>	<b>7,3</b>

Quelle GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte)

### 3. Umsatzprognose

#### 3.1 Norma-Lebensmitteldiscounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.<sup>19</sup> Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu.

So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Umsetzung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in einem späteren Kapitel ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.100 m<sup>2</sup> VK (zzgl. Bäckerei) -auch vor dem Hintergrund der Agglomeration- anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:<sup>20</sup>

<sup>19</sup> In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit und die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment.

<sup>20</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

**Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzepts**

Stadtteil	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I = Bopfingen	33,1	10	3,3	0,6	3,9	80
Zone II = Nahbereich	11,6	5	0,6	0,1	0,7	15
<b>Einzugsgebiet insg.</b>	<b>44,7</b>	<b>8 – 9</b>	<b>3,9</b>	<b>0,7</b>	<b>4,6</b>	<b>95</b>
Streuumsätze			0,3	<0,1	0,3	5
<b>Gesamt</b>			<b>4,2</b>	<b>0,7</b>	<b>4,9</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Drogeriewaren und Aktionswaren) liegt für die Fa. Norma bei 15 %  
 GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den Norma-Lebensmitteldiscounter nach Erweiterung auf ca. 1.100 m<sup>2</sup> eine Gesamtumsatzleistung von ca. 4,9 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 4,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Die ableitbare Flächenleistung von ca. 4.500 € / m<sup>2</sup> VK liegt in etwa auf dem Niveau einer durchschnittlichen Norma-Filiale in Deutschland.<sup>21</sup> Aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation in Bopfingen und im Umland sowie des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus im Untersuchungsraum ist die ermittelte Umsatzleistung als oberer Ansatz zu bewerten.

Für die zusätzlich geplante **Bäckerei** wird von einem maximal durchschnittlichen Umsatz<sup>22</sup> von ca. 0,4 Mio. € ausgegangen. Da der benachbarte Netto-Markt ebenfalls eine moderne Bäckerei vorhält, wird der erzielte Umsatz eher auf einem unterdurchschnittlichen Niveau bei max. 0,3 Mio. € liegen.

### 3.2 Umsatzprognose Fachmärkte

Für die beiden ebenfalls geplanten Fachmärkte wird der Ansatz einer betriebstypen- bzw. betreiberspezifischen Flächenleistung gewählt. Dieser berücksichtigt die Lage der Fachmärkte in einer Agglomeration mit dem Norma-Lebensmitteldiscounter.

**Tabelle 6: Umsatzprognose Fachmärkte**

Fachmärkte	Durchschnittliche Flächenleistung*	Geplante Verkaufsfläche	Umsatzprognose
Fressnapf-Fachmarkt	2.000	300 m <sup>2</sup>	0,6 Mio. €
NKD-Textilfachmarkt	1.300	290 m <sup>2</sup>	0,38 Mio. €

\* Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024; Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

GMA-Berechnungen 2025

NKD ist bereits heute auf einer Verkaufsfläche von 390 m<sup>2</sup> in der Hauptstraße 28 ansässig. Somit geht mit der Ansiedlung an der Neuen Nördlinger Straße eine Flächenreduzierung um rund 100 m<sup>2</sup> (rd. 25 %) einher. Gleichzeitig ist jedoch durch den Standortverbund (i.S. einer Agglomeration) mit Norma und Fressnapf und der verbesserten Sichtbarkeit/Erreichbarkeit

<sup>21</sup> Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2024 / 2025: Norma: 4.410 € / m<sup>2</sup> VK

<sup>22</sup> Zentralverband des deutschen Bäckerhandwerks: Jahresumsatz im Bäckerhandwerk im Jahr 2023 bei ca. 17,55 Mrd. Euro bei ca. 45.000 Verkaufsstellen

(inkl. Parkplatzsituation) von NKD ein minimaler Umsatzzuwachs von max. 0,05 Mio. € zu erwarten.

#### 4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das 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).

Konkretisiert wurden diese Vorgaben durch die Regelung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg (vgl. Pkt. 3.2.1.4):

*„Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt 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.“*

Das Kongruenzgebot fordert zunächst, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist das 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) und Regionalplan Ostwürttemberg 2035 (Ziel 2.4.10.4).

Im Regionalplan Ostwürttemberg 2035 wird in Kapitel 2.4.10.4 „Kongruenzgebot“ folgendes ausgeführt:

*Z Die Verkaufsflächen von Einzelhandelsgroßprojekten sind so zu bemessen, dass der Umsatz wesentlich aus dem zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde generiert wird.*

#### 5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Umsatzherkunft lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des Gesamtvorhaben umfasst im Wesentlichen das Gebiet der Stadt Bopfingen sowie die Gemeinden des zentralörtlichen Nahbereiches.
- /// Aufgrund der Lage an B 29 sind noch geringfügige Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes / des Nahbereiches in Form von Streukunden zu erwarten.
- /// Hinsichtlich der Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass bei dem Gesamtvorhaben mind. 90 % (bei Norma selbst mind. 95 %) des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus der Stadt Bopfingen bzw. den Kommunen des Nahbereiches selbst stammen werden. Insofern wird das Kongruenzgebot (mehr als 70 % Umsatzanteil aus dem Nahbereich Bopfingen) durch das Vorhaben eindeutig erfüllt.

**Das Kongruenzgebot wird eingehalten.**

## V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Planvorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

### 1. Projektrelevante Angebots- bzw. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum wurde von der GMA im Dezember 2024 der projektrelevante Einzelhandel vor Ort erhoben. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt bzw. den Fachmärkten geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermärkte; Fachmärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

#### 1.1 Angebotssituation in Bopfingen

Die Wettbewerbssituation in Bopfingen im Lebensmittelsegment ist im Kern durch einen Vollsortimenter sowie vier Discounter geprägt. Im Stadtgebiet sind neben dem hier in Rede stehenden Norma-Discounter folgende **strukturprägende Wettbewerber** anzuführen:

**Tabelle 7: Strukturprägende Wettbewerber im Lebensmittelsegment in Bopfingen**

Anbieter	Betriebstyp*	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Entfernung zum Planstandort	Lage	Überschneidung mit dem Vorhaben
Rewe	gr. SM	3.500**	350 – 400 m	Zentraler Versorgungsbereich, „lpf-Treff“	gering
Netto	DISC	900 – 1.000	<50 m	gewerblich geprägte Streulage	stark
Lidl	DISC	1.200 – 1.300	250 – 300 m	gewerblich geprägte Ortsrandlage	stark
Aldi	DISC	1.000 – 1.100	1,3 km	gewerblich geprägte Ortsrandlage (Oberdorf am lpf) großräumiger Standortverbund mit XXXL/Mömax und weiteren Fachmärkten	mittel

\* gr. SM = großer Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> bis 5.000 m<sup>2</sup> VK), DISC = Discounter

\*\* gemäß Bebauungsplan (inkl. Vorkassenzone)

GMA-Zusammenstellung 2025



Rewe-Vollsortimenter im Ipf-Treff



Benachbarter Netto-Markt

Lidl an der Neuen Nördlinger Straße /  
Wiesmühlstraße

Aldi-Markt im Stadtteil Oberdorf

GMA Dezember 2024

Insgesamt verfügen diese Lebensmittelmärkte über eine Gesamtverkaufsfläche (inkl. Nonfood und Norma-Bestand) von ca. 7.200 m<sup>2</sup> VK. Ergänzt wird dieses Standortnetz durch eine Reihe von Spezialanbietern wie Tankstellen, Getränkemarkt, Obst- und Gemüseladen, russ. Lebensmittel etc.) sowie Anbietern des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei).

Die Stadt Bopfingen verfügt über eine gute Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelsegment, die durch die Neubebauung des Geländes rund um den Ipf-Treff deutlich an Qualität in zentraler Lage gewonnen hat. Im Discountsegment sind die bestehenden Anbieter mit Ausnahme des Norma-Marktes als leistungsfähig zu bewerten. Der Norma-Markt verfügt zwar aktuell über eine gute Verbundlage mit dem Woolworth-Fachmarkt, aber weist mit rund 500 m<sup>2</sup> VK und einem veraltetem Erscheinungsbild (u. a. Warenpräsentation, Gangbreiten, weitere Anforderungen an Kundenbedürfnisse etc.) einen offensichtlichen Investitionsstau auf.

Das Lebensmittelsegment ist im Zentralen Versorgungsbereich zum einen durch den Rewe-Markt mit Bäckerei in der Vorkassenzonenzone (Ipf-Treff) und zum anderen durch kleinteilige Anbieter (Obst- und Gemüse, Getränke, russischer Produkte) und durch das Lebensmittelhandwerk geprägt. Im Bereich Bekleidung sind neben dem hier in Rede stehenden Anbieter NKD noch der Fachmarkt AWG im Ipf-Treff und das Modehaus Linse als prägende Anbieter vorhanden. Hinzu kommen Spezialanbieter wie das Sanitätshaus und Teilflächen bei dm. Das Tierfuttersegment ist nur ausschnittsweise bei Rewe und dm vertreten.

Im Bereich **Tierfutter** sind keine Fachmärkte in Bopfingen vorhanden. Hier wird der Bedarf beim klassischen Tierfutter ganz überwiegend durch die Randsortimentsflächen in den Lebensmittel- und Drogeriemärkten sowie bei weiteren Mehrbranchenunternehmen wie Non-food-Discounter (Tedi, Action) gedeckt. Für Spezialangebote bei Tierfutter bzw. -zubehör ist allerdings von einem Kaufkraftabfluss aus dem Unterzentrum nach z. B. Nördlingen (Fressnapf in der Hofer Straße, Fachabteilung im Bawa-Bau- und Gartenmarkt) auszugehen.

Im Segment **Bekleidung** sind im Fachmarktsegment die Anbieter Woolworth in der Wettegasse (ca. 600 m<sup>2</sup> VK; aktuell Standortverbund mit Norma), AWG im Ipf-Treff (ca. 800 m<sup>2</sup> VK im Standortverbund mit Rewe, dm), Takko (ca. 400 m<sup>2</sup> VK) und KiK (ca. 500 m<sup>2</sup> VK) an der Aalener Straße am östlichen Stadtrand anzuführen. Das bei NKD angebotene Sortiment (Qualität, Preis) ist nur randlich mit den weiteren in Bopfingen ansässigen Anbietern wie Modehaus Linse und Sanitätshaus Schad vergleichbar. Ergänzend ist noch auf das Textilsortiment bei dm (Kindertextilien) und bei den Nonfood-Discountern Tedi und Action (Kleintextilien im niedrigen Preis- und Qualitätssegment) hinzuweisen. Letztere befinden sich in städtebaulichen Randlagen.

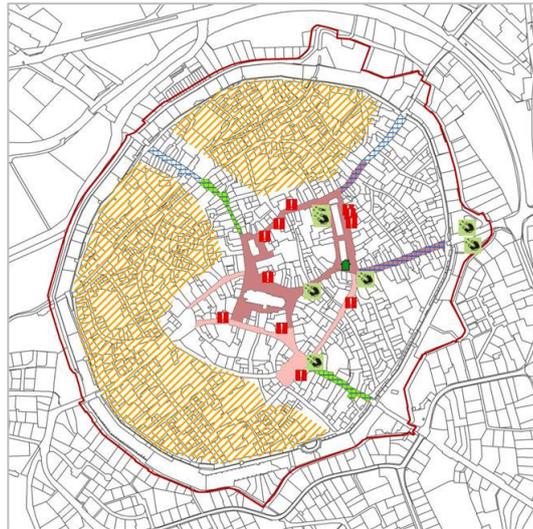
## 1.2 Angebotssituation in den Umlandkommunen

In den **Gemeinden im Nahbereich Bopfingen** (Kirchheim, Riesbürg) sind ausschließlich kleinflächige Strukturen, insbesondere im Lebensmittelhandwerk, Hofladen, Kelterei usw. vorhanden. Hier besteht eine Einkaufsorientierung nach Bopfingen bzw. in das angrenzende Mittelzentrum Nördlingen.

Im Kleinzentrum **Lauchheim** ist zwar rund um das Rathaus in der Hauptstraße eine Ortsmitte mit Nutzungen aus dem Bereich Handel (Metzgerei), Dienstleistung (u. a. Sparkasse, VRBank, Friseur), Gastronomie (u. a. Imbisse, Bistro, Gasthaus etc.) erkennbar, diese ist jedoch nicht als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen. Der Anbieter Regionalmarkt Bengelmann befindet sich zwar auch in der Hauptstraße, aber weist keine Beziehungen zur Ortsmitte auf. In **Westhausen** ist keine Ortsmitte bzw. kein Zentraler Versorgungsbereich erkennbar. Es sind lediglich punktuell innerörtliche Nutzungen entlang der Aalener Straße (u. a. Getränke, Elektrowaren, Apotheke, Bäckerei, Raiffeisenbank, Kreissparkasse, Friseur, Versicherung etc.) vorhanden, die aber keinen funktionsräumlichen Zusammenhang bilden. Der Großteil der Handelsnutzungen befindet sich am Ortsrand bzw. an der B 29 (u.a. NKD im Standortverbund mit Rewe, Aldi, dm).

Neben den zahlreichen Discounterstandorten (u. a. Norma) hält das **Mittelzentrum Nördlingen** insbesondere im großflächigen Segment die Anbieter Kaufland (> 5.000 m<sup>2</sup>) und E-Center (3.000 – 4.000 m<sup>2</sup> VK) vor. Bzgl. der weiteren Fachmärkte sind hier zahlreiche Anbieter vorhanden, die die Einkaufsorientierung der Bopfinger Wohnbevölkerung z.T. prägen.

In Nördlingen wurde im fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017<sup>23</sup> im Bereich der historischen Innenstadt ein Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt. Die Innenstadtabgrenzung Nördlingens ist durch den Verlauf der historischen Stadtmauer weitgehend vorgegeben. Punktuell wurden einige städtebaulich zur Altstadt gehörende Bereiche jenseits der Mauer hinzugerechnet. Die vorgenommene Abgrenzung deckt sich mit den faktischen Gegebenheiten. Im Lebensmittelsegment waren 2017 rund 34 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.800 m<sup>2</sup> dort verortet. Die durchschnittliche Verkaufsfläche lag bei ca. 53 m<sup>2</sup>. Hier kommt die wichtige Rolle des Lebensmittelhandwerks zum Tragen. Größere Lebensmittelmärkte sind mit Ausnahme eines Norma-Marktes nicht vorhanden. Bezogen auf den Versorgungseinkauf nimmt der Zentrale Versorgungsbereich, der nur rund 10 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche darstellt, lediglich eine ungeordnete Stellung ein. Dies gilt auch für das Segment Tiernahrung (Fressnapf sowie Baywa und Hagebau mit Teilflächen an Standorten außerhalb). Das Bekleidungssegment stellt dagegen die Leitbranche des Nördlinger Innenstadteinzelhandels dar. Laut Einzelhandelskonzept 2017 wurden rd. 20 % der Betriebe bzw. 40 % der Verkaufsfläche der Innenstadt durch Anbieter im Segment „Bekleidung“ belegt. Im gesamtstädtischen Bezug entfielen in diesem Sortiment 78 % der Betriebe und 64 % der Verkaufsfläche auf die Innenstadt.

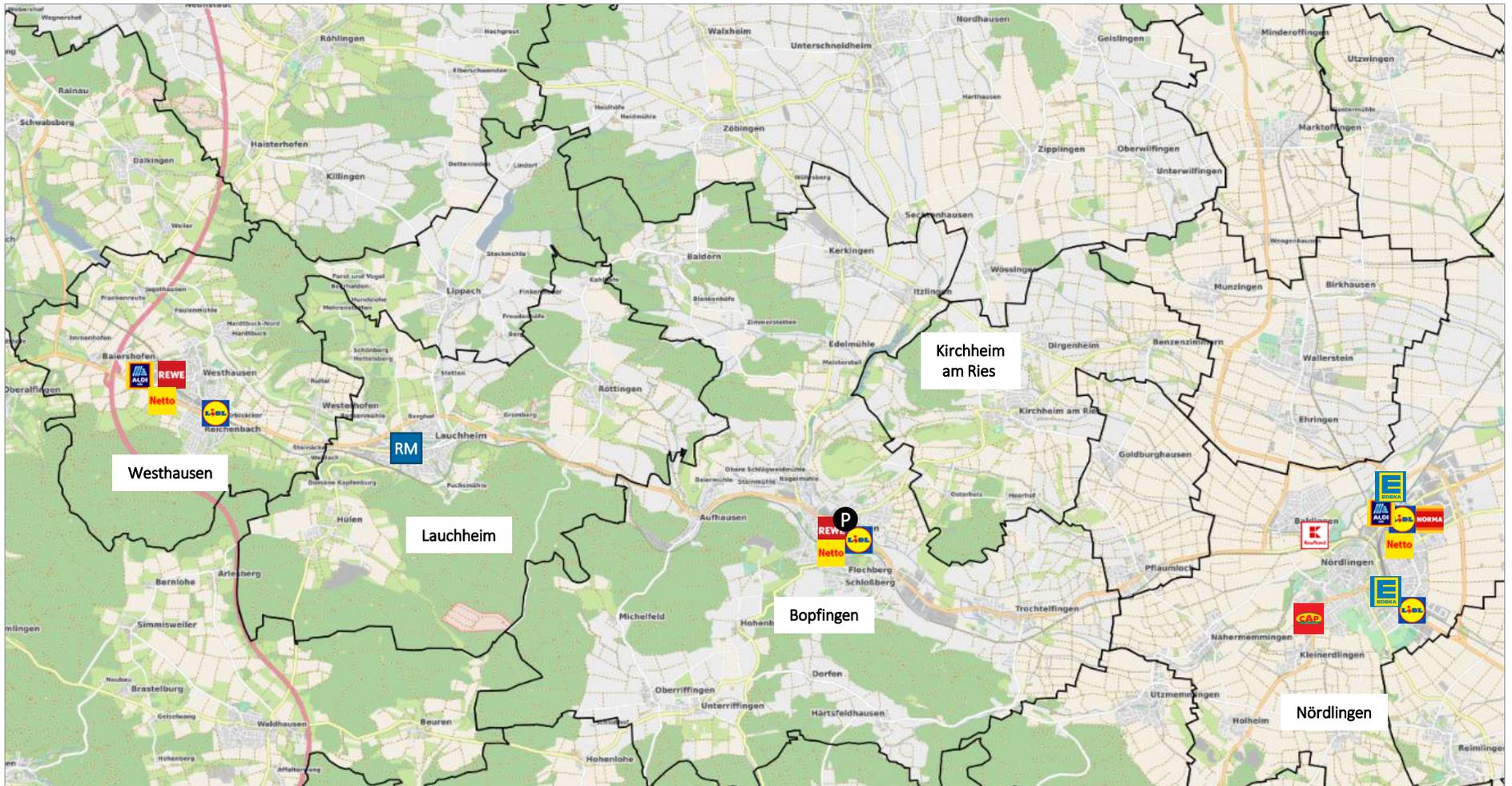


---

<sup>23</sup>

Büro Dr. Heider (06. Juli 2017): Einzelhandelskonzept Nördlingen – Fortschreibung 2017, S. 162

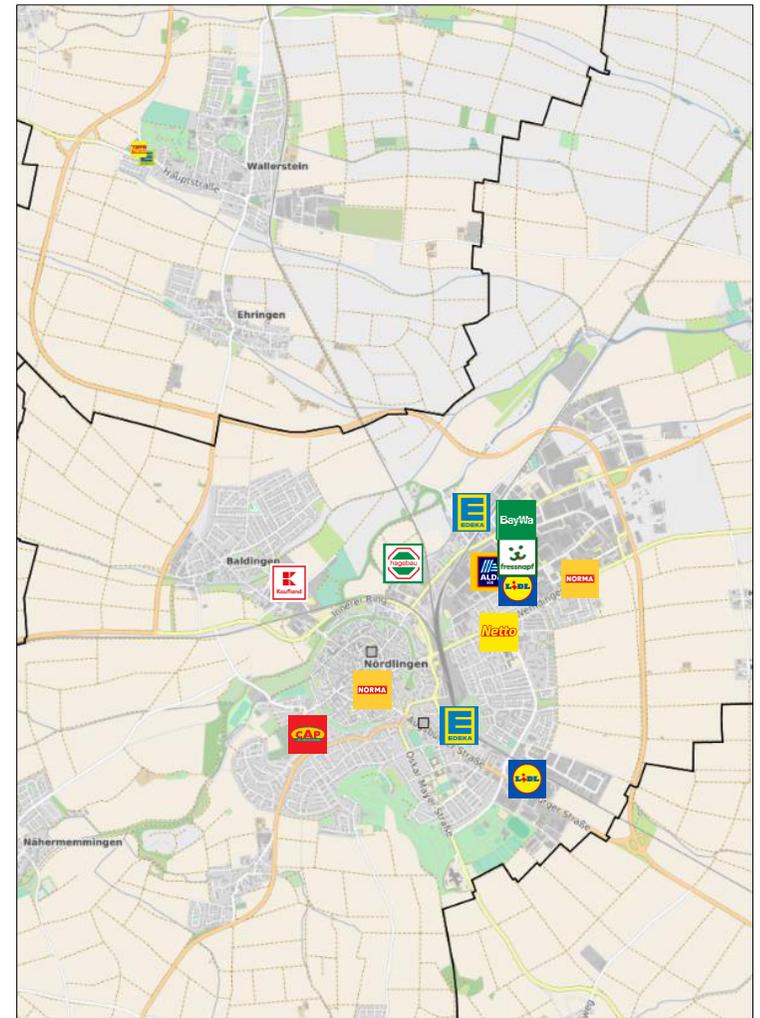
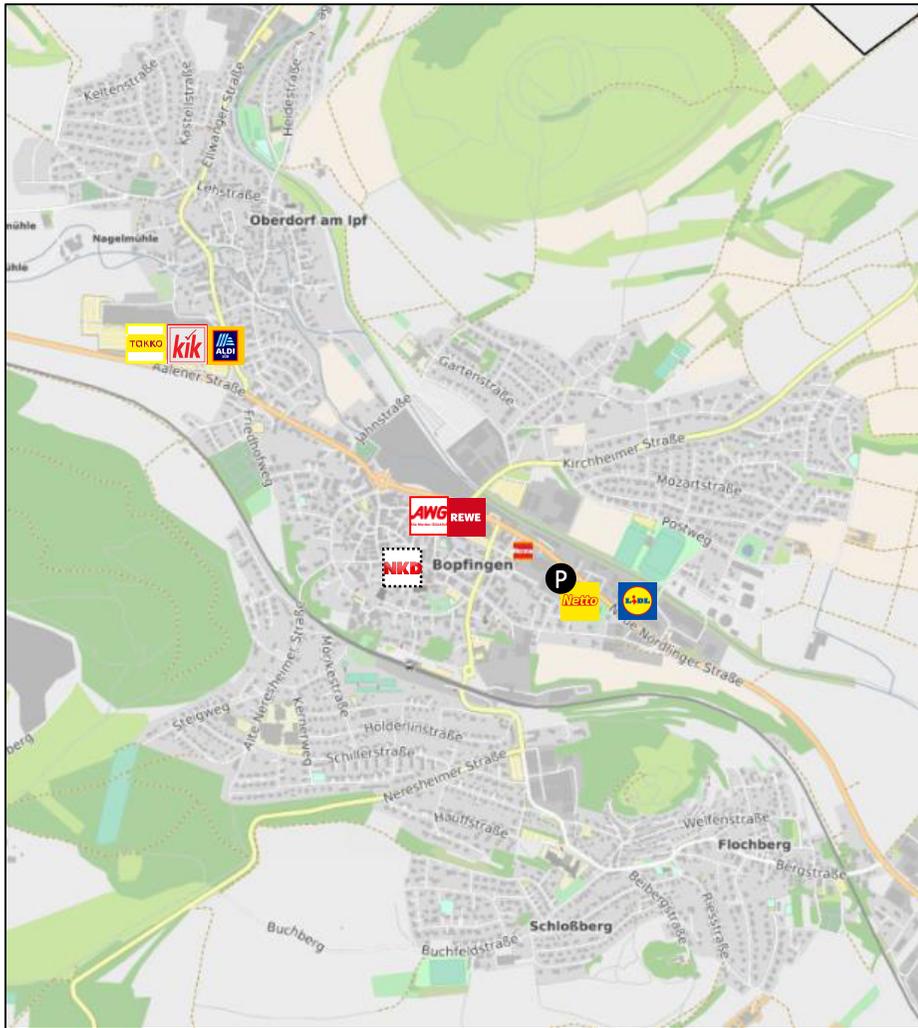
**Karte 4: Strukturprägende Wettbewerber in Bopfingen sowie in den Umlandkommunen im Lebensmittelsegment (> 400 m<sup>2</sup> VK)**



\* RM = Regionalmarkt Bengelmann; P = Planstandort

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

Karte 5: Wettbewerbsstrukturen in Bopfingen (Lebensmittel, Bekleidung) und Nördlingen (Lebensmittel, Tierfutter)



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

## 2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

### 2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

### 2.2 Umsatzumlenkungen

#### 2.2.1 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen von Norma

Das Vorhaben von Norma am Standort „Neue Nördlinger Straße 16“ in Bopfingen kann wie folgt bewertet werden:

- /// Der Norma-Markt wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.100 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäckerei) eine Gesamtumsatzleistung von max. 4,9 Mio. € erzielen. Hiervon entfallen ca. 4,2 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Da sich der Norma-Markt bereits seit vielen Jahren in Bopfingen befindet, ist für die weitere städtebauliche Bewertung entscheidend, inwiefern durch eine Verkaufsflächenenerweiterung zusätzlicher Umsatz generiert werden kann. Nach gutachterlicher Einschätzung kann die Norma-Filiale aktuell einen Gesamtumsatz von ca. 2,2 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 1,9 Mio. € auf den Lebensmittel- und etwa 0,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute durch den Norma-Markt generiert und auch nach der Umsetzung des Vorhabens am neuen Standort gebunden bleiben, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen (lediglich 150 m weiter östlich) und dem Kundeneinzugsgebiet durch die geplante Verlagerung / Erweiterung keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- /// Nach Abzug der Bestandsumsätze ergibt sich als Folge der Modernisierung und Erweiterung also ein zusätzlicher Umsatz von max. 2,7 Mio. €. Davon entfallen auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 2,3 Mio. € und ca. 0,4 Mio. € auf den Non-foodbereich. Hinzu kommt die Bäckerei mit ca. 0,3 Mio. €, da der Norma-Markt aktuell nicht über eine Bäckerei verfügt. Nur diese Umsatzanteile werden wettbewerbswirksam.

Aus dem Vorhaben sind folgende Kaufkraftbewegungen im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel absehbar:

- /// Der durch die geplante Erweiterung im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel maximal erzielbare Mehrumsatz i. H. von ca. 2,3 Mio. € wird zum überwiegenden Teil aus Umverteilungen zu Lasten von anderen Anbietern in Bopfingen erzielt werden.

Da es sich bei dem Discounter Norma um kein außergewöhnliches Angebotskonzept handelt, das in Bopfingen und im näheren Umland an zahlreichen anderen Standorten ebenso oder in ähnlicher Weise vorzufinden ist, ist nicht anzunehmen, dass das Vorhaben zu wesentlich höheren Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland nach Bopfingen führen wird. Somit sind bei Verbrauchern außerhalb von Bopfingen nur geringfügige Kaufkraftumlenkungen zugunsten des verlagerten und modernisierten Norma-Marktes zu erwarten.

**Tabelle 8: Umsatzumverteilungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich durch das Erweiterungsvorhaben von Norma in Bopfingen**

	Umsatzumlenkungen gegenüber Anbietern in...	Umsatzumverteilungseffekte	
		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	<b>Umsatz des bestehenden Norma-Marktes im Lebensmittelbereich</b>	<b>1,9</b>	
	▪ Bopfingen insgesamt	1,8	5 – 6
	↳ im ZVB (insb. Rewe)	0,1 – 0,2	1 – 2
	▪ Nördlingen	0,1 – 0,2	<1
	↳ im ZVB „Innenstadt“	<0,1	n.n.
	▪ Lauchheim	<0,1	1
	▪ Westhausen	0,1	<1
	▪ sonstigen Standorten	0,1	n.n.
	<b>Summe Umsatz erweiterter Norma-Markt im Lebensmittelbereich</b>	<b>4,2</b>	
Nichtlebensmittelbereich	<b>Umsatz des bestehenden Norma-Marktes im Nichtlebensmittelbereich</b>	<b>0,3</b>	
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	0,4	n.n.
	<b>Summe Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich</b>	<b>0,7</b>	
	<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>4,9</b>	

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2025; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

### Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen des Vorhabens von Norma

Für die vorzunehmende Bewertung des Vorhabens stehen i.S. des Beeinträchtigungsverbotes die Schutzgüter „zentrale Versorgungsbereiche“ und „Nahversorgung“ im Fokus.

In der Gesamtstadt Bopfingen belaufen sich die Auswirkungen auf ca. 1,8 Mio. € bzw. ca. 5 – 6 %. Dieses Niveau ist insgesamt als moderat einzustufen, kann jedoch in kleinräumiger Betrachtung (insb. Netto in unmittelbarer Nachbarschaft) punktuell spürbar sein

- Im **zentralen Versorgungsbereich**, der bezogen auf den Lebensmittelbereich in erster Linie durch den Vollsortimenter Rewe im Ipf-Treff geprägt wird, liegen die zu erwartenden Umsatzrückgänge mit maximal 1–2 % auf sehr geringem Niveau. Gegenüber den kleinteiligen Strukturen sind keine Auswirkungen durch den Norma-Markt i.e.S. nachweisbar.

- Des Weiteren wird es zu Umsatzrückgängen bei anderen **Lebensmittelmärkten** in Bopfingen kommen. Das betrifft den in unmittelbarer Nachbarschaft befindlichen Netto-Markt (inkl. Bäckerei), den im mittelbaren Umfeld ansässigen Lidl-Markt und den Aldi-Markt, der am westlichen Kernstadtrand verortet ist. Hier ist zwar punktuell von deutlichen Überschneidungen (insb. bei Netto) auszugehen, dennoch ist aufgrund der Leistungsfähigkeit nicht von einem Marktaustritt auszugehen. Bezogen auf die Nahversorgung kann im unwahrscheinlichen Fall einer Betriebsschließung von Netto die Nahversorgung für die Bevölkerung Richtung Süden durch den verlagerten Norma-Markt weitgehend kompensiert werden. Insgesamt sind die Auswirkungen als wettbewerbliche Effekte zu bewerten.
  - **Schädliche Auswirkungen auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches und der Nahversorgung sind somit in Bopfingen auszuschließen.**
- /// In den **Kommunen des Nahbereiches Bopfingen** sind keine nennenswerten Auswirkungen zu erwarten, da die Einkaufsorientierung für den Versorgungseinkauf bereits heute komplett auf Bopfingen bzw. Nördlingen ausgerichtet ist. Eine grundlegende Veränderung der Kundenverflechtungen wird sich durch die Modernisierung von Norma nicht ergeben.
- /// Gegenüber den Anbietern in **Nördlingen**, das über zwei eigene Norma-Standorte verfügt, werden nur geringfügige Auswirkungen in Höhe von max. 0,2 Mio. € bzw. < 1 % erwartet. Eine Lupenbetrachtung der Nördlinger Innenstadt zeigt zwar grundsätzlich mögliche Überschneidungen, die sich aus der Lage einer von zwei Norma-Filialen im Zentralen Versorgungsbereich ergeben. Dennoch fallen diese Wirkungen tatsächlich sehr gering aus, da die Einkaufsorientierung zum einen bereits auf Standorte außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches ausgerichtet ist und zum anderen das Vorhaben in Bopfingen keine Änderung der Kundenverflechtungen von Nördlingen nach Bopfingen bedingen wird. **Schädliche Auswirkungen auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches und der Nahversorgung sind in Nördlingen klar auszuschließen.**
- /// In den Gemeinden **Lauchheim und Westhausen** kann festgestellt werden, dass gegenüber dem in Lauchheim ansässigen Anbieter Regionalmarkt Bengelmann nur ein sehr geringer Teil des umverteilungsrelevanten Umsatzes umverteilt wird. Ursache hierfür ist die Zugehörigkeit des Regionalmarktes zu einem anderen Betriebstyp (Supermarkt), sodass hier nur eine begrenzte Sortimentsüberschneidung vorliegt. In Westhausen sind zwar außer dem Rewe-Markt weitere Discounter (Aldi, Lidl, Netto) ansässig, aber auch hier fallen die Wirkungen mit < 0,1 Mio. € bzw. max. 1 % auch aufgrund der großen Entfernung sehr gering aus.
- /// Im **Nonfoodbereich** ist aus der Erweiterung ein zusätzlicher Umsatz von ca. 0,4 Mio. € anzusetzen. Dieser Umsatz verteilt sich auf zahlreiche Branchen und Anbieter. Noch am ehesten werden zum einen andere große Lebensmittelmärkte, die eine ähnliche Sortimentsstruktur wie Norma aufweisen und zum anderen Fachmärkte aus den Bereichen Drogerie (z. B. dm), Tierfutter (Hinweis auf Planungen von Fressnapf am Standort), Mehrbranchenanbieter wie Action, Tedi etc. betroffen sein. Die Umsatzumverteilungswirkungen werden bei den jeweiligen Betrieben aber sehr gering ausfallen, sodass sie mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung kaum noch nachweisbar sind.

- Eine Lupenbetrachtung im Segment Drogeriewaren würde zu Auswirkungen von ca. 0,27 Mio.€<sup>24</sup> in Bopfingen führen. Geht man im oberen Ansatz davon aus, dass rund die Hälfte dieses Umsatzzuwachses bei den ansässigen Drogeriemärkten dm und Müller wirksam wird, dann ergeben sich für den Zentralen Versorgungsbereich, der in diesem Segment durch den dm-Drogeriemarkt im Ipf-Treff repräsentiert wird, sortimentspezifische Wirkungen von <0,1 Mio. € bzw. max. 2 %.
- Anhand dieser Lupenbetrachtung (Drogeriewaren als größtes Sortiment im Bereich Nonfood) kann nachgewiesen werden, dass erhebliche negative Auswirkungen durch das Vorhaben bei Fachanbietern/-märkten von Nonfood-Waren im Zentralen Versorgungsbereich „Bopfinger Innenstadt“ auszuschließen sind.

 Durch den geplanten Markteintritt einer zusätzlichen **Bäckerei** in Bopfingen wird es zu Überschneidungen kommen. Dies betrifft ganz überwiegend den benachbarten Anbieter Mack, der zusammen mit dem Netto-Markt einen modernen Standortverbund bildet. Gegenüber den Anbietern in der Innenstadt (inkl. Ipf-Treff) sind aufgrund der räumlichen Entfernung und differierenden Ausrichtung (z. B. Gastronomie) nur geringe Auswirkungen zu erwarten.

**Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die geplante Verlagerung und Erweiterung des Norma-Marktes in Bopfingen keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung auslösen.**

## 2.2.2 Geplante Fachmärkte

### Textilfachmarkt NKD

Der NKD-Textilfachmarkt kann trotz einer Flächenreduzierung von rund 25 % (im Vergleich zum aktuellen Standort) durch den Standortverbund eine geringfügig höhere Umsatzleistung von max. 0,05 Mio. € erzielen. Die Umsatzumverteilungen werden in erster Linie sogenannte „Systemwettbewerber“ mit gleichwertigen Angebotsformaten treffen, d. h. andere Textilfachmärkte mit ähnlichem Vertriebskonzept und Angeboten in einem ähnlichen Preissegment (insb. Takko, KiK und ergänzend AWG mit Markenware). Zudem spielen hier Angebote der Lebensmittelmärkte (insb. Aktionswaren) sowie von z.B. den Nonfood-Discountern Action, Tedi eine Rolle.

In der Bopfinger Innenstadt wäre ausschließlich der Anbieter AWG betroffen, der jedoch ein höheres Preis- und Qualitätsniveau (inkl. Markenware) anbietet. Aufgrund der deutlich höheren Verkaufsfläche sowie der Lage von AWG im Standortverbund mit Rewe und dm im Ipf-Treff am Rand der Innenstadt sind durch die Verlagerung von NKD keine nennenswerten Umverteilungseffekte gegenüber anderen Betrieben zu erwarten.

Der NKD-Markt hat vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation in Bopfingen und auch im Umland keine überörtlichen Wirkungen und damit auch **keine Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche der Umlandkommunen.**

<sup>24</sup> Drogeriewaren nehmen bei der Fa. Norma einen Umsatzanteil von max. 10 % am Gesamtumsatz (von 2,7 Mio. € Umsatzzuwachs) = 0,27 Mio.€

## Tierfutterfachmarkt Fressnapf

Mit der Ansiedlung des Zoofachmarktes Fressnapf mit einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 300 m<sup>2</sup> und der damit verbundenen Umsatzerwartung von ca. 0,6 Mio. € werden voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:

**Tabelle 9: Umverteilungswirkungen des Vorhabens Fressnapf**

Standortlagen	Umverteilungseffekte in Mio. €	Umverteilungseffekte in %
Bopfingen	0,1 – 0,2	<1
↳ im ZVB (insb. Rewe, dm)	<<0,1	<1
Nördlingen	0,4	2 – 3
↳ im ZVB „Innenstadt“	<<0,1	n.n.
Weitere Standorte	<<0,1	n.n.
<b>Umsatz Fressnapf insgesamt</b>	<b>0,6</b>	---

n.n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2025; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

In **Bopfingen** sind mangels Systemwettbewerbern ausschließlich Überschneidungen bei den Teilsortimenten der Lebensmittel- und Drogeriemärkte zu erwarten. Bezogen auf den jeweiligen Gesamtumsatz der Anbieter liegen die Auswirkungen auf einem kaum nachweisbaren Niveau. Wie bereits bei der Wettbewerbssituation dargestellt, sind in Bopfingen im zoologischen Bedarf deutliche Kaufkraftabflüsse insb. nach **Nördlingen**, aber auch in den Onlinehandel, festzuhalten. Folglich sind in Nördlingen die stärksten Umverteilungseffekte zu erwarten. Diese betreffen insbesondere den bestehenden Fressnapf-Standort, die Teilflächen der Bau- und Gartenmärkte (insb. Baywa, Hagebau) sowie der Lebensmittelmärkte, die durch die Bopfinger Wohnbevölkerung z.T. aufgesucht werden (u. a. E-Center). Die Auswirkungen werden sich jedoch auf einem wettbewerbsüblichen Niveau bewegen, sodass hier nicht mit einem Marktaustritt des Fressnapf-Marktes ausgegangen werden kann, da mit einem Bevölkerungspotenzial von rund 20.000 Einwohnern in Nördlingen ausreichend Potenzial für einen Weiterbetrieb des Marktes vorhanden ist.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass sich **keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO** in Bopfingen und Nördlingen sowie in den weiteren Umlandkommunen ableiten lassen.

### 3. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtungsverbot gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass das Vorhaben

- ▮ das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- ▮ die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landes- und Regionalplanung unter Ziel 3.3.7.1 und 3.3.7.2 LEP Baden-Württemberg aufgegriffen. Die konkreten Prüfkriterien des Beeinträchtungsverbot es ergeben sich aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg:

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

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

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

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

Im Regionalplan Ostwürttemberg 2035 wird in Kapitel 2.4.10.3 „Beeinträchtungsverbot“ folgendes ausgeführt:

- Z *Das städtebauliche Gefüge sowie die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns der Standortgemeinde und der umliegenden Zentralen Orte darf durch die Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen wesentlich beeinträchtigt werden.*

#### 4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumlenkungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Gesamtvorhaben an der Neuen Nördlinger Straße 16 in Bopfingen hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Durch das Gesamtvorhaben sind in **Bopfingen** selbst Marktaustritte oder eine Schwächung der Versorgungsstrukturen i.S. des Zentraler Versorgungsbereich bzw. der Nahversorgung auszuschließen.
  - Für den Norma-Markt ist festzuhalten, dass die mit der Verlagerung verbundene Modernisierung und Erweiterung ausschließlich dazu dient, die Filiale an die aktuellen Marktanforderungen anzupassen und so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Damit trägt das Vorhaben zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung in Bopfingen bei.
  - Die Teilnutzung durch einen Tierfutterfachmarkt stellt eine Angebotsausweitung und Schließung einer bestehenden Branchenlücke dar. Eine Beeinträchtigung der Grund- und Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht gegeben.
  - Aufgrund der geplanten Reduzierung der Verkaufsfläche um rund 25 % und des begrenzten Umsatzzuwachses des Textilfachmarktes, der sich im Wesentlichen aus dem Standortverbund ergibt, sind keine nachteiligen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.
- In den **umliegenden Kommunen** werden durch das Gesamtvorhaben nur geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. Damit werden auch außerhalb der Stadt Bopfingen keine städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst, die eine Schädigung der Versorgungsstrukturen oder der zentralen Versorgungsbereiche / regionalplanerisch definierten Vorranggebiete / Versorgungskerne nach sich ziehen würden. Insofern ist auch in den umliegenden Kommunen nicht mit schädlichen Auswirkungen i. S. des Beeinträchtigungsverbotes zu rechnen.

In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentrale Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges in Bopfingen sowie in den umliegenden Kommunen auszuschließen sind.

**Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.**

## VI. Agglomerationsregelung

Der Regionalplan Ostwürttemberg 2035 führt in Plansatz 2.4.10.7 „Einzelhandelsagglomeration“ folgendes aus:

- Z Mehrere, auch kleinflächige, Einzelhandelsansiedlungen sind als Einzelhandelsgroßprojekt zu behandeln, sofern ein räumlich funktionaler Bebauungszusammenhang besteht und dadurch negative raumordnerische Auswirkungen zu erwarten sind.*

In der vorliegenden Untersuchung wurden sowohl die einzelnen geplanten Nutzungen (klein- und großflächig) als auch das Gesamtvorhaben i.S. einer Agglomeration, die in einem räumlichen Zusammenhang stehen, hinsichtlich der Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung geprüft. Die Prüfung kommt zu folgenden Ergebnissen:

**Tabelle 10: Bewertung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung bezogen auf die Einzelnutzungen sowie das Gesamtvorhaben i.S. einer Agglomeration**

Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung	Lebensmitteldiscounter 1.100 m <sup>2</sup> VK	Tierfutterfachmarkt 300 m <sup>2</sup> VK	Tierfutterfachmarkt 300 m <sup>2</sup> VK	Gesamtvorhaben
<i>Konzentrationsgebot</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Integrationsgebot</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Kongruenzgebot</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Beeinträchtigungs- verbot</i>	✓	✓	✓	✓

GMA-Zusammenstellung 2025

## VII. Zusammenfassung

Grundlagen	
<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Standortentwicklung „Neue Nördlinger Straße 16“ in Bopfingen</li> <li>/// Norma: Verlagerung von der Wettegasse an die Neue Nördlinger Straße 16 (500 auf 1.100 m<sup>2</sup> VK zzgl. Bäckerei)</li> <li>/// NKD: Verlagerung aus der Hauptstraße 28 (ca. 290 m<sup>2</sup> VK) mit Flächenreduzierung um ca. 100 m<sup>2</sup> VK bzw. 25 %</li> <li>/// Fressnapf: Neuansiedlung auf 300 m<sup>2</sup> VK</li> <li>/// Standort ist durch ein ehemaliges Möbelhaus / Schreinerei bebaut</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Standortrahmenbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Makrostandort: Unterzentrum Bopfingen mit ca. 11.700 Einwohnern</li> <li>/// Einzelhandelsstrukturen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zentraler Versorgungsbereich: Ipf-Treff (Rewe, dm, AWG) sowie kleinteilige gewachsene Innenstadt</li> <li>▪ Fachmarktstandort am westlichen Ortsausgang: XXXL / Mömax, Müller, KiK, Takko, Tedi, Aldi</li> </ul> </li> <li>/// Solitär-lage: Netto (Standortumfeld), Lidl, Action Richtung Nördlingen; Schuh Kaufmann an der Aalener Straße</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Zweizonales Einzugsgebiet: Zone I: Bopfingen und Zone II: Nahbereich (Kirchheim am Ries, Riesbürg) mit insgesamt rd. 15.800 Einwohnern</li> <li>/// Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet: Lebensmittelbereich ca. 44,7 Mio. €; Zoologischer Bedarf: 1,1 Mio. €; Bekleidung: 7,3 Mio. €</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung / -zuwachs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Norma-Gesamtumsatzleistung: ca. 4,9 Mio. €, davon ca. 4,2 Mio. € Food und ca. 0,7 Mio. € Nonfood</li> <li>/// NKD: Umsatzzuwachs max. 0,05 Mio. € (Rückgang der Verkaufsfläche um ca. 25 %)</li> <li>/// Fressnapf: 0,6 Mio. € Umsatzprognose</li> </ul>
<b>Umsatzumverteilungseffekte gegenüber Anbietern in...*</b>	<p><b>Norma-Markt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>/// Bopfingen 5 – 6 %</li> <li>/// Nördlingen &lt;1 %</li> <li>/// Lauchheim 1 %</li> <li>/// Westhausen &lt;1 %</li> <li>/// weiteren Standorten n.n.</li> </ul> <p><b>Tierfuttermarkt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>/// Bopfingen &lt;1 %</li> <li>/// Nördlingen 2 – 3 %</li> <li>/// weiteren Standorten n.n.</li> </ul> <p><b>Textilfachmarkt</b></p> <p>keine Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in Bopfingen sowie in den Umlandkommunen</p>

\* n.n. = nicht nachweisbar

Raumordnerische Bewertungskriterien	
<b>Konzentrationsgebot</b>	<p>Die Stadt Bopfingen ist im Regionalplan als Unterzentrum eingestuft, sodass die Stadt als Standort für großflächigen Einzelhandel geeignet ist.</p> <p><b>Das Konzentrationsgebot ist somit erfüllt.</b></p>
<b>Integrationsgebot</b>	<p>Der Norma-Markt als Betrieb der Nahversorgung wird den Standort prägen, sodass die beiden weiteren Nutzungen auch bezogen auf deren Verkaufsfläche als untergeordnet zu bewerten sind. Folglich steht an diesem Standort (v. a. auch in Kombination mit dem Tierfutterfachmarkt) die Nahversorgung im Fokus.</p> <p>Bei dem Anbieter Norma handelt es sich um einen Betrieb der Grundversorgung (i. W. Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Getränke und Drogerieartikeln). Sortimente, die nicht der Grundversorgung dienen, werden im Norma-Markt auf weniger als 10 % der Verkaufsfläche angeboten.</p> <p>Es besteht bereits heute Anschluss an die rückwärtig befindliche Wohnbebauung, die perspektivisch ausgebaut werden soll. Der zukünftige Bebauungsplan „Beim Altersheim“ sieht weitere Wohnbebauung in unmittelbarer Nachbarschaft vor. Somit kann der Markt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Der Standort ist auch für den Fahrradverkehr gut erreichbar. Das Kriterium der „städtebaulich integrierten Lage“ wird durch das Vorhaben in Verbindung mit der geplanten Wohnbebauung erfüllt.</p> <p>Ein ÖPNV-Anschluss ist in einer fußläufigen Entfernung von 350 – 400 m vorhanden. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass das Vorhaben keine zusätzliche Fläche versiegelt, sondern die bestehende versiegelte Fläche nutzt.</p> <p><b>Das Integrationsgebot ist somit erfüllt.</b></p>
<b>Kongruenzgebot</b>	<p>Bopfingen sowie die Gemeinden des zentralörtlichen Nahbereiches.</p> <p>Aufgrund der Lage an B 29 sind noch geringfügige Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes / des Nahbereiches in Form von Streukunden zu erwarten.</p> <p>Hinsichtlich der Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass bei dem Gesamtvorhaben mind. 90 % (bei Norma selbst mind. 95 %) des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus der Stadt Bopfingen bzw. den Kommunen des Nahbereiches selbst stammen werden. Insofern wird das Kongruenzgebot (mehr als 70 % Umsatzanteil aus dem Nahbereich Bopfingen) durch das Vorhaben eindeutig erfüllt.</p> <p><b>Das Kongruenzgebot wird eingehalten.</b></p>
<b>Beeinträchtigungsverbot</b>	<p>In der Gesamtbetrachtung ist somit festzuhalten, dass schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentrale Versorgungsbereiche und des städtebaulichen Gefüges in Bopfingen sowie in den umliegenden Kommunen auszuschließen sind.</p> <p><b>Das Beeinträchtungsverbot wird damit nicht verletzt.</b></p>
<b>Agglomerationsregelung</b>	<p>In der vorliegenden Untersuchung wurden sowohl die einzelnen geplanten Nutzungen (klein- und großflächig) als auch das Gesamtvorhaben i.S. einer Agglomeration, die in einem räumlichen Zusammenhang stehen, hinsichtlich der Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung geprüft. Die Prüfung kommt zu dem Ergebnis, dass <b>alle Vorgaben auch als Gesamtvorhaben i.S. einer Agglomeration erfüllt werden.</b></p>

## Verzeichnisse

## Seite

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Bopfingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2:	Mikrostandort „Neue Nördlinger Straße 16“ - Standortumfeld	16
Karte 3:	Kerneinzugsgebiet des Vorhabens in Bopfingen	20
Karte 4:	Strukturprägende Wettbewerber in Bopfingen sowie in den Umlandkommunen im Lebensmittelsegment (> 400 m <sup>2</sup> VK)	29
Karte 5:	Wettbewerbsstrukturen in Bopfingen (Lebensmittel, Bekleidung) und Nördlingen (Lebensmittel, Tierfutter)	30

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche Standortmerkmale der Stadt Bopfingen	11
Tabelle 2:	Standortrahmendaten „Neue Nördlinger Straße 16“	14
Tabelle 3:	Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet	21
Tabelle 4:	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
Tabelle 5:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzepts	23
Tabelle 6:	Umsatzprognose Fachmärkte	23
Tabelle 7:	Strukturprägende Wettbewerber im Lebensmittelsegment in Bopfingen	25
Tabelle 8:	Umsatzumverteilungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich durch das Erweiterungsvorhaben von Norma in Bopfingen	32
Tabelle 9:	Umverteilungswirkungen des Vorhabens Fressnapf	35
Tabelle 10:	Bewertung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung bezogen auf die Einzelnutzungen sowie das Gesamtvorhaben i.S. einer Agglomeration	38