

## Gemeinde Urbach

CIMA Beratung + Management GmbH  
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart  
T 0711-64 864 62  
F 0711-64 864 69  
cima.stuttgart@cima.de  
www.cima.de

Situationsanalyse Nahversorgung in  
Urbach-Nord sowie Machbarkeitsanaly-  
se Markthallenkonzept

Ihre Ansprechpartner:

CIMA Beratung + Management GmbH  
Dipl.-Geogr. Jürgen Lein  
Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

UBH Unternehmensberatung Handel GmbH  
Dipl.-Betriebswirt (BA) Michael Gschwinder

Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

Stuttgart, Oktober 2018

© 2018 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

## Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag.....	4
2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.1 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.2 Kennzahlen in der Direktvermarktung .....	6
3 Standortdaten.....	8
3.1 Makrostandort Urbach.....	8
3.2 Einzelhandelskennziffern .....	9
3.3 Standortlage ehemaliger Bonus-Markt Urbach-Nord .....	10
4 Projektrelevante Angebotsstruktur.....	13
5 Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumina.....	18
6 Machbarkeitsstudie „Markthalle Naturpark“ .....	21
6.1 Bewertung des „Markthallenkonzeptes“ sowie des vorgesehenen Angebotes.....	21
6.2 Wirtschaftliche Tragfähigkeit des Konzeptes „Markthalle-Naturpark“ .....	23
7 Anhang.....	27

## 1 Auftrag

Im Oktober 2018 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, in Kooperation mit der UBH Unternehmensberatung Handel GmbH, Stuttgart, von der Gemeinde Urbach mit einem Gutachten zur Nahversorgung in Urbach-Nord sowie zur Bewertung eines Markthallen- bzw. Direktvermarkterkonzeptes hinsichtlich der Umsetzbarkeit am Standort Urbach-Nord beauftragt.

Die strukturellen Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft, wie der zunehmende Filialisierungs- und Konzentrationsprozess führen dazu, dass kleinflächige Betriebsformen verstärkt unter Druck geraten und aus Gründen der wirtschaftlichen Tragfähigkeit zunehmend vom Markt verschwinden. Vorrangig ist von dieser Entwicklung der ländliche Raum betroffen, so dass die Sicherung der Nahversorgung eine der großen Herausforderungen der Zukunft darstellt.

In der Gemeinde Urbach ist mit zwei modernen Lebensmittelmärkten insgesamt eine gute Versorgungssituation gegeben. Seit der Betriebsaufgabe der Fa. Bonus am Standort Beckengasse im Jahr 2017 ist jedoch im nördlichen Gemeindegebiet kein Lebensmittelmarkt mehr vorhanden.

Mit Hilfe des vorliegenden Gutachtens hat die Gemeinde prüfen lassen, ob und inwieweit sich ein Angebot an Grundnahrungsmitteln und weiteren Gütern des täglichen Bedarfes in Urbach-Nord wirtschaftlich rentabel betreiben lässt. Im Rahmen des Gutachtens wurden zwei Bausteine bearbeitet:

- In einem ersten Baustein wurden unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen in Urbach-Nord die grundsätzlichen Möglichkeiten zur Aufwertung des Nahversorgungsangebotes betrachtet.
- In einem zweiten Baustein wird ein Entwurf eines Markthallen-/Direktvermarkterkonzeptes, welches von der Arbeitsgruppe „Nahversorgung Urbach-Nord“ erarbeitet wurde, hinsichtlich der Realisierungschancen bzw. der wirtschaftlichen Tragfähigkeit am Standort des ehemaligen Bonus-Marktes geprüft.

Neben der Aufbereitung der sozioökonomischen Daten erfolgte im Oktober 2018 eine Standortbegehung durch Mitarbeiter der CIMA, wobei auch die Immobilie des ehemaligen Bonus-Marktes besichtigt wurde.

## 2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland

Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt eine kurze Darstellung der grundlegenden Entwicklungstendenzen für die wesentlichen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel. Ferner wird kurz auf die unterschiedliche Sortimentspolitik der verschiedenen Betriebstypen eingegangen. Im Hinblick auf das zu prüfende „Markthallenkonzept“ wird vertiefend das Segment der Direktvermarktung dargestellt.

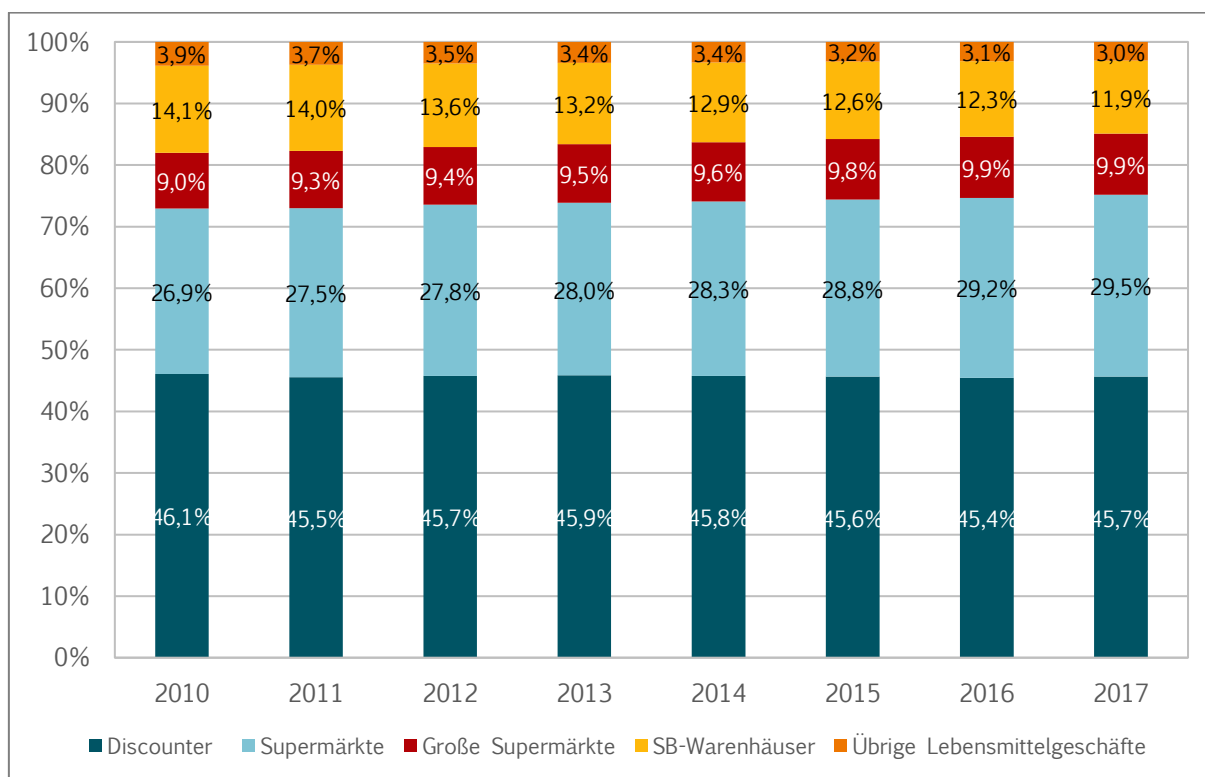
### 2.1 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist bundesweit von ca. 64.000 Betrieben im Jahr 1990 auf ca. 37.700 Betriebe im Jahr 2017 um ca. 41 % gesunken. Von diesem Strukturwandel waren insbesondere kleinere Betriebseinheiten betroffen.

Demgegenüber ist die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel seit 1990 von ca. 18,6 Mio. qm VK auf ca. 36,2 Mio. qm VK im Jahr 2017 um ca. 94 % gewachsen, wobei insbesondere im Lebensmitteldiscountmarkt eine starke Flächendynamik vorhanden war. Die Umsatzleistung im Lebensmitteleinzelhandel stieg von ca. 85,3 Mrd. € im Jahr 1990 um ca. 86 % auf ca. 158,3 Mrd. € im Jahr 2016 an.

Die Verteilung der Umsatzanteile ist seit 2010 insgesamt als relativ konstant einzuordnen. Leichte Gewinne verzeichneten die Supermärkte und großen Supermärkte zu Lasten der SB-Warenhäuser sowie der übrigen Lebensmittelgeschäfte (z.B. „Tante-Emma-Läden“), während sich der Umsatzanteil der Discounter auf einem konstanten Niveau bewegte.

Abb. 1 Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz gesamt in Deutschland nach Betriebsformen 2010 bis 2017



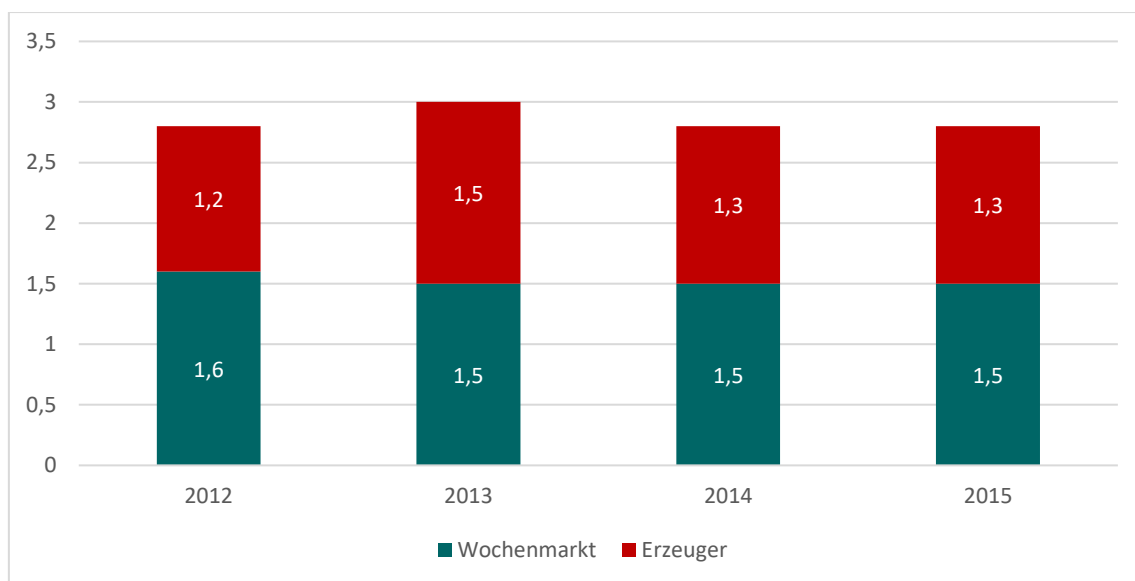
Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2018, Bearbeitung CIMA

## 2.2 Kennzahlen in der Direktvermarktung

Durch das gestiegene Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise hat sich der Handel mit biologisch und regional produzierten Lebensmitteln von einem Nischenmarkt zu einem etablierten Marktsegment innerhalb des Lebensmitteleinzelhandels entwickelt. Einer besonderen Rolle kommt dabei dem Absatzweg der Direktvermarktung zu.

Der Umsatzentwicklung in der erzeugernahen bzw. Direktvermarktung ist als vergleichsweise konstant zu bewerten und beläuft sich im Jahr 2015 auf ein Gesamtvolumen von ca. 2,8 Mrd. €, wovon ca. 1,3 Mrd. € über die Erzeuger (z.B. Hofläden) bzw. 1,5 Mrd. € über Wochenmärkte realisiert werden. Der Anteil am gesamten Lebensmitteleinzelhandel liegt etwa bei 1 % bis 2 %.

Abb. 2 Umsätze Direktvermarktung nach Vertriebsweg in Deutschland in Mrd. €



Quelle: Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH; Bearbeitung CIMA 2018

Die durchschnittliche Flächenleistung der Direktvermarkter, inkl. Naturkostfachgeschäfte, weist regionsabhängig deutliche Differenzen auf. So fallen die Flächenleistungen in dicht besiedelten Regionen höher aus, welches sich auch in der Flächenleistung der Betriebe in Berlin von ca. 5.450,- € pro qm VK äußert. Für Baden-Württemberg ist der Wert der Region Süd-West heranzuziehen, welcher sich auf ca. 3.710,- pro qm VK beläuft.<sup>1</sup>

Als durchschnittlicher Einkaufsbon pro Kunde im Segment der Direktvermarktung kann ein Wert von ca. 15,- € herangezogen werden. Der Wert liegt damit leicht unterhalb des Wertes der großflächigen Betriebsformen wie z.B. der Supermärkte (ca. 15,90 €) oder der SB-Warenhäuser (ca. 29,20€)<sup>2</sup>, in denen in einem stärkeren Maße umfangreiche „Versorgungseinkäufe“ getätigt werden und auch Produkte nachgefragt werden, welche über das Angebot eines Direktvermarkters hinausgehen.

<sup>1</sup> Quelle: Marktdaten Naturkostfachhandel

<sup>2</sup> Quelle: www.handelsdaten.de

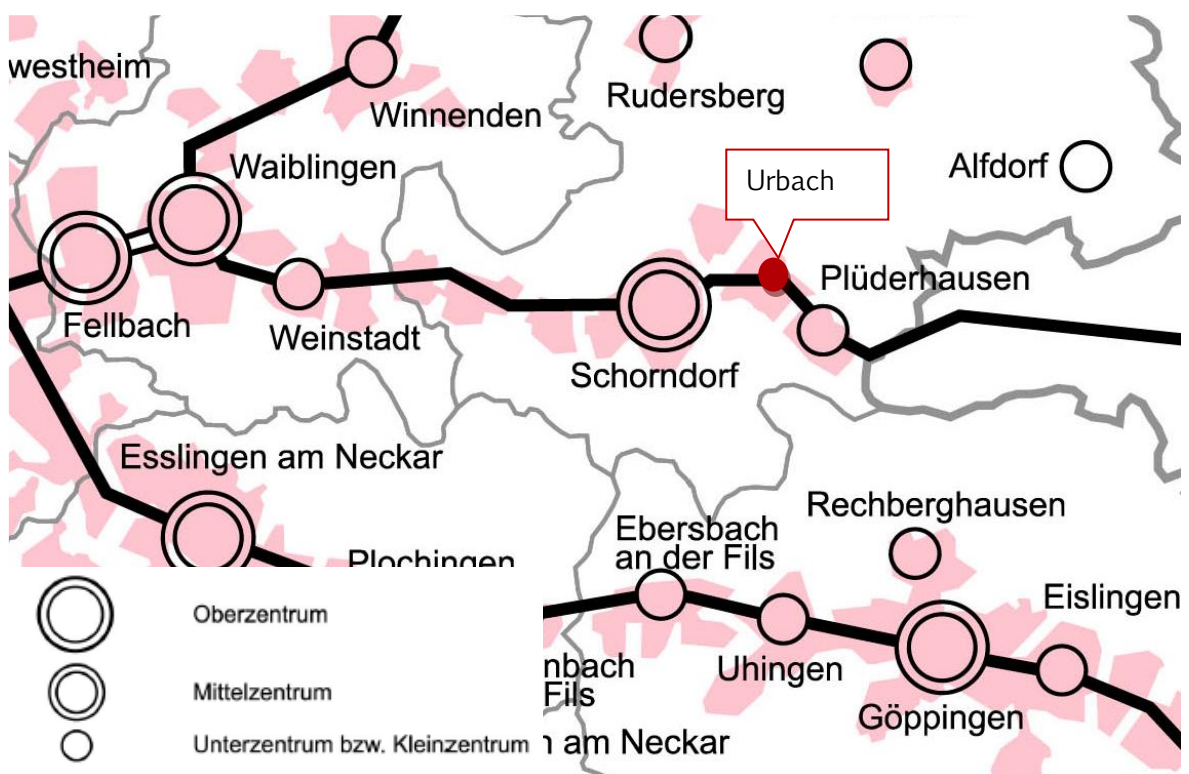
### 3 Standortdaten

#### 3.1 Makrostandort Urbach

Die Gemeinde Urbach im Remstal verfügt über ca. 8.870 Einwohner, wovon ca. 4970 Einwohner auf Urbach-Nord und ca. 3.900 Einwohner<sup>3</sup> auf Urbach-Süd entfallen. Im Regionalplan der Region Stuttgart ist der Gemeinde Urbach keine zentralörtliche Funktion zugewiesen, so dass der regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsauftrag auf der Eigenversorgung liegt.

Die Gemeinde Urbach grenzt im Westen an das Mittelzentrum Schorndorf und ist dem Mittelbereich Schorndorf zugerechnet. Die Gemeinde Urbach liegt an der im LEP Baden-Württemberg ausgewiesenen Entwicklungsachse Stuttgart - Waiblingen/Fellbach -Schorndorf (- Schwäbisch Gmünd).

Abb. 3 Lage der Gemeinde Urbach in der Region Stuttgart



Quelle: Strukturkarte Regionalplan, Verband Region Stuttgart; Bearbeitung CIMA

Die Bevölkerungsprognose des statistischen Landesamtes Baden-Württemberg weist für die Gemeinde Urbach bis ins Jahr 2035 einen Anstieg der Bevölkerung auf ca. 9.000 Einwohner aus.

<sup>3</sup> Gemeinde Urbach



Bei 2.842 Einpendlern bzw. 3.503 Auspendlern liegt ein leicht negativer Pendlersaldo vor, wobei allerdings die Anzahl der Einpendler in Relation zur Einwohnerzahl als hoch zu bewerten ist.

Hinsichtlich der Altersstruktur der Gemeinde Urbach ist auf die relativ hohen Bevölkerungsanteile bei den unter 25-Jährigen im Vergleich zum Rems-Murr-Kreis bzw. dem Land Baden-Württemberg insgesamt hinzuweisen. Dies ist als Indiz für einen überdurchschnittlichen Anteil „junger Familien mit Kindern“ zu werten.

Tab. 1 Altersstruktur in der Gemeinde Urbach, dem Rems-Murr-Kreis, Baden-Württemberg in %

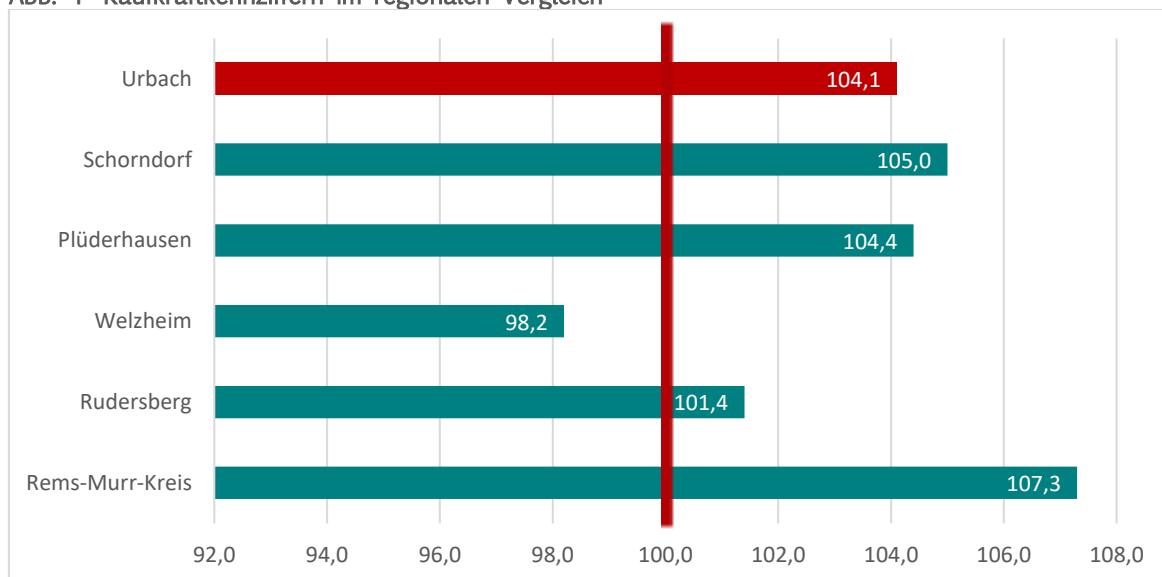
	u18	18-25	25-40	40-65	ü65
Urbach	18,2 %	8,2 %	17,2 %	36,7 %	19,8 %
Rems-Murr-Kreis	17,1 %	7,9 %	18,0 %	36,2 %	20,9 %
Baden-Württemberg	16,9 %	8,4 %	19,5 %	35,1 %	20,0 %

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2017

### 3.2 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 104,1 liegt die Gemeinde Urbach ebenso wie die angrenzenden Kommunen Schorndorf und Plüderhausen über dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert). Der Rems-Murr-Kreis insgesamt weist mit einer Kaufkraftkennziffer von 107,3 einen noch höheren Wert auf.

Abb. 4 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE|CIMA|MB Research 2017; Bearbeitung: CIMA 2018

### 3.3 Standortlage ehemaliger Bonus-Markt Urbach-Nord

Die Immobilie des ehemaligen Bonus-Marktes an der Beckengasse ist im Ortskern von Urbach-Nord verortet. Die Gewerbeinheit umfasst in Summe ca. 250 qm VK, wovon ca. 180 qm VK auf den ehemaligen Bonus-Markt sowie 80 qm VK auf eine Postagentur, welche zusätzlich Schreibwaren, Zeitschriften, Tabakwaren, Speiseeis und Getränke anbietet, entfallen.

Die Ladeneinheit verfügt über keine eigenen Kundenparkplätze. Unmittelbar vor der Immobilie sowie im Standortumfeld sind insgesamt ca. 25 öffentliche Parkplätze vorhanden, welche mit Parkscheibe eine bzw. zwei Stunde/n kostenfrei genutzt werden können. Während der Standortbesichtigung war sowohl am Vor- als auch am Nachmittag eine hohe Auslastung der Parkplätze zu beobachten.

Durch die zentrale Lage in Urbach-Nord liegt für große Teile der Wohnbevölkerung eine fußläufige Erreichbarkeit<sup>4</sup> vor. Mit der Bushaltestelle „Feuerwehr“ an der Mühlstraße liegt im erweiterten Standortumfeld ein ÖPNV-Anschluss vor, welcher bedingt durch die topographischen Gegebenheiten jedoch nicht optimal ist.

Im unmittelbaren Standortumfeld sind mit der Bäckerei Schulze, welche zum 01.01.2019 durch einen neuen Betreiber übernommen wird, sowie einer Metzgerei auf der gegenüberliegenden Straßenseite des ehemaligen Bonus-Marktes zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks vorhanden. Die Metzgerei Walz hat in jüngerer Vergangenheit seine Öffnungszeiten reduziert und nur noch vormittags geöffnet. Als weitere gewerbliche Nutzungen sind eine Filiale der Kreissparkasse Waiblingen, welche Ende November 2018 schließen wird, sowie ein Gasthaus zu nennen.

Im erweiterten Standortumfeld sind ein Schnellimbiss sowie entlang der Haubersbronner Straße vereinzelt weitere gewerbliche Nutzungen, wie z.B. ein Betrieb für Elektrowaren, eine weitere Metzgerei sowie eine medizinische Fußpflege verortet. Weiter sind die Senioreneinrichtungen im Bereich Schrödergasse/Schloßstraße zu nennen, welche sowohl Pflegeheimplätze (46 Pflegeplätze, Versorgung durch Großküche) als auch Seniorenwohnungen (Selbstverpflegung) umfassen.

---

<sup>4</sup> Fußläufige Erreichbarkeit wird i.d.R. durch einen Radius von 500m bis 700m definiert

Zur Bewertung der Eignung der Immobilie/Standortlage für ein Kleinflächenkonzept wird zusammenfassend eine SWOT-Analyse in Form einer Matrix vorgenommen.

<p><b>Stärken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lage im Ortskern von Urbach-Nord</li> <li>▪ Gute fußläufige Erreichbarkeit für die Wohnbevölkerung in Urbach-Nord</li> <li>▪ Immobilie sofort verfügbar</li> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Ansprechendes Erscheinungsbild der Immobilie</li> <li>▪ In Nachbarschaftslage Metzgerei und Bäckerei vorhanden</li> </ul>	<p><b>Schwächen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erreichbarkeit und Einsehbarkeit für PKW-Kunden ist als nicht optimal zu bewerten</li> <li>▪ Keine eigenen Parkplätze, hohe Auslastung der öffentlichen Parkplätze</li> <li>▪ Investitionen im Bereich der Lager/Kühl-anlage erforderlich</li> <li>▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle „Feuerwehr“ nicht optimal</li> <li>▪ Weiterer Frequenzverlust nach Schließung der Sparkassenfiliale zu erwarten</li> </ul>
<p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Synergieeffekte im Sinne einer gegenseitigen Kundenzufuhr mit angrenzenden Betrieben möglich</li> <li>▪ Möglichkeiten für einen sozialen Treffpunkt gegeben</li> <li>▪ Frequenzsteigerung am Standort kann wichtigen Impuls geben, um dem Funktionsverlust des Ortskerns von Urbach-Nord entgegenzuwirken</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verkaufsflächengröße ist auch für ein Kleinflächenkonzept bereits als „grenzwertig“ einzuordnen</li> <li>▪ Durch die Lage abseits der Hauptverkehrsachsen geringer Anteil von „Zufallskunden“ von außerhalb Urbach-Nord</li> <li>▪ „Gefahr“ von Sortimentsüberschneidungen mit Bestandsbetrieben des Lebensmittelhandwerks im Standortumfeld</li> </ul>

Abb. 5 Ehemaliger Bonus-Markt in Urbach-Nord sowie Standortumfeld



Fotos: CIMA, Oktober 2018

Fazit:

Die Verkaufsflächengröße von 180 qm liegt auch für ein Kleinflächenkonzept an der unteren Grenze. Die Parkplatzsituation als wichtiger Standortfaktor ist als nicht optimal zu bewerten, da die Ladeneinheit über keine eigenen Parkplätze verfügt und die vorhandenen öffentlichen Parkplätze eine hohe Auslastung aufweisen.

Das Standortumfeld mit den vorhandenen gewerblichen Nutzungen ist im Hinblick auf mögliche Synergieeffekte positiv zu bewerten. Nach Schließung der Sparkassenfiliale ist allerdings von einem weiteren Frequenz- und Funktionsverlust des Ortskerns von Urbach-Nord auszugehen.

## 4 Projektrelevante Angebotsstruktur

Zur Beurteilung der Entwicklungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation in Urbach-Nord erfolgt zunächst eine Darstellung der bestehenden Angebotssituation im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in der Gesamtgemeinde Urbach bzw. Urbach-Nord sowie dem Umland.

### *Gesamtgemeinde Urbach*

- Innerhalb der Gesamtgemeinde Urbach sind mit einem Lebensmittelvollsortimenter der Fa. Rewe sowie einem Lebensmitteldiscountmarkt der Fa. Lidl zwei moderne Lebensmittelmärkte mit einem zeitgemäßen Marktauftritt als Standortverbund in zentraler Lage vorhanden. Der Standortbereich Marktplatz stellt den eindeutigen Versorgungsschwerpunkt in der Gesamtgemeinde Urbach dar und ist für weite Teile der Wohnbevölkerung in Urbach-Süd sowie für die südlichen Wohngebiete von Urbach-Nord fußläufig zu erreichen.
- Mit der Realisierung der Lebensmittelmärkte der Fa. Rewe sowie der Fa. Lidl hat sich der Versorgungsschwerpunkt in der Gemeinde an den Marktplatz in Urbach-Süd verlagert. Unter dem Aspekt der Erreichbarkeit sowie der Gemeindeentwicklung insgesamt ist der realisierte Standort im Sinne einer „Neuen Mitte“ als planerisch „richtiger“ Standort zu bewerten.
- Als weitere Anbieter sind in der Gemeinde u.a. zwei Getränkemärkte, ein Betrieb für italienische Lebensmittel (inkl. Gastronomie), Tankstellenshops, sowie Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien und Metzgereien) zu nennen. Zusätzlich findet freitags (13:00 bis 18:00 Uhr) auf dem Marktplatz ein Wochenmarkt statt, welcher ebenfalls eine Bedeutung für die Nahversorgungsqualität besitzt.
- Die Verkaufsfläche der Betriebe, welche das Segment Lebensmittel als Hauptwarengruppe anbietet, beläuft sich in der Gesamtgemeinde überschlägig auf über 3.000 qm. Die generierte Umsatzleistung beläuft sich auf ca. 15,3 Mio. € (um Nonfood-Umsätze der größeren Lebensmittelmärkte bereinigter Wert).<sup>5</sup>
- In der Gesamtheit ist in Relation zur Gemeindegröße sowie unter Berücksichtigung der ausgeprägten Wettbewerbssituation im angrenzenden Mittelzentrum Schorndorf sowie auch in der Nachbargemeinde Plüderhausen eine gute Angebotssituation im Lebensmittel Einzelhandel zu konstatieren.

---

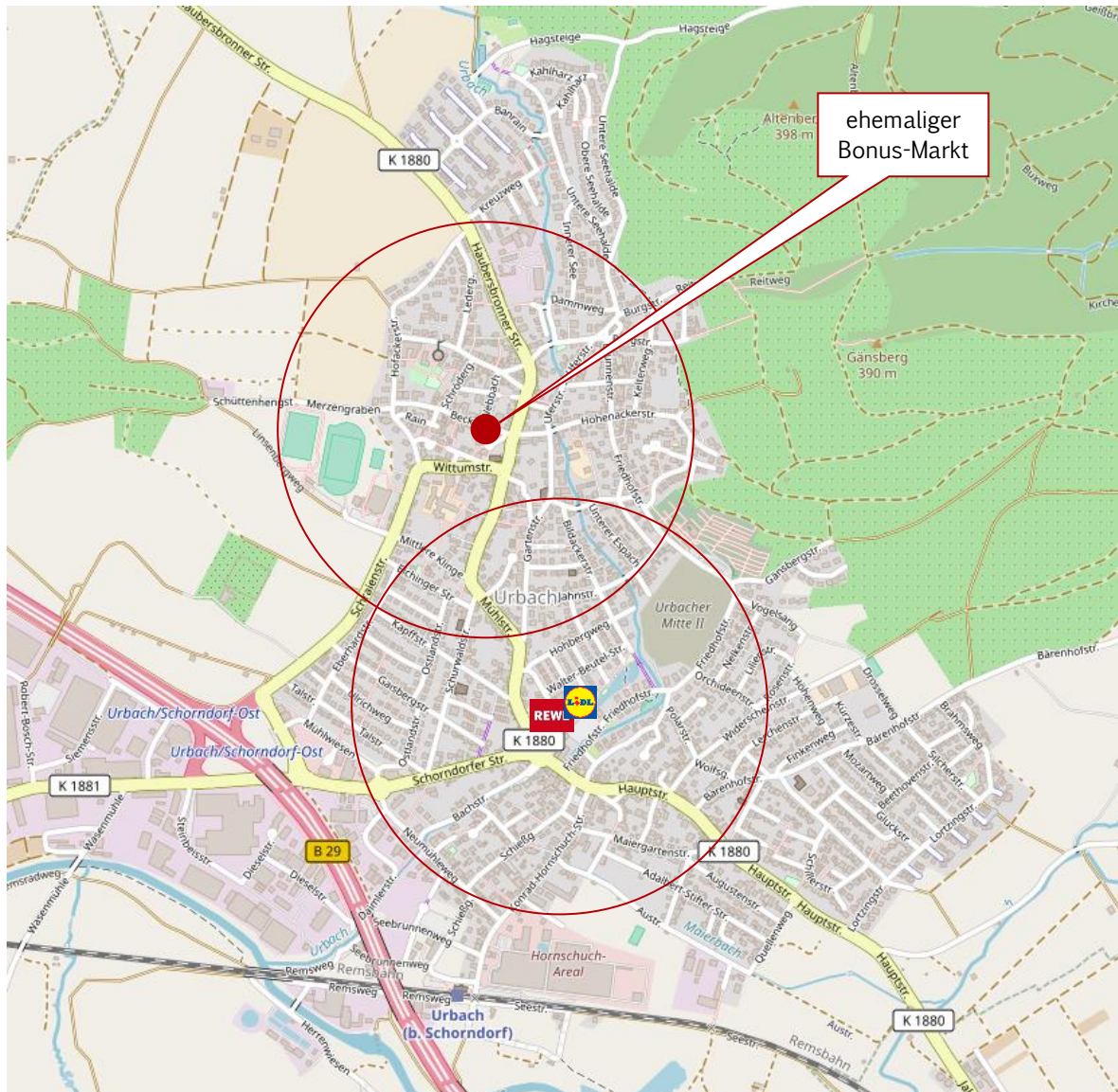
<sup>5</sup> Quelle: CIMA-Umsatzschätzung

### *Urbach-Nord*

- Die Fa. Bonus mit einer Verkaufsfläche von ca. 180 qm stellte den einzigen Lebensmittelmarkt im Bereich Urbach-Nord dar. Seit der Betriebsaufgabe im Jahr 2017 ist kein Lebensmittelmarkt mehr in Urbach-Nord vorhanden, so dass sich das Lebensmittelangebot auf zwei Metzgereien, zwei Bäckereien und einen Getränkemarkt beschränkt.
- Für die südlichen Wohngebiete von Urbach-Nord ist allerdings eine fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte am Marktplatz vorhanden. Für die nördlichen Wohngebiete in Urbach-Nord ist derzeit mit Ausnahme der Betriebe des Lebensmittelhandwerks keine fußläufige Nahversorgung gegeben.
- Innerhalb des Ortskerns sind in Nachbarschaftslage zum geschlossenen Bonus-Markt jeweils eine Metzgerei sowie eine Bäckerei verortet. Die Metzgerei hat in jüngerer Vergangenheit aus personellen/wirtschaftlichen Gründen die Ladenöffnungszeiten auf den Vormittag reduziert.
- Weitere Einzelhandelsnutzungen in Urbach-Nord sind u.a. eine Postagentur, ein Fachgeschäft für Eisen- und Haushaltswaren, ein Fachgeschäft für Angelzubehör sowie ein Elektrofachgeschäft.
- Als den Einzelhandel ergänzende Nutzungen sind gastronomische Betriebe (Gasthaus, Kulturkneipe, Schnell-Imbiss) sowie einzelhandelsnahe Dienstleistungsnutzungen wie u.a. eine Filiale der Kreissparkasse (schließt zum 31.12.2018), eine Praxis für medizinische Fußpflege zu nennen.



Abb. 6 Standort ehemaliger Bonus-Markt, Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Urbach sowie fußläufiges Einzugsgebiet (500m-Radien)



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),  
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: CIMA 2018

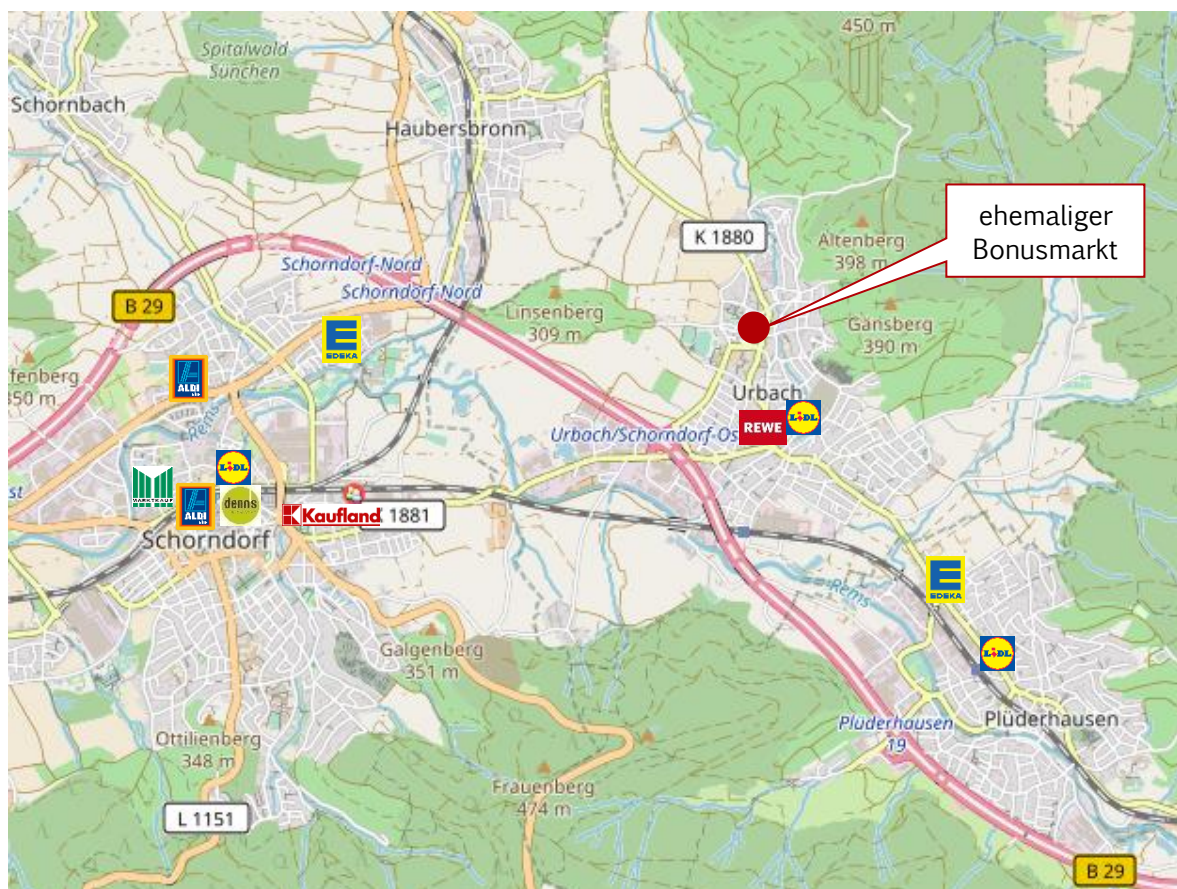
### Umland

- Die Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel im Umland der Gemeinde Urbach wird im Wesentlichen durch das benachbarte Mittelzentrum Schorndorf geprägt, in dem mit einer Vielzahl von Lebensmittelmärkten ein differenziertes Angebot an Betriebstypen und Betreiberfirmen besteht.
- Als wesentliche Anbieter, deren Marktausstrahlung auch in die Gemeinde Urbach wirkt, sind der Verbrauchermarkt der Fa. Kaufland, welcher in ca. 2,5 km Entfernung an der Gmünder Straße an der Hauptverbindungsachse zwischen Schorndorf und Urbach liegt, die Fa. Edeka E-Center sowie die Fa. Marktkauf zu nennen. Mit der Fa. denn's liegt zu-

dem ein Anbieter aus dem Bio-Segment vor, welcher mit einer zielgruppenspezifischen Kundenansprache ebenfalls nach Urbach ausstrahlt.

- In der östlich angrenzenden Gemeinde Plüderhausen ist am Ortseingang ein Lebensmittelvollsortimenter der Fa. Edeka verortet. Weiter ist auf einen Lebensmitteldiscountmarkt der Fa. Lidl zu verweisen, in dessen Nachbarschaft sich derzeit ein Drogeriefachmarkt der Fa. Rossmann im Bau befindet, an den auch Kunden aus Urbach tendieren werden.

Abb. 7 Projektstandort sowie strukturprägende Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel (Auswahl)



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),  
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: CIMA 2018



Fazit:

Die Versorgungssituation in der Gesamtgemeinde Urbach stellt sich mit den Lebensmittelmärkten Rewe und Lidl am Marktplatz sowie verschiedenen ergänzenden Anbietern (Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkte etc.) unter Berücksichtigung der ausgeprägten Wettbewerbssituation im benachbarten Mittelzentrum Schorndorf als gut dar. Eine augenscheinliche Unterversorgung liegt in der Gesamtgemeinde Urbach nicht vor.

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte hat mit der Realisierung der „Neuen Mitte“ eine Verschiebung des Versorgungsschwerpunktes an den Marktplatz stattgefunden, welcher zentral in der Gesamtgemeinde verortet ist.

Auf kleinräumiger Ebene ist im nördlichen Bereich von Urbach-Nord keine fußläufige Nahversorgung gegeben. Allerdings ist für die südlichen Gebiete von Urbach-Nord eine fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte am Marktplatz möglich.

## 5 Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumina

Zur Beurteilung der Entwicklungspotentiale der Nahversorgung von Urbach-Nord werden die wesentlichen Daten zur projektspezifischen Nachfragesituation im Raum Urbach bzw. Urbach-Nord dargestellt.

### *Gesamtgemeinde Urbach*

In der Gemeinde Urbach leben derzeit insgesamt ca. 8.870 Einwohner, wovon ca. 4.970 EW auf Urbach-Nord bzw. ca. 3.900 EW auf Urbach-Süd entfallen.<sup>6</sup>

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.366,- € für das Jahr 2017 angesetzt werden<sup>7</sup>. Hiervon entfallen

- ca. 2.145,- € auf den Lebensmittelbereich,
- ca. 3.221,- € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl sowie des lokalen Kaufkraftniveaus ergibt sich für die Gemeinde Urbach insgesamt im Lebensmittelsegment ein Kaufkraftpotential von ca. 19,8 Mio. €, wovon ca. 11,1 Mo. € auf Urbach-Nord bzw. ca. 8,7 Mio. € auf Urbach-Süd entfallen.

Tab. 2 Kaufkraftpotential in der Gemeinde Urbach

	Urbach-Nord	Urbach-Süd	Urbach insgesamt
Lebensmittel	11,1	8,7	19,8
Nichtlebensmittel	16,6	13,1	29,7
<b>Kaufkraftpotential gesamt</b>	<b>27,7</b>	<b>21,8</b>	<b>49,5</b>

CIMA-Berechnungen 2018

Setzt man nun das vorhandene Kaufkraftpotential im Lebensmittelsegment von ca. 19,8 Mio. € in Relation zum Umsatz der Bestandsbetriebe von ca. 15,3 Mio. €<sup>8</sup> ergibt sich eine Handelszentralität von ca. 75 bis 80 %, welches in Relation zur Gemeindegröße einen guten Wert darstellt.

Da aufgrund der bestehenden Angebotssituation mit zwei Lebensmittelmärkten nicht die Gesamtgemeinde als potentiell erschließbares Einzugsgebiet für ein Kleinflächenkonzept am

<sup>6</sup> Quelle: Gemeinde Urbach

<sup>7</sup> Quelle: BBE/CIMA/IMB Research, 2017

<sup>8</sup> CIMA-Umsatzschätzung

Standort Beckengasse herangezogen werden kann, erfolgt nachfolgend eine kleinräumige Betrachtung mit dem Schwerpunkt Urbach-Nord.

*Einschätzung wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Kleinflächenkonzeptes am Standort Beckengasse in Urbach-Nord*

Wirtschaftlich tragfähige Kleinflächenkonzepte des Lebensmitteleinzelhandels sind in der Regel entweder an hochfrequentierten Standortlagen in größeren Städten oder als „Dorfläden“ in Gemeinden in ländlichen Gebieten, welche über keine weiteren Einkaufsalternativen vor Ort verfügen, lokalisiert. Diese beiden entscheidenden Standortvoraussetzungen sind im speziellen Fall in Urbach-Nord nicht gegeben.

Durch die Lebensmittelmärkte am Marktplatz, welche in ca. 900m-Entfernung vom Standort des ehemaligen Bonus-Marktes verortet sind, liegen in der Gemeinde Urbach grundsätzlich andere Voraussetzungen und Standortbedingungen vor.

Das Kundenpotential ist auf die Einwohner aus den unmittelbar angrenzenden Siedlungsgebieten begrenzt, welche sich allerdings auch an die Standorte der Lebensmittelmärkte am Marktplatz zum Einkauf orientieren werden.

Unter den gegebenen Voraussetzungen ist eine Berechnung eines Verkaufsflächenpotentials im Einzugsgebiet nicht zielführend. Im Hinblick auf die Verbesserung der Nahversorgungssituation in Urbach-Nord am Standort Beckengasse wird daher eine qualitative Bewertung vorgenommen:

- Bei einer Handelszentralität im Lebensmittelsegment von 75 % bis 80 % kann für die Gesamtgemeinde Urbach eine gute Versorgungssituation konstatiert werden. Eine deutlich höhere Kaufkraftbindung in Urbach selbst bzw. zusätzliche Kunden von außerhalb der Gemeinde Urbach zu generieren, wird mit einem „normalen“ Kleinflächenkonzept nicht möglich sein.
- Weiter ist zu berücksichtigen, dass mit der Fa. Bonus bereits ein Kleinflächenkonzept am Standort vertreten war, welches nur mit Hilfe von Fördergeldern wirtschaftlich betrieben werden konnte. Die durchschnittlichen Monatsumsätze betragen ca. 30.000,- € bis 33.000,- €, welches einem Jahresumsatz von ca. 380.000,- € entspricht. Nach Angaben der Fa. Bonus hätte sich der Jahresumsatz für einen Weiterbestand des Betriebes auf mindestens 500.000,- € belaufen müssen.
- Nach Einschätzung der CIMA reicht das vorhandene Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotential im Standortumfeld des ehemaligen Bonus-Marktes unter dem Aspekt der wirt-

schaftlichen Tragfähigkeit nicht aus, so dass in der Immobilie an der Beckengasse die Realisierungschancen eines herkömmlichen Kleinflächenkonzeptes sehr gering sind.

- Im Zuge der Bemühungen einer Revitalisierung der Immobilie wurde bereits mit verschiedenen Lieferanten wie z.B. der UTZ GmbH oder der LHG Lebensmittelhandels-gmbH gesprochen, wobei der Revitalisierung des ehemaligen Bonus-Marktes durch ein Kleinflächenkonzept keine Chancen eingeräumt wurden. Die Einschätzung der CIMA wird damit auch marktseitig geteilt.

Fazit:

Die Chancen einer Revitalisierung der Immobilie des ehemaligen Bonus-Marktes durch ein Kleinflächenkonzept im Lebensmitteleinzelhandel können unter den gegebenen Standortrahmenbedingungen, der bestehenden Angebotssituation in der Gesamtgemeinde sowie des begrenzten Kundenpotentials im Standortumfeld als sehr gering eingeschätzt werden.

Resultierend daraus kann eine Verbesserung der Nahversorgungssituation im Ortskern Urbach-Nord nur über alternative Lösungsansätze gelingen. Derzeit verkehrt bereits ein „Einkaufsbus“, welcher dienstags und freitags vor dem ehemaligen Bonus-Markt hält und die BürgerInnen zu den Lebensmittelmärkten am Marktplatz fährt. Denkbar wäre auch die Möglichkeit eines Lieferdienst z.B. durch den Rewe-Markt. Dem zunehmenden Funktionsverlust des Ortskerns Urbach-Nord kann damit jedoch nicht entgegengewirkt werden.

## 6 Machbarkeitsstudie „Markthalle Naturpark“

### 6.1 Bewertung des „Markthallenkonzeptes“ sowie des vorgesehenen Angebotes

In der Gemeinde Urbach hat sich eine Arbeitsgruppe „Nahversorgung Urbach-Nord“ mit Mitgliedern aus der Politik, der Verwaltung, der Gewerbetreibenden und der Bürgerschaft gegründet und mit der Nahversorgungssituation in Urbach-Nord befasst.

Im Zuge dessen wurde ein Direktvermarkterkonzept (Arbeitstitel „Markthalle-Naturpark“) als potentielle Betreiberform für den ehemaligen Bonus-Markt erarbeitet. Hierbei handelt es sich aufgrund des regionalen Angebotsschwerpunktes sowie einer sehr spezifischen Zielgruppenansprache um ein „Nischenkonzept“, das sich vom filialisierten Lebensmitteleinzelhandel und damit von den Betrieben am Marktplatz abhebt.

Mit einem alternativen Betreiberkonzept sollen zum einen eine Verbesserung der lokalen Nahversorgungssituation im Ortskern von Urbach-Nord erreicht und zum anderen durch ein regionales und individuell zugeschnittenes Warenangebot Kunden von außerhalb der Gemeinde Urbach angesprochen werden.

Zur Charakterisierung der „Markthalle-Naturpark“ sind folgende wesentliche Punkte zu nennen:

- Das Angebot weist einen starken regionalen Bezug auf und wird von Selbsterzeugern/Direktvermarktern bezogen. Einen Schwerpunkt bilden dabei die Produkte aus dem Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald, so dass der Betrieb als „Markthalle-Naturpark“ firmieren soll. Das Angebot setzt sich damit deutlich von den „normalen“ Lebensmittelmärkten ab.
- Das Angebot soll aus Fleischwaren (inkl. Geflügel, Wild, Ziegen), Fisch, Backwaren, Käse sowie weiteren Molkereiprodukten bestehen, welches u.a. durch lokale Getreide- und Mühlenprodukte, Säfte, Gewürze, Gsälze, Honig, Spirituosen etc. ergänzt wird. Obst und Gemüse sollen dabei überwiegend einen Bioland bzw. Fairtrade Standard aufweisen. Neben dem Lebensmittelangebot ist auch ein Angebot an Naturkosmetik vorgesehen. In Summe bietet sich damit für den Kunden die Möglichkeit eines Einkaufs von Produkten des täglichen Bedarfes mit einem Schwerpunkt auf Regionalität, Frische und Qualität.
- Das Angebot spricht eine sehr spezifische Kundenzielgruppe an, die sich bewusst für regionale Produkte entscheidet und ein hohes Qualitätsbewusstsein besitzt. Die Markt-

halle stellt somit ein „Nischenkonzept“ dar, das aufgrund seiner Zielgruppenansprache einen erheblichen Kundenanteil von außerhalb der Gemeinde Urbach generieren muss.

- Bei dieser Kundenzielgruppe liegt eine höhere Bereitschaft vor, gezielt Standorte aufzusuchen und dafür vergleichsweise große Distanzen zurückzulegen. Hieraus resultiert ein hoher Anteil von PKW-Kunden, so dass die PKW-Erreichbarkeit sowie die Parkplatzsituation wichtige Standortfaktoren darstellen.
- Neben dem Markthallenkonzept wurden durch die Arbeitsgruppe auch ergänzende Maßnahmen für den Ortskern, wie z.B. die Realisierung eines Cafés oder auch die Ausweitung des Mittagstisches durch die bestehenden Betriebe angeregt.
- Mit den zusätzlichen, die „Markthalle“ ergänzenden Nutzungen, ist eine soziale Komponente vorgesehen, die zu einer Attraktivitätssteigerung bzw. einer Frequenzsteigerung im Ortskern führt, so dass lokalen Strukturen gestärkt werden und dem Funktionsverlust des Ortskerns Urbach-Nord entgegengewirkt wird.

**Fazit:**

In der Gesamtbetrachtung wurde von der Arbeitsgruppe Nahversorgung Urbach-Nord ein schlüssiges und in sich stimmiges Betreiberkonzept ausgearbeitet, welches gesellschaftliche Trends, wie z.B. Regionalität und ein steigendes Qualitätsbewusstsein für Lebensmittel, aufgreift und dem Zeitgeist entspricht.

Durch den Bezug der Waren von regionalen Direktvermarktern liegt ein Differenzierungsmerkmal gegenüber den bestehenden Anbietern in der Gemeinde Urbach vor und spricht damit auch Kunden von außerhalb der Gemeinde an, die gezielt Waren von Direktvermarktern nachfragen.

## 6.2 Wirtschaftliche Tragfähigkeit des Konzeptes „Markthalle-Naturpark“

Eine wichtige Kennzahl zur Planung und Kontrolle des Betriebsergebnisses bei Neugründungen ist die Bestimmung des Umsatzes (pro Jahr/arbeitstäglich), der mindestens generiert werden muss, um Betriebskosten, Kredittilgungen und Gewinn zu decken.

Im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsberechnung (s. Anhang) wurde unterstellt, dass aufgrund der zu empfehlenden Organisationsform (Genossenschaft mit ehrenamtlicher Tätigkeit) im Startjahr nur die Kreditrückzahlung erwirtschaftet werden muss. Das heißt, es wird kein zusätzlicher Gewinn erwirtschaftet.

Im Rahmen der vorgenommenen Wirtschaftlichkeitsberechnung wurde ein rechnerischer Jahresumsatz von ca. 750.000,- € ausgewiesen, welcher erforderlich ist, um die laufenden Kosten zu decken. Zur Einordnung dieses Wertes lassen sich folgende Kennzahlen ableiten:

- Bei einem Jahresumsatz von ca. 750.000,- € (brutto) ergibt sich bei 300 Öffnungstagen ein durchschnittlicher Tagesumsatz von ca. 2.485,- € (brutto). Unter Berücksichtigung der Verkaufsflächengröße von ca. 180 qm ergibt sich daraus eine Flächenproduktivität von ca. 4.140,- €/qm VK, die in etwa der durchschnittlichen Flächenleistung im Lebensmitteleinzelhandel entspricht.
- Um den erforderlichen Tagesumsatz von ca. 2.485,- € zu erreichen, müssen bei einer durchschnittlichen Bonnhöhe von ca. 15,- € im Segment der Direktvermarkter demnach ca. 160 bis 170 Kunden täglich in der Markthalle einkaufen.
- Bei einer zu empfehlenden Öffnungszeiten von ca. 09:00 Uhr bis 19:00 Uhr, welches zehn Stunden entspricht und erforderlich ist, um auch die Zielgruppe der Pendler zu erreichen, muss nahezu alle 4 Minuten ein Kunde einen Einkauf in Höhe eines durchschnittlichen Kassenbons von 15,- € tätigen.
- Bei dem vorliegenden Konzeptentwurf ist ein hoher Anteil an PKW-Kunden erforderlich, um die notwendige Kundenfrequenz zu erreichen. Überschlägig wird hier ein Anteil der PKW-Kunden von 80 – 90 % angenommen. Daraus ergibt sich, dass pro Stunde durchschnittlich 13 bis 14 PKWs am Standort parken müssen. Zu Stoßzeiten würde die Anzahl entsprechend höher ausfallen.

**Fazit:**

Die Vertriebsform der Direktvermarktung stellt innerhalb des gesamten Lebensmitteleinzelhandels eine „Nische“ dar, so dass die Erschließung eines übergemeindlichen Einzugsgebietes erforderlich ist. Entsprechend ist von einem hohen Anteil an PKW-Kunden auszugehen.

Durch die Lage abseits der Hauptverkehrsachsen sowie unter Berücksichtigung der derzeit vorliegenden Parkplatzsituation wird die Realisierung der erforderlichen Umsatzleistung am Standort des ehemaligen Bonus-Marktes erheblich erschwert.

*Überörtliches Marktgebiet sowie erforderlicher Marktanteil*

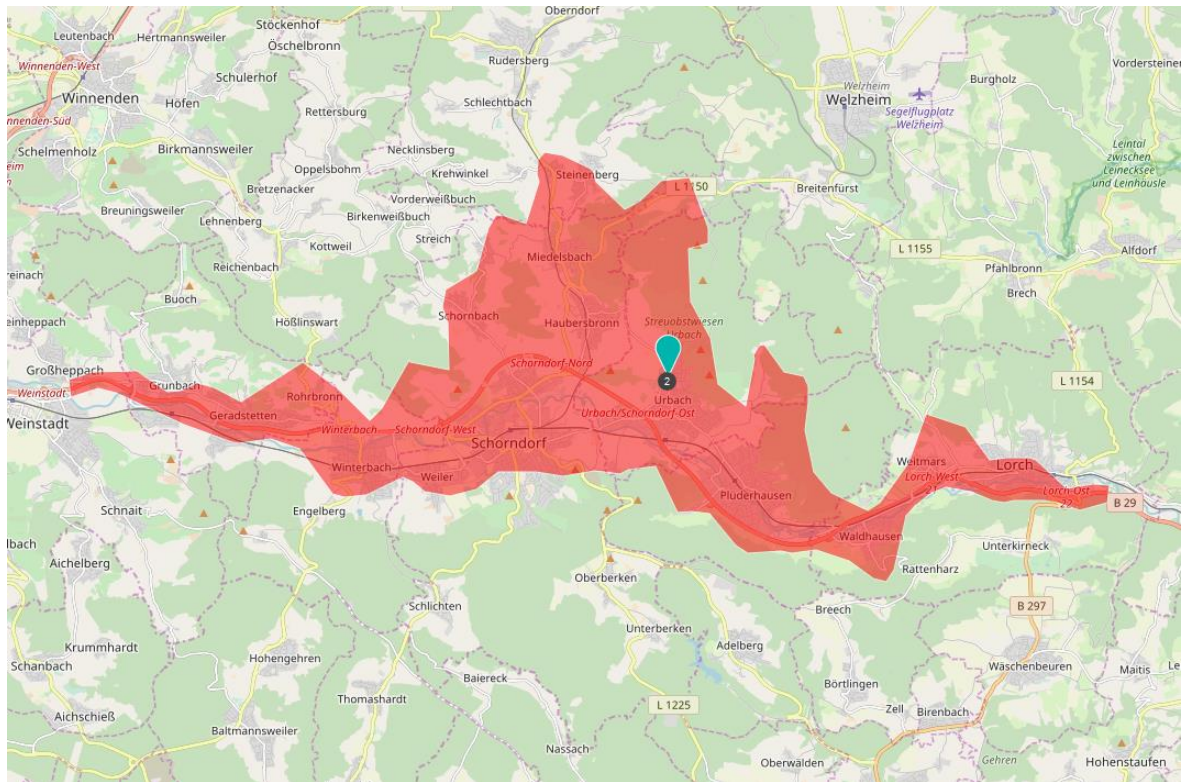
Unter Berücksichtigung des Nischenkonzeptes „Markthalle Naturpark“ ist, wie bereits dargelegt, die Erschließung eines übergemeindlichen Marktgebietes erforderlich.

Als **Orientierungsgröße** wird nachfolgend das Bevölkerungs- und Kaufkraftpotential berechnet, welches durch den Standort in Urbach-Nord innerhalb einer 10-Min-PKW-Fahrzeitzone erschlossen werden kann.

Die 10-Min-PKW-Fahrzeitzone beinhaltet im Westen weite Teile des Mittelzentrums Schorn-dorf und reicht im Osten bis nach Lorch. Die vergleichsweise große Ausdehnung in Ost-West-Richtung resultiert aus dem Verlauf der B 29. In nördlicher Ausrichtung umfasst die Fahrzeitzone die südlichen Ortsteile der Gemeinde Rudersberg.



Abb. 8 10-Min-PKW-Fahrzeitzone um den Standort Beckengasse in Urbach-Nord



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (<http://openstreetmap.org>),  
CC-BY-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>); Bearbeitung: CIMA 2018

Die im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsberechnung ausgewiesenen Kennzahlen werden nachfolgend in Relation mit dem Bevölkerungs- und Kaufkraftpotential innerhalb der 10-Min-PKW-Fahrzeitzone gesetzt.

- Innerhalb der 10-Min-PKW-Fahrzeitzone liegt überschlägig ein Bevölkerungspotential von insgesamt ca. 86.000 Einwohnern vor, woraus sich ein Kaufkraftpotential im Lebensmittelpotentialbereich von ca. 193 Mio. € ergibt.
- Bei einem Marktanteil der Selbsterzeuger/Direktvermarkter am Lebensmitteleinzelhandel insgesamt von etwa 1,5 % ergibt sich innerhalb der 10-Min-PKW-Fahrzeitzone ein spezifisches Kaufkraftpotential von ca. 2,9 Mio. €.
- Setzt man das vorhandene Kaufkraftpotential von 2,9 Mio. € in Relation mit dem rechnerischen Planumsatz von ca. 750.000,- €, müsste die Markthalle in dem Nischen-segment der Direktvermarkter einen Marktanteil von ca. 25 % erreichen. Das heißt, dass jeder vierte Kunde innerhalb der 10-Min-PKW-Fahrzeitisochrone, der Produkte von Selbsterzeugern/Direktvermarktern nachfragt, an den Standort Beckengasse in Urbach-Nord tendieren müsste.

**Fazit:**

Die oben dargelegte Modellrechnung zeigt auf, dass aufgrund der hohen Siedlungsdichte entlang der Entwicklungsachse Remstal vom Grundsatz her auch für Nischenkonzepte an verkehrsgünstig gelegenen Standorten ein relativ hohes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotential für zielgruppenorientierte Angebotsformen, wie es das Markthallenkonzept darstellt, erschlossen werden kann.

Die Standortvoraussetzungen für die Erschließung eines weiträumigen Einzugsgebietes sind am Standort des ehemaligen Bonus-Marktes in Urbach-Nord nach Einschätzung der CIMA allerdings nicht gegeben. Dies ist in erster Linie durch die Standortlage der Immobilie selbst begründet (fehlende Außenwirkung des Standortes für regionale Marktdurchdringung, problematische Parkplatzsituation etc.).

Die Umsetzung des Konzeptes „Markthalle-Naturpark“ ist im Hinblick auf die wirtschaftliche Tragfähigkeit am Standort der Immobilie des ehemaligen Bonus-Marktes mit einem hohen wirtschaftlichen Risiko behaftet.

Die Erfolgchancen des Konzeptes „Markthalle-Naturpark“ sind an einer verkehrsgünstigen Standortalternative deutlich höher einzuschätzen. An einem auch für PKW-Kunden gut erreichbaren Standort könnte ein derartiges Konzept als „Schaufenster der Region“ auch eine wichtige Funktion im Regionalmarketing für den Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald übernehmen.

## 7 Anhang

Tab. 3 Wirtschaftlichkeitsberechnung „Markthalle-Naturpark“

	<i>EUR</i>	<i>%</i>
Kredittilgungen	5.250	
<b>Reingewinn</b>	<b>5.250</b>	0,8
AfA	17.500	2,5
<b>Cashflow</b>	<b>22.750</b>	3,3
Zinsen	3.000	0,4
<b>erweit. Cashflow</b>	<b>25.750</b>	3,7
Miete/Pacht	15.600	2,3
Raumkosten	20.000	2,9
Werbung, Dekoration etc.	20.000	2,9
Sonstiges (u.a. inkl. Betriebssteuern, Versicherungen, Buchhaltung etc. (GewSt, KöSt))	21.000	3,1
<b>Rohgewinn II</b>	<b>102.350</b>	14,9
Personalkosten	90.000	13,1
<b>Rohgewinn I</b>	<b>192.350</b>	28,0
Wareneinsatz	494.614	72,0
<b>Umsatz netto</b>	<b>686.964</b>	100,0
MwSt-Inkasso	58.392	8,5
<b>Umsatz brutto</b>	<b>745.356</b>	108,5
<i>durchschn. Tagesumsatz</i>	<b>2.484</b>	

Berechnung: Unternehmensberatung Handel GmbH 2018

*Erläuterungen Wirtschaftlichkeitsberechnung:*

- Afa ist die Abschreibung für die Abnutzung des Anlagevermögens (v.a. Ladeneinrichtung).
- Cashflow ist die Bezeichnung für die erwirtschafteten flüssigen Mittel (im vorliegenden Fall Gewinn und Abschreibung). Im erweiterten Cashflow sind des Weiteren die Zinsen enthalten.
- Die Raumkosten beinhalten schwerpunktmäßig die Energiekosten bzw. Ausgaben für Strom, Wasser, Heizung.
- Der Rohgewinn II beinhaltet den erweiterten Cashflow zusätzlich der aufgeführten Betriebsausgaben. Im Rohgewinn I sind dann zusätzlich noch die Personalkosten enthalten.
- Der Wareneinsatz ist der Umsatz zu Einstandspreisen (Warenwert der eingesetzt werden muss, um den Rohgewinn I zu erwirtschaften). Im Berechnungsbeispiel für den Wareneinsatz ein branchenüblicher Wert eingesetzt.
- Der Umsatz netto ist der Umsatz ohne Mehrwertsteuer. Zur Ermittlung des Bruttoumsatzes muss daher noch die Mehrwertsteuer angesetzt werden. Im vorliegenden Beispiel ein Mischsatz von 8,5% (Anmerkung: für Lebensmittel gibt es den ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 7%).
- Zur Ermittlung der durchschnittlichen Tageslosung wird der Bruttoumsatz durch die Anzahl der Öffnungstage dividiert (i. d. R. im Einzelhandel jährlich 300 Öffnungstage).