



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Region.
Seit 1988.**

Einzugsgebietsanalyse Einzelhandelsvorhaben Bad Grönenbach

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Briener Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Bearbeitung:
M.Sc. Wirtschafts- und Sozialgeographie Susanne André (Projektleiterin)
B.Sc. Geographie Christoph Hübner

München, 6. März 2024

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag, Ausgangslage und Vorhaben-beschreibung	5
2 Standortbeschreibung und -bewertung	6
2.1 Zentrale Strukturdaten der Gemeinde Bad Grönenbach	6
2.2 Mikrostandort Bahnhofstraße	8
3 Projektrelevante Angebotssituation	13
3.1 Bad Grönenbach.....	14
3.1.1 Ortsmitte.....	14
3.1.2 Sonstige Lagen in Bad Grönenbach.....	15
3.2 Relevante Umlandkommunen	16
3.2.1 Memmingen-Süd.....	16
3.2.2 Dietmannsried	17
3.2.3 Ottobeuren	18
3.2.4 Weitere Standorte im Untersuchungsgebiet.....	19
3.3 Standorte im weiteren Umland.....	20
4 Einzugsgebiet, Nachfrage- und Kaufkraftpotenziale	21
4.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens	21
4.1.1 Kerneinzugsgebiet – Bad Grönenbach und Nahbereich.....	22
4.1.2 Erweitertes Einzugsgebiet	23
4.1.3 Streukund*innen.....	23
4.2 Kaufkraftpotenziale im Kerneinzugsgebiet	23
4.3 Bilanzierung Versorgungssituation	24
5 Umsatzprognose für das Planvorhaben	25
5.1 Vorbemerkungen	25
5.2 Umsatzprognosen auf Basis des Marktanteilskonzepts	26
5.2.1 Umsatzprognose Supermarkt.....	26
5.2.2 Umsatzprognose Lebensmitteldiscounter	27
5.2.3 Umsatzprognose Drogeriemarkt.....	28
6 Zusammenfassung und Fazit	30

Verzeichnis von Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1: Regionalplan Donau-Iller (Ausschnitt).....	8
Abbildung 2: Vorhabenstandort und Standortumfeld an der Bahnhofstraße	9
Abbildung 3: Vorhabenstandort sowie wesentliche Nutzungen im Standortumfeld	10
Abbildung 4: fußläufige Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.....	11
Abbildung 5: Pkw-gestützte Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.....	12
Abbildung 6: strukturprägende Lebensmittel- und Drogeriemärkte im Untersuchungsgebiet.....	13
Abbildung 7: Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte von Bad Grönenbach	14
Abbildung 8: Lebensmittelanbieter in den sonstigen Lagen in Bad Grönenbach.....	15
Abbildung 9: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Memmingen-Süd.....	17
Abbildung 10: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Dietmannsried (Auswahl).....	18
Abbildung 11: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Ottobeuren (Auswahl).....	19
Abbildung 12: Einzugsgebiet des geplanten Vorhabens	22
Abbildung 13: Marktanteile der Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel.....	26
Tabelle 1: Wesentliche Rahmenbedingungen der Gemeinde Bad Grönenbach.....	6
Tabelle 2: Bevölkerung im Einzugsgebiet.....	21
Tabelle 3: Kaufkraftpotenziale in den Bereichen Lebensmittel und Drogeriewaren im Einzugsgebiet.....	24
Tabelle 4: Kaufkraftbindung in den projektrelevanten Sortimenten in Bad Grönenbach und dem Nahbereich ..	24
Tabelle 5: Umsatzerwartung des geplanten Supermarktes anhand des Marktanteilkonzepts.....	27
Tabelle 6: Umsatzerwartung des geplanten Lebensmitteldiscounters anhand des Marktanteilkonzepts	28
Tabelle 7: Umsatzerwartung des geplanten Drogeriemarkts anhand des Marktanteilkonzepts	29

1 Auftrag, Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Auftrag:

Die CIMA Beratung + Management GmbH, Büro München, wurde mit der Durchführung einer Standort- und Marktanalyse bezüglich einer geplanten Einzelhandelsansiedlung in Bad Grönenbach beauftragt.

Aktuellen Planungen zufolge ist vorgesehen, auf einem Grundstück im Osten des Kernortes Bad Grönenbach in der Bahnhofstraße ein Nahversorgungszentrum zu errichten. Als Einzelhandelsformate sind hierbei ein Vollsortimenter, ein Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt geplant.

Im Zuge des weiteren Planungs- und Genehmigungsverfahrens soll für das geplante Nahversorgungszentrum in einer gesonderten Untersuchung ein Einzugsgebiet abgegrenzt werden, welches die bestehenden Angebots- und Versorgungsstrukturen in Bad Grönenbach und dem Umland berücksichtigt. So kann die Versorgungsfunktion, welcher der Standort perspektivisch übernimmt, abgeschätzt werden.

Auf Basis eines realistisch abgegrenzten Marktgebiets kann in einem abschließenden Schritt die perspektivische Umsatzleistung abgeleitet werden.

Methodische Grundsätze:

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer vor-Ort-Erhebung der vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum im Februar 2024. Hierfür erfolgte eine Bestandserhebung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet von Bad Grönenbach, welche Lebensmittel oder Drogerie-/ Parfümeriewaren als Haupt- oder in nennenswertem Umfang als Randsortiment anbieten. In den vorhabenrelevanten Umlandkommunen wurde die Wettbewerbserfassung auf die Ortsmitten sowie die Standorte der Hauptwettbewerber beschränkt.

Zur Umsatzherleitung des Planvorhabens wird eine Berechnung gemäß Marktanteilkonzept durchgeführt. Wesentlich zur Abwägung der erzielbaren Marktanteile für das Vorhaben ist die Wettbewerbssituation im projektrelevanten Einzelhandel in Bad Grönenbach und dem Umland. Zur Ermittlung und Plausibilisierung der Umsatzleistungen dienen anerkannte Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene und sortimentspezifische Verbrauchsausgaben.

Auftraggeber:

BE Immobilienmanagement GmbH
Hauptstraße 4
87787 Wolfertschwenden

Bearbeitung:

M.Sc. Susanne André
B.Sc. Christoph Hübner


2 Standortbeschreibung und -bewertung

2.1 Zentrale Strukturdaten der Gemeinde Bad Grönenbach

Die wesentlichen Standortrahmenbedingungen der Gemeinde Bad Grönenbach werden in der nachfolgenden Tabelle zusammenfassend dargestellt:

Tabelle 1: Wesentliche Rahmenbedingungen der Gemeinde Bad Grönenbach

Standortaspekt	Ausprägung / Bewertung für Bad Grönenbach
Lage im Raum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Landkreis Unterallgäu ▪ Regierungsbezirk Schwaben ▪ Lage der Marktgemeinde in Südbayern zwischen den Städten Memmingen (Norden) und Kempten (Allgäu) (Süden)
Gemeindegliederung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 46 Ortsteile, davon 4 größere Dörfer (Zell, Ittelsburg, Ziegelberg, Herbisried) ▪ Großteil der Bevölkerung wohnhaft im Hauptort Bad Grönenbach
Bevölkerungsstand, -entwicklung und -prognose	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 5.817 Einwohner*innen¹ ▪ Entwicklung: + 9,1 % (2012 – 2022)¹ ▪ Prognose: + 5,4 % (2022 – 2032)²
Landes-/Regionalplanung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterzentrum³ ▪ nächstgelegene Oberzentren: ⁴ Memmingen, ca. 16 km nördlich Kempten (Allgäu), ca. 24 km südlich ▪ nächstgelegene Mittelzentren:⁵ Leutkirch im Allgäu, ca. 20 km ▪ Nahbereich: ca. 10.132 Einwohner*innen³ (Woringen und Wolfertschwenden) ▪ einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich: ca. 8.945 Einwohner*innen⁴
Arbeitsmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2.353 Beschäftigte am Arbeitsort⁶ ▪ Beschäftigtendichte⁷: 0,40 und damit unter dem Durchschnitt; zum Vergleich: Bayern 0,44 ▪ Entwicklung: + 30,8% (2012 – 2022)⁶ ▪ Pendlersaldo: + 158⁶

Standortaspekt	Ausprägung / Bewertung für Bad Grönenbach
Erreichbarkeit / Mobilität	MIV <ul style="list-style-type: none"> überregionale Erreichbarkeit über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende A7 (Kempten – Memmingen), östlich des Kernortes
Erreichbarkeit / Mobilität (Fortsetzung)	ÖPNV <ul style="list-style-type: none"> Bahnhof Bad Grönenbach im Gemeindegebiet (östlich der Autobahn A7) mit Anbindung nach Ulm und Kempten Buslinie 965, die das Stadtgebiet in Nordrichtung an das Oberzentrum Memmingen anbindet Buslinie 931 als Anbindung nach Nordosten (Ottobeuren) über Wolfertschwenden⁸
Einzelhandelsstandort	<ul style="list-style-type: none"> Kaufkraftkennziffer: 109,4⁹
Sonstiges	Tourismus <ul style="list-style-type: none"> Kurort mit mehreren medizinischen Einrichtungen 174.555 Übernachtungen in 2023¹⁰ → Positiveffekte für lokalen Einzelhandel
Gesamtbewertung	 gute Standortrahmenbedingungen, Versorgungsbedeutung für eigene Bevölkerung und Nachbargemeinden

Quellen: ¹ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 31.12. des jew. Jahres

² Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 02.2024; Prognosen basieren auf Annahmen der Entwicklung verschiedener Faktoren und sind daher immer mit einer gewissen Unsicherheit verbunden

³ Regionalplan Donau-Iller 2023; LEP 2022; 11.06.2018

⁴ LEP Bayern 2023, inkl. Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern, 2023

⁵ Regionalplan Bodensee-Oberschwaben, 2023

⁶ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 30.06.2022 bzw. 30.06.2013;

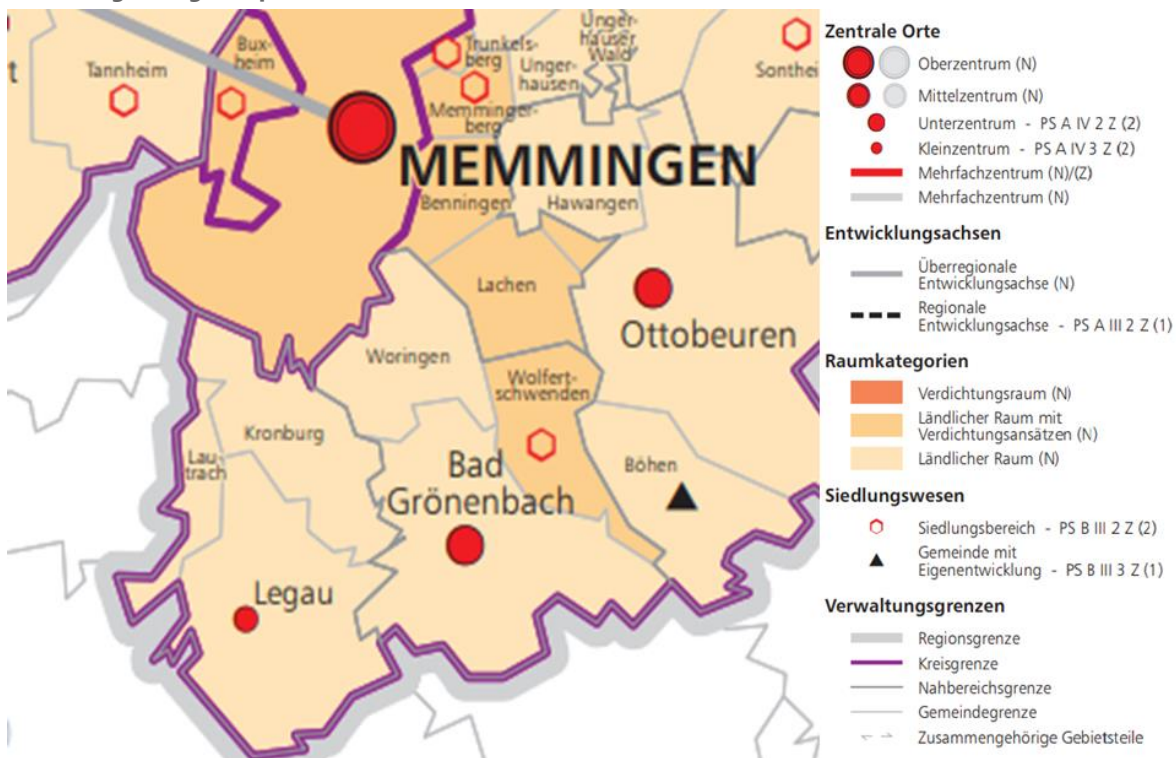
⁷ Die Beschäftigtendichte gibt an, wie viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte auf die bestehende Einwohnerzahl einer Stadt/Gemeinde entfallen (d.h. soz.vers.pfl. Beschäftigte pro Einwohner*in). Sie kann somit näherungsweise das relative Angebot an Arbeitsplätzen in einer Stadt/Gemeinde messen.

⁸ Betreiber: VVM Verkehrsverbund Mittelschwaben GmbH

⁹ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland, Michael Bauer Research GmbH, 2023 basierend auf Statisches Bundesamt. Der Kaufkraft-Index beschreibt die lokal vorhandene Kaufkraft in Bezug auf den bundesdeutschen Durchschnitt. Ein Wert von 100 steht hierbei für die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines*r Bürger*in in Deutschland

¹⁰ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 2023; in Beherbergungsbetrieben mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit 10 oder mehr Stellplätzen

Abbildung 1: Regionalplan Donau-Iller (Ausschnitt)



Quelle. Regionalplan Donau-Iller, 2023, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

2.2 Mikrostandort Bahnhofstraße

Der **Vorhabenstandort** befindet sich östlich der Ortsmitte vom Bad Grönenbach in einem gemischt genutzten Siedlungsbereich an der Kreisstraße MN 19 (Bahnhofstraße). Die Bahnhofstraße verbindet die Ortsmitte in östlicher Richtung mit der Autobahn A7 und im weiteren Verlauf mit der Nachbargemeinde Wolfertschwenden. Ferner stellt die Kreisstraße in nördliche eine gut ausgebaute Verbindung in Richtung Norden über Woringen bis nach Memmingen dar.

Der Vorhabenstandort befindet sich am Rand der östlichen **Wohngebiete Bad Grönenbachs**, in etwa 500 Meter Entfernung zur Ortsmitte. Der Standort liegt direkt an einem bestehenden Einzelhandelsstandort der Nahversorgung. Der dort vorhandene Edeka Lebensmittelvollsortimenter bildet mit dem Netto Lebensmitteldiscounter einen langjährig eingeführten Versorgungsstandort der Gemeinde. Im direkten Umfeld befinden sich mit einer Apotheke, einem Ärztehaus, einer Tierarztpraxis sowie verschiedenen Dienstleistern weitere wichtige Einrichtungen der Nahversorgung.

Abbildung 2: Vorhabenstandort und Standortumfeld an der Bahnhofstraße



Vorhabenstandort aus östlicher Richtung



Gesundheitszentrum an der Bahnhofstraße, Standortumfeld



Wohngebiet an der Fuggerstraße, Standortumfeld



Netto- und Edeka-Markt an der Bahnhofstraße

Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2023

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Vorhabenstandorts ist für den motorisierten Individualverkehr (MIV) als positiv zu bewerten. Durch die Lage an der Kreisstraße MN 19 (Bahnhofstraße), die eine direkte Verbindung zur A7 herstellt, ist eine gute Erreichbarkeit aus dem gesamten Gemeindegebiet sowie dem Umland gewährleistet. Durch die Lage an diesem Hauptverkehrsträger kann das perspektivische Vorhaben eine gute **Sichtbarkeit und Fernwirkung** erzielen.

Am Vorhabenstandort besteht auch eine direkte Anbindung an den **ÖPNV**. Die Bushaltestelle „Ärztelhaus“, welche von Bussen des VVM¹ regelmäßig angefahren wird, befindet sich unmittelbar vor dem Gesundheitszentrum am Vorhabenstandort. Die ÖPNV-Anbindung des Vorhabenstandortes entspricht mindestens den üblichen örtlichen Gegebenheiten.

Fuß- und Radwege entlang der Bahnhofstraße gewährleisten bis zum Vorhabenstandort eine gute Erreichbarkeit. Somit kann der Standort aus Richtung der Ortsmitte sowie auch aus den umliegenden Wohngebieten zu Fuß oder per Rad optimal erreicht werden.

¹ VVM = Verkehrsverbund Mittelschwaben GmbH.

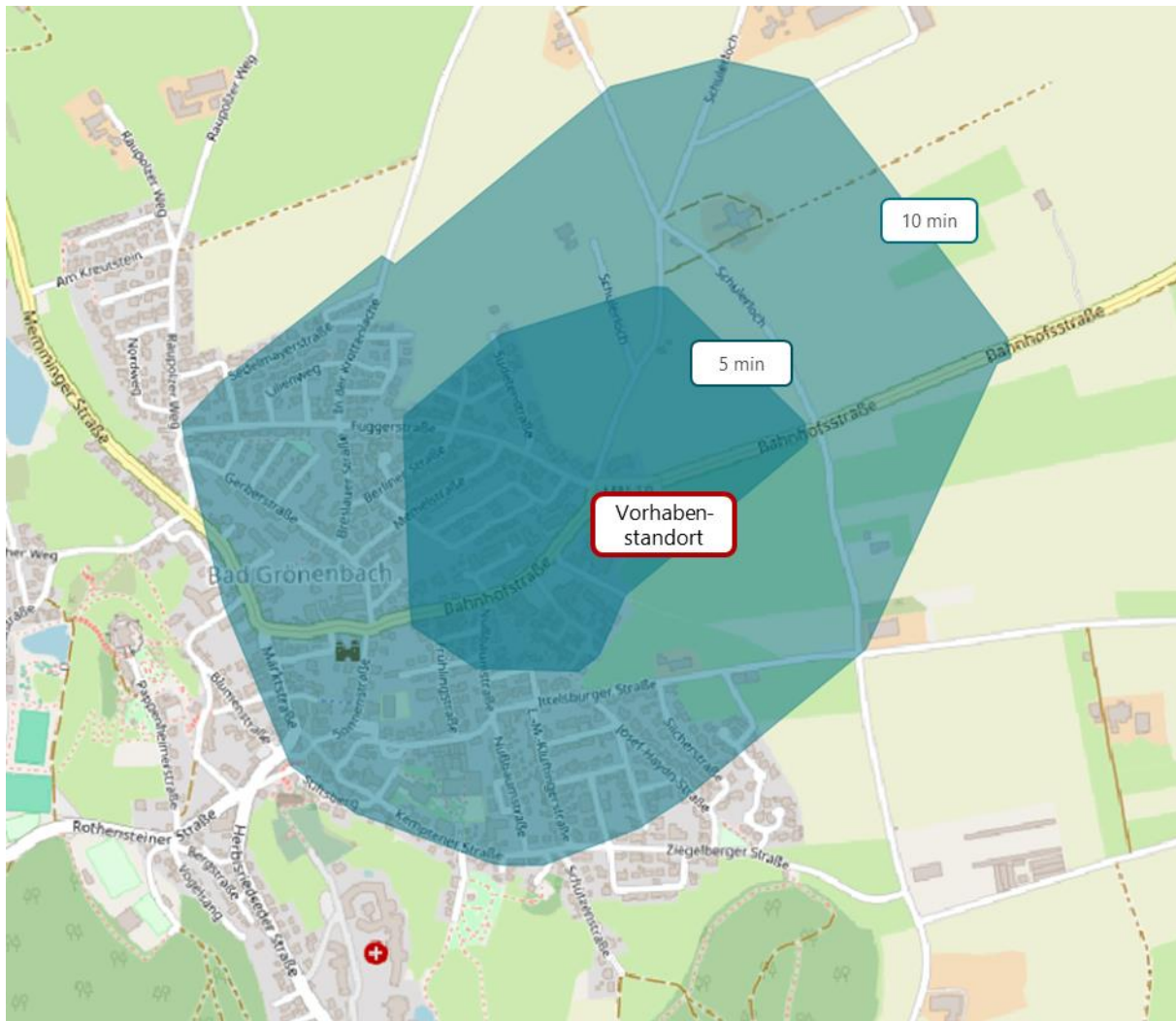
Abbildung 3: Vorhabenstandort sowie wesentliche Nutzungen im Standortumfeld



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2024; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

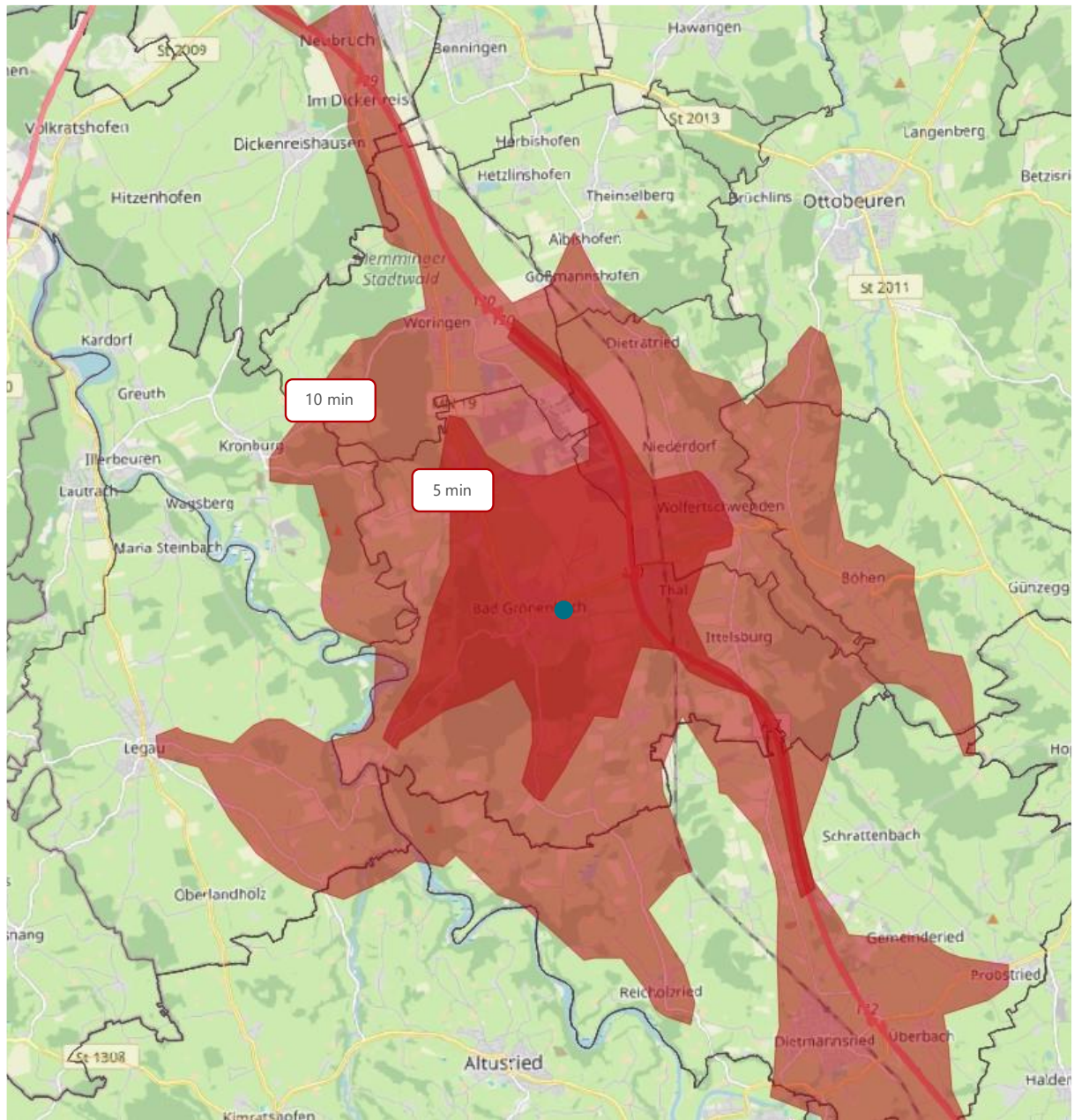
In Summe ist der geplante Vorhabenstandort einerseits gut geeignet, eine fußläufige Versorgung für die Bevölkerung der umliegenden Wohngebiete Bad Grönenbachs bereitzustellen. So ist der Standort aus großen Teile des zentralen Siedlungsgebietes von Bad Grönenbach innerhalb von zehn Minuten fußläufig zu erreichen (vgl. Abbildung 4). Zum anderen ermöglicht er auch eine im ländlichen Raum weiterhin wichtige Versorgung mittels MIV. Durch die gute verkehrliche Erschließung ist der Standort aus allen Ortsteilen sowie auch aus den Gemeinden des Nahbereichs innerhalb von zehn Minuten zu erreichen (vgl. Abbildung 5). Der geplante Standort schließt sich dabei an die bestehenden nahversorgungsrelevanten Angebote und Einrichtungen im direkten Standortumfeld an.

Abbildung 4: fußläufige Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes



Quelle: Openrouteservice.org, © OpenStreetMap 2024, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

Abbildung 5: Pkw-gestützte Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes



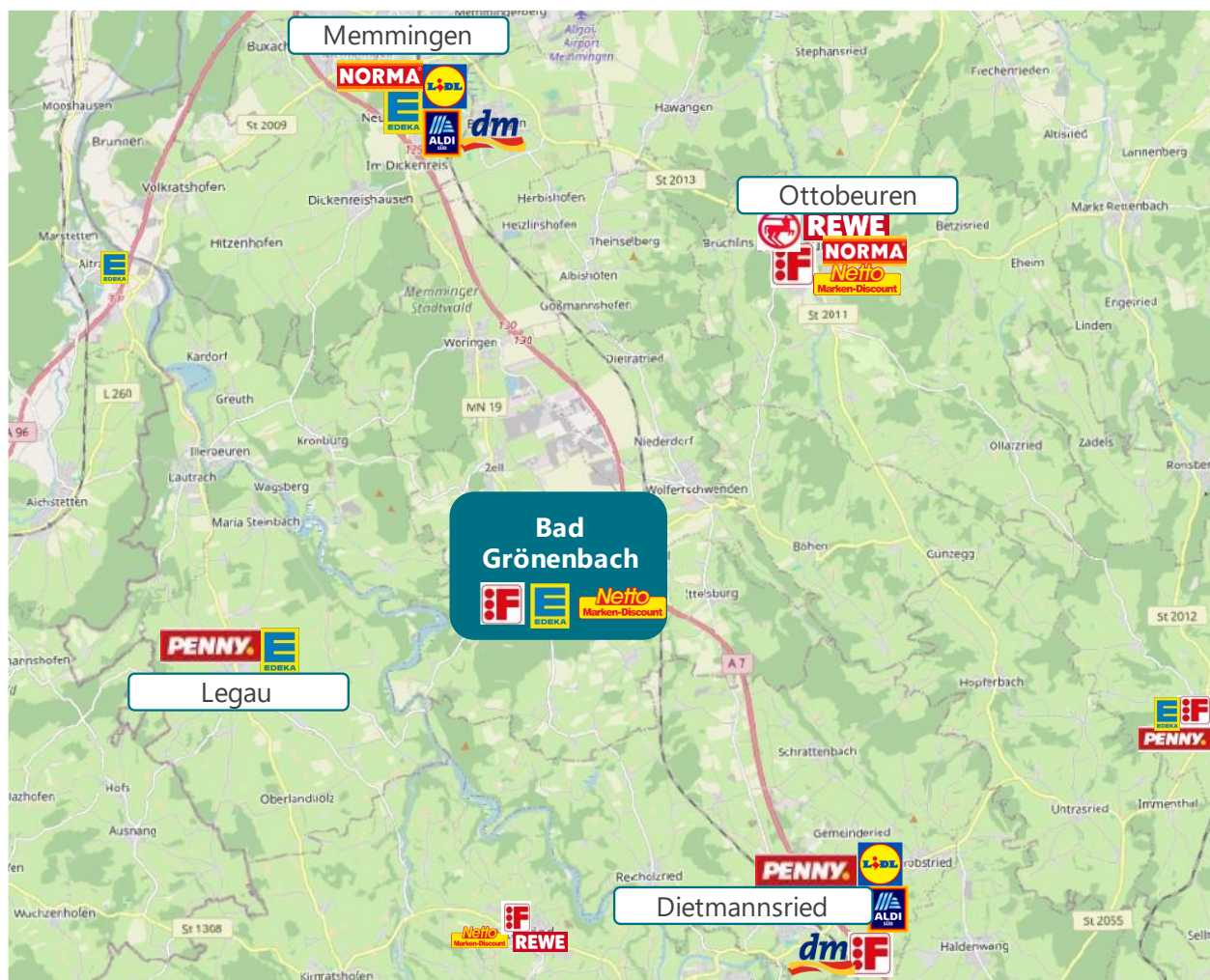
Quelle: Openrouteservice.org, © OpenStreetMap 2024, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024
Für Teile des 10-Minuten-Einzugsbereichs liegen vergleichbare Angebotsstandorte in besserer Erreichbarkeit.

3 Projektrelevante Angebotssituation

Im Februar 2024 führte die CIMA zur Analyse und Bewertung der Angebots- bzw. Wettbewerbssituation eine vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet durch. Als Wettbewerber des geplanten Nahversorgungsangebots an der Bahnhofstraße in Bad Grönenbach werden all diejenigen Betriebe betrachtet, die Lebensmittel oder Drogeriewaren als Kern- oder in größerem Umfang als Randsortiment anbieten.

Als Untersuchungsraum wurde neben dem Gemeindegebiet von Bad Grönenbach auch wesentliche Wettbewerber aus dem angrenzenden Umland berücksichtigt. Der Umgriff orientiert sich an den Standorten der wesentlichen Wettbewerber und der verkehrlichen Erreichbarkeit. In der Standortkommune Bad Grönenbach wurden dabei alle Betriebe mit Lebensmittel oder Drogeriewaren im Kernsortiment bzw. auch als wesentliches Rand-/Teilsortiment erhoben. Im als wettbewerbsbedeutsam eingestuftem, angrenzenden Umland zwischen Memmingen und Dietmannsried wurden ebenfalls alle Betriebe mit Lebensmittel oder Drogeriewaren als nennenswertes Kern- oder Teilsortiment aufgenommen.

Abbildung 6: strukturprägende Lebensmittel- und Drogeriemärkte im Untersuchungsgebiet



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2024, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

In der Karte sind auch Angebotsstandorte enthalten, welche aufgrund der verkehrlichen Erschließung nicht Teil des Untersuchungsraumes sind.

Als Hauptwettbewerber der vorgesehenen Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter) sind in erster Linie andere strukturprägende Lebensmittelanbieter einzuschätzen, v.a. betriebs-
typengleiche oder -ähnliche Angebotsformate. Für den geplanten Drogeriemarkt sind insbesondere andere Drogeriemärkte relevant. Ergänzend sind hier auch Drogeriewaren-Teilsortimente im Lebensmittelhandel wettbewerbsrelevant.

Im Rahmen der Bestandserhebung erfolgte eine gutachterliche Einschätzung der Umsatzleistung jedes Einzelhandelsbetriebes im Untersuchungsraum. Bei der Umsatzschätzung wurde auf offizielle betreiber-
sowie betriebstypenspezifische Verkaufsflächenproduktivitäten bzw. übliche Filialumsätze zurückgegriffen², welche für jeden Betrieb v.a. vor dem Hintergrund der Mikrostandortqualität, der Verkaufsflächen-
größe, des Marktauftritts sowie der Kundenfrequenz angepasst wurden.

Die relevanten Anbieter im Untersuchungsraum verteilen sich auf unterschiedliche Standorte (vgl. Ab-
bildung 6). Eine besondere Bedeutung wird in diesem Zusammenhang zentralen Versorgungsbereichen
und Ortsmitten beigemessen. Darüber hinaus liegen auch die weiteren Nahversorgungsstrukturen im
Fokus der Untersuchung. Die wesentlichen Standorte werden im Folgenden zusammenfassend darge-
stellt und bewertet.

3.1 Bad Grönenbach

3.1.1 Ortsmitte

Die Marktgemeinde Bad Grönenbach weist eine kompakte Ortsmitte auf. Der wesentlicher Angebotsbe-
satz verteilt sich auf die zentral gelegene Marktstraße und den Marktplatz zuzüglich der angrenzenden
Abschnitte der Memminger Straße und Bahnhofstraße. Aus dem Lebensmitteleinzelhandel ist in der
Ortsmitte von Bad Grönenbach an erster Stelle der zentral gelegene **Feneberg**-Supermarkt zu nennen.
Der modern gestaltete Markt fungiert als zentraler und gut erreichbarer Anbieter für die zentralen
Wohngebiete Bad Grönenbachs sowie die Ortsteile. Angesichts der vergleichsweise geringen Verkaufs-
fläche und damit einhergehenden Beschränkungen in der Sortimentsvielfalt kann er nur begrenzt Markt-
anteile im Einzugsgebiet erschließen. Ergänzt wird das Angebot des Vollsortimenters durch verschiedene
Betriebe aus dem **Lebensmittelhandwerk** (Bäckerei, Metzger, Käsefachgeschäft) in der Ortsmitte an-
sässig.

Abbildung 7: Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte von Bad Grönenbach



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

² Quellen: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, EHI Handelsdaten 2023, Hahn Retail Real Estate Report 2023/2024

Die Ortsmitte von Bad Grönenbach charakterisiert sich insgesamt durch ihre kleinteiligen und z.T. verkehrsberuhigten Straßen. Im Bereich Einzelhandel weist die Ortsmitte einen für die Gemeindegröße dichten Besatz an verschiedenen Sortimenten auf, darunter auch Anbieter der Sortimente Bekleidung und Schmuck. Ergänzt wird der Nutzungsmix durch öffentliche Einrichtungen, Dienstleister und Gastronomie, die gemeinsam mit der ansprechenden Gestaltung eine attraktive Ortsmitte bilden. In Kombination mit der touristischen Bedeutung des Ortes (insbesondere infolge der vielfältigen medizinischen Einrichtungen) ist von einer hohen Anzahl an Besucher*innen auszugehen, von denen auch der Lebensmitteleinzelhandel in der Ortsmitte profitiert.

Die Betriebe in der Ortsmitte von Bad Grönenbach, welche Lebensmittel als Haupt- oder Teilsortiment anbieten, erwirtschaften nach gutachterlicher Schätzung im projektrelevanten Lebensmittelbereich auf einer Fläche von zusammen ca. 680 m² einen Umsatz von ca. 4,3 Mio. € p.a.

Drogeriewaren werden lediglich deutlich untergeordnet als Randsortiment des Feneberg-Supermarktes angeboten.

3.1.2 Sonstige Lagen in Bad Grönenbach

Die weiteren Versorgungsstrukturen in Bad Grönenbach befinden sich hauptsächlich am östlichen Orts- eingang in der Bahnhofstraße, unweit des geplanten Vorhabenstandort. Der hier ansässigen Edeka-Supermarkt übernimmt zusammen mit dem benachbarten Netto-Lebensmitteldiscounter wichtige Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohngebiete sowie die umliegenden, kleineren Siedlungsstrukturen. Aufgrund der Nähe zueinander profitieren sie von gegenseitigen Kundenzuführungseffekten.

Der **Edeka**-Supermarkt ist langjährig am Markt aktiv. Die Immobilie weist allerdings einen erheblichen Sanierungsstau auf. Die äußere Erscheinung sowie Verkaufsflächenausstattung und -gestaltung entsprechen nicht mehr den aktuellen Kundenansprüchen. In der Folge kann der Anbieter nur begrenzt vorhandene Umsatzpotenziale binden.

Der **Netto**-Lebensmitteldiscounter befindet sich in direkter Nachbarschaft des Edeka-Marktes. Gestaltung und Angebotsumfang entsprechen nicht mehr ganz den betreiberseitigen Standards. Dennoch kann der Anbieter als einziger Lebensmitteldiscounter in der Projektkommune hohe Marktanteile binden. Angesichts der bestehenden Defizite kann er jedoch kein großräumiges Einzugsgebiet (über den Nahbereich hinaus) erschließen.

Bäckereien im jeweiligen Vorkassenbereich sowie ein Raiffeisenmarkt mit einem nicht unerheblichen Sortiment an Lebensmitteln (vorrangig Getränke) ergänzen das vorhandene Angebot am Standort.

Abbildung 8: Lebensmittelanbieter in den sonstigen Lagen in Bad Grönenbach



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

Im sonstigen Gebiet der Marktgemeinde befinden sich vereinzelt weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter in Solitärlage. Diese erschließen ein lokal stark begrenztes Einzugsgebiet (z.B. Bäckerei Fähndrich in

der Memminger Straße, Backstube in Zell) oder sind vorrangig auf Reisende ausgelegt (Aral-Tankstelle, Thal). Sie binden daher nur eingeschränkte Marktanteile im Lebensmittelbereich.

Die Verkaufsfläche der o.g. Anbieter im restlichen Gemeindegebiet von Bad Grönenbach beläuft sich auf insgesamt rd. 1.605 m² mit einem geschätzten Umsatz im Lebensmittelbereich i.H.v. rd. 8,3 – 8,4 Mio. € p.a. Mit Drogeriewaren wird ein Umsatz von etwa 0,6 – 0,7 € Mio. p.a. auf einer Fläche von ca. 130 m² erwirtschaftet.

Drogeriewaren werden in Bad Grönenbach außerhalb der Ortsmitte ausschließlich als Randsortiment der strukturprägenden Lebensmittelanbieter Edeka und Netto angeboten.

3.2 Relevante Umlandkommunen

Perspektivisch wird das Projektvorhabens ein Einzugsgebiet erschließen, welches über die Gemeindegrenze Bad Grönenbachs hinaus reicht. Dies ist neben seiner gut erreichbaren Standortlage mit direkter Anbindung an die Autobahn A7 sowie in das östliche Umland auch auf die geplante Attraktivität des Gesamtangebotes zurückzuführen. Hierbei steht die geplante Angebotskombination aus Lebensmittelsupermarkt, -discounter sowie Drogeriefachmarkt auch mit weiter entfernten, ähnlich ausgestatteten Verbundstandort in Wettbewerb.

Lage- und erschließungsbedingt werden dabei vorrangig Angebotsstandorte entlang der Verkehrsachsen in Nord-Süd-Richtung betrachtet. Hierzu zählen die Anbieter im Süden Memmingsens sowie in Dietmannsried. Weiterhin werden die angrenzenden Gemeinden im Osten sowie Westen Bad Grönenbachs untersucht. Die wesentlichen Angebotsstrukturen werden im Folgenden aufgeführt.

3.2.1 Memmingen-Süd

Die kreisfreie Stadt Memmingen bildet als Oberzentrum einen wichtigen Wirtschafts-, Arbeits- und Versorgungsstandort der Region. In Folge der vorhandenen Pendler- und Besucherströme können die Anbieter im Nahversorgungsbereich ein großräumiges Einzugsgebiet erreichen. Für das Projektvorhaben relevant sind dabei in erster Linie die gut erreichbaren Nahversorgungsanbieter im Süden Memmingsens, entlang der Woringer Straße. Der Angebotsstandort befindet sich ca. 11 km nördlich von Bad Grönenbach an der Bundesstraße B300, in direkter Nähe zur Autobahnanschlussstelle Memmingen Süd der A7. Mit mehreren Lebensmitteldiscountern der Anbieter **Aldi**, **Lidl** und **Norma**, einem relativ neu ansässigen **Edeka**-Supermarkt sowie einem **dm**-Drogeriefachmarkt besteht hier ein attraktiver Angebotsmix in verkehrsgünstiger Lage welcher umfassend Kaufkraft auch aus dem Umland binden kann.

Die ansässigen Lebensmittelanbieter stellen sich durchweg als moderne und attraktive Märkte dar, welche in den vergangenen Jahren modernisiert bzw. neu angesiedelt wurden. Entsprechend bewegen sich Gestaltung, Präsentation und Angebotsumfang aller ansässigen Anbieter auf einem hohen Niveau. Die Zusammensetzung verschiedener Betriebstypen sowie Betreiber im Lebensmittelbereich ermöglicht eine breite Zielgruppenansprache und in Summe ein weiträumiges Einzugsgebiet mit hoher Kaufkraftbindung auch über das Stadtgebiet Memmingsens hinaus.³ Das strukturprägende Angebot wird durch einen Getränkemarkt sowie mehreren Bäckereien in den Vorkassenbereichen der Lebensmittelmärkte attraktivitätssteigernd ergänzt.

Nach gutachterlicher Schätzung erzielen die Anbieter im Süden Memmingsens (Woringer Straße) im Lebensmittelbereich auf einer Fläche von zusammen rund 4.065 m² einen Jahresumsatz von ca. 24,6 – 24,7 Mio. €.

Drogeriewaren werden neben den relevanten Nebensortimenten der genannten Lebensmittelanbieter in erster Linie beim ansässigen **dm**-Drogeriemarkt angeboten. Der Markt stellt sich als moderner,

³ Das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2020 gibt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine Zentralität i.H.v. 149 % an, für den Bereich Gesundheit und Körperpflege liegt diese bei 187 %. In beiden Warengruppen fließt demnach Kaufkraft in erheblichem Umfang aus dem Umland nach Memmingen.

leistungsfähiger Anbieter dar, welcher in Kombination mit den Lebensmittelmärkten ebenfalls ein großräumiges Einzugsgebiet erreicht. Angebotsausstattung und Gestaltung sind auf einem anbietertypischen, hohen Niveau.

Im Drogeriewarenbereich werden durch die dargestellten Märkte im Haupt- sowie Nebensortiment in Summe etwa 5,7 – 5,8 Mio. € p.a. auf einer Fläche von ca. 820 m² umgesetzt.

Abbildung 9: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Memmingen-Süd



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

3.2.2 Dietmannsried

Die Marktgemeinde Dietmannsried ist ca. 10 km südlich von Bad Grönenbach, ebenfalls an der Autobahn A7 gelegen. In der **Ortsmitte** von Dietmannsried ist lediglich ein kleinteiliges Angebot im Lebensmittelbereich – bestehend aus zwei Bäckereien und einer Metzgerei – vorhanden. Diese übernehmen zusammen mit der allgemein überschaubaren Einzelhandelsausstattung eine lokal begrenzte Versorgungsfunktion und stehen somit nicht im Wettbewerb zum Vorhaben.

Die wesentlichen Angebotsstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich sind im Südosten des Hauptortes von Dietmannsried verortet. Angrenzend an die durch Wohngebiete geprägten Strukturen befinden sich hier mehrere Lebensmittelanbieter sowie ein Drogeriefachmarkt in verkehrsgünstiger Lage. Über die Staatstraße St2377 sind die vorhandenen Anbieter gut an das Umland sowie an die Autobahn A7 angebunden und können so potenziell ein großräumiges Einzugsgebiet ansprechen.

Konkret sind aus dem Lebensmittelbereich mit **Penny**, **Aldi** und **Lidl** mehrere Anbieter aus dem Discountsegment ansässig. Angebotsumfang und -präsentation der Betriebe sind überwiegend modern und zeitgemäß. Nach Verlagerung inklusive Modernisierung vor wenigen Jahren präsentiert sich auch

der am Standort ansässige **Feneberg**-Supermarkt als leistungsfähiger Anbieter in dieser Standortlage. Die Kombination verschiedener Betriebstypen und Betreiber in unmittelbarer Nähe zueinander ermöglichen in hohem Maße Kopplungseffekte am Standort, von denen alle Betriebe profitieren. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene Einzelhandelsbetriebe aus dem Lebensmittelbereich (Getränkemärkte, Bäckereien) und darüber hinaus (u.a. kik, Woolworth), was die Anziehungskraft des Standortes zusätzlich steigert. Aufgrund der Angebotsvielfalt und -ausgestaltung durch die Betriebe in Dietmannsried ist von einer hohen Kaufkraftbindung aus dem Umland auszugehen.

Insgesamt werden in der Standortlage im Südosten von Dietmannsried Lebensmittel auf einer Fläche von ca. 4.545 m² angeboten. Dabei wird ein jährlicher Umsatz von ca. 25,6 – 25,7 Mio. € erwirtschaftet.

Drogeriewaren werden in Dietmannsried vorrangig beim ebenfalls im Südosten ansässigen dm-Drogeriefachmarkt angeboten. Die Filiale befindet sich in unmittelbarer Nähe zum neu gestalteten Feneberg-Supermarkt und stellt sich ebenfalls als moderner, gut ausgestatteter Markt dar. Darüber hinaus werden Drogeriewaren auch bei den genannten, strukturprägenden Lebensmittelbetrieben im Nebensortimente vorgehalten.

In Summe wird nach gutachterlicher Schätzung in Dietmannsried auf einer Fläche von ca. 860 m² ein Umsatz von ca. 6,2 – 6,3 Mio. € p.a. mit Drogeriewaren erzielt.

Abbildung 10: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Dietmannsried (Auswahl)



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

3.2.3 Ottobeuren

Nordöstlich von Bad Grönenbach befindet sich ca. 10 km entfernt (Luftlinie) die Marktgemeinde Ottobeuren, die aufgrund ihrer verkehrlichen Erschließung mit mehrere Staatstraßen als wichtiger Einzelhandelsstandort zu berücksichtigen ist. Die relevanten Angebotsstandorte in Ottobeuren verteilen sich dabei auf mehrere Standorte.

In der **Ortsmitte** von Ottobeuren befinden sich als prägende Betriebe des Nahversorgungsbereichs ein Feneberg Supermarkt und ein Getränkemarkt in gemeinsamer Standortlage. Beide Anbieter sind bereits seit einigen Jahren in Ottobeuren ansässig und genießen entsprechend eine hohe Kundenakzeptanz. Aufgrund ihrer vergleichsweise kleinen Verkaufsfläche sowie der schlechten Erschließung im Ortskern ist das Einzugsgebiet vorrangig lokal. Darüber hinaus ist der Ortskern von Ottobeuren vorrangig durch die zentral verlaufende Bahnhofstraße / Ludwigstraße charakterisiert, an der mehrere kleinere Betriebe aus dem Lebensmittelbereich angesiedelt sind, welche ebenfalls lokale Versorgungsfunktionen erfüllen. Darunter befinden sich Bäckereien und Metzgereien sowie eine Konditorei und eine Käsefachgeschäft. Diese prägen in Ergänzung zum verkehrsberuhigten Marktplatz samt weiterem Einzelhandel aus dem Non-food-Bereich und vielseitiger Gastronomie die Ortsmitte in ihrer Funktion.

Nach gutachterlicher Schätzung erzielen die besonders vorhabenrelevanten Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte von Ottobeuren auf einer Fläche von zusammen rund 1.465 m² einen Jahresumsatz von ca. 6,8 – 6,9 Mio. €.

Drogeriewaren in nennenswertem Umfang werden in der Ortsmitte ausschließlich untergeordnet als Randsortiment des Feneberg-Supermarktes geführt.

Ein relevanter Versorgungsstandort in Ottobeuren, welcher auch für das Umland eine Versorgung übernimmt, befindet sich im **nordöstlichen Siedlungsgebiet**. Mit einem Netto-Lebensmitteldiscounter⁴, einem modernen, großflächigen Rewe-Supermarkt und einem Rossmann-Drogeriemarkt sind hier Betriebe aus den wichtigsten Sortimenten der Nahversorgung in unmittelbarer Nähe zueinander vertreten. Ergänzt werden diese Anbieter durch einen modernen Norma-Lebensmitteldiscounter sowie einen Friso-Getränkemarkt im näheren Standortumfeld. Beide Anbieter haben sich erst kürzlich im Rahmen einer Standortverlagerung modernisiert und ihre Verkaufsfläche vergrößert.

Die Vielzahl an modernen Anbietern unterschiedlicher Betriebstypen und Betreibern erreicht in Summe ein großräumiges Einzugsgebiet. Dies wird durch die gute Erreichbarkeit aus dem Umland und der Kombination mit weiteren Angeboten (z.B. Takko, Raiffeisenmarkt) zusätzlich gestützt.

Lebensmittel werden bei den genannten Anbietern auf einer Fläche von etwa 4.095 m² angeboten. Dabei wird nach gutachterlicher Schätzung ein Umsatz von ca. 15,8 – 15,9 Mio. € p.a. erwirtschaftet.

Drogeriewaren werden in relevantem Umfang bei Drogeriefachmarkt Rossmann sowie bei den genannten Lebensmittelanbietern im Nebensortiment angeboten. In Summe werden mit Drogeriewaren auf einer Fläche von ca. 710 m² jährlich etwa 3,9 – 4,0 Mio. € umgesetzt.

Abbildung 11: Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Ottobeuren (Auswahl)



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

3.2.4 Weitere Standorte im Untersuchungsgebiet

Neben den dargestellten Wettbewerbsstandorten der strukturprägenden Lebensmittelanbieter und Drogeriefachmärkte sind im Untersuchungsgebiet noch weitere Anbieter vorhanden, welche ein lediglich begrenztes Warensortiment vorhalten. Hierzu zählen ausschließlich Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) sowie Dorf- und Regionalläden. Im Untersuchungsgebiet sind hierbei hervorzuheben:

- In der Ortsmitte der Marktgemeinde **Wolfertschwenden** hält ein kleinflächiger Dorfladen ein Grundsortiment an Lebensmitteln vor. Ergänzt wird das Angebot durch eine Bäckerei im näheren Umfeld.

⁴ Derzeit finden Neubaumaßnahmen für die Umsiedlung des Netto-Lebensmitteldiscounters im unmittelbaren Standort des jetzigen Standortes des Anbieters statt. Es ist davon auszugehen, dass der Markt im Zuge der Verlagerung deutlich modernisiert und

Die Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich beläuft sich in Summe auf 310 m². Hierbei wird ein Umsatz von ca. 1,3 – 1,4 Mio. €/m² p.a. erzielt. Drogeriewaren werden lediglich auf Kleinstflächen vorgehalten.

- In der Gemeinde **Woringen** sind in der Ortsmitte eine Bäckerei, eine Metzgerei verortet, welche eine lokale Versorgung der Bevölkerung in diesen Bereichen übernehmen. Ergänzt wird das Lebensmittelangebot im Nebensortiment des ebenfalls ansässigen Raiffeisenmarkt. In Summe werden hier Lebensmittel auf einer Fläche von 130 m² angeboten. Der jährliche Umsatz im Lebensmittelbereich beläuft sich auf etwa 0,7 – 0,8 Mio. €/m². Drogeriewaren werden hier nicht angeboten.
- Die Marktgemeinde **Legau** verfügt in der Ortsmitte über wenige Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Konditorei, Metzgerei). Mit den beiden Märkte der Anbieter Edeka und Penny im Norden des Siedlungsgebietes verfügt die Gemeinde über eine umfassende Grundversorgung im Lebensmittelbereich. Dies wird durch den Bio.Supermarkt Rapunzel zusätzlich ergänzt. Die Anbieter übernehmen in gewissem Maß auch eine Versorgung des näheren Umlands von Legau. In Summe werden Lebensmittel auf einer Fläche von 2.055 m² angeboten. Dabei wird an Umsatz von rd. 9,7 – 9,8 Mio. € erzielt. Drogeriewaren werden lediglich auf Teilflächen der jeweiligen Anbieter vorgehalten.

3.3 Standorte im weiteren Umland

Neben den im Detail dargelegten Standortlagen, welche sich unmittelbar auf das perspektivische Einzugsgebiet des Planvorhabens auswirken, binden auch Angebotsstandorte in weiter entfernten Kommunen Kaufkraft aus dem eigenen Gebiet bzw. auch aus dem Umland von Bad Grönenbach. Demzufolge sind auch sie nachgeordnet wettbewerbsrelevant. Aufgrund ihrer Entfernung zur Projektkommune und der geringen Bindungsquote werden sie jedoch nur kurz dargestellt.

Im Oberzentrum **Memmingen** stellt als attraktiver Arbeits- und Handelsstandort einen zentrale Versorgungsstandort für die gesamte Region dar. Aufgrund der vorhandenen Pendler- und Ausflugsströme nehmen auch Angebotsstandorte neben den bereits dargestellten Betrieben im Süden relevante Versorgungsfunktionen ein. Diese verteilen sich über das gesamte Stadtgebiet und binden in gewissem Maß Kaufkraft aus dem südlichen Umland.

Die Marktgemeinde **Obergünzburg** liegt ca. 15 km südöstlich von Bad Grönenbach und kann mit den vorhandenen Anbietern (u.a. Edeka, Feneberg und Penny) ein übergemeindliches Einzugsgebiet erschließen. Entsprechend begrenzt es das perspektivische Einzugsgebiet in diese Richtung.

4 Einzugsgebiet, Nachfrage- und Kaufkraftpotenziale

4.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Als Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes ist derjenige Bereich zu verstehen, innerhalb dessen die Einwohner den Vorhabenstandort regelmäßig aufsuchen⁵. Das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Anziehungskraft des Projektvorhabens, basierend auf Lage, Verkaufsflächendimensionierung sowie Art der Betreiber und vorhandene Betriebstypenstrukturen
- Relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet und Entfernung zu den jeweiligen Standorten, insbesondere die bestehenden Filialnetze der geplanten Anbieter.
- Verkehrs- und siedlungsstrukturelle Voraussetzungen im Untersuchungsgebiet
- Erreichbarkeit und Fahrtzeiten zum Vorhabenstandort mit verschiedenen Verkehrsformen (zu Fuß, Rad, ÖPNV, PKW), unter besonderer Berücksichtigung der vorhandenen, ausgeprägten Topografie.

Besonders zu berücksichtigen ist, dass es sich beim Vorhaben mit den Kernsortimenten Lebensmittel und Drogeriewaren um Angebote aus dem Nahversorgungsbereich handelt. Hierbei ist anzunehmen, dass sich ein Großteil der Bevölkerung regelmäßig und nahe dem eigenen Wohnort mit entsprechenden Waren versorgt.

Zusätzlich sind Lebensmittel und Drogeriewaren in hohem Maße kopplungsaffine Sortimente, welche häufig zusammen eingekauft werden. In der Folge kommt es an Verbundstandorten von Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten häufig zu gegenseitigen Kundenzuführungseffekten. Dies bedeutet, dass diese Anbieter zu großen Teilen gleiche Kundengruppen ansprechen und dadurch auch ein vergleichbares Einzugsgebiet erreichen. Aus diesem Grund wird für das Planvorhaben ein gemeinsames Einzugsgebiet definiert, aus welchem Kund*innen den Verbundstandort perspektivisch verstärkt aufsuchen.

Tabelle 2: Bevölkerung im Einzugsgebiet

	Kommunen	Bevölkerung
Kerneinzugsgebiet		
Zone I a (Projektkommune)	Bad Grönenbach	5.817
Zone I b (Nahbereich)	Wolfertschwenden, Woringen	4.315
Kerneinzugsgebiet gesamt		10.132
Erweitertes Einzugsgebiet		
Streukund*innen aus Umlandkommunen	u.a. Böhen, Kronburg, Legau	-

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024; Bayrisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2022

Anzahl der Kund*innen aus weiteren Umlandkommunen nicht identifizierbar

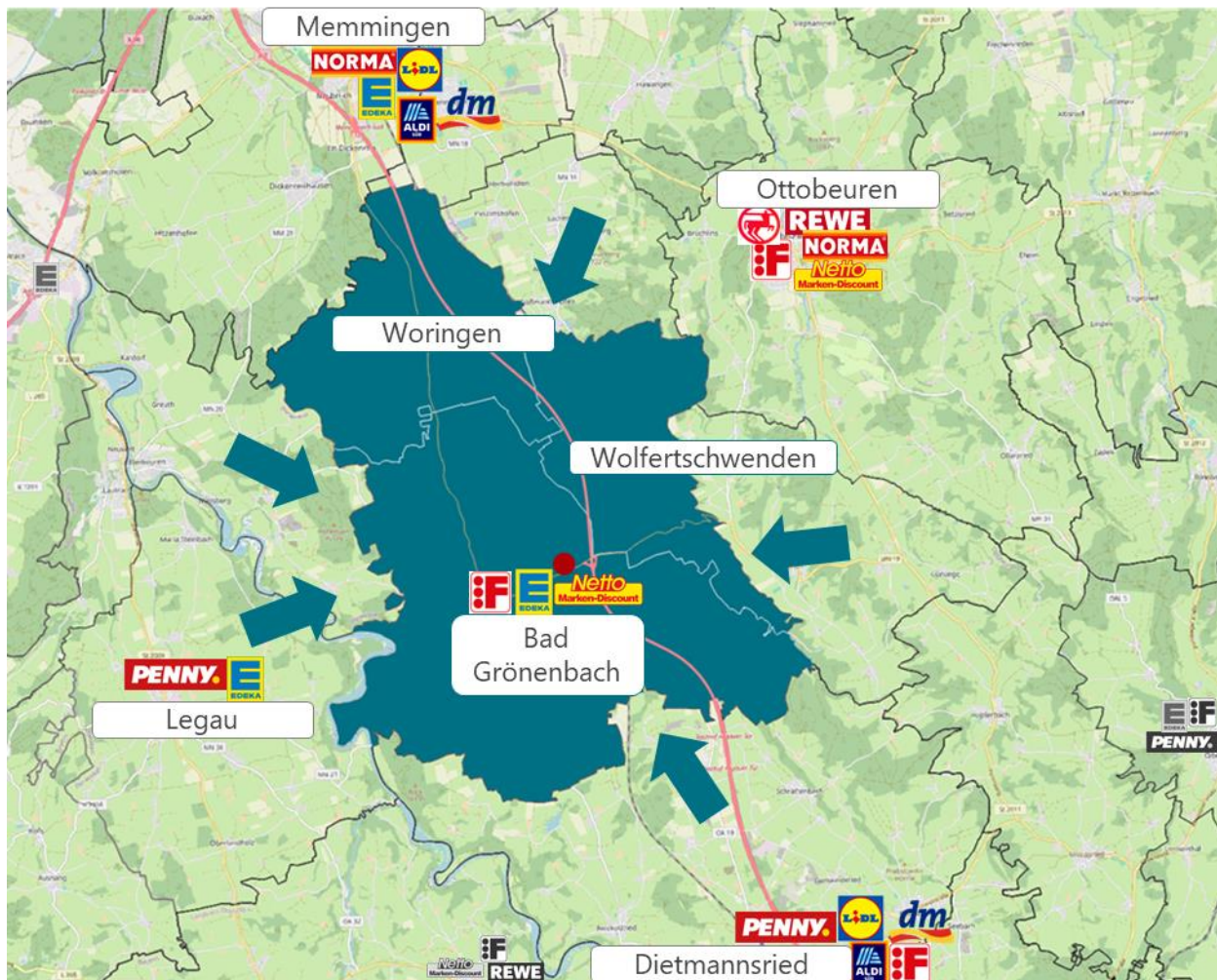
Innerhalb des projektspezifischen Einzugsgebiets ist anzunehmen, dass eine unterschiedliche Intensität der Kaufkraftbindung an den Standort zu erwarten ist. Folglich wird das Einzugsgebiet in ein Kerneinzugsgebiet (Zone I a, Bad Grönenbach) und Zone I b (Kommunen des Nahbereichs) unterteilt. Insgesamt leben im Kerneinzugsgebiet des Vorhabens rd. 10.132 Einwohner*innen (vgl. Tabelle 2; Abbildung 12)⁶.

⁵ Aus Gründen der Datenverfügbarkeit orientiert sich die Einteilung des Einzugsgebiets an den administrativen Grenzen auf Gemeindeebene.

⁶ Bayrisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2022

Angesichts der geplanten Angebotszusammensetzung ist zudem davon auszugehen, dass auch Bewohner*innen der weiteren Umlandkommunen sich künftig stärker nach Bad Grönenbach orientieren, als durch bislang. Diese Zielgruppe setzt sich vorrangig aus Pendelnden zusammen, welche in Bad Grönenbach arbeiten oder die vorhandene Anschlussstelle der Autobahn A 7 nutzen. Für sie liegt der Vorhabenstandort verkehrsgünstig. Diese Kommunen werden als erweitertes Einzugsgebiet zusammengefasst.

Abbildung 12: Einzugsgebiet des geplanten Vorhabens



- Vorhabenstandort
- ➔ Kaufkraftzuflüsse aus den Umlandgemeinden

Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2024; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024

4.1.1 Kerneinzugsgebiet – Bad Grönenbach und Nahbereich

Das Kerneinzugsgebiet, also der Bereich mit der voraussichtlich stärksten Kaufkraftbindung, lässt sich in folgende zwei Teilbereiche untergliedern:

- **Zone I a - Bad Grönenbach**

Zone I a umfasst das Gemeindegebiet der Projektkommune Bad Grönenbach mit ihren 5.817 Einwohner*innen selbst. Hier kann voraussichtlich die höchste Kaufkraftbindung des Vorhabens erzielt werden. Insbesondere aus den nahgelegenen Wohngebieten des Vorhabenstandortes sind u.a. fußläufige Einkaufsverflechtungen zu erwarten. Die verkehrsgünstige Lage des Standorts ermöglicht auch Kunden aus dem restlichen Gemeindegebiet eine gute Erreichbarkeit.

▪ **Zone I b – Nahbereich**

Gemäß LEP Bayern 2023 hat ein Zentraler Ort die Aufgabe, ein umfassendes Angebot der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs vorzuhalten, wozu auch das Lebensmittelangebot zählt⁷. Die Zone I b des Einzugsgebiets umfasst daher den Nahbereich der Marktgemeinde Bad Grönenbach und besteht aus den Gemeinden Wolfertschwenden und Woringen mit insgesamt 4.315 Einwohner*innen.⁸ In diesen Gemeinden kann aufgrund der zentralörtlichen Bedeutung Bad Grönenbachs und den geringen Angebotsbesatzes in den projektrelevanten Sortimenten (vgl. Kapitel 5) ebenfalls von einer hohen Kaufkraftbindung ausgegangen werden. Aufgrund der fehlenden, eigenen Ausstattung im Lebensmittelbereich, der guten verkehrlichen Anbindung an den Vorhabenstandort sowie der engen Verflechtungen der Gemeinden⁹ fällt diese ebenfalls hoch aus. Bedingt durch die Nähe zu umliegenden Angebotsstandorten (v.a. Oberzentrum Memmingen) bewegen sich diese perspektivisch auf einem etwas geringeren Niveau als in Zone I a.

4.1.2 Erweitertes Einzugsgebiet

Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst diejenige Kommunen, aus welcher außerhalb des definierten Nahbereichs ebenfalls regelmäßige Einkaufsverflechtungen zu erwarten ist. Die Bevölkerung in dieser Kategorie versorgt sich der Annahme nach vorrangig an anderen Angebotsstandorten außerhalb Bad Grönenbachs, teilweise verfügen diese Kommunen sogar selbst über ein gewisses Einzelhandelsangebot im Lebensmittelbereich. Das Projektvorhaben kann künftig mit anderen attraktiven Versorgungsstandorten im Umland konkurrieren. Insbesondere für Pendelnde nach Bad Grönenbach sowie jene, welche die nahegelegene Anschlussstelle der A 7 nutzen, stellt der Standort perspektivisch eine verkehrsgünstige und gut ausgestattete Versorgungsmöglichkeit dar.

4.1.3 Streukund*innen

Neben den regelmäßigen Kund*innen aus dem dargestellten Einzugsgebiet der Umlandgemeinde verfügt Bad Grönenbach über eine hohes Kaufkraftpotenzial in Folge des vorhandenen Tourismus. Dieser beinhaltet Tagesbesucher*innen, Hotel-, Kur- und andere Übernachtungsgäste. Insbesondere dieses touristische Potenzial ist in Bad Grönenbach angesichts der hohen Übernachtungszahlen besonders hervorzuheben. Alle Kund*innen, welche ihren Wohnsitz außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes haben und räumlich nicht mehr eindeutig zuzuordnen sind, werden als Streukund*innen bezeichnet.

4.2 Kaufkraftpotenziale im Kerneinzugsgebiet

Basis der Berechnungen des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus stellen die jeweiligen durchschnittlichen Konsumausgaben für Deutschland dar. Nach cima-Berechnungen liegen diese Ausgaben für den Lebensmittelbereich bei ca. 2.640 € und bei 489 € für Drogerie- und Parfümeriewaren¹⁰. Unter Berücksichtigung des jeweils vorhandenen, örtlichen Kaufkraftniveaus wurden diese Werte auf die lokalen Rahmenbedingungen angepasst¹¹.

In den betrachteten Kommunen des Kerneinzugsgebiets (Nahbereich) leben aggregiert 10.132 Einwohner*innen, die in Summe eine Kaufkraft im Lebensmittelbereich von 28,2 Mio. € p.a. vorweisen. Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren ist auf eine Kaufkraft von 5,2 Mio. € p.a. zurückzugreifen. Die folgende Tabelle zeigt auf, wie sich die Kaufkraft im Einzugsgebiet auf die oben genannten Zonen und Sortimente verteilt.

⁷ Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Stand 01.01.2020

⁸ Regionalplan für die Region 17 - Oberland, Stand 03.2018

⁹ Die Gemeinden Bad Grönenbach, Wolfertschwenden und Woringen bilden eine Verwaltungsgemeinschaft mit Sitz in Bad Grönenbach

¹⁰ cima-Verbrauchsausgaben. CIMA Beratung + Management GmbH, 2023

¹¹ Der Kaufkraft-Index der Kommunen des Einzugsgebiets liegt zwischen 95,3 (Legau) und 109,4 (Bad Grönenbach)

Tabelle 3: Kaufkraftpotenziale in den Bereichen Lebensmittel und Drogeriewaren im Einzugsgebiet

	Kaufkraft Lebensmittel p.a.	Kaufkraft Drogeriewaren p.a.
Kerneinzugsgebiet		
Zone I a (Bad Grönenbach)	16,8 Mio. €	3,1 Mio. €
Zone I b (Nahbereich)	11,4 Mio. €	2,1 Mio. €
Gesamtes Kerneinzugsgebiet	28,2 Mio. €	5,2 Mio. €

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024; Rundungsdifferenzen möglich

4.3 Bilanzierung Versorgungssituation

Die Gegenüberstellung der im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft mit der in Kapitel 3 dargelegten Angebotssituation in Bad Grönenbach und den Kommunen im Nahbereich lässt Rückschlüsse auf die bestehende Kaufkraftbindung zu (vgl. Tabelle 4). So erzielen nach gutachterlicher Schätzung alle Lebensmittelanbieter im Gemeindegebiet von Bad Grönenbach zusammen einen Umsatz von etwa 12,7 Mio. € p.a. Mit Drogeriewaren, welche bislang ausschließlich im Randsortiment angeboten werden, werden rd. 1,0 Mio. € erwirtschaftet. In Wolfertschwenden und Woringen ist lediglich ein kleinteiliges Einzelhandelsangebot vorhanden, sodass hier jährlich nur geringe Umsätze i.H.v. rd. 1,0 Mio. € im Lebensmittelbereich und weniger als 0,1 Mio. € im Drogeriewaren erzielt werden.

Dem getätigten Umsatz steht eine sortimentspezifische jährliche Kaufkraft von rd. 16,8 Mio. € im Lebensmittelbereich bzw. 3,1 Mio. € im Drogeriewarenbereich in Bad Grönenbach sowie ca. 11,4 Mio. € und 2,1 Mio. € für Lebensmittel- und Drogerieartikel im Nahbereich gegenüber.

Tabelle 4: Kaufkraftbindung in den projektrelevanten Sortimenten in Bad Grönenbach und dem Nahbereich

		Lebensmittel	Drogeriewaren
Kaufkraft p.a.	Bad Grönenbach	16,8 Mio. €	3,1 Mio. €
	Nahbereich	11,4 Mio. €	2,1 Mio. €
Realisierter Umsatz p.a.	Bad Grönenbach	12,7 Mio. €	1,0 Mio. €
	Nahbereich	2,1 Mio. €	< 0,1 Mio. €
Ungebundene Kaufkraft gesamt p.a.		13,4 Mio. €	4,1 Mio. €

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Dies bedeutet, dass zum aktuellen Zeitpunkt in Bad Grönenbach und dem Nahbereich Kaufkraftpotenziale in einer Größenordnung von rd. 13,4 Mio. € p.a. im Lebensmittelsegment sowie rd. 4,1 Mio. € p.a. im Drogeriesegment an andere Einzelhandelsstandorte im Umland abfließen. Hierbei sind insbesondere attraktive Versorgungsstandorte mit strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten anzusprechen.

Die geplante Neuansiedlung eines Nahversorgungsstandortes in Größenordnung des Projektvorhabens in Bad Grönenbach ist geeignet, um die abfließende Kaufkraft in großen Teilen wieder zurückzuholen. In der Folge wird es voraussichtlich zwar zu Umsatzumverteilungen zwischen den bestehenden Betrieben kommen, jedoch kann künftig auch in großem Umfang bislang ungebundene Kaufkraft künftig am Standort gehalten werden.

5 Umsatzprognose für das Planvorhaben

5.1 Vorbemerkungen

Zur Herleitung der voraussichtlichen Umsatzerwartung der geplanten Einzelhandelsbetriebe wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses Modell bestimmt das maximal am Standort zu erwartende Umsatzvolumen eines Vorhabens anhand der erzielbaren Marktanteile im Einzugsgebiet. Neben der Ermittlung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich mit dem Marktanteilkonzept außerdem die perspektivische Umsatzherkunft herleiten.

Es gilt in einem ersten Schritt zu eruieren, in welchem Umfang die geplanten Einzelhandelsnutzungen Teile des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials binden können. Hierbei werden die maximal für das Vorhaben realistisch darstellbaren Marktanteile zugrunde gelegt. Diese maximal am Standort erzielbare Kaufkraftbindung in den einzelnen Zonen des Einzugsgebiets ist stark von den im Umfeld befindlichen Wettbewerbsstrukturen abhängig. Die Herleitung der künftigen Marktanteile der einzelnen Anbieter erfolgt daher auch unter Berücksichtigung ihrer Rolle im Gesamtvorhaben.

Als Grundlage für die Bewertung der bindungsfähigen Kaufkraft dienen zusammenfassend folgende Einflussgrößen:

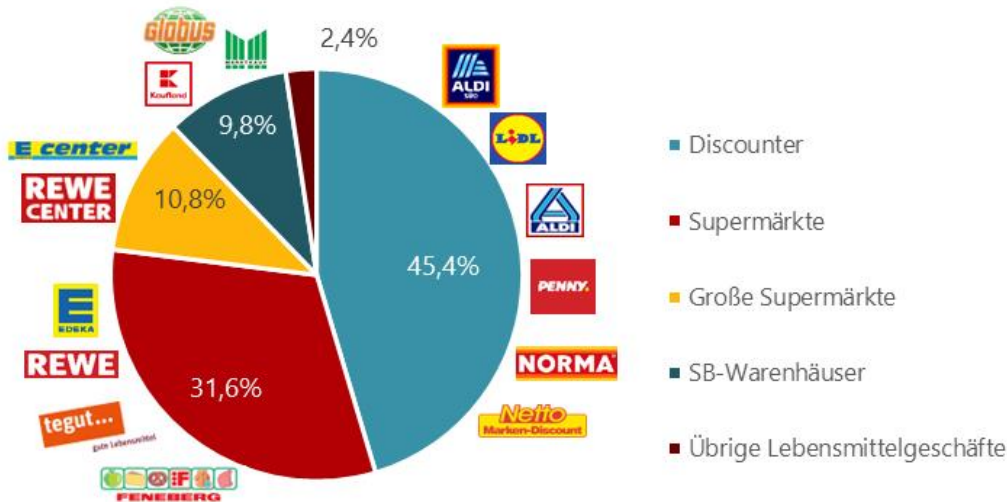
- Entfernungen bzw. Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zum Einkaufsstandort;
- Qualität der verkehrlichen Anbindung;
- Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die konkurrierende Ausstattung im nahen bzw. weiteren Einzugsgebiet der avisierten Einzelhandelsnutzung

Als Orientierung für die anzunehmenden Marktanteile können darüber hinaus die durchschnittlichen Marktanteile nach Betriebsformen im jeweiligen Branchenbereich dienen (vgl. Abbildung 13). So erzielen im Lebensmittelbereich im gesamtdeutschen Durchschnitt die Anbieter aus dem Lebensmitteldiscount ca. 45 % der Marktanteile. Weitere ca. 42 % verteilen sich auf die Betriebe der Supermarktketten, inkl. der Formate der großen Supermärkte Rewe Center und E-Center. Die restlichen Anteile entfallen auf SB-Warenhäuser (ca. 1 %) und übrige Lebensmittelgeschäfte (ca. 2 %).¹² Diese aufgeführten Marktanteile beziehen sich allerdings auf den gesamtdeutschen Durchschnitt und sind bei lokaler Betrachtung stark abhängig vom vorhandenen Besatz. In der Einzelbetrachtung können die tatsächlichen Werte daher zum Teil deutlich abweichen.

Mit Blick auf die Marktanteile im Drogeriewarenbereich wird deutlich, dass im bundesdeutschen Schnitt Drogeriewaren zu relevanten Teilen in den strukturprägenden Lebensmittelmärkten eingekauft werden. Insbesondere die größeren Super- und Verbrauchermärkte sowie SB-Warenhäuser mit ihren z.T. äußerst umfangreichen Drogeriewarenabteilungen übernehmen in diesem Zusammenhang wichtige Versorgungsfunktionen.

¹² EHI Retail Institute, 2023

Abbildung 13: Marktanteile der Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2023 nach: EHI Retail Institute 2023

Bei der Betrachtung der Drogeriewaren ist besonders zu berücksichtigen, dass seit der Insolvenz der Drogeriemarktkette Schlecker im Jahr 2012 vielerorts die Drogeriewarenversorgung weggebrochen ist. Die Schließung der Schlecker Märkte konnte insbesondere in den kleineren Städten und Gemeinden bislang nicht durch Neuansiedlungen von Drogeriemärkten kompensiert werden. Diese Versorgungslücke im Drogeriewarenbereich, welche sich seit 2012 bundesweit eingestellt hat, wird daher im Wesentlichen durch die Drogeriewarenangebote im Lebensmitteleinzelhandel kompensiert. So übernehmen die Vollsortimenter und Discounter in vielen Kommunen mangels Drogeriefachgeschäfte bzw. -märkte allein die Drogeriewarenversorgung. Vor diesem Hintergrund konnten die Lebensmittelmärkte ihre Marktanteile im Drogeriesektor im bundesdeutschen Schnitt deutlich steigern. In größeren Kommunen gestaltet sich die Situation etwas anders: Hier konnten die Schlecker-Schließungen anteilig durch Neuentwicklungen anderer Drogeriefachmärkte ausgeglichen werden. Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel teilen sich hier die Versorgungsaufgabe im Drogeriewarenbereich. So ist bei vorhandenem Angebot oftmals ein höherer Marktanteil der Drogeriemärkte anzunehmen als im Landesdurchschnitt.

5.2 Umsatzprognosen auf Basis des Marktanteilkonzeptes

5.2.1 Umsatzprognose Supermarkt

Für den geplanten Supermarkt wird anhand des Marktanteilkonzeptes ein Umsatz von insgesamt ca. 4,4 Mio. € im Lebensmittelbereich über das Kerneinzugsgebiet prognostiziert. Zuzüglich der Umsätze aus dem erweiterten Einzugsgebiet sowie Streukund*innen und den Umsätzen aus den Nebensortimenten ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 6,6 Mio. € pro Jahr. Dieser Umsatz ist für den Betrieb eines Supermarktes als realistisch anzusehen. Bei einer zugrunde gelegten Verkaufsfläche von ca. 1.600 m² entspricht dies einer Flächenproduktivität von ca. 4.118 €/m² p.a. und damit leicht unter dem Durchschnitt der gängigen Marktconcepte.¹³

¹³ Die durchschnittliche Flächenproduktivität eines Edeka-Marktes beträgt 5.320 €/m² bei einer Verkaufsfläche von 1.305 m². Für Rewe liegen diese Werte bei 4.510 €/m² bzw. 1.543 m². (Quelle: Retail Real Estate Report 2023/2024, Hahn Gruppe 2023)

Die nachfolgende Tabelle zeigt die zu erwartende Marktanteile.

Tabelle 5: Umsatzerwartung des geplanten Supermarktes anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil	Umsatz in Mio. € p.a.
	Hauptsortiment: Lebensmittel		
Kerneinzugsgebiet			
Zone I a (Bad Grönenbach)	16,8	16 - 18 %	ca. 2,9
Zone I b (Nahbereich)	11,4	12 - 14 %	ca. 1,5
Gesamtes Kerneinzugsgebiet:	28,2	ca. 16 %	4,4
Erweitertes Einzugsgebiet			
Umlandkommunen			ca. 0,6
Streuumsätze (ca. 10 %)			ca. 0,6
Summe Hauptsortiment			5,6
Summe Randsortimente			1,0
Gesamt			6,6

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

Der geplante Markt mit erzielt nach gutachterlicher Schätzung einen Marktanteil von rd. 16 - 18 % innerhalb Bad Grönenbachs selbst. Hier konkurriert der Anbieter mit den systemgleichen Anbietern Edeka sowie Feneberg, verfügt als moderner und großflächiger Anbieter jedoch über entscheidende Standortvorteile. Darüber hinaus konkurriert das Vorhaben auch in Zone I a mit den Angeboten der umliegenden Zentren, im Speziellen Memmingen und Kempten, zu denen bedeutende Pendelverflechtungen vorhanden sind. Ein moderner Anbieter kann in diesem Segment Kaufkraftabflüsse an andere Standorte voraussichtlich minimieren.

Bedingt durch die schwach ausgeprägte Angebotssituation im Nahbereich Bad Grönenbachs (Zone I b) ist der Marktanteil in dieser Zone mit 12 - 14 % nur geringfügig geringer als in Zone I a anzunehmen. Die Gemeinde Wolfertschwenden verfügt über einen eigenen, wenngleich auch kleinen Dorfladen, der für sich geringfügig Kaufkraft am Standort bindet. Senkend auf die Marktanteile wirkt sich das Oberzentrum Memmingen im Norden aus, welches im südlichen Stadtgebiet umfassende Nahversorgungsangebote bereithält. Es ist aber davon auszugehen, dass sich ein wesentlicher Teil der Bevölkerung perspektivisch dem neuen Vorhaben zuwenden wird.

Aus den Umlandkommunen ist ein Kaufkraftzufluss von etwa 0,6 Mio. € p.a. infolge der vorhandenen Pendelverflechtungen und verkehrsgünstigen Lage in Nähe zur A 7 anzunehmen. Diese Umsatzanteile sind primär auf die hohen Kopplungseffekte durch den modernen Verbundstandort zurückzuführen, welche durch die aktuellen Anbieter am Standort nicht effektiv gebunden werden können.

5.2.2 Umsatzprognose Lebensmitteldiscounter

Nach gutachterlicher Einschätzung erzielt der geplante Lebensmitteldiscounter in Bad Grönenbach innerhalb des Kerneinzugsgebiets einen Jahresumsatz von ca. 5,1 Mio. € im Lebensmittelbereich. Hinzu kommen rd. 0,7 Mio. € aus dem Erweiterten Einzugsgebiet. Zuzüglich Streukundeneffekten und Umsätzen aus Randsortimenten wird ein Gesamtumsatz i.H.v. 7,8 Mio. erreicht. Die rechnerische Flächenproduktivität beläuft sich bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² auf 6.500 €/m² p.a. und liegt damit im

Mittel der gängigen Betreiber¹⁴. Die Umsatzleistung reicht demnach aus, um einen Markt wirtschaftlich tragfähig zu betreiben.

Die Marktanteile belaufen sich auf ca. 20 % in Zone I a und 13 – 16 % in Zone I b. Das bestehende Angebot in Bad Grönenbach weist hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung und Gestaltung Defizite im Vergleich zum geplanten Vorhaben auf. Vergleichbar zum geplanten Supermarkt profitiert der Markt von positiven Effekten infolge des Verbundstandortes sowie von der guten verkehrlichen Erreichbarkeit. Im weiteren Nahbereich besteht kein entsprechendes Angebot, weshalb weiterhin hohe Marktanteile zu erwarten sind. Damit kann auch der Lebensmitteldiscounter mit den größeren Angebotsstandorten der benachbarten Zentren konkurrieren und bindet auch aus dem erweiterten Einzugsgebiet anteilig Kaufkraft am Standort.

Im Vergleich zum Supermarkt kann ein Lebensmitteldiscounter angesichts der Nachfragestruktur somit geringfügig höhere Marktanteile ausbilden. Zudem fallen Umsatzanteile in den Randsortimenten bei Lebensmitteldiscountern i.d.R. höher aus.

Tabelle 6: Umsatzerwartung des geplanten Lebensmitteldiscounters anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil	Umsatz in Mio. € p.a.
Hauptsortiment: Lebensmittel			
Kerneinzugsgebiet			
Zone I a (Bad Grönenbach)	16,8	ca. 20 %	ca. 3,4
Zone I b (Nahbereich)	11,4	13 - 16 %	ca. 1,7
Gesamtes Kerneinzugsgebiet:	36,7	ca. 18 %	5,1
Erweitertes Einzugsgebiet			
Umlandkommunen			ca. 0,7
Streuumsätze (ca. 10 %)			0,6
Summe Hauptsortiment			6,4
Summe Randsortimente			1,4
Gesamt			7,8

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

5.2.3 Umsatzprognose Drogeriemarkt

Drogeriewaren werden im festgelegten Einzugsgebiet aktuell lediglich als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe angeboten. Alternativ müssen Bewohner*innen des Einzugsgebiets auf umliegende Angebotsstandorte ausweichen. Daher ist der Marktanteil eines neuen Drogeriemarktes in allen Teilbereichen des Einzugsgebiets vergleichsweise hoch einzuschätzen. In Summe erzielt das Vorhaben gemäß Marktanteilkonzept einen Gesamtumsatz in Höhe von ca. 4,0 Mio. € p.a., inklusive Streuumsätze und Randsortimenten. Umsatzanteile ausschließlich mit Drogeriewaren aus dem Kerneinzugsgebiet belaufen sich auf ca. 2,2 Mio. € p.a.

Die rechnerische Raumleistung für den Drogeriemarkt mit ca. 650 m² beläuft sich auf ca. 6.150 €/m² p.a.¹⁵ und liegt somit im Bereich der am Markt aktiven Betreibern. Die zu erwartenden Umsätze erscheinen daher in Summe plausibel.

¹⁴ Die Flächenproduktivität der gängigen Lebensmitteldiscounter liegt zwischen 4.290 €/m² (bei 759 m² für Norma) und 9.530 €/m² (bei 932 m² für Lidl).

¹⁵ Die durchschnittliche Flächenproduktivität eines Rossmann Marktes beträgt 6.153 €/m² p.a. bei einer Verkaufsfläche von 610 m². dm erzielt auf 633 m² durchschnittlich 7.409 €/m² p.a. und Müller auf 1.329 m² im Mittel 4.013 €/m² p.a. (Quelle: Retail Real Estate Report 2023/2024, Hahn Gruppe 2024)

Als einziger Drogeriefachmarkt im Kerneinzugsgebiet kann ein Anbieter wesentliche Marktanteile i.H.v. 45 – 50 % binden. Restliche Umsatzanteile fließen in den Lebensmitteleinzelhandel und in benachbarte Angebotsstandorte. In den Kommunen des Nahbereichs (Zone I b) fallen die Marktanteile mit ca. 35 % geringfügig niedriger aus, da hier vermehrt andere Angebotsstandorte in Anspruch genommen werden. Bewohner*innen dieser Kommunen müssen bereits heute auf Anbieter in den nächstgelegenen Standorten zurückgreifen (Memmingen-Süd, Dietmannsried, Ottobeuren), können künftig jedoch auch das Angebot in Bad Grönenbach nutzen

Hinsichtlich der Umlandgemeinden ist anzunehmen, dass insbesondere Pendelnde künftig häufiger das Angebot Bad Grönenbach in Anspruch nehmen werden. Entsprechend entfallen auch auf das erweiterte Einzugsgebiet Umsatzanteile.

Tabelle 7: Umsatzerwartung des geplanten Drogeriemarkts anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil	Umsatz in Mio. € p.a.
	Hauptsortiment: Drogeriewaren		
Kerneinzugsgebiet			
Zone I a (Bad Grönenbach)	3,1	45 - 50 %	1,5
Zone I b (Nahbereich)	2,1	ca. 35 %	0,7
Gesamtes Kerneinzugsgebiet:	6,8	ca. 35 %	2,2
Erweitertes Einzugsgebiet			
Umlandkommunen			0,3
Streuumsätze (ca. 10 %)			0,3
Summe Hauptsortiment			2,8
Summe Randsortimente			1,2
Gesamt			4,0

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2024 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

6 Zusammenfassung und Fazit

In der Marktgemeinde Bad Grönenbach ist geplant, auf einem Grundstück im Osten des Kernortes Bad Grönenbach in der Bahnhofstraße ein Nahversorgungszentrum zu errichten. Als Einzelhandelsformate sind hierbei ein Vollsortimenter, ein Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt vorgesehen.

Die Marktgemeinde verfügt im Allgemeinen über gute Standortrahmenbedingungen für ein Ansiedlungsvorhaben. Als Grundzentrum sowie Sitz der Verwaltungsgemeinschaft übernimmt sie bereits heute eine Versorgungsbedeutung für eigene Bevölkerung und die Nachbargemeinden.

Der geplante Vorhabenstandort ist gut geeignet, eine fußläufige Versorgung für die Bevölkerung der umliegenden Wohngebiete Bad Grönenbachs bereitzustellen. Zudem ermöglicht er auch eine im ländlichen Raum weiterhin wichtige Versorgung mittels MIV. Durch die gute verkehrliche Erschließung ist der Standort aus allen Ortsteilen sowie auch aus den Gemeinden des Nahbereichs gut zu erreichen.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Angebots- und Versorgungsstrukturen in Bad Grönenbach und dem Umland wurde für das geplante Vorhaben ein Einzugsgebiet abgegrenzt, welches neben der Gemeinde Bad Grönenbach selbst auch die Nachbargemeinden Wolfertschwenden, Woringen umfasst. Beide Gemeinden sind regionalplanerisch dem Nahbereich von Bad Grönenbach zugeordnet und bilden zusammen mit Bad Grönenbach eine Verwaltungsgemeinschaft.

Aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet fließen aktuell Kaufkraftpotenziale in einer Größenordnung von rd. 13,4 Mio. € p.a. im Lebensmittelsegment sowie rd. 4,1 Mio. € p.a. im Drogeriesegment an andere Einzelhandelsstandorte außerhalb des Nahbereichs ab. Hierbei sind insbesondere attraktive Versorgungsstandorte mit strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten anzusprechen. Die geplante Neuansiedlung eines Nahversorgungsstandortes in Größenordnung des Projektvorhabens in Bad Grönenbach ist geeignet, um die abfließende Kaufkraft in großen Teilen wieder zurückzuholen und vor Ort zu binden.

Im Detail ist bei den geplanten Betrieben von vergleichsweise hohen Kaufkraftbindungsquoten im Kerneinzugsgebiet zwischen jeweils 15 – 20 % je Anbieter im Lebensmittelbereich auszugehen bzw. bis zu 50 % für Drogeriewaren. Nachgeordnet kann das Planvorhaben auch dazu beitragen, zusätzliche Kaufkraft aus dem weiterem Umland (insbesondere Pendelnde) binden sowie auch touristische Potenziale effektiver ausschöpfen als bislang.