



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma-Lebensmittelmarktes in Ladenburg

AUFTRAGGEBER: Stadt Ladenburg

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, den 26.02.2026

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 darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs, Markus Wagner

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Rechts- und Planungsrahmen	5
3. Definitionen	6
4. Daten zum Vorhaben	7
II. Konzentrationsgebot	9
1. Makrostandort Ladenburg	9
2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	12
3. Bewertung des Konzentrationsgebotes	12
III. Integrationsgebot	13
1. Mikrostandort Wallstadter Straße 64	13
2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	16
3. Bewertung des Integrationsgebotes	17
IV. Kongruenzgebot	19
1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
3. Umsatzprognose für den erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounter	21
4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	22
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	23
V. Beeinträchtungsverbot	24
1. Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation	24
1.1 Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	24
1.2 Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland	25
1.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse	26
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	27
2.1 Methodik	27
2.2 Voraussichtliche Wettbewerbsswirkungen und Umsatzumverteilungen	27
3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	28
4. Beeinträchtungsverbot – landesplanerische Vorgaben und Bewertung	29
5. Bewertung des Beeinträchtungsverbotes	30
VI. Zusammenfassung	31

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Das Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen Norma betreibt bereits seit vielen Jahren in Ladenburg am Standort Wallstadter Straße 64 eine Filiale, welche nun grundlegend modernisiert werden soll. Im Zuge der Modernisierung soll der Markt durch einen seitlichen Anbau auf 1.062 m² VK erweitert werden. Mit der Erweiterung wird der Norma-Markt großflächig i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO. Zur Umsetzung des Vorhabens ist damit voraussichtlich die Änderung des Bebauungsplanes und Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich. Zur Vorbereitung dieses Verfahrens ist eine städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungsanalyse zu erstellen und die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung zu prüfen. Das Gutachten dient der Abstimmung mit den beteiligten Behörden und Trägern öffentlicher Belange.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Untersuchung folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung des Makrostandortes Ladenburg und städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Wallstadter Straße“
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den erweiterten Norma-Lebensmittelmarkt und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Ladenburg und im Umland (Angebots- und Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Baden-Württemberg bzw. Einheitlichem Regionalplan Rhein-Neckar (ERP)
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

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

2. Rechts- und Planungsrahmen

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

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*
- Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

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

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

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Kommune und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

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

3. Definitionen

Als **Verkaufsfläche** (VK) eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.³ Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu trennen:

- **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“ (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
 - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
 - **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.)⁴.

Für die **Definitionen der Betriebstypen** wird in dieser Untersuchung auf die des EHI zurückgegriffen. Im Lebensmittelhandel sind danach folgende Betriebstypen zu unterscheiden:⁵

„Kleines Lebensmittelgeschäft“

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

³ Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2022, Köln 2022, S. 375. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

⁴ Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell, Köln 2025, S. 376.

⁵ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell, Köln 2025, S. 376.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.“

4. Daten zum Vorhaben

In der Stadt Ladenburg soll der langjährig bestehende Lebensmitteldiscountmarkt Norma an der Wallstadter Straße 64 von derzeit 819 m² VK auf ca. 1.062 m² erweitert werden. Die Erweiterung der Verkaufsfläche soll durch einen seitlichen Anbau auf der linken Gebäudeseite (vgl. Abbildung 1) erfolgen. Die Anzahl der Stellplätze wird sich hierdurch leicht reduzieren. Mit 69 Stellplätzen steht aber auch weiterhin eine ausreichende Anzahl für das zu erwartenden Kundenaufkommen zur Verfügung. Bei der Anlieferzone wird es keine Veränderungen geben. Auch die Grundstückerschließung bzw. -zufahrt bleibt unverändert.

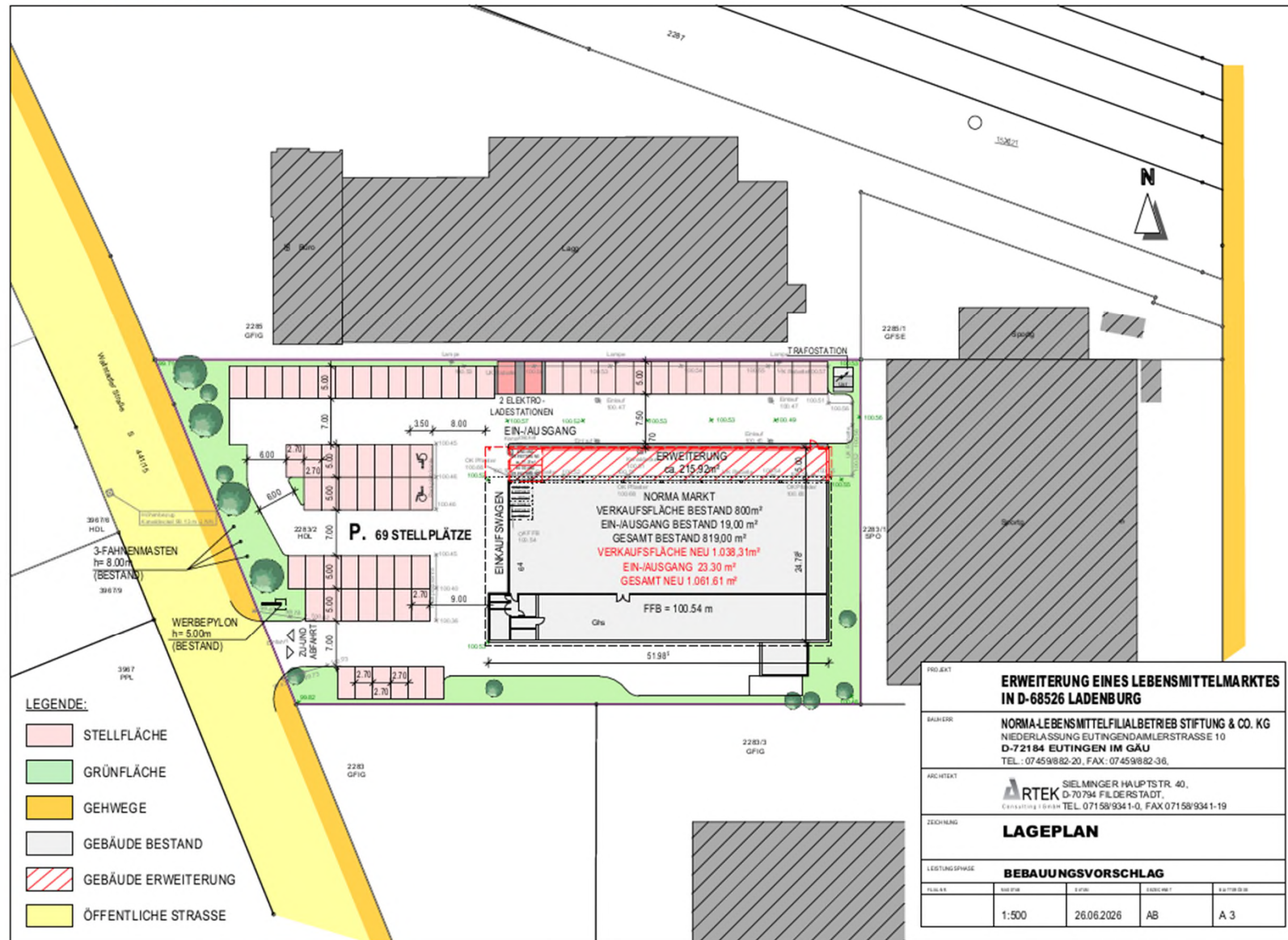
Ziel der Modernisierung und Vergrößerung der Norma-Filiale ist es, durch eine optimierte Warenpräsentation und mehr Wareenträger die Kundenfreundlichkeit des Markts zu erhöhen. Unmittelbare Sortimentsänderungen sind mit dem Modernisierungsvorhaben jedoch nicht verbunden. Bei dem Betrieb an der Wallstadter Straße bleibt es bei dem betriebsartypischen Sortimentsspektrum, das auch andere Norma-Märkte in der Region anbieten. Norma-Märkte sind Filialen; wesentlich Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz liegen in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch künftig wird es sich bei dem Markt in Ladenburg also um eine für Norma typische Filiale handeln. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Vorhabenstandort vom Kunden nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Lebensmittelmärkte.

Das **Unternehmen NORMA** betreibt in Deutschland rd. 1.350 Filialen und ist nahezu flächendeckend im Bundesgebiet vertreten, wobei ein Schwerpunkt in Süddeutschland liegt. Das spezielle Vertriebskonzept des Unternehmens ist wie folgt zu skizzieren:

- /// Lebensmitteldiscounter mit begrenztem Sortimentsspektrum mit deutlichem Schwerpunkt im Lebensmittelbereich, konzentriert auf umschlagsstarke Artikel bei konsequenter Niedrigpreispolitik,
- /// wöchentlich wechselnde Nonfood-Artikel (ca. 10 % der Gesamtartikelzahl), Verkaufsflächenanteil deutlich unter 10 %.
- /// hoher Anteil an Eigenmarken, aber auch Markenprodukten,
- /// durchschnittlicher Norma-Umsatz je Filiale ca. 3,5 Mio. €, durchschnittliche Filialgröße ca. 771 m² VK, durchschnittliche Flächenleistung 4.420 € / m² VK.⁶

⁶ Quelle: Hahn Immobilien-Beteiligungs AG: Retail Real Estate Report Germany 2025 / 2026, S. 34 f. (Angaben für 2024)

Abbildung 1: Lageplan



Quelle: Auftraggeber

II. Konzentrationsgebot

Zunächst ist im Rahmen des Konzentrationsgebotes zu bewerten, ob die Stadt Ladenburg unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür erfolgt zunächst die Darstellung des Makrostandortes Ladenburg.

1. Makrostandort Ladenburg

Die Stadt Ladenburg (Rhein-Neckar-Kreis) liegt in der Metropolregion Rhein-Neckar im hochverdichteten Kernraum zwischen den Städten Heidelberg und Mannheim.

Ladenburg ist Mitglied des Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim⁷ und nimmt gemäß Einheitlichem Regionalplan Rhein-Neckar (ERP) die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums ein. Das nächstgelegene Mittelzentrum ist Viernheim (ca. 9 km) und die nächstgelegenen Oberzentren sind Mannheim und Heidelberg (jeweils ca. 15 km).

Verkehrlich ist Ladenburg durch die Nähe zu den Autobahnen A5 (Darmstadt – Heidelberg) und A6 (Viernheim – Sinsheim) sehr gut angebunden. Die Stadt Ladenburg verfügt zudem über einen Bahnhof mit Anschluss an die Main-Neckar-Bahn Mannheim/Heidelberg–Bensheim–Darmstadt–Frankfurt/M.

Die Lage in der Region Rhein-Neckar, mit einer sehr guten Verkehrsanbindung sowie der guten örtlichen Infrastruktur machen Ladenburg zu einem attraktiven Wohn- und Wirtschaftsstandort. Am Arbeitsort Ladenburg waren im Jahr 2022 ca. 5.053 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert, davon waren ca. 36 % im Produzierenden Gewerbe, ca. 24 % im Sektor Handel / Verkehr / Gastgewerbe und ca. 38 % im Dienstleistungssektor tätig. Die Bedeutung der Stadt als Arbeitsort spiegelt sich in einer hohen Arbeitsplatzdichte (rd. 407 Beschäftigte je 1.000 EW⁸) sowie in einem positiven Pendlersaldo wieder. Den rd. 4.260 Einpendlern standen rd. 3.904 Auspendler gegenüber.⁹

Die Stadt Ladenburg zählt aktuell ca. 12.914 Einwohner¹⁰. Zwischen 2012 und 2024 verzeichnete die Stadt Ladenburg einen starken Bevölkerungszuwachs von mehr als 1.600 Personen bzw. +10,1 %. Damit liegt die Bevölkerungsentwicklung deutlich über dem Landkreisschnitt bzw. der Region Rhein-Neckar im gleichen Zeitraum. Zu dem sehr dynamischen Bevölkerungszuwachs trug v. a. die Entwicklung von vier Neubaugebieten (Nordstadt–Kurzgewann, Martinshöfe, Am Matzgarten, Hockenwiese) bei. Dabei trägt insbesondere die Entwicklung des Stadtteils „Nordstadt – Kurzgewann maßgeblich zum Einwohnerzuwachs und dem daraus folgenden wachsenden Infrastrukturbedarf in der Stadt Ladenburg bei.

⁷ Der Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim ist Träger der vorbereitenden Bauleitplanung für 18 Städte und Gemeinden im baden-württembergischen Kerngebiet der Metropolregion Rhein-Neckar. Zentrale Aufgabe des Verbandes ist es, in einem dynamisch wachsenden Raum eine nachhaltige und geordnete Fortentwicklung der Raum- und Siedlungsstruktur sicherzustellen und dabei auf einen Interessenausgleich seiner Mitglieder hinzuwirken.

⁸ GMA-Berechnungen 2023; vgl. Rhein-Neckar-Kreis: 332 Beschäftigte/1.000 EW.

⁹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2022.

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stichtag: 30.09.2022.

Karte 1: Lage der Stadt Ladenburg und zentralörtliche Struktur in der Region

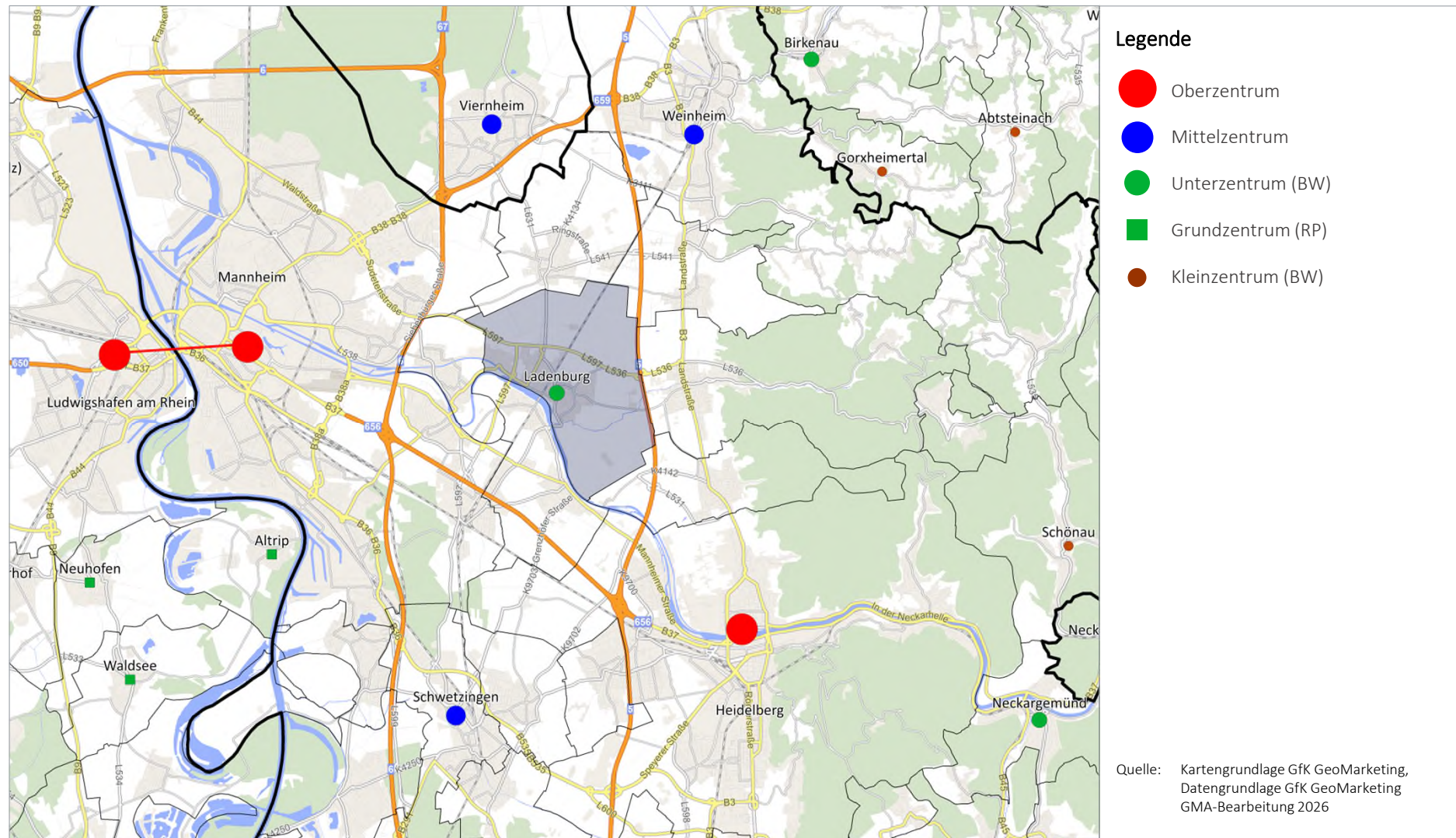


Tabelle 1: Einwohnerentwicklung im Vergleich

Stadt / LK / Region / Land	Einwohner		Entwicklung 2012 - 2022	
	2012	2024	absolut	in %
Ladenburg	11.268	12.914	1.646	+ 14,7
Rhein-Neckar-Kreis	526.724	558.561	31.837	+ 6,0
Region Rhein-Neckar	1.112.610	1.177.615	65.005	+ 5,8
Land Baden-Württemberg	10.563.261	11.245.898	682.637	+ 6,5

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

GMA-Berechnungen 2026; ca.-Werte (Rundungsdifferenzen möglich)

Gemäß **Prognose** des Statistischen Landesamtes für Ladenburg bis 2040 nur mit einem geringen Einwohnerwachstum zu rechnen. Da in Ladenburg aktuell und künftig erhebliche bauliche Entwicklungen anstehen, wurde die Prognose im vorliegenden Stadtentwicklungskonzept für die Stadt Ladenburg ergänzt. So geht die Stadt Ladenburg selbst von einem Bevölkerungszuwachs von etwa 2.120 Einwohner bis 2028 aus (auf Basis 2020). Nach der vollständigen Bebauung des Neubaugebietes Nordstadt – Kurzgewinn wird diese Zahl **voraussichtlich bis zum Jahr 2028 in Richtung 14.000 steigen**.¹¹ Zusätzliche Entwicklungsperspektiven im Bereich Wohnen besteht mittelfristig mit der angestrebten **Konversion der zentral gelegenen und bislang als Gewerbe- und Industriegebiet genutzten „ABB-Fläche“**, das direkt gegenüber des Planstandortes liegt (vgl. Karte 2).

Das **Standortgefüge des Einzelhandels** in Ladenburg lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- / **Innenstadt:** Die historische Innenstadt ist entlang der Hauptstraße, Marktplatz, Kirchenstraße v. a. durch einen kleinteiligen Facheinzelhandelsbesatz geprägt, überwiegend zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Ladenhandwerksbetriebe, Unverpackt Laden, Apotheken, Blumenladen). Ergänzt wird das Angebot durch Geschäfte des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs sowie eine Vielzahl an Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben sowie öffentlichen Einrichtungen. Der kleinteilige Einzelhandel setzt sich außerhalb des historischen Stadtkerns entlang der Bahnhofstraße fort.
- / Als **Standort des großflächigen Einzelhandels im erweiterten Innenstadtbereich** dient das **Einkaufszentrum an der Wallstadter Straße**. Hier sind v. a. Angebote der Nahversorgung (u. a. Edeka Keller, Aldi Süd und dm) zu finden.
- / Im östlichen Stadtgebiet befindet sich ein kleines **Nahversorgungszentrum am Cornell-Serr-Platz** (u. a. mit einem kleinen Edeka Frischemarkt sowie weiteren Versorgungseinrichtungen im Umfeld, darunter Praxen für Physiotherapie und Osteopathie).
- / Darüber hinaus sind im Stadtgebiet weitere Lebensmittelmärkte zu finden. Die Standorte liegen westlich der Bahnlinie an der Wallstadter Straße (Norma, Lidl) sowie an der Benzstraße / Boveristraße (Penny).

¹¹ Quelle: Ladenburg.2035 - Leitlinien der Stadtentwicklung, die STEG, Ladenburg/Stuttgart im März 2023.

2. Konzentrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

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

Maßgeblich hierfür ist **Ziel 3.3.7** des Landesentwicklungsplanes 2002 Baden-Württemberg:

3.3.7 (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 **Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar (ERP)** wird das Konzentrationsgebot im Plansatz 1.7.2.2 aufgegriffen:

„Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m² Verkaufsfläche.

Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind. Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.“ (Zentralitätsgebot Z 1.7.2.2)

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Die Stadt Ladenburg ist gemäß Regionalplan als Unterzentrum eingestuft und damit als Standort für Einzelhandelsgroßprojekte vorgesehen. **Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.**

III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zum zentralen Versorgungsbereich, Lage zu den Wohngebieten sowie verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seiner städtebaulichen Integrationsfähigkeit und seiner Nahversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort Wallstadter Straße 64

Der Standort des zur Erweiterung vorgesehenen Norma-Lebensmitteldiscounters liegt westlich der Bahnlinie an der Wallstadter Straße 64.

Das direkte Standortumfeld ist nach Norden durch gewerblich Nutzungen (u. a. Vissmann Niederlassung, Bau- u. Möbelschreinerei Heiko Schmidt), in Richtung Osten durch eine Freizeitanlage (Jump4All Trampolinpark) sowie in Richtung Süden durch einen Logistikbetrieb (Nagel Group Ladenburg) geprägt. Vis-à-vis der Wallstadter Straße befindet sich eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Lidl sowie das „ABB-Areal“. Die gewerbliche Konversionsfläche bietet der Stadt Ladenburg nach Abzug des Unternehmens perspektivisch ein großes Neuordnungspotenzial. Auf der insgesamt 11 ha große Entwicklungsfläche soll ab 2030 ein modernes „grünes Zukunftsquartier“ entstehen. Geplant ist eine Mischnutzung (Wohnen und Gewerbe und Freiflächengestaltung).



Norma-Lebensmitteldiscounter; Anbau auf der linken Gebäuseite geplant



Stellplätze vor dem Norma-Lebensmitteldiscounter



Zu-/Abfahrt an der Wallstadter Straße; Fuß- und Radwegenetz (Blickrichtung Nordwest)



Wallstadter Straße (Blickrichtung Südost)



Standortumfeld Gewerbebetriebe (Fa. Vissmann)



Standortumfeld Freizeitanlage (Jump4All)



ABB-Areal direkt gegenüber des Planstandortes

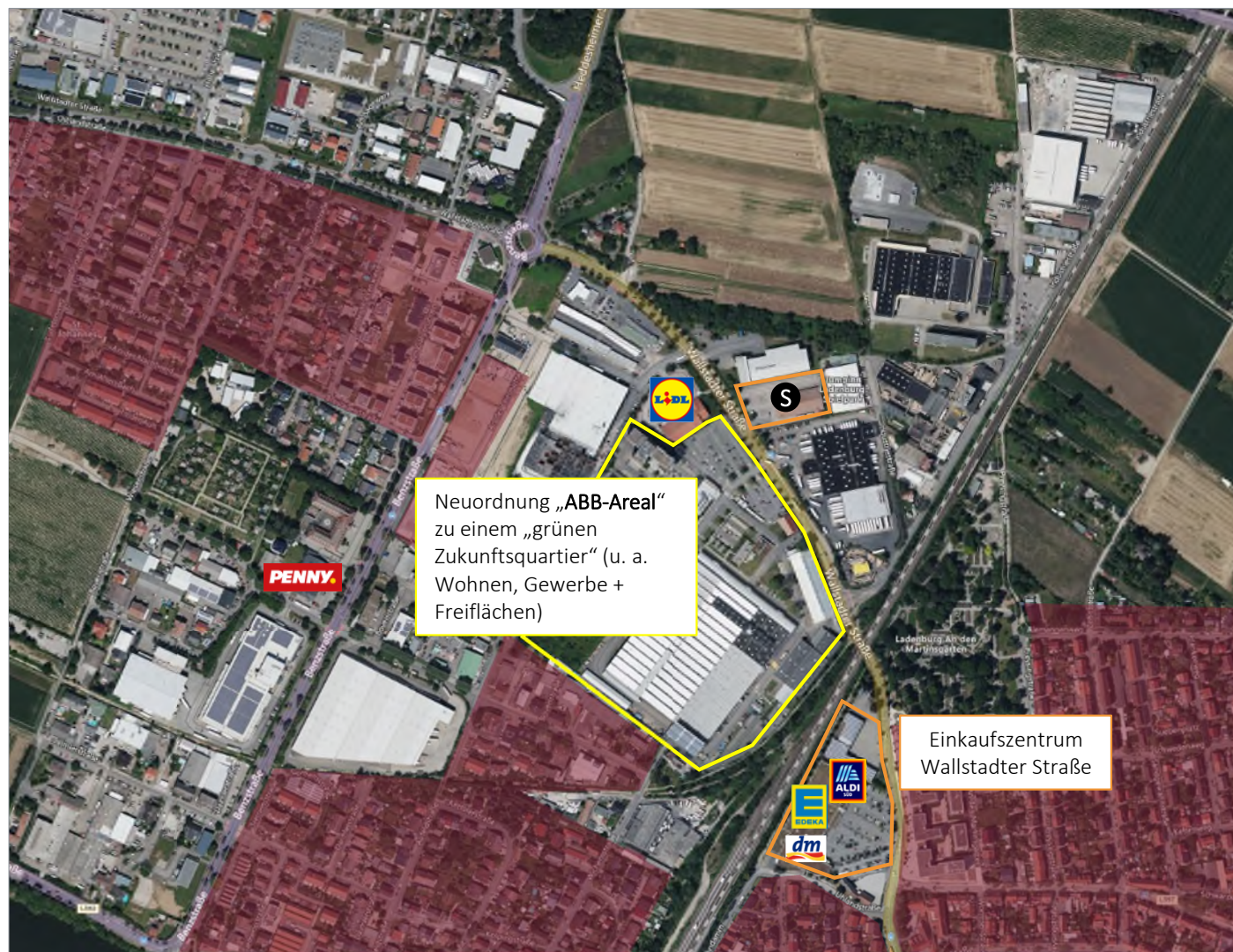


Lidl-Lebensmittelmarkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort für den Individualverkehr sehr gut erreichbar. Die am Vorhabenstandort vorbeiführende Wallstadter Straße ist als hinreichend leistungsfähiger Verkehrsweg einzustufen, der eine unproblematische Abwicklung des Kunden- und Anlieferverkehrs erlaubt. Die Wallstadter Straße (L 597) ist eine innerörtliche Hauptverkehrsachse, die im Süden ausgehend vom Fähranleger Neckarhausen – Ladenburg an der Innerstadt vorbei in die Weststadt und im weiteren Verlauf in Richtung Mannheim-Wallstadt führt.

Der Standort weist keinen direkten Wohngebietsbezug auf, weshalb er überwiegend als auto-kundenorientierte Lage einzustufen ist. Über ein gut ausgebaute **Fuß- und Radwegenetz** sind die ausgedehnten Wohngebiete der Weststadt sowie die Ladenburger Südstadt (jeweils rd. 350 m entfernt) dennoch gut zu erreichen. Ergänzend sei an dieser Stelle noch einmal auf die geplante Wohnbauentwicklung auf dem ehemaligen ABB-Areal hinzuweisen. Perspektivisch wird sich die Nahversorgungsfunktion des Standortes damit weiter erhöhen. Eine Anbindung an den **ÖPNV** besteht über die Bushaltestelle „ABB“ (Bus-Linie 627 Ladenburg – Heddesheim), die in direkter Nähe des Standortes liegt. Die Bushaltestelle wird bislang allerdings nur unregelmäßig bedient.

Karte 2: Mikrostandort „Wallstadter Straße“



Legende

- Standort Norma
- Überwiegend Wohnen

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2026

Bei dem Norma-Markt handelt es sich um einen langjährig etablierten Standort zur Grundversorgung. Gemeinsam mit dem gegenüber liegenden Lidl-Markt übernimmt der Standort für die Gesamtstadt Ladenburg (Scharnierlage zwischen der Weststadt und der Südstadt) eine wichtige Versorgungsfunktion.

Die wesentlichen Eigenschaften des Untersuchungsstandortes, welche einen entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und damit auch auf die Umsatzerwartung des Norma-Marktes haben, sind wie folgt zusammenzufassen:

- /// zentralörtliche Funktion von Ladenburg (Grundzentrum)
- /// positive Nachfrageseitige Entwicklung in Ladenburg (Bevölkerungszuwachs um +10,4 % seit 2012, positive Bevölkerungsprognose); überdurchschnittliches Kaufkraftniveau
- /// gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts aus dem gesamten Stadtgebiet (zentrale Lage an einem Hauptverkehrsträger)
- /// Streukundenpotenziale u. a. durch Arbeitspendler
- /// Standort in einem Gewerbegebiet, derzeit ohne Anschluss an Wohngebiete (Wohnbauentwicklung perspektivisch auf dem ABB-Areal geplant)
- /// bereits langjährig etablierter Standort der Grundversorgung
- /// hohe Wettbewerbsintensität in Ladenburg und im Umland (vgl. Kapitel V.).

Zusammenfassend sind bei dem Vorhabenstandort für den erweiterten Norma-Markt aus **betriebswirtschaftlicher und versorgungsstruktureller Sicht** v. a. das große und stark wachsende Bevölkerungspotenzial von Ladenburg sowie das hohe Kaufkraftniveau positiv hervorzuheben. Zudem ist der Standort langjährig eingeführt und verfügt über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem gesamten Stadtgebiet von Ladenburg (Scharnierlage zwischen der Weststadt und der Südstadt).

Aus **städtebaulicher Sicht** ist der Vorhabenstandort aufgrund seiner Lage in einem Gewerbegebiet ohne direkten Wohngebietsanschluss als nicht integrierte Lage einzustufen. Verdichtete Wohngebiete liegen aktuell jedoch in noch fußläufig erreichbarer Distanz. Die topografisch günstige Lage erleichtert zudem die Anfahrt mit dem Fahrrad. Mit der geplanten Entwicklung des ABB-Areals wird perspektivisch direkt gegenüber dem Norma-Markt ein neues Stadtquartier erschlossen. Ein Anschluss an den ÖPNV besteht im direkten Standortumfeld (Bushaltestelle ABB; Taktung ist zu verbessern).

2. Integrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot gemäß **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** ist auf Ziel 3.3.7.1 LEP Baden-Württemberg zurückzuführen.

„[...] Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.“

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, sodass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.

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

Der **Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar (ERP)** führt weiter aus:

1.7.2.5 (Z) Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. [...].

1.7.3.1 (Z) In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind Einzelhandelsgroßprojekte in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten ist nur in diesen Standortbereichen zulässig.

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

1.7.4.2 (G) Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe an Standorten außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen Bestandsschutz. Bestandsorientierte Modernisierungen sollen unter Beachtung der vorstehenden Plansätze auf ihre Raumverträglichkeit geprüft werden. Eingetretene raumordnerische und städtebauliche Fehlentwicklungen dürfen dabei nicht weiter verfestigt werden.

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das Integrationsgebot wie folgt bewertet werden:

- 
 Das Vorhaben bezieht sich auf einen Lebensmittelmarkt welcher zentrenrelevante Sortimente umfasst, die der Nahversorgung dienen. Insofern kommen neben den im Regionalplan gebietsscharf festgelegten „zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ auch andere integrierte Standorte in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind. Dies Auswirkungen werden in Kapitel V. ermittelt und bewertet.

- Der Standort liegt im wesentlichen Stadtgebiet in einem gewerblich geprägten Umfeld. Ein direkter Anschluss an Wohngebiete besteht derzeit nicht. Aus städtebaulicher Sicht ist der Standort damit als nicht-integrierte Lage einzustufen. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass es sich um einen Bestandsmarkt handelt. Verdichtete Wohngebiete liegen aktuell in noch fußläufig erreichbarer Distanz. Die topografisch günstige Lage erleichtert zudem die Anfahrt mit dem Fahrrad. Mit der geplanten Entwicklung des ABB-Areals wird perspektivisch zudem direkt gegenüber ein neues Stadtquartier mit Wohnnutzungen erschlossen.
- Das Vorhaben dient der langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Norma-Marktes, es löst zudem keine schädlichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Ladenburg oder anderen Kommunen aus (vgl. hierzu Kapitel V. 3.). Insofern ist eine bestandsorientierte Modernisierung aus nahversorgungsstrukturellen Gesichtspunkten vertretbar.

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 und Bevölkerungspotenzial

Wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für das Vorhaben stellt die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebiets dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der Abgrenzung und Einteilung des Einzugsgebiets des erweiterten Lebensmittelmarktes wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Vertriebskonzept, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bewerbung, Bekanntheit und Attraktivität des Betreibers usw.) und daraus abzuleitende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage anderer Lebensmitteldiscounter)
- Strukturdaten des Untersuchungsraums (Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen) und grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum (z. B. aufgrund administrativer, geografischer oder historischer Bindungen)
- Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹².

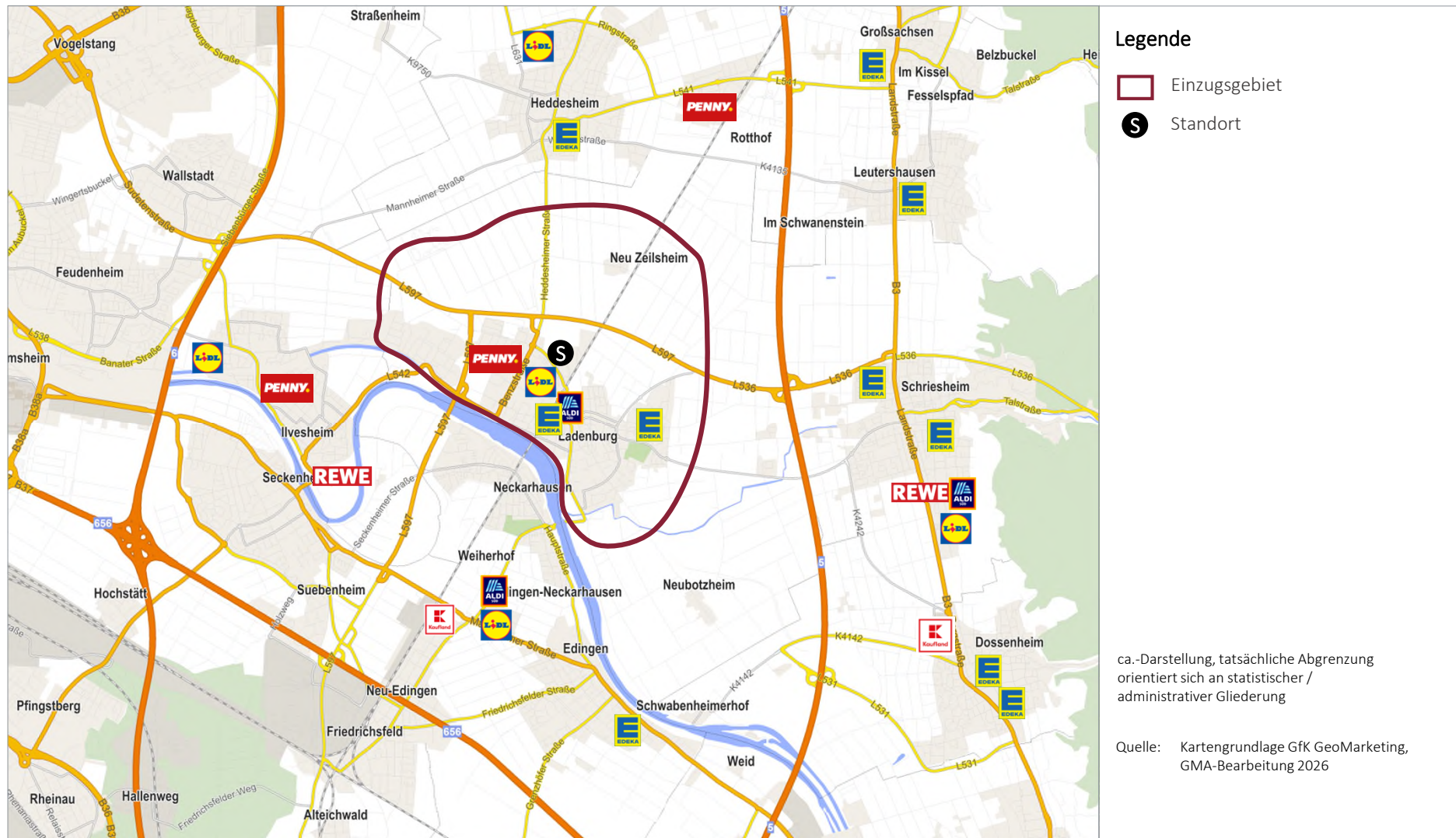
Wegen der gegebenen Wettbewerbssituation umfasst das Einzugsgebiet der Norma-Filiale an der Wallstadter Straße im Kern die Stadt Ladenburg. Hier leben aktuell rd. 12.900 Einwohner¹³.

Die angrenzenden Gemeinden Heddeshheim, Hirschberg an der Bergstraße, Schriesheim, Dossenheim, Edingen-Neckarhausen und Ilvesheim verfügen über eigene Angebote zur Nahversorgung (vgl. hierzu Kapitel V.1 und Karte 3) bzw. sind auf Grund der Nähe zu Weinheim und den Oberzentren Heidelberg und Mannheim eher zu diesen hin orientiert. In Bezug auf andere Kommunen im Umland ist daher nicht mehr von eindeutigen Bindungen zum Norma-Standort auszugehen, da andere Lebensmittelmärkte näher liegen und die Distanzen zunehmen. Dennoch auftretende Einkaufsbeziehungen zum Vorhabenstandort (z. B. durch Arbeitspendler) werden in der Analyse als sog. Streukunden berücksichtigt.

¹² Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Karte 3: Einzugsgebiet des Norma-Lebensmittelmarktes in Ladenburg und wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum



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 €.¹⁴

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Ladenburg, dessen Schwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.930 €.¹⁵

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau¹⁶ zu beachten. Das lokale Kaufkraftniveau in der Stadt Ladenburg liegt mit einem Indexwert von 109,5 um etwa 9,5 % über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Für das Einzugsgebiet des Norma-Marktes ergibt sich somit ein **Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich von ca. 39,8 Mio. €.**

In Bezug auf die Bedeutung des Online-Handels im Lebensmittelsektor zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang vergleichsweise geringen Erfolg haben. Seit 2020 experimentieren Lieferdienste wie Gorillas / Getir oder Flink in deutschen Großstädten, wo sie Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittelhandel einen Umsatzanteil von lediglich ca. 3 %¹⁷ und liegt damit weiterhin auf einem sehr geringen Niveau. Auswirkungen auf den Umsatz des stationären Handels sowie die Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen und die Nahversorgung sind daher nicht abzuleiten.

3. Umsatzprognose für den erweiterten Norma-Lebensmitteldiscounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weitverbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet. Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁶ Quelle: MB Research 2024. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

¹⁷ Quelle: HDE Online-Monitor.

Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Ansiedlung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen wird nachfolgend ausführlich behandelt (vgl. Kapitel V.2).

Bei der Umsatzermittlung mit Hilfe des Marktanteilkonzepts wurden die konkreten Konzept-, Standort- und Wettbewerbsbedingungen berücksichtigt. Es handelt sich um einen Discounter-Filialisten mit standardisiertem Sortiments- und Einrichtungskonzept, der im Untersuchungsraum mit weiteren Discount-Filialen und anderen leistungsstarken Lebensmittelmärkten konkurriert. Unter Berücksichtigung der o. g. Einflussfaktoren, insbesondere der örtlichen Wettbewerbssituation, ist für den erweiterten Norma-Markt ein Marktanteil von max. 7 – 8 % realistisch. Für Streukunden ist ein Umsatzanteil von max. 15 % zu erwarten.

Für den Norma-Lebensmittelmarkt errechnet sich somit auf Grundlage der gegebenen Bedingungen eine **Umsatzprognose von ca. 4,3 Mio. €**. Von der Umsatzerwartung entfallen ca. 3,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nonfoodbereich.

Tabelle 2: Umsatzerwartung des erweiterten Norma-Lebensmittelmarktes am Standort Ladenburg, Wallstadter Straße 64

Einzugsgebiet	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzerwartung in %
Ladenburg	39,8	7 – 8	3,0	0,5	3,5	81
Streuumsätze			0,6	0,2	0,8	19
Insgesamt			3,6	0,7	4,3	100

* Der Umsatzanteil an Nonfood-Randsortimenten beträgt beim Anbieter Norma ca. 15 %.

GMA-Berechnung 2026 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Im Verhältnis zur angestrebten Verkaufsfläche von 1.062 m² VK errechnet sich aus der Umsatzerwartung eine Flächenproduktivität von rund 4.050 € je m² VK. Dies liegt damit innerhalb einer typischen Größenordnung für Norma¹⁸.

4. Kongruenzgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Dabei ist die Konzentrationsgebot (vgl. Kapitel II) 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):

¹⁸ Norma-Märkte weisen durchschnittliche Flächenproduktivität von aktuell ca. 4.420 € je m² VK auf; diese bezieht sich allerdings auf eine Durchschnittsgröße von 771 m² VK je Filiale. Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Bruttoumsatzleistung von ca. 3,5 Mio. € je Filiale. Quelle Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2025 / 2026, Bergisch Gladbach 2025, S. 49 f.; Angaben für 2024.

„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.“

Im Einheitlichen **Regionalplan Rhein-Neckar** (ERP) werden die Regelung im Plansatz 1.7.2.3 (Z) aufgegriffen:

„Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.“

Für den baden-württembergischen Teilraum sind die Nahbereiche als Verflechtungsbereiche der Unter- und Kleinzentren in der Raumstrukturkarte nur als Vorschlag dargestellt; die dargestellte Nahbereichsabgrenzung ist nicht verbindlich. Der Nahbereich für das Unterzentrum Ladenburg bleibt hierbei auf das eigene Stadtgebiet begrenzt (vgl. Raumstrukturkarte ERR).

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Erweiterungsvorhaben von Norma im Unterzentrum Ladenburg entspricht mit seiner angestrebten Größe von ca. 1.062 m² VK der mittlerweile üblichen Größenordnung eines Lebensmitteldiscounters. Das Einzugsgebiet erstreckt sich auch in der geplanten Verkaufsflächengröße im Wesentlichen auf die Standortkommune Ladenburg mit rd. 12.900 Einwohnern (Tendenz steigend). Es bleibt festzuhalten, dass mind. 81 % des Prognoseumsatzes aus der Stadt Ladenburg stammen werden. Dies unterstreicht die ganz überwiegend auf die örtliche Nahversorgung abgestimmte Größe des Marktes. Damit wird der definierte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten. Das Vorhaben ist damit hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung, seines Warensortimentes und seiner Marktreichweite für die Funktionsstufe eines Unterzentrums angemessen.

Das Kongruenzgebot wird eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet darzustellen und hinsichtlich ihrer städtebaulichen und nahversorgungsbezogenen Relevanz und Leistungsfähigkeit zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

1. Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation

1.1 Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Die Beurteilung der projektrelevanten Wettbewerbssituation in Ladenburg beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandelsbestands. Als Wettbewerber für das Planobjekt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, welche Überschneidungen mit dem Norma-Lebensmittelmart aufweisen.

Derzeit wird die örtliche Nahversorgung neben dem Norma-Markt noch durch folgende strukturprägende Lebensmittelmärkte gewährleistet:

- **Edeka**, Supermarkt, Wallstadter Straße, rd. 1.700 m² VK, Marktbäckerei im Vorkassenbereich; Standortverbund mit Aldi Süd und dm, zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte gemäß Regionalplan; insgesamt moderner und leistungsfähiger Wettbewerber.
- **Aldi Süd**, Discounter, Wallstadter Straße, rd. 1.000 m² VK; Lage im zentralörtlichen Versorgungsbereich im Standortverbund mit Edeka und dm; insgesamt moderner und leistungsfähiger Wettbewerber.
- **Lidl**, Discounter, Wallstadter Straße, rd. 1.000 m² VK; nicht-integrierte Lage im Gewerbegebiet; durchschnittlicher Marktauftritt, insgesamt leistungsfähiger Wettbewerber.
- **Penny**, Discounter, Boveristraße, rd. 700 m² VK; nicht-integrierte Lage im Gewerbegebiet mit eingeschränktem Wohngebietsbezug; durchschnittlicher Marktauftritt, insgesamt wettbewerbsfähiger Anbieter.
- **Edeka Frischemarkt**, Cornell-Serr-Platz, rd. 400 m² VK; integrierte Lage mit Wohngebietsbezug; kleinflächiger Nahversorger, der ausschließlich für das unmittelbare Wohnumfeld eine ergänzende Versorgungsfunktion übernimmt.

Hinzu kommen Fachanbieter für Getränke (Alldrink, Getränkehandel Weik, Backmulde Weinladen), Tankstellenshops (Jet, Esso) sowie ergänzende Kleinbetriebe (Bäckereien, Kiosk, Obst- und Gemüsehandel, Unverpacktladen, Teeladen). Insgesamt umfasst der aktuelle Bestand im Lebensmitteleinzelhandel in Ladenburg 25 Anbieter und eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 7.080 m² (inkl. Norma). Die aktuelle Umsatzleistung mit Nahrungs- und Genussmitteln am Ort beträgt rund 35 Mio. €¹⁹ (inkl. Norma).

¹⁹ Bereinigte Umsatzleistung, ohne Umsatzanteile mit Nonfood; GMA-Berechnung 2026.



Einkaufszentrum an der Wallstadter Straße 51-53 mit EDEKA Keller, Aldi Süd und dm



Lidl-Lebensmittelmarkt, Wallstadter Straße 61



Penny-Lebensmittelmarkt, Boveristraße 30



Edeka Frischemarkt Keller, Cornel-Serr-Platz 6

1.2 Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland

- In **Heddesheim** wird die Angebotssituation bei Lebensmitteln wesentlich von zwei Discountern (Penny im Gewerbegebiet, Lidl im neuen Nahversorgungszentrum „Mitten im Feld“²⁰) und dem Edeka-Supermarkt Zipser in der Ortsmitte geprägt; Außerdem bestehen ergänzende Kleinbetriebe (u. a. Bäckereien, Getränkehandel). Der Standort Ladenburg konnte bislang aufgrund der geringen Entfernung auch von Umsatzzuflüssen aus der Nachbargemeinde Heddesheim profitieren. Mit dem inzwischen erfolgten Ausbau des Nahversorgungsangebotes (Nahversorgungszentrum „Mitten im Feld“; moderner Lidl-Markt sowie ein bislang fehlender Drogeriemarkt) dürften sich die Einkaufsverflechtungen in Richtung Ladenburg jedoch deutlich reduziert haben.
- Ilvesheim** ist durch seine Insellage zwischen dem Neckarkanal im Norden und einer Schleife des Neckararms im Süden gekennzeichnet. Im Süden, Westen und Norden schließt Ilvesheim direkt an Mannheim an, sodass hier bereits häufige Einkaufsverflechtungen mit den Versorgungsstandorten (u. a. E-Center, Lidl, Aldi Süd in Mannheim-Neuostheim) bestehen. In Ilvesheim selbst gewährleisten ein Supermarkt (REWE), zwei Discountmärkte (Lidl, Penny) und weitere Kleinanbieter die örtliche Grundversorgung; Aufgrund der beträchtlichen Entfernungen zum Vorhabenstandort ergeben sich kaum Zielgruppenüberschneidungen mit dem Norma-Markt in Ladenburg.

²⁰ Zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung wurde am Nordrand des Heddesheimer Siedlungsgebiets, direkt anschließend an das Neubaugebiet „Mitten im Feld“ kürzlich ein neues Nahversorgungszentrum mit ca. 2.500 m² VK entwickelt. Neben einem Lidl-Markt (Verlagerung aus dem Gewerbegebiet) umfasst das Angebot noch einen neuen Rossmann Drogeriemarkt sowie ein Getränkemarkt (Alldrink).

- **Edingen-Neckarhausen** liegt südlich von Ladenburg am linken Ufer des Neckars. Eine Fähre dient der Verbindung der beiden Ufer. In Edingen-Neckarhausen gewährleisten zwei Discounter (Aldi Süd und Lidl im Gewerbegebiet Edingen-Nord), ein Supermarkt (EDEKA Völkle²¹) und weitere Kleinanbieter die örtliche Grundversorgung; daneben ist auf das Edingen-Neckarhäuser Einkaufszentrum hinzuweisen, das neben einem Kaufland-Markt (ehemals real) weitere Nonfood-Fachmärkte (Rossmann, Fressnapf, Takko, Adler Modemarkt, Siemes Schuhcenter) umfasst. Aufgrund der beträchtlichen Entfernungen zum Vorhabenstandort sowie der natürlichen Barriere des Neckars ergeben sich kaum Zielgruppenüberschneidungen mit dem Norma-Markt in Ladenburg.
- **Schriesheim** liegt östlich der A5. Als strukturprägende Anbieter hervorzuheben sind der Supermarkt REWE im Süden des Siedlungsgebietes sowie zwei EDEKA-Supermärkte im Zentrum bzw. am Nordrand. Das örtliche Nahversorgungsangebot wird ergänzt durch einen Raiffeisenmarkt sowie kleinteilige Angebote (u. a. Bäckereien, Metzgerei, Alldrink Getränkehandel). Aufgrund der beträchtlichen Entfernungen zum Vorhabenstandort ergeben sich keine Zielgruppenüberschneidungen mit dem Norma-Markt in Ladenburg. Kunden aus Schriesheim orientieren sich vielmehr auch in Richtung Dossenheim (im Süden).
- **In Dossenheim** ist zum einen auf das Kaufland-Einkaufszentrum im Norden an der Gewerbestraße hinzuweisen, das mit weiteren Nonfood-Fachmärkten (u. a. dm, Takko, Deichmann, Fressnapf, Ernstings family) auch einen überörtlichen Kundenkreis anspricht. Ergänzend sichern ein kleiner Edeka-Supermarkt (Filiale von EDEKA Keller im Einkaufscenter „Am Petrus“) sowie Kleinbetriebe (Bäcker, Metzger etc.) die Grundversorgung. Überschneidungen mit dem Norma-Markt in Ladenburg bestehen nicht.

1.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse

In Ladenburg wird das Anbieterspektrum im Lebensmittelbereich außer von Norma noch von drei weiteren Discountern (Aldi Süd, Lidl, Penny) sowie zwei Supermärkten (Edeka Keller) geprägt. Aufgrund der räumlichen Nähe entwickeln die Lebensmittelmärkte in Ladenburg die größten Konkurrenzwirkungen.

Außerhalb von Ladenburg konkurriert der Norma-Markt in erster Linie mit attraktiven Großflächenstandorten z. B. in Edingen-Neckarhausen (EEC Edingen-Neckarhäuser Einkaufszentrum) und Dossenheim (Kaufland). Die genannten Wettbewerber befinden sich außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Die Wettbewerber profitieren von erheblichen Zuführungseffekten durch weitere Einzelhandelsmagneten am Standort, darunter Textil-, Schuh- oder Zoofachmärkte. Im Umland verfügen alle angrenzenden Kommunen über eigene leistungsfähige Lebensmittelmärkte, sodass aus dieser Richtung keine wesentlichen Umsatzzuflüsse zum Vorhabenstandort zu erwarten sind. Somit bleibt insbesondere Heddesheim als Wettbewerbsstandort zu nennen. Dort sind inzwischen sehr leistungsstarke Anbieter vorhanden, weshalb sich die Kundenorientierung in Richtung Ladenburg zuletzt deutlich abgeschwächt haben wird.

²¹ Der EDEKA-Markt wurde 2021 umfassend modernisiert und in diesem Zuge erweitert.

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 des Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei 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 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der Verkaufsflächenerweiterung des Norma-Lebensmittelmarktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der Norma-Markt wird auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.062 m² eine Gesamtumsatzleistung von ca. 4,3 Mio. € erzielen. Hiervon entfallen ca. 3,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Da der Norma-Lebensmittelmarkt bereits seit vielen Jahren am Standort „Wallstadter Straße“ ansässig ist, ist für die weitere städtebauliche Bewertung entscheidend, inwiefern durch die Verkaufsflächenerweiterung zusätzlicher Umsatz generiert werden kann. Nach gutachterlicher Einschätzung kann die Norma-Filiale aktuell einen Gesamtumsatz von ca. 3,7 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und etwa 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute durch den Norma-Markt generiert und auch nach der Umsetzung des Vorhabens gebunden bleiben, da sich am Kundeneinzugsgebiet durch die geplante Erweiterung keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- Nach Abzug des Bestandsumsatzes ergibt sich als Folge der Erweiterung ein zusätzlicher Umsatz von ca. 0,6 Mio. €, davon Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 0,5 Mio. € und ca. 0,1 Mio. € im Nonfoodbereich. Nur diese Umsatzanteile werden wettbewerbswirksam.
- Der durch die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel generierte Mehrumsatz wird zum ganz überwiegenden Teil aus Umverteilungen zu Lasten von Anbietern in Ladenburg erzielt werden.
- Da es sich bei dem Discounter Norma um kein außergewöhnliches Angebotskonzept handelt, dass im näheren Umland zudem an zahlreichen anderen Standorten in ähnlicher Weise vorzufinden ist, ist nicht anzunehmen, dass das Vorhaben zu wesentlich höheren Kaufkraftzuflüssen aus dem weiteren Umland nach Ladenburg führen wird. Somit sind bei Verbrauchern außerhalb des Einzugsgebietes nur sehr geringfügige Kaufkraftumlenkungen zugunsten des modernisierten Norma-Marktes zu erwarten (hier i. W. Streukundeneffekte).

Die aus dem Vorhaben resultierenden Umsatzumverteilungen im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel werden wie folgt zusammengefasst.

Tabelle 3: Umsatzumverteilungen als Folge des Erweiterungsvorhabens des Norma-Marktes in Ladenburg (Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel)

Standorte	Umsatzumverteilung zu Lasten der Bestands-wettbewerber in Mio. €	Bestandsumsatz der Bestandswettbewerber* in Mio. €	Durchschnittl. Umverteilungsquote in %
Ladenburg	0,4 – 0,5	32,0	1 – 2
... davon Innenstadt	0,2	16,5	1
... davon sonstige Standorte	0,2 – 0,3	15,5	2
Umland	< 0,1	n. n.	n. n.
Summe	0,5		

n. n. = nicht mehr nachweisbar (unter 0,05 Mio. € bzw. unter 0,5 %)

GMA-Berechnungen 2026; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich.

Bei den **Randsortimenten** verteilen sich die Auswirkungen (insgesamt ca. 0,1 Mio. € als umverteilungsrelevante Umsatzanteile) auf eine Vielzahl von Standorten und Anbietern, sodass sich hier keine genaue Zuordnung mehr darstellen lässt. Es ist aber davon auszugehen, dass auch hier ganz überwiegend Betriebe mit ähnlichem Angebotskonzept und Randsortimentsstruktur, d. h. Lebensmittelmärkte, insbesondere Discounter, betroffen sein werden.

3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

■ In **Ladenburg** sind von dem Vorhaben in erster Linie betriebstypengleiche bzw. -ähnliche Wettbewerber, d. h. die großen Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet betroffen. An diesen Standorten werden damit die höchsten Umsatzzumlenkungen eintreten (in Summe max. 0,4 – 0,5 Mio. €, Umverteilungsquote ca. 1 – 2 %). Dagegen werden die übrigen Anbieter im Stadtgebiet (teils an nicht integrierten Standorten, teils mit Nahversorgungsfunktion für das Wohnumfeld oder in der Innenstadt) bereits untergeordnet vom Vorhaben betroffen sein. Die Umsatzumverteilungseffekte belaufen sich mit max. 2 % ggü. dem gegenüberliegenden Lidl-Markt und Penny bzw. 1 % ggü. dem Edeka-Markt Keller und Aldi Süd auf einem sehr geringen, wettbewerblichen Niveau. Dies ist eine Größenordnung, bei der keinesfalls von einer Betriebsschwächung einzelner Anbieter auszugehen ist, zumal die Wettbewerber in Ladenburg insgesamt als leistungsfähig einzustufen sind. Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen sind nicht zu erwarten.

■ In der **Innenstadt** (= zentralörtlicher Standortbereich gemäß ERP) ist mit Umsatzzumlenkungen in Summe von max. 0,2 Mio. € (ca. 1 %) zu rechnen. Betroffen hiervon wäre in erster Linie die beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi Süd im Einkaufszentrum an der Wallstadter Straße. Die übrigen Anbieter in der Einkaufsinnenstadt (Historische Altstadt) darunter das Lebensmittelhandwerk sowie spezialisierte Anbieter (u. a. Obst- und Gemüseladen, Feinkost, Unverpacktladen) sind dagegen kaum betroffen. Die geringe Höhe der Umsatzumverteilungsquote lässt keine wesentlichen Auswirkungen auf die Anbieterstruktur in der Innenstadt erwarten. Städtebauliche Auswirkungen sind durch die Erweiterung des Norma-Lebensmittelmarktes somit nicht absehbar.

- Die kleine **Edeka Frischemarkt am Cornell-Serr-Platz** ist im Wesentlichen auf die fußläufige Versorgung des direkten Wohnumfeldes ausgerichtet, weshalb hier kaum Überschneidungen mit dem Vorhaben bestehen. Entsprechend liegen die Umsatzzumlenkungen wie auch bei den übrigen kleinteiligen Angeboten im Stadtgebiet (u. a. Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter) auf einem sehr geringen Niveau (max. 1 %). Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstrukturen sind an dieser Stelle ebenfalls eindeutig auszuschließen.
- Außerhalb der Stadt Ladenburg** sind nur sehr geringe Umsatzzumlenkungen (u. a. durch Arbeitspendler, Zufallskunden) absehbar. Insgesamt sind im Umland die Auswirkungen der Markterweiterung auf einzelne Versorgungsstandorte zu gering, um sie rechnerisch überhaupt nachweisen zu können (Umverteilungsquoten $\ll 1\%$ im Kernsortiment; vgl. Tabelle 4 auf S. 30). Eine Gefährdung einzelner Anbieter oder Sortimentsbereiche oder eine Beeinträchtigung der Angebotsstruktur in zentralen Versorgungsbereichen ist für alle umliegenden Kommunen damit eindeutig auszuschließen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Erweiterung von Norma nicht zu schädlichen Rückwirkungen ggü. den Versorgungsstrukturen in Ladenburg und im Umland führen wird.

4. Beeinträchtigerungsverbot – landesplanerische Vorgaben und Bewertung

Das Beeinträchtigerungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und 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.

Im Einheitlichen **Regionalplan Rhein-Neckar** (ERP) werden die Forderungen im Plansatz 1.7.2.4 (Z) aufgegriffen:

„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.“

5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich die geplante Erweiterung des Norma-Marktes hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- /// In Ladenburg selbst ist mit Umsatzverlusten von max. 1 – 2 % zu rechnen. Diese sind als rein wettbewerbliche Effekte zu bewerten und liegen deutlich unterhalb des kritischen Schwellenwertes von 10 %. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge oder Funktionsfähigkeit der verschiedenen Versorgungslagen in Ladenburg sind in Folge der Erweiterung von Norma eindeutig auszuschließen.
- /// In den Nachbarkommunen verteilen sich die Auswirkungen auf eine Vielzahl von Standorten. Die Umsatzumverteilungswirkungen bei einzelnen Lebensmittelmärkten oder anderen Fachanbietern werden sehr gering ausfallen und mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung kaum noch nachweisbar sein. Erhebliche negative Auswirkungen bei einzelnen Lebensmittelmärkten oder Fachanbietern von Non-food-Waren im Untersuchungsraum) sind auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens		
Planvorhaben / Planstandort	- Modernisierung und Erweiterung des Norma-Lebensmittelmarktes in Ladenburg, Standort Wallstadter Straße 64 - Erweiterung der Filiale von aktuell rd. 800 m² VK auf rd. 1.062 m² VK. - Lage westlich der Bahnlinie in überwiegend gewerblichem Umfeld. - Der Standort übernimmt bereits langjährig eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion (Scharnierlage zwischen der Weststadt und der Südstadt sowie perspektivisch für das neue Stadtquartier auf dem ABB-Gelände).	
Rechtsrahmen und Untersuchung	Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO	
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort: Unterzentrum Ladenburg mit rd. 12.900 Einwohner. - Einzelhandelsstruktur Ladenburg: - Innenstadt (Historische Altstadt) als Haupteinkaufslage mit überwiegend kleinteiligem Einzelhandelsbesatz unterschiedlicher Bedarfsstufen sowie ergänzenden Komplementärnutzungen (u. a. Gastronomie, Dienstleistungsbetriebe, öffentliche Einrichtungen) - Erweiterte Innenstadt (zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte) mit Edeka, Aldi Süd und dm im Einkaufszentrum Wallstadter Straße - Solitärstandorte im weiteren Stadtgebiet (Lidl und Norma an der Wallstadter Straße, Penny an der Boveristraße) - Nahversorgungsstandort mit direktem Wohngebietsbezug (Edeka Frischemarkt am Cornel-Serr-Platz)	
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Das Einzugsgebiet erstreckt sich i. W. auf die Gesamtstadt Ladenburg, ein überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen - Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 12.900 Einwohner - Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 39,8 Mio. €	
Umsatzerwartung	- Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.062 m² VK: ca. 4,3 Mio. €, davon ca. 3,6 Mio. € im Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich - Zu erwartender Zusatzumsatz durch die Erweiterung: 0,6 Mio. €, davon ca. 0,5 Mio. € im Lebensmittel- und ca. 0,1 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich	
Umverteilungseffekte	- Ladenburg insgesamt - Innenstadt - Sonstige Standorte - Außerhalb der Stadt Ladenburg	1 – 2 % 1 % 2 % n. n.

GMA-Zusammenstellung 2026

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	Die Stadt Ladenburg ist gemäß Regionalplan als Unterzentrum eingestuft und damit als Standort für Einzelhandelsgroßprojekte vorgesehen. Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.
Integrationsgebot	Der Standort liegt im wesentlichen Stadtgebiet in einem gewerblich geprägten Umfeld. Ein direkter Anschluss an Wohngebiete besteht derzeit nicht. Aus städtebaulicher Sicht ist der Standort damit als nicht-integrierte Lage einzustufen. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass es sich um einen Bestandsmarkt handelt, der der Nahversorgung dient. Verdichtete Wohngebiete liegen aktuell in noch fußläufig erreichbarer Distanz. Die topografisch günstige Lage erleichtert zudem die Anfahrt mit dem Fahrrad. Mit der geplanten Entwicklung des ABB-Areals wird perspektivisch zudem direkt gegenüber ein neues Stadtquartier mit Wohnnutzungen erschlossen. Das Vorhaben dient der langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Norma-Marktes, es löst zudem keine schädlichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Ladenburg oder anderen Kommunen aus. Insofern ist eine bestandsorientierte Modernisierung aus nahversorgungsstrukturellen Gesichtspunkten vertretbar.
Kongruenzgebot	Das Erweiterungsvorhaben von Norma im Unterzentrum Ladenburg entspricht mit seiner angestrebten Größe von ca. 1.062 m² VK der mittlerweile üblichen Größenordnung eines Lebensmitteldiscounters. Das Einzugsgebiet erstreckt sich auch in der geplanten Verkaufsflächengröße im Wesentlichen auf die Standortkommune Ladenburg mit rd. 12.900 Einwohnern (Tendenz steigend). Es bleibt festzuhalten, dass mind. 85 % des Prognoseumsatzes aus der Stadt Ladenburg stammen werden. Dies unterstreicht die ganz überwiegend auf die örtliche Nahversorgung abgestimmte Größe des Marktes. Damit wird der definierte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus dem relevanten Verflechtungsbereich) nicht unterschritten. Das Vorhaben ist damit hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung, seines Warensortimentes und seiner Marktreichweite für die Funktionsstufe eines Unterzentrums angemessen. Das Kongruenzgebot wird eingehalten.
Beeinträchtungsverbot	In Ladenburg selbst ist mit Umsatzverlusten von max. 1 – 2 % zur rechnen. Diese sind als rein wettbewerbliche Effekte zu bewerten und liegen deutlich unterhalb des kritischen Schwellenwertes von 10 %. Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge oder Funktionsfähigkeit der verschiedenen Versorgungslagen in Ladenburg sind in Folge der Erweiterung von Norma eindeutig auszuschließen. In den Nachbarkommunen verteilen sich die Auswirkungen auf eine Vielzahl von Standorten. Die Umsatzumverteilungswirkungen bei einzelnen Lebensmittelmärkten oder anderen Fachanbietern werden sehr gering ausfallen und mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung kaum noch nachweisbar sein. Erhebliche negative Auswirkungen bei einzelnen Lebensmittelmärkten oder Fachanbietern von Non-food-Waren im Untersuchungsraum) sind auszuschließen. Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten.

GMA-Zusammenstellung 2026

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage der Stadt Ladenburg und zentralörtliche Struktur in der Region	10
Karte 2:	Mikrostandort „Wallstadter Straße“	15
Karte 3:	Einzugsgebiet des Norma-Lebensmittelmarktes in Ladenburg und wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohnerentwicklung im Vergleich	11
Tabelle 2:	Umsatzerwartung des erweiterten Norma-Lebensmittelmarktes am Standort Ladenburg, Wallstadter Straße 64	22
Tabelle 3:	Umsatzumverteilungen als Folge des Erweiterungsvorhabens des Norma-Marktes in Ladenburg (Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel)	28

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lageplan	8
--------------	----------	---