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

Auswirkungsanalyse „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ in St. Blasien

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

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 90333 München
T 089 – 55118 154
cima.muenchen@cima.de

Ansprechpartner:

M. Sc. Susanne André
Dipl.-Geogr. Herbert Brunner

München, 23. Juli 2025, ergänzte Endfassung vom 11.11.2025

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.

Inhalt

1 Auftrag und Aufgabenstellung 5

2 Standort- und Angebotssituation 11

2.1 Standortbeschreibung und -bewertung 11

2.1.1 Makrostandort St. Blasien 11

2.1.2 Mikrostandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ 14

2.2 Angebotssituation im Untersuchungsraum 17

2.2.1 Standortkommune St. Blasien 21

2.2.2 Gemeinden des zugeordneten Verflechtungsbereiches 22

2.2.3 Angebotsstrukturen im weiteren Umland 24

2.2.3.1 Mittelzentren Titisee-Neustadt und Waldshut-Tiengen 24

2.2.3.2 Umliegende Unterzentren 26

2.2.3.3 Kleinzentren sowie sonstige Kommunen 27

3 Prüfung der raumordnerischen Verträglichkeit 29

3.1 Städtebauliches Integrationsgebot 29

3.2 Konzentrationsgebot 30

3.3 Kongruenzgebot 30

3.3.1 Umsatzermittlung der geplanten Einzelhandelsbetriebe bzw. Sortimente 30

3.3.2 Kaufkraft-/Umsatzherkunft 31

3.4 Beeinträchtigungsverbot 37

3.4.1 Prüfung versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen der in St. Blasien geplanten Projektvorhaben 37

3.4.2 Vorbemerkung 37

3.4.3 Wirkungsanalyse 38

3.4.4 Fazit 59

4 Zusammenfassung und abschließende Bewertung 61

Abbildungen

Abbildung 1: Planvorhaben „Neue Mitte“ mit Edeka Supermarkt und dm Drogeriemarkt 6
Abbildung 2: Planvorhaben „Kugelrain“ am Edeka-Bestandsstandort 6
Abbildung 3: Vorhabenstandort „Neue Mitte“ 14
Abbildung 4: Vorhabenstandort „Kugelrain“ 15
Abbildung 5: Standortumfeld des Vorhabenstandortes „Neue Mitte“ 16
Abbildung 6: Standortumfeld des Vorhabenstandortes „Kugelrain“ 16

Karten

Karte 1: Planvorhaben „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ in St. Blasien 5
Karte 2: Lage von St. Blasien in der Region 11
Karte 3: Regionalplan Region Hochrhein-Bodensee (Ausschnitt) 12
Karte 4: Mikrostandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ mit wesentlichen Nutzungen im Umfeld 17
Karte 5: Hauptwettbewerber im Lebensmittelbereich 18
Karte 6: Hauptwettbewerber in den weiteren projektrelevanten Sortimenten 19

Tabellen

Tabelle 1: Prüfumfang der Planvorhaben „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ 8
Tabelle 2: Wesentliche Rahmenbedingungen der Stadt St. Blasien 11
Tabelle 3: Ermittelte Umsatzleistungen im Untersuchungsraum im projektrelevanten Einzelhandel 19
Tabelle 4: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Lebensmittelbereich 33
Tabelle 5: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Drogeriewarenbereich 34
Tabelle 6: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Bekleidung 34
Tabelle 7: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Schuhe 34
Tabelle 8: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Hausrat/GPK/Deko 35
Tabelle 9: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Baumarktbereich 35
Tabelle 10: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Elektrobereich 36
Tabelle 11: summierte Jahresumsätze der Sortimente aller geplanten Einzelhandelsbetriebe 39
Tabelle 12: Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich 41
Tabelle 13: durch Edeka induzierte Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich 44
Tabelle 14: Maximalverkaufsflächen und Maximal-Jahresumsätze der prüfungsrelevanten Sortimente (VKF von mindestens 200 m²) des geplanten Action-Marktes 46
Tabelle 15: Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich 46
Tabelle 16: durch Action induzierte Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich 49
Tabelle 17: Umsatzumverteilungseffekte im Bekleidungsbereich 50
Tabelle 18: Umsatzumverteilungseffekte im Schuhbereich 52
Tabelle 19: Umsatzumverteilungseffekte im Angebotsbereich Hausrat/GPK/Dekoartikel 54
Tabelle 20: Umsatzumverteilungseffekte im Baumarktbereich 56
Tabelle 21: Umsatzumverteilungseffekte im Elektrowarenbereich 58

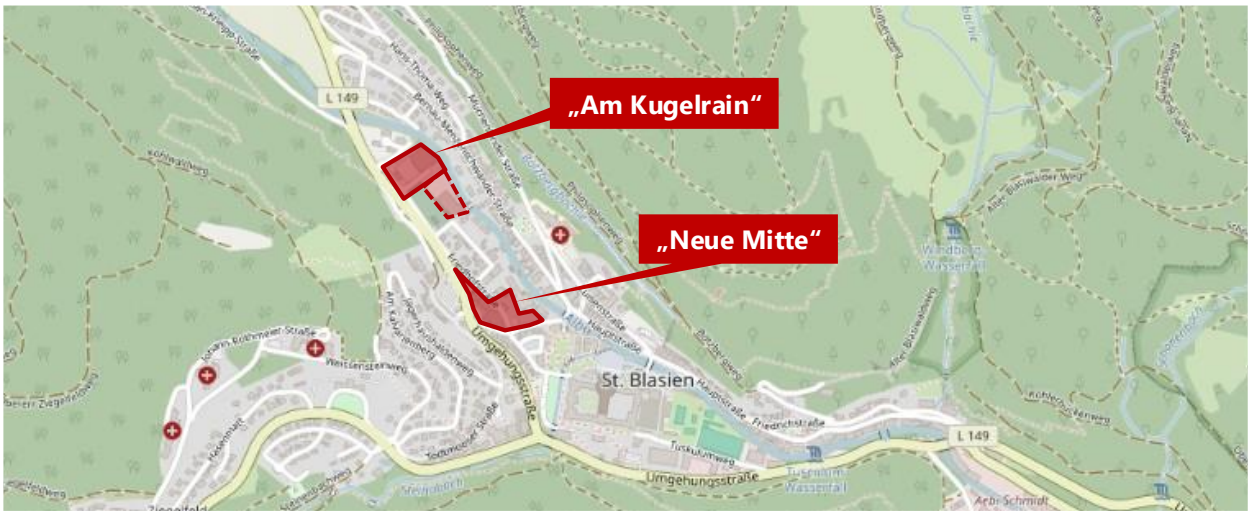
1 Auftrag und Aufgabenstellung

Hintergrund der Untersuchung und Auftrag

Die CIMA Beratung + Management GmbH wurde mit der Durchführung einer Verträglichkeitsprüfung zur Untersuchung einer umfangreicheren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt St. Blasien beauftragt.

In der Stadt St. Blasien soll im nördlichen Teil des traditionellen Stadtzentrums die sog. **„Neue Mitte“** realisiert werden. Auf dem Gelände des ehemaligen Lidl-Markts, dem Ochsenstall-Areal, dem ehemaligen Schlecker-Markt, dem Parkplatz am Haus an der Alb und dem Grundstück der ehemaligen Domapotheke soll ein neuer Handelsstandort entstehen. Es ist vorgesehen hier einen Schmidts Edeka-Markt (Verlagerung vom Standort „Kugelrain“) und einen Drogeriemarkt dm anzusiedeln. Ergänzend sind Arztpraxen, gastronomische Nutzungen sowie ein Schulungszentrum für Mitarbeitende von Edeka Schmidt geplant.

Karte 1: Planvorhaben „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ in St. Blasien



Quelle: Eigene Darstellung mit openstreetmap, CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Am Bestandsstandort von Edeka am Standort **„Kugelrain“**, welcher als wichtiger Versorgungs- und auch als Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums fungiert, sollen ebenfalls neue Einzelhandelsflächen entstehen. Es ist geplant, attraktive Fachmarktkonzepte, die es bislang nicht in St. Blasien gibt, anzusiedeln, darunter u.a. für den Anbieter Action sowie Schuh- und Bekleidungsfachmärkte.[1]

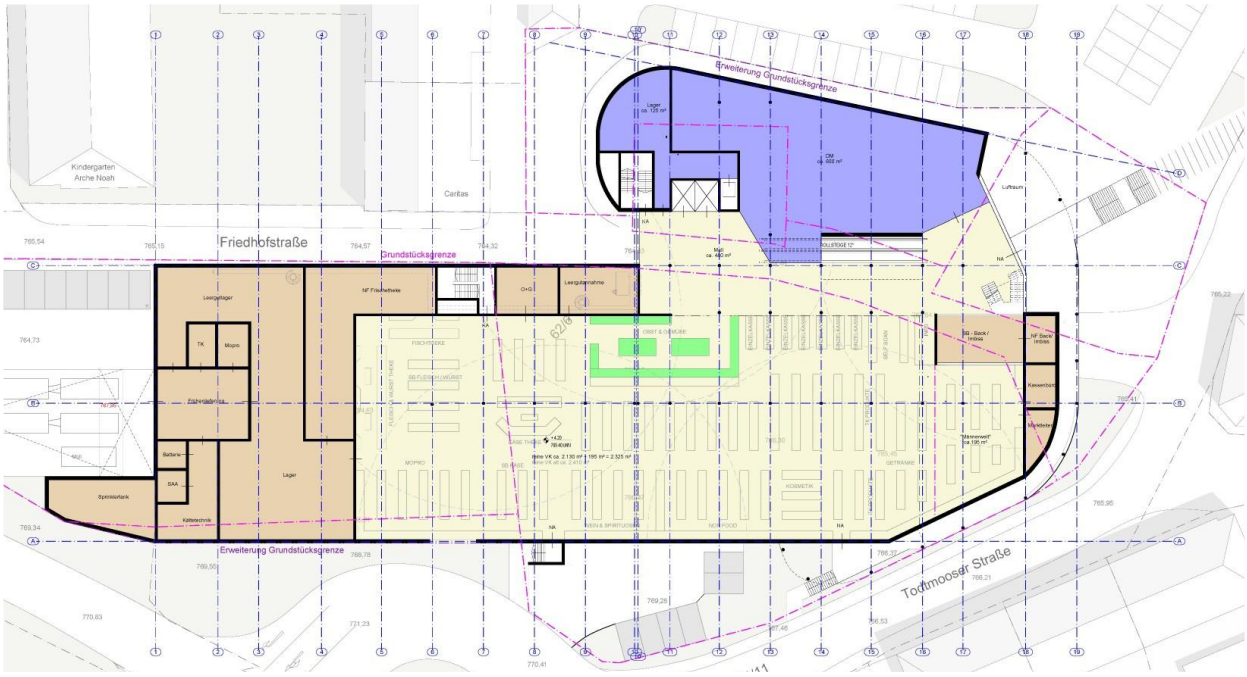
Die vorgesehenen Verkaufsflächenvolumen gestalten sich gemäß aktuellen Planungen wie folgt:

- **„Neue Mitte“**
  Edeka Schmidts Supermarkt: 2.400 m² VK[2]
  dm Drogeriemarkt: ca. 700 m² VK
- **„Kugelrain“**
  Action Sonderpostenhandel: ca. 1.200 m² VK
  Textilfachmärkte: ca. 520 m² und 220 m² VK (z.B. Takko, Ernsting’s Family)
  Schuhfachmarkt: ca. 440 m² VK (z.B. Deichmann)

[1] Auch seitens der Kund*innen von Schmidts Märkte wurde der Wunsch nach discountorientierten Angeboten in St. Blasien geäußert und an die Mitarbeitenden von Edeka herangetragen.

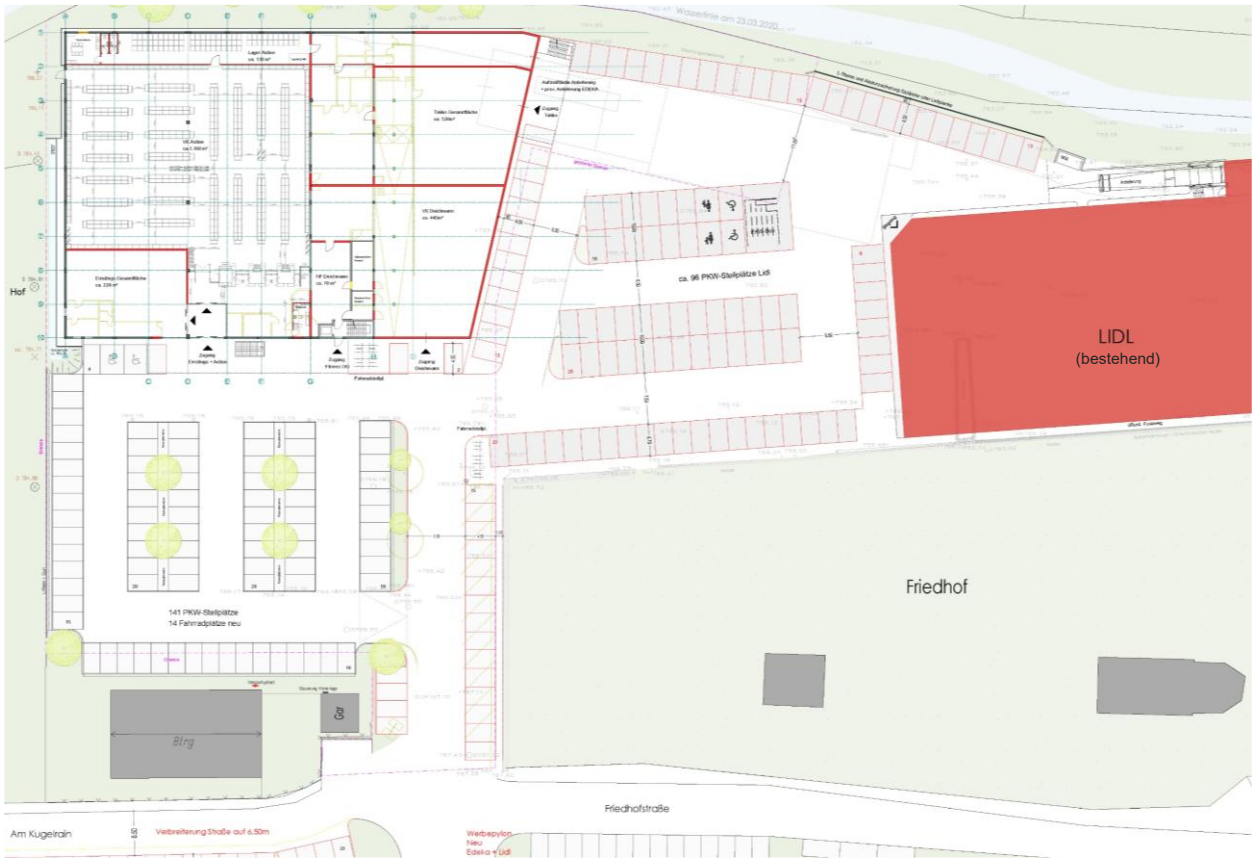
[2] Im Rahmen des Gutachtens soll geprüft werden, ob auch eine größere Verkaufsfläche für den Edeka Markt in St. Blasien hinsichtlich der Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) realisierbar ist. In der Verkaufsfläche ist außerdem ein Backshop enthalten, welcher bereits heute am Standort „Kugelrain“ in der Vorkassenzone von Edeka ansässig ist.

Abbildung 1: Planvorhaben „Neue Mitte“ mit Edeka Supermarkt und dm Drogeriemarkt



Quelle: Architekturbüro Müller+Partner; Ausschnitt: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Abbildung 2: Planvorhaben „Kugelrain“ am Edeka-Bestandsstandort



Quelle: Architekturbüro Müller+Partner; Ausschnitt: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Für St. Blasien und sein Stadtzentrum ist dieses Projekt von enormer Bedeutung. Mit dem geplanten Vorhaben sollen neben der zeitgemäßen Aufstellung des bestehenden Edeka-Marktes mehrere weitere Ziele verfolgt werden:

- Stärkung des traditionellen Stadtzentrums von St. Blasien durch die Ergänzung des bestehenden Angebotes mit zusätzlichen, modernen und frequenzstarken Anbietern/Nutzungen und damit einhergehenden Aufwertung dieses städtebaulich besonders bedeutsamen Versorgungsstandortes
- Wiederbelebung eines zwischenzeitlich brachliegenden Areals in prominenter Lage
- Abrundung des gesamtstädtischen Angebotes durch bisher fehlende und bestandsergänzende Anbieter aus dem Fachmarktbereich – in Nahlage zum Haupteinkaufsbereich in innerstädtischer Ergänzungslage am „Kugelrain“
- Nachnutzung des Edeka-Bestandsmarktes und damit einhergehende Vermeidung eines städtebaulichen Missstandes am „Kugelrain“ im zentralen Versorgungsbereich.

Zudem ist davon auszugehen, dass insbesondere der durch die notwendigen Kühlanlagen etc. besonders energieintensive Lebensmittel-/Supermarkt von Edeka Schmidt deutlich energieeffizienter gestaltet sein wird als der aktuelle Edeka-Bestandsmarkt

Für die Umsetzung der geplanten (großflächigen) Einzelhandelsflächen, sowohl in der „Neuen Mitte“ als auch am Standort „Kugelrain“, ist die Änderung des Bebauungsplans mit Ausweisung von Sondergebieten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich.

Daher ist im Rahmen vorliegender Verträglichkeitsprüfung zu klären, ob sich die beiden Planvorhaben in die Regelungen des LEP Baden-Württemberg (v.a. Konzentrations-, Kongruenz- und Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot) einfügen.[3] Darüber hinaus soll mit Blick auf Edeka untersucht werden, ob ggf. auch eine größere Verkaufsfläche zulässig ist. Auch für die Sortimentsbereiche Bekleidung und Schuhe sollen die maximal möglichen Verkaufsflächengrößen für das Gesamtprojekt aufgezeigt werden, um auf zukünftig mögliche Marktveränderungen flexibler reagieren zu können.

Wenngleich es sich bei den geplanten Fachmärkten aus den Bereichen Drogerie, Bekleidung und Schuhe nicht um großflächige Einzelhandelsvorhaben handelt, werden auch diese Anbieter im Vorgriff auf Diskussionen innerhalb der Stadt und mit den Umlandkommunen im Rahmen der Einordnung in die Vorgaben der Raumordnung überprüft (worst-case Ansatz).[4] Im Fokus stehen hierbei insbesondere mögliche schädliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsstrukturen in St. Blasien und dem Umland. Von raumordnerischer Relevanz sind jedoch nur die geplanten großflächigen Märkte (mehr als 800 m² VK) Edeka in der „Neuen Mitte“ und Action am Standort „Kugelrain“.

Basierend auf den erfolgten Stellungnahmen zur 1. Änderung des Bebauungsplans „Märkte am Kugelrain“ vom 09.10.2025 wurde ergänzend dazu eine, allein auf den großflächigen Action-Markt am Vorhabenstandort „Kugelrain“ bzw. auch eine auf den großflächigen Edeka-Markt am Standort „Neue Mitte“ fokussierte Analyse und (Detail-)Bewertung vorgenommen. Diese finden sich jeweils im Anschluss an die Gesamtbetrachtung/-bewertung.

[3] Für landesplanerische/raumordnerische Betrachtungen von Projektvorhaben sind üblicherweise die entsprechenden Regelungen des LEP Baden-Württemberg wie auch des jeweiligen Regionalplans zu beachten. Der Regionalplan in der Region Hochrhein-Bodensee befindet sich aktuell in Fortschreibung. Der bestehende Regionalplan der Region Hochrhein-Bodensee ist aus dem Jahr 2000 und enthält daher an verschiedenen Stellen noch Regelungen, die aus dem damals gültige LEP stammten. Diese sind mit der derzeit gültigen LEP-Fassung aus dem Jahr 2002 überholt. Aus diesem Grund sind vorliegend in Bezug auf die landesplanerischen Ge- und Verbote allein die entsprechenden Regelungen des LEP Baden-Württemberg ausschlaggebend.

[4] Diese Vorgehensweise wurde, wie bereits oben erläutert im Vorfeld mit den Trägern öffentlicher Belange (u.a. IHK, Handelsverband) abgestimmt.

Prüfumfang

Für die Untersuchung muss zunächst der Prüfumfang, also die maximal an den Standorten vorgesehene Fläche je Sortiment definiert werden. In Summe werden für die „Neue Mitte“ ein Edeka-Supermarkt und eine Drogerie geprüft, am „Kugelrain“ umfasst der Prüfgegenstand neben den Sonderpostenhandel Action noch Fachmärkte aus den Segmenten Bekleidung und Schuhe (worst-case Analyse).[5] Nachträglich erfolgten zudem (Detail-)Betrachtungen allein für die beiden großflächigen Märkte Edeka und Action.

Neben ihren jeweiligen Hauptsortimenten vertreiben die o.g. Anbieter teils auch weitere Waren in Form von Randsortimenten. So verfügen Lebensmittel- wie auch Drogeriemärkte üblicherweise über Teilsortimente aus dem Drogerie- bzw. Lebensmittelbereich sowie untergeordnet auch weitere Branchen. Besonders ausgeprägte ist der Branchenmix beim Anbieter Action. Bei Action handelt es sich um ein sog. Multisortimentskonzept, welches einen Mix aus unterschiedlichen, z.T. saisonal wechselnden Artikeln vertreibt. Dabei wird eine gewisse Belegungsflexibilität angestrebt bzw. ist aus Betreibersicht auch dringend notwendig. Der Anteil der einzelnen Teilsortimente schwankt im Jahresverlauf je nach Saison, Verfügbarkeit etc. Zu prüfen sind hierbei i.S. einer worst-case Betrachtung die maximal im Jahresverlauf je Sortiment zu belegenden Flächengrößen, wohlwissend, dass die jeweiligen Umfänge nur temporär den Maximalwert erreichen.

Gemäß Angaben von Action stellen sich die maximalen Sortimentsanteile – jeweils zeitlich befristet – folgendermaßen dar:

- Hausrat, GPK, Dekoartikel, bis zu 30 %, d.h. max. 360 m² VK
- Drogeriewaren, bis zu 25 %, d.h. max. 300 m² VK
- Baumarktartikel und Elektronik, jeweils bis zu 20 %, d.h. jeweils max. 240 m² VK
- Lebensmittel, Bekleidung und Schreibwaren, d.h. jeweils bis zu 15 %, jeweils max. 180 m² VK
- Weitere Sortimente wie Spielwaren, Heimtextilien, Gartenbedarf, Zoobedarf, Sportartikel und weitere kleinteilige Teilsortimente[6] jeweils bis zu 10 %, d.h. jeweils max. 120 m² VK

In Summe ergibt sich damit eine sortimentsbezogene Fläche, welche die Gesamtverkaufsfläche von Action bei Weitem übersteigt (um mehr als 200 %). Um den saisonalen Schwankungen des Anbieters gerecht zu werden, sollte die sortimentsspezifische Festsetzung im Bebauungsplan (Sondergebiet) die jeweiligen Obergrenzen berücksichtigen. Entsprechend bilden sie die Grundlage für das Gutachten.

Unter Berücksichtigung der in den geplanten Einzelhandelsbetrieben jeweils vorgehaltenen Kern- und Randsortimente ergibt sich für das Planvorhaben insgesamt folgender Prüfumfang:

Tabelle 1: Prüfumfang der Planvorhaben „Neue Mitte“ und „Kugelrain“

Sortiment	Maximale Verkaufsfläche					Summe
	Edeka*	Drogerie-markt	Action	Bekleidungs-fachmärkte	Schuhfach-markt	
Lebensmittel	2.040 m²	90 m²	180 m²	--	--	**2.310 m²**
Drogeriewaren	80 m²	525 m²	300 m²	--	--	**905 m²**
Bekleidung	--	--	180 m²	700 m²	--	**880 m²**
Schuhe	--	--	--	--	420 m²	**420 m²**
Hausrat/GPK/Dekoartikel	20 m²	15 m²	360 m²	--	--	**395 m²**
Baumarktartikel	--	--	240 m²	--	--	**240 m²**
Elektrowaren	20 m²	15 m²	240 m²	--	--	**275 m²**
Schreibwaren	15 m²	--	180 m²	--	--	**195 m²**
Spielwaren	25 m²	--	120 m²	--	--	**145 m²**

[5] Diese Vorgehensweise wurde im Vorfeld mit den Trägern öffentlicher Belange (u.a. IHK, Handelsverband) abgestimmt.
[6] Dies sind u.a. Weihnachts- und Osterartikel u.ä., (Klein-)Möbel, Fahrradbedarf, Kfz-Zubehör, Bücher, Schuhe etc.

Heimtextilien	25 m²	--	120 m²	10 m²	--	**155 m²**
Gartenbedarf	25 m²	--	120 m²	--	--	**145 m²**
Zoobedarf	50 m²	25 m²	120 m²	--	--	**195 m²**
Sportartikel	--	--	120 m²	20 m²	10 m²	**150 m²**
weitere Randsortimente	100 m²	30 m²	240 m²	10 m²	10 m²	**390 m²**
gesamt	**2.400 m²**	**700 m²**	**2.520 m²**	**740 m²**	**440 m²**	**6.800 m²**

Quelle: Auftraggeber; CIMA Beratung + Management GmbH 2025
* Der Anbieter Edeka beabsichtigt ggf. auf einer Teilfläche des Marktes eine sog. Männerwelt mit Baumarktartikeln zu errichten. Sollte dies nicht möglich sein bzw. seitens der Kundschaft nicht angenommen werden, wird die Fläche nicht als Baumarktbereich untersucht, sondern der Lebensmittelfläche zugeschlagen. Somit ist nach erfolgreicher raumordnerischer Prüfung die Belegung dieses Flächenanteils mit Lebensmitteln grundsätzlich möglich.

Mit Blick auf die Verträglichkeitsuntersuchung sind diejenigen Sortimente zu berücksichtigen, die, basierend auf ihrer geplanten Verkaufsflächengröße, nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte vermuten lassen. In diesem Zusammenhang beschränkt sich die Untersuchung städtebaulich relevanter Auswirkungen auf sämtliche Sortimente, die auf einer Verkaufsfläche von je Einzelsortiment in Summe zumindest 200 m² angeboten werden (Relevanzschwelle). Bei Unterschreiten der 200 m²-Schwelle lassen sich Umsatzumverteilungswirkungen rechnerisch kaum mehr nachweisen.[7]

Entsprechend sind für die Prüfung lediglich die Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren/GPK, Elektrowaren und Baumarktartikel relevant und im Rahmen einer tiefergehenden Analyse zu bewerten. Bei der im Nachgang zusätzlich erfolgten (Detail-)Betrachtung des Edeka-Marktes betrifft dies analog dazu speziell das Hauptsortiment Lebensmittel bzw. beim Action-Marktes insbesondere die Teilsortimente Drogeriewaren, Haushaltswaren/GPK, Elektrowaren und Baumarktartikel.

Methodische Grundsätze:

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer vor-Ort-Erhebung der Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum im April 2025. Im auf den kurzfristigen, täglichen Bedarf ausgerichteten Sortimentsbereich Lebensmittel (v.a. von Edeka) erfolgte dabei schwerpunktmäßig eine Wettbewerbsaufnahme in St. Blasien und den Gemeinden des zugeordneten Verflechtungsbereiches.[8] In den weiteren, aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich stammenden, projektrelevanten Sortimentsbereichen (u.a. Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat etc.) wurden bei der Wettbewerbsaufnahme auch das weitere Umland bzw. speziell die umliegenden zentralen Orte[9] berücksichtigt. Ein besonderer Schwerpunkt

[7] Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Flächen bei Action absolute Maximalwerte darstellen, welche lediglich zeitweilig vollständig mit dem jeweiligen Warenangebot bespielt werden. Im Durchschnitt sind die Flächen in Sortimenten weniger als halb so groß.

[8] Hierzu zählen lt. Regionalplan Hochrhein-Bodensee neben St. Blasien die umliegenden Gemeinden Bernau im Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos mit insgesamt rd. 13.150 Einwohner*innen. Gemäß Z 2.5.10 des Landesentwicklungsplans (LEP) Baden-Württemberg 2002 sollen Unterzentren „als Standorte von Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie auch den qualifizierten, häufig wiederkehrenden Bedarf eines Verflechtungsbereiches der Grundversorgung decken können. Die Verflechtungsbereiche sollen im Ländlichen Raum mindestens 10.000 Einwohner umfassen.“ Auch wenn in der Begründung zu 2.5.8 bis 2.5.11 des LEP Baden-Württemberg darauf hingewiesen wird, dass gemäß Landesplanungsgesetz keine verbindliche Ausweisung von Nahbereichen – als Verflechtungsbereichen von Unter- und Kleinzentren – vorgesehen ist, wird betont, dass Nahbereiche (...) jedoch für Analysezwecke herangezogen werden [können]“. Der im Regionalplan Hochrhein-Bodensee ausgewiesene Verflechtungsbereich St. Blasiens ist demnach zwar nicht rechtsverbindlich, entspricht jedoch den im LEP Baden-Württemberg formulierten Vorgaben zur angestrebten Versorgungsbedeutung von Unterzentren. Für vorliegende Analysezwecke kann er demnach u.E. herangezogen werden. Hinzu kommt, dass die im Regionalplan Hochrhein-Bodensee erfolgte Abgrenzung auch aus marktwirtschaftlicher Sicht, unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen (v.a. Lage, Erreichbarkeit, Angebotssituation etc.) sowie den üblichen Expansionsanforderungen wesentlicher Einzelhandelsanbieter, als plausibel und nachvollziehbar zu bewerten ist.

[9] Gemäß Regionalplan Hochrhein-Bodensee.

lag dabei in allen untersuchten Standorten auf den innerstädtischen sowie den größeren, strukturprägenden Anbietern.

Zudem ist festzuhalten, dass bei der Wettbewerbsanalyse speziell für den geplanten Action Multisortimenter/Sonderpostenhandel aufgrund dessen spezifischer, besonders diskontierender Angebotsstruktur insbesondere preisorientierte Fachmärkte berücksichtigt wurden. Dies ist damit zu begründen, dass direkte Sortimentsüberschneidungen mit dem oftmals kleinteiligen Fachhandel kaum bestehen bzw. stark begrenzt sind. Ähnliches gilt in weiten Teilen auch in Bezug auf die weiteren, ebenfalls stark preisorientierten Fachmärkte aus dem Bekleidungs- und Schuhbereich. Diese Anbieter stehen ebenfalls nur bedingt in direkter Konkurrenz zu i.d.R. qualitativ wertigeren Fachhandelsbetrieben aus ihren jeweiligen Sortimentsbereichen. Das bedeutet, dass im Rahmen der Bestandserhebung auf eine vollständige Erfassung des Angebotsbestands je Sortiment, also inkl. auch höherer Preisgenres, weitestgehend verzichtet wurde. Die Erhebung konzentriert sich auf diejenigen Betriebe, die eine direkte Wettbewerbsstellung zu den vorgesehenen Fachmarktkonzepten einnehmen. Dies ist bei höherwertigen Anbietern nicht/kaum der Fall.[10] Ein entsprechendes Vorgehen ist in der gutachterlichen Praxis bei allen renommierten Gutachterbüros[11] gängige Praxis und grundsätzlich anerkannt.

Bei der Beurteilung der Auswirkungen der beiden Planvorhaben geht die cima von einem realitätsnahen worst-case-Ansatz aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die unter den gegebenen Standortrahmenbedingungen maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungen dargestellt werden. Auch der oben erläuterte, schwerpunktmäßige Einbezug der direkten Wettbewerber – also v.a. diskontierende, preisorientierte Anbieter – entspricht dem, den Bewertungen zugrunde liegenden, realitätsnahen worst-case-Ansatz.

Im Vorfeld der vorliegenden Auswirkungsanalyse fand bereits eine intensive Vorabstimmung mit der Stadt St. Blasien und den weiteren zuständigen Genehmigungsbehörden (v.a. Regierungspräsidium Freiburg, Regionalverband Hochrhein-Bodensee) statt. Auch im weiteren Verlauf der Untersuchung bzw. des Genehmigungsprozesses soll eine aktive Einbindung der zuständigen Genehmigungsbehörden erfolgen.

Auftraggeber:
Schmidts Märkte GmbH Verwaltung
Bergstraße 2
79736 Rickenbach

Bearbeitung:
M. Sc. Susanne André
Dipl.-Geogr. Herbert Brunner

[10] Entsprechendes wurde in Gesprächen mit einzelnen Betreibern (u.a. Modehaus Schmidt/Schmidt Arkaden in St. Blasien) auch bestätigt. Die geplanten, stark preisorientierten Fachmarktkonzepte sind eher als angebotsergänzend und -abrundend, denn als direkte Wettbewerber mit einem sich nennenswert überschneidenden Kundenstamm zu bewerten.

[11] Hierzu zählen u.a. auch mehrere Büros, die – wie die cima auch – in der weithin anerkannten Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V. (gif) vertreten sind.

2 Standort- und Angebotssituation

2.1 Standortbeschreibung und -bewertung

2.1.1 Makrostandort St. Blasien

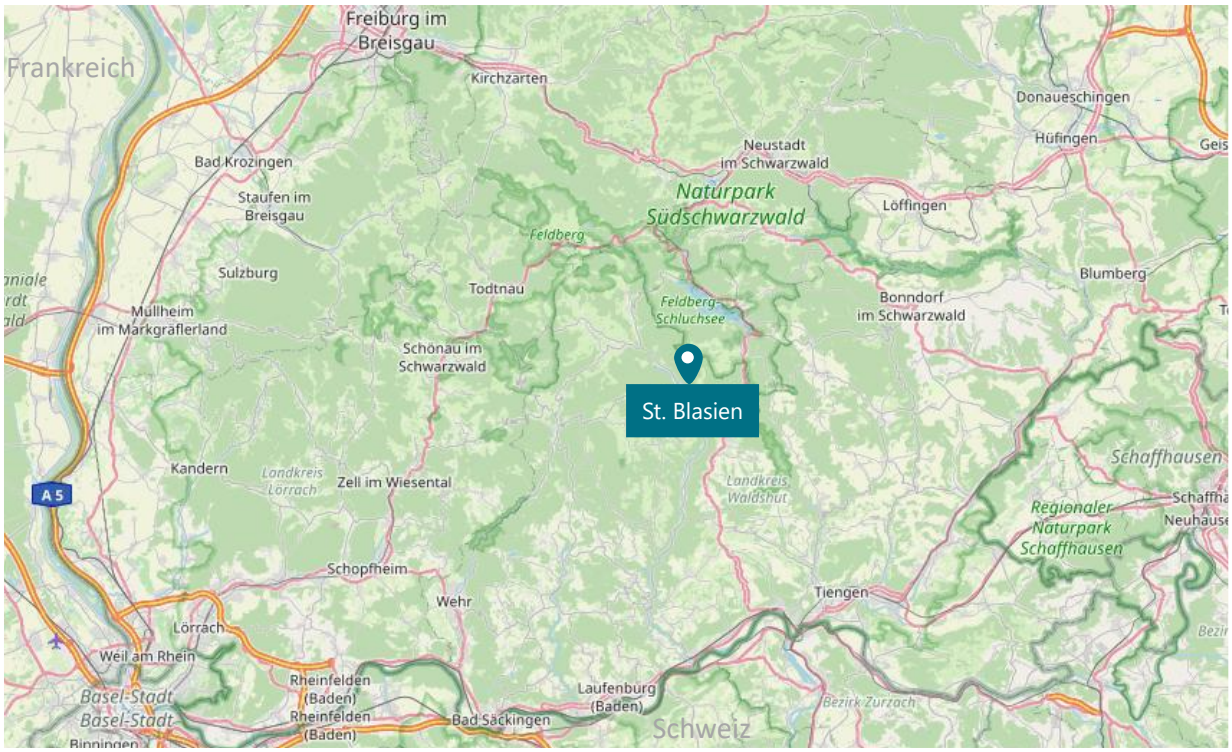
Die Stadt St. Blasien liegt im baden-württembergischen Landkreis Waldshut mitten im Naturpark Schwarzwald. Bekannt ist der Ort v.a. durch den beeindruckenden Dom zu St. Blasien und dem angrenzenden Klostergelände. Zudem ist die Stadt ein bedeutender Kur- und Gesundheitsstandort. Siedlungsstrukturell setzt sich das sehr langgestreckte Stadtgebiet aus der Kernstadt St. Blasien und den beiden räumlich separierten und deutlich kleineren Stadtteile Menzenschwand im Nordwesten und Albtal-Immeneich im Süden zusammen. Die für vorliegende Untersuchung wesentlichen Standortrahmenbedingungen der Stadt St. Blasien sind nachfolgend tabellarisch zusammengefasst:

Tabelle 2: Wesentliche Rahmenbedingungen der Stadt St. Blasien

Lage im Raum

- Stark ländlich geprägter Raum mit enormer Topographie und Waldflächen
- Lage im Südwesten Baden-Württembergs, in relativer Nähe zur Schweiz im Süden und nachgeordnet auch zu Frankreich im Westen
- Landkreis Waldshut
- Regierungsbezirk Freiburg

Karte 2: Lage von St. Blasien in der Region



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2025; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

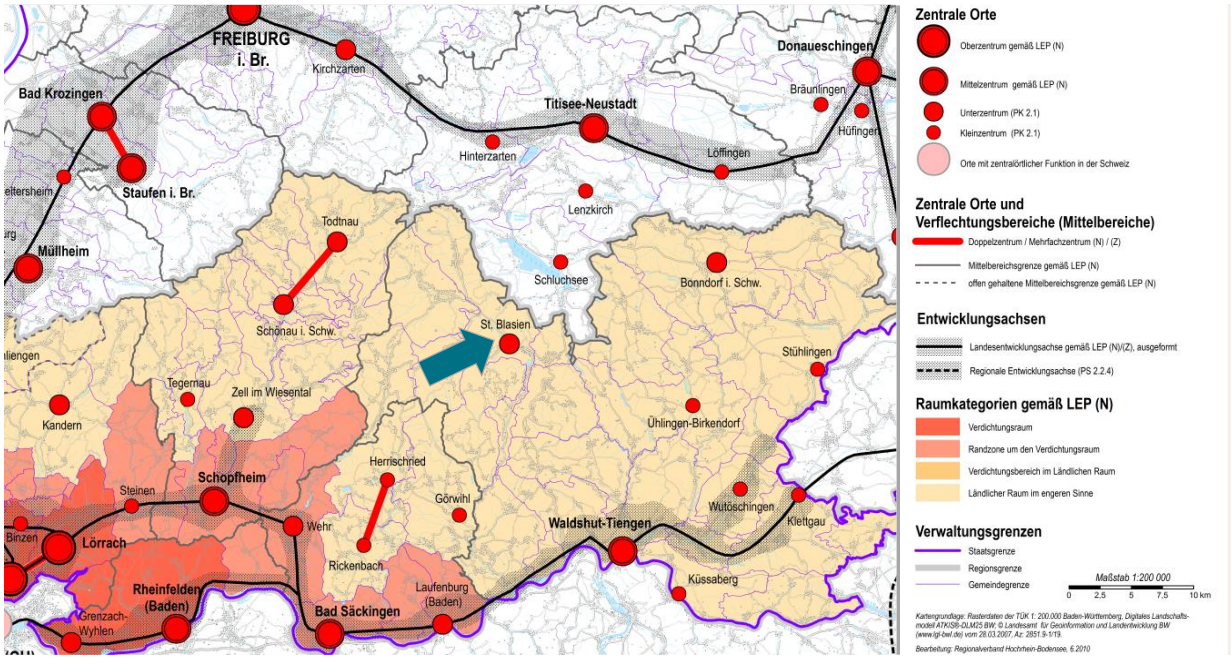
Bevölkerung und Stadtgliederung

- rd. 3.830 Einwohner*innen[1]
- ländlich geprägte Stadt mit zwei räumlich separierten Ortsteilen
- Bevölkerungsentwicklung (seit Zensus Q2/2022): + 3,9%[1]
- Bevölkerungsprognose: +3,5% (2024-2034)[1, 2]

Landes-/Regionalplanung

- zentralörtliche Funktion: Unterzentrum[3]
- nächstgelegene Zentren:
  Oberzentren Freiburg (ca. 60 km nordwestlich), Lörrach/Weil a. Rhein (ca. 55-60 km südwestlich);
  Mittelzentren Waldshut-Tiengen (ca. 30 km südöstlich), Titisee-Neustadt (ca. 30-35 km nördlich), Bad Säckingen (ca. 40-45 km südwestlich), Schöpfheim (ca. 340-45 km südwestlich);
  Unterzentren Bonndorf i. Schw. (ca. 25-30 km nordöstlich), Todtnau/Schönau i. Schw. (ca. 25-30 km nordwestlich), Zell i. Wiesental (ca. 35 km südwestlich)
- landesplanerischer Verflechtungsbereich: St. Blasien, Bernau im Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos [3] mit zusammen rd. 13.155 Einwohner*innen[1]

Karte 3: Regionalplan Region Hochrhein-Bodensee (Ausschnitt)



Quelle: Regionalplan Hochrhein-Bodensee: Strukturkarte, 2010; Darstellung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Arbeitsmarkt

- 1.601 Beschäftigte am Arbeitsort[4]
- Beschäftigtendichte: 0,42[5] und damit etwa im baden-württembergischen Durchschnitt von 0,43
- Pendler*innensaldo: + 212[4]

Einzelhandelsstandort

- Kaufkraftkennziffer: 80,5[6] und damit unterdurchschnittlich
- überörtliche Versorgungsbedeutung, Vorhandensein mehrerer starker Einzelhandelbetriebe mit teils recht ausgeprägter Anziehungskraft (u.a. Modehaus Schmidt, Modehaus Brand sowie nachgeordnet auch Lidl und Edeka Schmidt)
- keine kommunales Einzelhandelskonzept vorhanden

Erreichbarkeit / Mobilität

MIV

- überregionale Erreichbarkeit durch relative Autobahnferne eingeschränkt (A 5 ca. 65-70 km westlich, A 81 ca. 70 km östlich);
  regionale Erreichbarkeit durch Nahlage zur B 500 (weniger als 5 km östlich) sowie nachgeordnet auch zur B 317 (ca. 25-30 km westlich) gegeben
- Anbindung umliegender Gemeinden und Ortsteile durch verschiedene Land- und Kreisstraßen

ÖPNV

- kein eigener Bahnanschluss, nächste Regionalbahnhöfe: Seebrugg bzw. Waldshut
- Teil des Busliniennetzes der SüdbadenBus GmbH (SBG)

Tourismus

- Dom zu St. Blasien mit angeschlossenem Klostergelände
- historische Altstadt mit der querenden Alb
- bedeutender Kur- und Gesundheitsstandort
- Lage im hochattraktiven und besucherstarken Hochschwarzwald
- Übernachtungen: 140.365[7] sowie zusätzlich hinzukommende Tagesgäste (keine Daten verfügbar)

→ Positiveffekte auch für den lokalen Einzelhandel

GESAMTBEWERTUNG

→ **Vielfach gute Standortrahmenbedingungen, wie u.a. steigende Einwohnerzahlen und -prognose, lokale sowie überörtliche Versorgungsfunktion, touristische Bedeutung; negativ sind jedoch v.a. die eingeschränkte Anbindung sowie auch die unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer hervorzuheben**

Quellen: [1] Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Basis Zensus 2022), Stand: 3. Quartal 2024

[2] Prognosen basieren auf Annahmen der Entwicklung verschiedener Faktoren und sind daher immer mit einer gewissen Unsicherheit verbunden

[3] Regionalplan Hochrhein-Bodensee
Der im Regionalplan Hochrhein-Bodensee ausgewiesene Verflechtungsbereich St. Blasiens ist, wie in Kap.1 erläutert, zwar nicht rechtsverbindlich, entspricht jedoch den im LEP Baden-Württemberg formulierten Vorgaben zur angestrebten Versorgungsbedeutung von Unterzentren. Für vorliegende Analysezwecke kann er demnach u.E. herangezogen werden.

[4] Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2023

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

[6] Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland, Michael Bauer Research GmbH, 2024 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

[7] Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, in 2023; in Beherbergungsbetrieben mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit 10 oder mehr Stellplätzen

2.1.2 Mikrostandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“

In bzw. mit der **„Neuen Mitte“** soll einer neuer Einzelhandels-/Versorgungsstandort unmittelbar am nördlichen Rand des traditionellen Stadtzentrums[12] von St. Blasien entstehen. Hierfür soll das Gelände des ehemaligen Lidl-Markts, das Ochsenstall-Areal, ein ehemaligen Schlecker-Markt, der Parkplatz am Haus an der Alb und das Grundstück der ehemaligen Domapotheke umstrukturiert und reaktiviert werden. Die „Neue Mitte“ soll im motorisierten Individualverkehr (MIV) einerseits über die Umgehungsstraße und die Todtmooser Straße sowie andererseits über die Friedhofstraße erschlossen und angebunden werden. Für Pkw-Kund*innen sind gemäß aktueller Planunterlagen rd. 200 Stellplätze vorgesehen. Im ÖPNV ist auf den westlich der Umgehungsstraße befindlichen Busbahnhof sowie insbesondere auch auf die südöstlich des Vorhabenstandortes gelegene Bushaltestelle „Rathaus“ zu verweisen. Für den Fußverkehr gibt es mit Ausnahme v.a. der Umgehungsstraße entlang aller Straßen Fußwege. Mit Umsetzung des Planvorhabens wechselt der Supermarkt von Edeka Schmidt von seinem Bestandsort am „Kugelrain“ in vergrößerter Form in einen modernen, zeitgemäßen Neubau. Zudem sollen ein dm Drogeriemarkt sowie u.a. Arztpraxen und Gastroflächen neu angesiedelt werden.

Abbildung 3: Vorhabenstandort „Neue Mitte“

Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Der mit Realisierung der „Neuen Mitte“ aufgegebene Edeka-Bestandsmarkt am Standort **„Kugelrain“**[13] soll umgebaut und durch verschiedene, bisher in St. Blasien fehlende Fachmärkte (Action sowie Textil- und Schuhfachhandel wie bspw. Takko, Deichmann und Ernsting´s family)[14] nachgenutzt werden. Wie bereits eingangs erläutert, fungiert der „Kugelrain“ nicht nur als wichtiger Versorgungsstandort, sondern auch als Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums, sodass beide Lagen gemeinsam den zentralen Versorgungsbereich St. Blasiens ausbilden. Die Anbindung des Vorhabenstandortes am Kugelrain wird im MIV unverändert über die von der Umgehungsstraße abzweigende Straße Am Kugelrain erfolgen. Für Pkw-Kund*innen sind gemäß aktueller Planunterlagen rund 140 Stellplätze vorgesehen, weitere 96 stehen vor dem benachbarten Lidl-Markt zur Verfügung.[15] Der Busbahnhof von St. Blasien liegt lediglich rd. 300 m entfernt, so dass auch hier eine den örtlichen Gegebenheiten angemessene ÖPNV-Anbindung sichergestellt ist. Ähnliches gilt, analog zum Vorhabenstandort „Neue Mitte“, auch für Fußgänger*innen und Radfahrende.

[12] Einem der beiden Teilbereiche des ZVB Innenstadt, vgl. Karte 4.

[13] Der Standortbereich Kugelrain ist ein bedeutender, stadtzentrumsnaher Ergänzungsstandort. Zusammen mit dem traditionellen Stadtzentrum rund um Dom und Rathaus bildet er den ZVB Innenstadt der Stadt St. Blasien.

[14] Vgl. Kap. 1

[15] Es kann davon ausgegangen werden, das Kund*innen wechselseitig beide Stellplatzflächen nutzen werden.

Diesbezüglich ist zudem anzuführen, dass am Vorhabenstandort „Kugelrain“ im Zuge des Umbaus auch 14 Fahrradstellplätze neu entstehen sollen.

Abbildung 4: Vorhabenstandort „Kugelrain“

Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Das **Nahumfeld** beider Vorhabenstandorte ist gemischt genutzt geprägt. Der Vorhabenstandort **„Neue Mitte“** liegt, wie bereits beschrieben, im Norden des traditionellen Stadtzentrums von St. Blasien. Dementsprechend sind im gesamten Bereich südlich sowie auch östlich des Vorhabenstandortes klassische Innenstadtnutzungen vorzufinden. Neben dem unmittelbar gegenüberliegenden Rathaus auf der Südseite der Todtmooser Straße und einer Reihe von Einzelhandelbetrieben (u.a. Modehaus Schmid, Parfümerie und Reformhaus Schneider), verschiedenen Dienstleistern (u.a. Arztpraxis, Sparkasse), gastronomischen Betrieben sowie weiteren öffentlichen Einrichtungen (u.a. Tourist-Info, Museum) ist hierbei insbesondere auch das unweit südlich beginnende Klostergelände mit dem Dom St. Blasien anzuführen. In nördlicher Richtung hin zum Vorhabenstandort **„Kugelrain“** befindet sich zunächst ein Kindergarten, anschließend folgt hauptsächlich Wohnbebauung. Diese ist vereinzelt durch Gewerbebetriebe (u.a. Lüber Bad & Heizung) durchmischt. Südlich angrenzend an den Vorhaben- und stadtzentrumsnahen Ergänzungsstandort „Kugelrain“ ist einerseits der Friedhof von St. Blasien situiert. Auf der anderen Seite ist seit wenigen Jahren der von der Friedhofstraße umgesiedelte Lidl Lebensmitteldiscounter ansässig.[16] Das weitere Standortumfeld sowohl des Vorhabenstandortes „Kugelrain“ wie auch „Neue Mitte“ ist hauptsächlich von Wohnbebauung geprägt. Ergänzend können ein Sanatorium am Ostrand der Kernstadt sowie mehrere Kliniken im westlichen Kernstadtgebiet angeführt werden.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** beider Vorhabenstandorte ist, wie bereits oben beschrieben, als gut zu bewerten. Dies gilt sowohl im motorisierten Individualverkehr (MIV) wie prinzipiell auch im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Insbesondere der Vorhabenstandort „Neue Mitte“ ist durch die unmittelbare Nahlage zur Bushaltstelle „Rathaus“ sowie auch zum Busbahnhof, welcher über einen beampelten Übergang über die Umgehungsstraße schnell und sicher erreicht werden kann, gut erschlossen. Aber auch der Vorhabenstandort „Kugelrain“ ist in angemessener Zeit-/Wegedistanz an ebenfalls diese beiden ÖPNV-Haltepunkte angebunden. Für Fußgänger*innen und Radfahrende sind beide Vorhabenstandorte ebenfalls gut und sicher angebunden. Somit ist auch eine unkomplizierte Erreichbarkeit beider Vorhabenstandorte für weniger bzw. nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen festzuhalten.

In Verbindung mit der dichten Wohnbevölkerung im Umfeld beider Vorhabenstandorte weisen beide auch eine ausgeprägte **Nahversorgungsbedeutung** auf.

[16] Wie eingangs beschrieben ist der Lidl-Altstandort Teil des Vorhabenstandortes „Neue Mitte“.

Abbildung 5: Standortumfeld des Vorhabenstandortes „Neue Mitte“

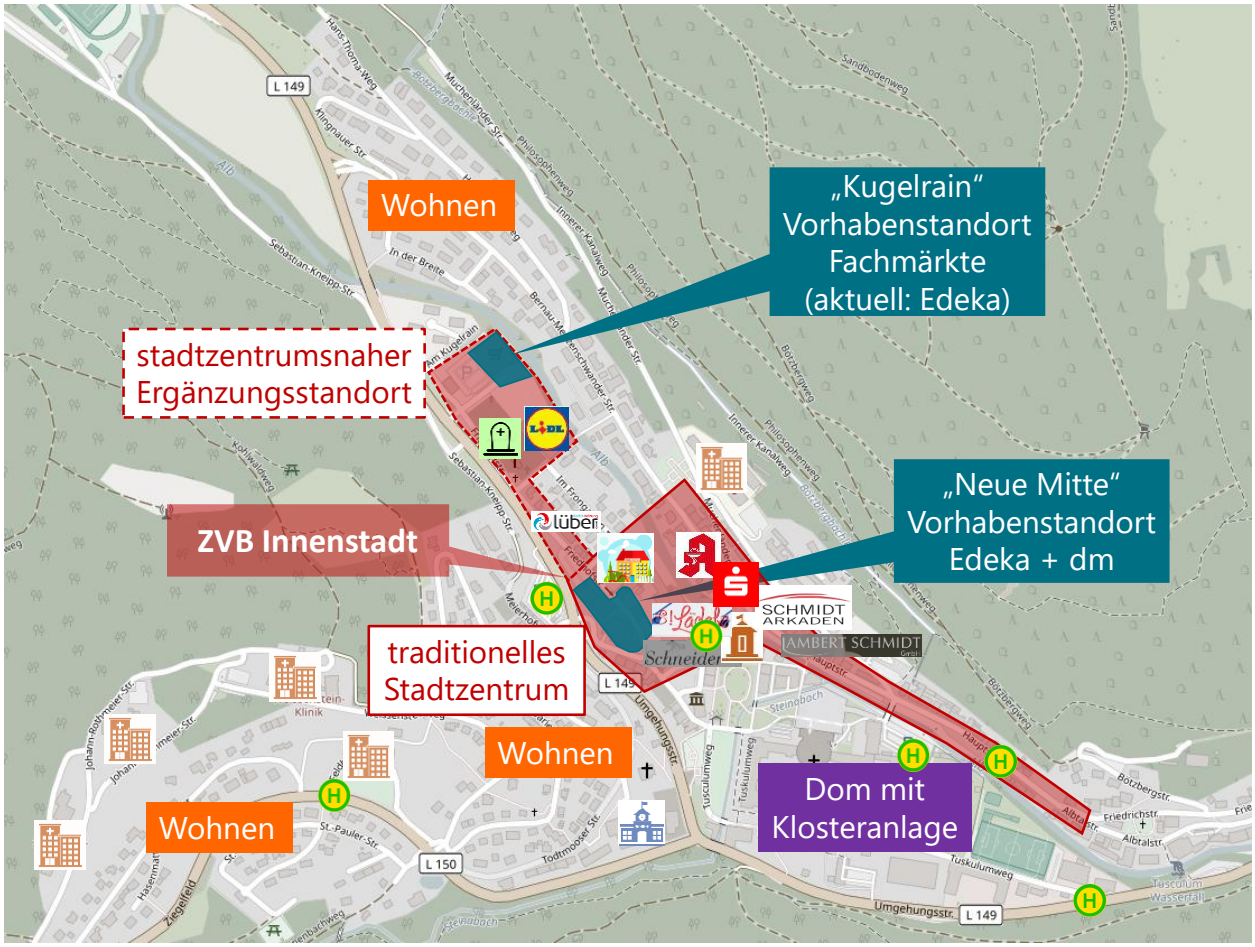
Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Abbildung 6: Standortumfeld des Vorhabenstandortes „Kugelrain“

Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

In nachfolgender Karte ist das Standortumfeld der beiden, nur wenige hundert Meter auseinander liegenden und über die Friedhofstraße direkt miteinander verbundenen Vorhabenstandorte nochmals genauer dargestellt:

Karte 4: Mikrostandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ mit wesentlichen Nutzungen im Umfeld



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2025; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

2.2 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer vor-Ort-Erhebung der Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum im April 2025. Im besonders nahversorgungsrelevanten Lebensmittelbereich erfolgte dabei schwerpunktmäßig eine Wettbewerbsaufnahme in St. Blasien und den Gemeinden des zugeordneten, landesplanerischen Verflechtungsbereiches.[17] Wesentliche Wettbewerber im Lebensmittelbereich bzw. speziell für den geplanten Edeka-Markt sind dabei all diejenigen Betriebe, die Lebensmittel im Kernsortiment oder in größerem Umfang als Randsortiment anbieten. Als Hauptwettbewerber sind insbesondere betriebstypengleiche bzw. betriebstypenähnliche Lebensmittelmärkte (v.a. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte etc.) zu identifizieren. Innerstädtische bzw. ortskernbezogene Anbieter sowie die größeren, strukturprägenden Anbietern mit ausgeprägter Nahversorgungbedeutung außerhalb davon standen dabei folglich besonders im Fokus.

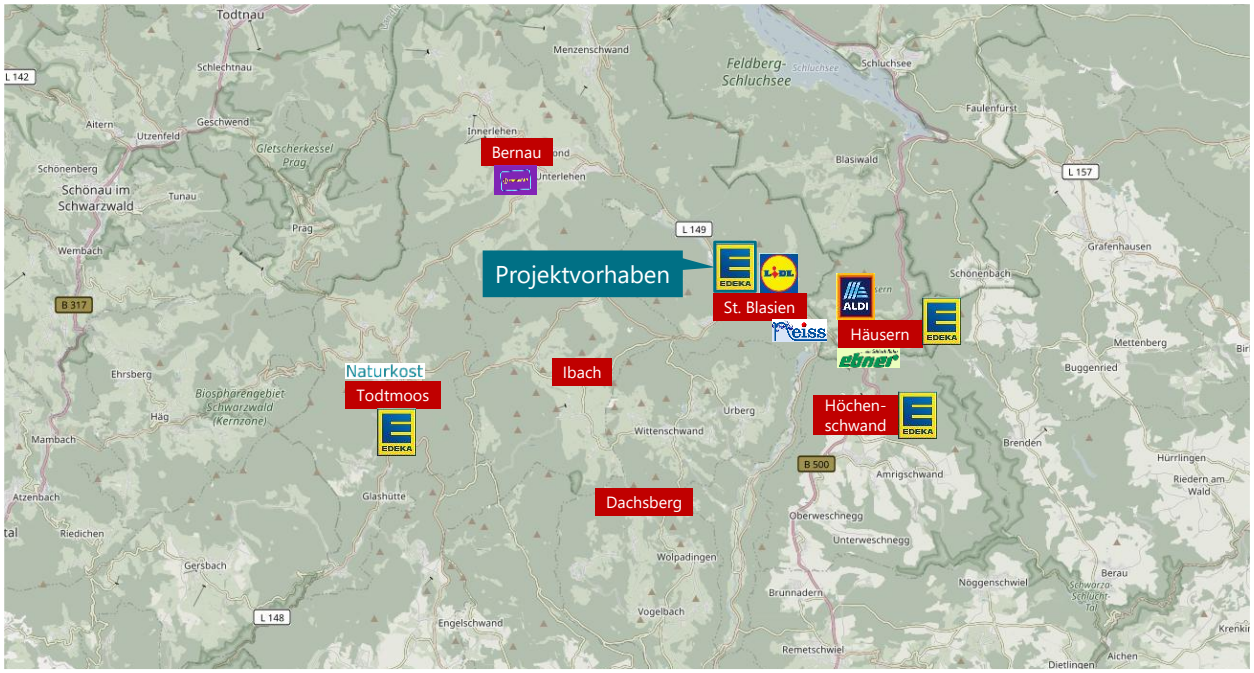
[17] Hierzu zählen lt. Regionalplan Hochrhein-Bodensee neben St. Blasien die umliegenden Gemeinden Bernau im Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos.

In den weiteren vorhabenrelevanten Sortimentsbereichen, die v.a. in den geplanten Fachmärkten realisiert werden sollen (u.a. Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat etc.), wurden bei der Wettbewerbsaufnahme auch das weitere Umland bzw. speziell die umliegenden zentralen Orte[18] berücksichtigt. Ein besonderer Schwerpunkt lag dabei in allen untersuchten Standorten auch hier auf den innerstädtischen bzw. ortskernbezogenen sowie den größeren, strukturprägenden Anbietern. **Zudem ist festzuhalten, dass bei der Wettbewerbsanalyse insbesondere für den geplanten Action-Markt aufgrund dessen spezifischer, besonders diskontierender Angebotsstruktur insbesondere ähnlich strukturierte, preisorientierte Fachmärkte berücksichtigt wurden. Dies ist damit zu begründen, dass direkte Sortimentsüberschneidungen mit dem oftmals kleinteiligen Fachhandel kaum bestehen bzw. stark begrenzt sind. Ähnliches gilt auch in Bezug auf die weiteren vorgesehenen, ebenfalls stark preisorientierten Fachmärkte aus dem Bekleidungs- bzw. Schuhsegment.[19]**

Im Rahmen der Bestandserhebung erfolgte zudem auch eine gutachterliche Einschätzung der Umsatzleistung jedes Einzelhandelsbetriebes im Untersuchungsraum. Bei der Umsatzschätzung wurde auf offizielle betreiber- sowie betriebstypenspezifische Verkaufsflächenproduktivitäten zurückgegriffen[20], welche für jeden Betrieb v.a. vor dem Hintergrund der Mikrostandortqualität, der Verkaufsflächengröße, des Marktauftritts sowie der Kund*innenfrequenz angepasst wurden.

Die wesentlichen Standorte in St. Blasien, in den Gemeinden des zugeordneten landesplanerischen Verflechtungsbereiches sowie im weiteren Untersuchungsraum werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt und bewertet.

Karte 5: Hauptwettbewerber im Lebensmittelbereich



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2025; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

[18] Gemäß Regionalplan Hochrhein-Bodensee.

[19] Vgl. hierzu auch entsprechende Erläuterungen in Kap. 1 (Methodische Grundsätze).

[20] Quellen: Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019, EHI Handelsdaten 2024 etc.

Karte 6: Hauptwettbewerber in den weiteren projektrelevanten Sortimenten

Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2025; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025

Tabelle 3: Ermittelte Umsatzleistungen im Untersuchungsraum im projektrelevanten Einzelhandel

	Umsatz in Mio. € p.a.							
	Lebens-mittel	Drogerie	Beklei-dung	Schuhe	Haus-halt/GPK	Elektro-waren	Bau-markt	Übrige Sorti-mente
St. Blasien								
Innenstadt[21]	15,6	1,7	5,6	--	1,5	0,3	< 0,1	2,1
sonstige Lagen	1,2	--	0,2	--	0,4	--	--	0,4
Zentralörtlicher Verflechtungsbereich								
Häusern								
Ortskern	1,1	2,5	--	--	0,2	0,1	--	0,8
Sonstige Lagen	8,1	0,6	0,1	--	0,3	0,1	< 0,1	1,1

[21] Dieser umfasst, den Vorgesprächen mit den Regionalplanungsbehörden gemäß, das traditionelle Stadtzentrum rund um Todtmooser Straße und Hauptstraße sowie den Standort „Kugelrain“ als Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums. Entsprechende Abgrenzung ist auch bei der Fortschreibung des Regionalplans zu erwarten.

Höchenschwand								
Ortskern	3,6	0,3	--	0,1	--	--	--	0,3
Sonstige Lagen	0,7	- -	--	--	0,1	--	--	0,3
Todtmoos								
Ortskern	0,7	--	0,1	--	0,3	0,1	--	--
Sonstige Lagen	4,7	0,3	--	--	--	--	--	0,1
Bernau im Schwarzwald								
Ortskern	0,5	--	--	--	0,1	--	--	0,2
Sonstige Lagen	0,6	0,1	--	--	< 0,1	0,2	--	--
Mittelzentren Titisee-Neustadt und Waldshut-Tiengen								
Titisee-Neustadt								
Innenstadt Titisee		--	0,2	0,1	--	--	--	--
Innenstadt Neustadt		2,4	0,6	0,3	0,4	0,8	--	1,6
Sonstige Lagen		0,3	1,2	0,4	0,6	0,1	0,2	3,8
Waldshut Tiengen								
Innenstadt Waldshut		5,7	3,7	1,0	0,6	0,3	--	5,8
Innenstadt Tiengen		3,3	0,9	0,9	0,8	0,5	--	4,1
Sonstige Lagen		3,4	2,7	1,7	2,0	14,8	12,4	16,3
Umliegende Unterzentrum								
Laufenburg (Baden)								
Laufenpark		7,9	3,4	1,5	1,7	0,1	8,5	13,6
Wehr (Baden)								
Innenstadt		< 0,1	< 0,1	0,5	0,2	--	< 0,1	0,1
Sonstige Lagen		2,6	0,4	--	0,4	0,3	0,2	1,5
Bonndorf im Schwarzwald								
Innenstadt		1,4	1,0	0,4	0,4	0,2	< 0,1	1,2
Sonstige Lagen		0,6	--	--	0,1	0,1	--	1,6
Todtnau								
Innenstadt		0,5	--	0,3	0,4	< 0,1	0,1	1,8
Sonstige Lagen		0,3	0,1	--	0,1	0,1	< 0,1	0,4
Schönau im Schwarzwald								
Innenstadt		0,5	--	--	0,1	< 0,1	<0,1	0,6
Sonstige Lagen		2,9	--	--	0,2	0,1	--	1,1
Kleinzentren sowie sonstige Kommunen								
Schluchsee								
Ortskern		0,1	0,1	--	0,7	--	--	0,2
Sonstige Lagen		0,4	--	--	< 0,1	< 0,1	--	0,1
Herrischried								
Ortskern		0,2	--	--	0,1	0,1	--	0,1
Albbruck mit Dogern								
Sonstige Lagen		2,5	0,1	0,2	1,3	0,2	2,5	--
Lenzkirch								
Ortskern		--	0,4	--	0,2	< 0,1	--	--
Zell i. Wiesental								
Ortskern		--	0,3	--	0,1	--	--	0,1
Görwihl								
Ortskern		--	--	--	--	0,5	--	0,1
Sonstige Lagen		0,4	--	--	--	0,1	--	0,2

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025; ca.-Werte, gerundet

2.2.1 Standortkommune St. Blasien

In der Standortgemeinde St. Blasien ist standortstrukturell grundsätzlich zwischen der Innenstadt[22] und den sonstigen Lagen, durchwegs integrierte Wohngebietslagen, zu unterscheiden.[23]

Der **Innenstadt** (zentraler Versorgungsbereich) wird dabei das traditionelle Stadtzentrum rund um Todtmooser Straße und Hauptstraße sowie den Standort „Kugelrain“ als Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums zugerechnet.[24] Die Innenstadt ist in ihrer Gesamtheit durch eine Reihe von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben gekennzeichnet. Hinzu kommen öffentliche Einrichtungen (u.a. Rathaus) und die zum Kloster gehörenden Bereiche (inkl. Kolleg/Internat). Die Innenstadt St. Blasiens präsentiert sich insbesondere im traditionellen Stadtzentrum als vital und touristisch gut besucht. Lediglich im südöstlichen Bereich der Hauptstraße sind verstärkt Leerstände und Transformationserscheinungen festzustellen. Zudem zeigt sich das innerstädtische Vorhabenareal erkennbar aufwertungsbedürftig. Auch der Ergänzungsstandort „Kugelrain“ ist gut frequentiert. Beide Standortbereiche ergänzen sich gut und können entsprechend voneinander profitieren. Die **sonstigen Lagen** mit Angebots-/Wettbewerbsbesatz befinden sich entlang der Albtalstraße im südöstlichen Bereich des Kernortes sowie außerhalb des Kernortes im Ortsteil Menzenschwand.

Im **Lebensmittelbereich** stellt der zu untersuchende Edeka-Markt (inkl. angeschlossener Bäckerei) den einzigen Supermarkt im Stadtgebiet dar. Er ist demnach der einzige Anbieter St. Blasiens, der ein Lebensmittelvollsortiment offeriert. Zweiter wesentlicher Anbieter ist ein dem Edeka-Markt direkt benachbarter Lidl Lebensmitteldiscounter. Dieser wurde kürzlich umfassend modernisiert und erweitert. Lidl ist der einzige Lebensmittelmarkt aus dem Discountbereich und insbesondere bei preissensiblen Kund*innen beliebt. Neben Edeka und Lidl, welche sich beide am stadtzentrumsnahen Ergänzungsstandort „Kugelrain“ im Norden des definierten Innenstadtbereiches befinden, gibt es im weiteren Innenstadtbereich aktuell lediglich noch verschiedene Kleinanbieter aus dem Lebensmittelbereich. Im Einzelnen sind dabei ein Reformhaus (Schneider)[25], zwei Bäckereien/Konditoreien sowie eine Metzgerei anzuführen. Hinzu kommt ein Anbieter für Schenken+Genießen (Link´s Laden), welcher Lebensmittel als kleines Teilsortiment anbietet. Alle diese Anbieter sind als weitgehend attraktiv sowie als stabil und wettbewerbsfähig zu werten.

In den sonstigen Lagen ist ergänzend dazu noch auf verschiedene weitere, durchwegs kleinere Anbieter zu verweisen. Hierzu gehören ein wenig attraktiv gestalteter Getränkemarkt (Neiss) in einer älteren Gewerbehalle und ein Tankstellenshop sowie einzelne Anbieter mit einem kleinen Lebensmittelrandsortiment, u.a. My Blackforest, ein optisch ansprechend gestalteter Concept Store mit Souvenirshopcharakter. Diese befinden sich allesamt im Kernort entlang der Albtalstraße. In Menzenschwand kommt eine Bäckerei hinzu.

In den **weiteren projektrelevanten Sortimenten** konzentriert sich der Angebotsbesatz ebenfalls stark auf den definierten Innenstadtbereich. Mit Abstand größter Anbieter dort ist das Modehaus Schmidt. Weitere größere Anbieter sind das Modehaus Brand und das Haushaltswarengeschäft Lambert. Alle drei Anbieter sind als hochwertig und auch als eher hochpreisig zu bewerten. Der direkte Wettbewerb zu den geplanten Betrieben ist dementsprechend stark begrenzt. Ähnliches gilt auch für die weiteren Anbieter. So sind im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren die vergleichsweise hochwertig auftretende Parfümerie Schneider, im Bekleidungsbereich neben den bereits genannten noch Mode Ulrike, im Bereich Haushaltswaren/GPK Link´s Laden und im Elektrobereich Defrenne anzuführen. Alle diese Anbieter sind preislich im

[22] Dieser umfasst, wie bereits mehrfach erläutert, das traditionelle Stadtzentrum sowie den Standort „Kugelrain“ als dessen Ergänzungsstandort.

[23] In nicht-integrierten Gewerbegebietslagen besteht kein Angebots-/Wettbewerbsbesatz.

[24] Gemäß Vorgesprächen mit den zuständigen Regionalplanungsbehörden ist es vorgesehen, den im Regionalplan sog. „Standort für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und großflächige Handelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten“ in der anstehenden Fortschreibung entsprechend so auszuweisen. Diese Standortbereiche sind üblicherweise, mit wenigen Ausnahmen, mit Innenstädten bzw. Ortskernen gleichzusetzen.

[25] Dieses wird durch die unmittelbar benachbarte, hochwertig auftretende Parfümerie Schneider ergänzt.

Mittelsegment aufgestellt und, mit gewissen Abstrichen bei Mode Ulrike, gut aufgestellt. Daneben gibt es noch einzelne weitere Anbieter mit kleinen Teilsortimenten aus dem projektrelevanten Sortimentsbereichen (u.a. GPK bei zwei Blumenläden), welche sich jedoch nur auszugsweise mit den an den Vorhabenstandorten geplanten Sortimenten überschneiden. Ähnliches gilt für einzelne weitere Anbieter, wie insbesondere Lidl, bei denen es ebenfalls Überschneidungen in einzelnen Randsortimente gibt.

In den sonstigen Lagen außerhalb der Innenstadt gibt es lediglich noch zwei Anbieter aus den projektrelevanten Sortimentsbereichen. Dabei handelt es sich einerseits um den bereits oben angeführten Concept Store / Souvenirshop My Blackforest im südöstlichen Kernort sowie andererseits um den Sportladen Gfrörer im Ortsteil Menzenschwand. Während bei Sport Gfrörer trotz geringfügig zu erwartender Sportwarenrandsortimente v.a. bei Action von keinen nennenswerten, direkten Angebotsüberschneidungen auszugehen ist, sind bei My Blackforest geringfügige direkte Wettbewerbsbeziehungen möglich.

2.2.2 Gemeinden des zugeordneten Verflechtungsbereiches

Im landesplanerisch zugeordneten Verflechtungsbereich von St. Blasien, also in den umliegenden Gemeinden Bernau i. Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos, stellt sich die vorhabenrelevante Angebots-/Wettbewerbssituation wie folgt dar.

Gemeinde Häusern

Die Gemeinde Häusern befindet sich unmittelbar östlich benachbart zu St. Blasien und ist über die L 149 direkt von dort aus in wenigen Minuten zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern, welcher sich im Wesentlichen im Bereich St.-Fridolin-Straße und der angrenzenden Schluchseer Straße aufspannt, sowie den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden.[26]

Im **Lebensmittelbereich** stellen die beiden an der Höchenschwander Straße (= B 500) im Zufahrtsbereich von Häusern sich gegenüberliegend befindlichen Lebensmittelmärkte Edeka Schmidt (inkl. angeschlossener Bäckerei) und Aldi die beiden größten Einzelhandelsbetriebe am Ort und die beiden wesentlichen Nahversorger dar. Die Standortkombination Supermarkt und Lebensmitteldiscounter wird durch einen nur rund 250 m entfernt, stadtauswärts in Richtung St. Blasien gelegenen Getränkemarkt[27] (Ebner) ergänzt. Alle angeführten Anbieter sind den integrierten Lagen zuzuordnen.

Im Ortskern von Häusern kommt lediglich eine Bäckerei mit angeschlossenem Café dazu. Zudem weist ein dem Café östlich benachbarter Rossmann Drogeriemarkt ein marktübliches Lebensmittel-Randsortiment auf. Weitere Lebensmittelanbieter gibt es dort nicht.

In den **weiteren projektrelevanten Sortimenten** ist der Angebotsbesatz begrenzt und beschränkt sich im Wesentlichen auf wenige Anbieter im Ortskernbereich. Besonders anzuführen ist dabei ein moderner Rossmann Drogeriemarkt, welcher ein gutes und umfassendes Drogeriewarensortiment sowie einzelne ergänzende Randsortimente (u.a. Schreib- und Spielwaren) offeriert. Rossmann ist derzeit der einzige Drogeriemarkt im gesamten Verflechtungsbereich von St. Blasien und weist eine dementsprechend starke Marktstellung auf. Weitere vorhabenrelevante Einzelhandelsbetriebe sind ein kleiner Deko- sowie ein kleiner Elektroladen.

Außerhalb des Ortskerns, in den integrierten Streulagen, ist diesbezüglich lediglich auf entsprechende Rand-/Teilsortimente von Edeka und Aldi zu verweisen. Weitere Anbieter von projektrelevanten Sortimenten über den Lebensmittelbereich hinaus gibt es dort nicht.

[26] In nicht-integrierten Gewerbegebietslagen besteht kein vorhabenrelevanter Angebots-/Wettbewerbsbesatz.
[27] Mit angeschlossener Brennerei.

Gemeinde Höchenschwand

Die Gemeinde Höchenschwand befindet sich rd. 6-7 km südöstlich von St. Blasien. Über Häusern und die B 500 ist Höchenschwand in etwa zehn Minuten von St. Blasien aus zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern, welcher sich im Wesentlichen im Bereich Hauptstraße, Poststraße, St.-Georg-Straße und der angrenzenden Kirchstraße befindet, und den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden. Hinzu kommt ein kleiner gewerblich geprägter Bereich im südlichen Gemeindegebiet unmittelbar östlich angrenzend an die B 500.

Im **Lebensmittelbereich** stellt ein Supermarkt (Schmidts Einkaufsparadies) im Ortskern von Höchenschwand den größten Anbieter dar. Der Schmidt-Markt ist bereits erkennbar in die Jahre gekommen, ist aber dennoch als wichtiger Nahversorger am Ort mit einem breiten Warenangebot zu bewerten. Ergänzt wird dieser durch eine, einem Hotel angeschlossene Bäckerei. Außerhalb des Ortskerns, in Streulage an der B 500, ist noch auf einen fest installierten Bauernmarkt zu verweisen, welcher auch ein größeres Lebensmittelangebot bereithält.

In den **weiteren projektrelevanten Sortimenten** ist der Angebotsbesatz stark begrenzt. Im Einzelnen sind lediglich ein Schuhhaus (Rogg) mit angeschlossener Werkstatt und vergleichsweise wertigem Angebot im Ortskern von Höchenschwand sowie ein Möbelhaus (Baur) mit einem begrenzten Angebot an Haushaltswaren/GPK in Gewerbegebietslage an der B 500 anzuführen. Weitere vorhabenrelevante Anbieter gibt es in Höchenschwand nicht.

Gemeinde Todtmoos

Die Gemeinde Todtmoos befindet sich ca. 15 km (süd-)westlich von St. Blasien und ist über die L 150 in rund 15 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern, welcher sich im Wesentlichen auf die Hauptstraße und angrenzender Straßenzüge konzentriert, und den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden.[28]

Im **Lebensmittelbereich** stellt ein von Edeka Schmidt betriebener Supermarkt (inkl. angeschlossener Bäckerei) in integrierter Lage im südlichen Zufahrtsbereich von Todtmoos den mit Abstand größten Betrieb und bedeutendsten Nahversorger dar. Der Supermarkt ist vergleichsweise gut aufgestellt und als stabiler Anbieter zu werten. Ebenfalls in integrierter Streulage befindet sich eine Metzgerei.

Im Ortskern von Todtmoos kommen verschiedene kleinere Anbieter aus dem Lebensmittelbereich hinzu. Im Einzelnen handelt es sich dabei um einen kleinen Feinkostladen (La bona vida), einen Naturkostanbieter (Hildegard) und eine Bäckerei mit angeschlossenem Café.

Die in Todtmoos bestehenden Anbieter mit **weiteren projektrelevanten Sortimenten** sind ausschließlich im Ortskernbereich vorzufinden. Insgesamt handelt es sich um vier durchwegs kleine Betriebe aus dem Bekleidungs-, Haushaltswaren- und Elektrobereich. Der direkte Wettbewerb zum Projektvorhaben in St. Blasien ist angebotsbedingt dennoch begrenzt. So bieten zwei ansässige Haushaltswarenanbieter z.B. viele ortstypische Holzschnitzereien u.ä. an.

Gemeinde Bernau im Schwarzwald

Die Gemeinde Bernau i. Schw. befindet sich rd. 10 km nordwestlich von St. Blasien und ist über die L 149 und L 146 in rund 10 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern, welcher sich im Wesentlichen entlang der Rathausstraße befindet, und den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden.[29]

Im **Lebensmittelbereich** sichert ein vergleichsweise modern auftretender Tante Enso 24/7-Supermarkt in integrierter Streulage die Grundversorgung am Ort. Größenbedingt weist dieser Betrieb zwar ein gutes, aber

[28] In nicht-integrierten Gewerbegebietslagen besteht kein vorhabenrelevanter Angebots-/Wettbewerbsbesatz.
[29] In nicht-integrierten Gewerbegebietslagen besteht kein vorhabenrelevanter Angebots-/Wettbewerbsbesatz.

eingeschränktes Warensortiment auf. Eine Vollversorgung kann er dementsprechend nicht leisten. Hierfür sind auch die größeren Lebensmittelmärkte im Umland aufzusuchen. Neben Tante Enso befindet sich noch eine Bäckerei in der Ortsmitte, die das Lebensmittelangebot am Ort abrundet/ergänzt.

In den **weiteren projektrelevanten Sortimenten** gibt es im Ortskernbereich einen kleinen Sportanbieter sowie ein Geschenkehaus. Außerhalb der Ortsmitte kommt ein kleiner Elektroanbieter hinzu. Des Weiteren ist auf entsprechende Randsortimente von Tante Enso (u.a. Drogerie- und Zooartikel) zu verweisen. Der direkte Wettbewerb zum Projektvorhaben in St. Blasien ist auch hier durchwegs begrenzt.

Weitere Gemeinden des Verflechtungsbereiches

In den weiteren Gemeinden des Verflechtungsbereiches von St. Blasien, also in Dachsberg und Ibach, gibt es keinen relevanten Angebotsbesatz. Die dortigen Einwohner*innen sind auf die entsprechenden Versorgungsbetriebe in St. Blasien oder den weiteren Nachbargemeinden angewiesen.

2.2.3 Angebotsstrukturen im weiteren Umland

Durch die grundsätzlich begrenzte Anziehungskraft eines Lebensmittelmarktes aufgrund dessen stark auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Angebotes und auch der bestehenden Angebotsdichte gerade im besonders untersuchungsrelevanten Lebensmittelvollsortimentsbereich innerhalb des Verflechtungsbereiches, kann davon ausgegangen werden, dass über St. Blasien und die Gemeinden des Verflechtungsbereiches hinaus lediglich noch die dortigen Nonfood-Anbieter als wettbewerbsrelevant einzustufen sind. Die Lebensmittelanbieter im weiteren Umland sind hingegen nicht mehr von nennenswerter Wettbewerbsbedeutung. Aufgrund der stark discountorientierten Ausrichtungen der meisten der in St. Blasien geplanten Betriebe (Ausnahme: v.a. Drogeriemarkt) beschränkt sich der Wettbewerb und die nachfolgende Angebotsbetrachtung zudem im Wesentlichen auf die besonders preisorientierten Anbieter des weiteren Umlandes.

Räumlich ist zudem zwischen den vergleichsweise nahe gelegenen und dementsprechend – bei Vorhabenrealisierung – zumindest noch teilweise nach St. Blasien tendierenden Kleinzentren Schluchsee im Nordosten und nachgeordnet auch Herrischried im Südwesten sowie den weiter entfernt gelegenen Zentren des Umlandes zu unterscheiden. Diese weiter entfernt gelegenen Zentren stellen zwar oftmals noch bedeutsame Wettbewerbsstandorte dar, nennenswerte Einkaufsbeziehungen in Richtung St. Blasien sind von dort hingegen nicht mehr zu erwarten. Einwohner*innen dazwischenliegende Orte – also zwischen St. Blasien und diesen Zentren – bieten sich durch das bzw. die Projektvorhaben in St. Blasien jedoch neue Versorgungsmöglichkeiten. Änderungen bestehender Einkaufsbeziehungen zu diesen Zentren sind daher möglich bzw. in Teilen plausibel anzunehmen.

2.2.3.1 Mittelzentren Titisee-Neustadt und Waldshut-Tiengen

Titisee-Neustadt

Das Mittelzentrum Titisee-Neustadt befindet sich rd. 35 km nordöstlich von St. Blasien und ist über die L 149 und die B 500 in etwa 35 min von dort aus zu erreichen. Die Stadt ist zweigeteilt und weist dementsprechend auch zwei Innenstädte auf. Der zentrale Versorgungskern[30] von Titisee erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Sees-/Strandbadstraße und ist vorwiegend touristisch ausgerichtet. Der zentralörtliche Versorgungskern von Neustadt bildet das eigentliche Versorgungszentrum der Doppelstadt und befindet sich rund um den Kreuzungsbereich Haupt-/Pfauenstraße und Hirschenbuckel/Scheuerlenstraße.

In den beiden **zentralörtlichen Versorgungskernen von Titisee-Neustadt** gibt es verschiedene Anbieter mit mehr oder weniger stark ausgeprägter Wettbewerbsbedeutung zu den in St. Blasien geplanten

[30] Die Abgrenzung der zentralörtlichen Versorgungskerne in den vorhabenrelevanten Umlandkommunen basiert auf der jeweiligen Abgrenzung des aktuell gültigen Regionalplans Hochrhein-Bodensee.

Fachmärkten. Im Einzelnen sind dabei insbesondere ein NKD Textilfachmarkt, ein Schuh- und Bekleidungsanbieter (Marco Moden), zwei weitere Schuhanbieter (Jungkind, Drescher) sowie ein Rossmann Drogeriemarkt anzuführen. Diese Anbieter weisen erkennbare Angebotsüberschneidungen zum zu untersuchenden Projektvorhaben auf. Hinzu kommen noch einzelne weitere Anbieter (u.a. Dekoladen Hauptsache Schönes, Elektro Hoffmeyer, Kinderwelt Kindermoden), welche zumindest noch begrenzte Angebotsüberschneidungen aufweisen. Der Großteil dieser Anbieter ist dabei in der Innenstadt von Neustadt vorzufinden. In der von Titisee befinden sich lediglich einer der Schuhanbieter (Drescher) sowie Kinderwelt Kindermoden.

Neben den beiden (Teil-)Innenstädten gibt es auch außerhalb davon, in **sonstigen Standortlagen**[31], verschiedene vorhabenrelevante Wettbewerber. Besonders hervorzuheben sind dabei die Textildiscounter Kik und Takko, der Nonfood-Discounter Tedi, der Schuhfachmarkt Quick Schuh, der ZG Raiffeisenmarkt sowie der Einrichtungsdiscounter Jysk. Hinzu kommen einzelne weitere Anbieter mit nachgeordneter Wettbewerbsbedeutung (u.a. Intersport Hirt). Alle diese Wettbewerber befinden sich im Stadtteil Neustadt. In Titisee kommt kein weiterer nennenswerter Anbieter hinzu.

Waldshut-Tiengen

Das Mittelzentrum Waldshut-Tiengen befindet sich rd. 25-30 km südöstlich von St. Blasien in unmittelbarer Nahlage zur Schweiz. Durch die Grenzlage zur kaufkräftigen Schweiz kann der Einzelhandelbesatz erkennbar profitieren. Die Stadt ist über die L 149 und die B 500 in weniger als 30 min von St. Blasien aus zu erreichen. Auch Waldshut-Tiengen stellt eine zweigeteilte Doppelstadt mit zwei Innenstädten dar. Der zentralörtliche Versorgungskern von Waldshut erstreckt rund um die Kaiserstraße, die Innenstadt von Tiengen rund um die Hauptstraße. Beide sind vergleichsweise gut besetzt, das Zentrum von Waldshut stellt jedoch den bedeutenderen und attraktiveren Standort im Stadtgebiet dar.

In den beiden **zentralen Versorgungskernen von Waldshut-Tiengen** gibt es einen diversifizierten Angebotsbesatz. Nur ein Teil der dort vorhandenen Betriebe ist dabei als nennenswert wettbewerbsbedeutsam zu bewerten. Dabei gibt es auch in den vorhabenrelevanten Sortimentsbereichen deutlich Unterschiede. Wie bereits mehrfach beschrieben, stellen insbesondere die im unteren Preissegment agierenden Anbieter wesentliche Wettbewerber dar. Alle weiteren Anbieter, wie etwa das Modehaus Mey oder auch die Markenanbieter Engbers, Cecil, Only etc., überschneiden sich nicht oder nur noch sehr begrenzt mit den in St. Blasien geplanten Fachmärkten und sind daher nicht mehr nennenswert wettbewerbsrelevant.

Besonders hohe Wettbewerbsüberschneidungen bestehen insbesondere mit einem Woolworth Nonfood-Discounter, einem Quick Schuh-Schuhfachmarkt, einen weiteren Schuhanbieter (Simon Select), der Drogerie Müller und einem NKD Textilfachmarkt in Tiengen sowie mit den Bekleidungsfachmärkten/-häusern Kik und C&A, den Schuhfachmärkten/-anbietern Quick Schuh und Simon Select, den Drogeriemärkten Müller und dm sowie einem Tedi Nonfood-Discounter in Waldshut. In beiden Stadtzentren kommen mehrere weitere Anbieter hinzu, welche zumindest noch begrenzte Angebotsüberschneidungen aufweisen.

Neben den beiden (Teil-)Innenstädten gibt es auch außerhalb davon, in **sonstigen Standortlagen von Waldshut-Tiengen**[32], eine Reihe weiterer vorhabenrelevanter Wettbewerber. Besonders hervorzuheben sind dabei zwei Deichmann Schuhfachmärkte, die Bekleidungsfachmärkte Takko (2x) und Kik, ein dm Drogeriemarkt, ein Depot Deko-Fachmarkt, ein Jysk Einrichtungsfachmarkt sowie die Bau- und Gartenmärkte ZG Raiffeisen, Obi und Dehner und die Elektrofachmärkte Medimax und Expert. Hinzu kommen einzelne weitere Anbieter mit nachgeordneter Wettbewerbsbedeutung (u.a. Fressnapf XXL).

[31] Dabei handelt es sich um integrierte Streulagen sowie um nicht-integrierte Gewerbegebietslagen.
[32] Dabei handelt es sich um integrierte Streulagen sowie um nicht-integrierte Gewerbegebietslagen.

2.2.3.2 Umliegende Unterzentren

Laufenburg (Baden)

Das ebenfalls an der deutsch-schweizer Grenze gelegene Unterzentrum Laufenburg (Baden) stellt einen weiteren, äußerst bedeutsamen Einzelhandelsstandort in der Region dar. Dies ist insbesondere auf das dichte Fachmarktangebot im sog. Laufenpark und den unmittelbar angrenzend daran befindlichen, zusätzlichen Fachmärkten zurückzuführen. Dieser profitiert durch das dichte Angebot und die Grenzlage zur kaufkräftigen Schweiz enorm. Laufenburg (Baden) befindet sich rd. 30 km südlich von St. Blasien und ist u.a. über die L 149, die B 500 und die B 34 in rund 30 min von dort zu erreichen.

Die **Innenstadt** von Laufenburg erstreckt sich entlang der Hauptstraße und der angrenzenden Andelsbachstraße. Durch die begrenzte Flächenverfügbarkeit im zentralörtlichen Versorgungskern und die damit fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten stellt auch der unweit östlich gelegene **Laufenpark** mit seinen zahlreichen Fachmärkten aus dem nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Angebotsbereich einen landesplanerisch ausgewiesenen Standortbereich für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und großflächige Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dar. Dieser wird unmittelbar angrenzend durch weitere großflächige Fachmärkte aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich ergänzt, so dass dem gesamten Standortbereich nicht nur ein diversifizierter Angebotsbesatz, sondern auch eine hohe Anziehungskraft zu konstatieren ist.

In der Innenstadt von Laufenburg bestehen keine direkten Wettbewerber zu den in St. Blasien geplanten Fachmärkten. Die dort ansässigen Anbieter (u.a. Textilhaus Ebner) weisen ein erkennbar höheres Preis- und Qualitätsniveau auf und konkurrieren damit nicht mehr direkt mit den geplanten Betrieben. Der komplette Wettbewerbsbesatz in Laufenburg ist auf den **Laufenpark und die angrenzenden Fachmarktlagen** konzentriert. Besonders vorhabenrelevante Anbieter sind dabei die Drogeriemärkte dm, Rossmann und Müller, die Bekleidungsfachmärkte Takko, NKD, Kik und AWG, die Schuhfachmärkte Deichmann und Shoe4you, der Nonfood-Discounter Tedi, ein Depot Deko-Fachmarkt sowie ein Obi Bau- und Gartenmarkt. Hinzu kommen verschiedene weitere Anbieter mit i.d.R. eher nachgeordneter Wettbewerbsbedeutung (u.a. Rofu).

Wehr (Baden)

Das Unterzentrum Wehr befindet sich rd. 30 km südwestlich von St. Blasien und ist über verschiedene Land- und Kreisstraßen in gut 30 min von St. Blasien zu erreichen. Die **Innenstadt** von Wehr erstreckt sich entlang der zentral gelegenen Hauptstraße und der Todtmooser Straße. Besonders wettbewerbsbedeutsame Anbieter dort sind v.a. der Nonfood-Discounter Tedi sowie der Schuhfachmarkt Quick Schuh.

Außerhalb der Innenstadt, in **sonstigen Standortlagen,** sind insbesondere noch ein Müller Drogeriemarkt sowie ein Action Nonfood-Discounter als direkte Wettbewerber anzuführen.

Bonndorf im Schwarzwald

Das Unterzentrum Bonndorf i. Schw. befindet sich rd. 25 km nordöstlich von St. Blasien und ist über die L 149, die B 500 und verschiedene Kreisstraßen in etwa 25 min von St. Blasien erreichbar. Die **Innenstadt** von Bonndorf i. Schw. umfasst im Wesentlichen die Martinstraße (= B 315) und die angrenzende Rothausstraße. Besonders wettbewerbsbedeutsame Anbieter in der Innenstadt sind v.a. die Drogerie Müller, die Bekleidungsfachmärkte Kik und NKD sowie der Schuhfachmarkt Quick Schuh. Hinzu kommen einzelne weitere, nachrangig bedeutsame Anbieter (u.a. Elektro Wietschorke).

Außerhalb ist in **sonstigen Standortlagen** lediglich ein kleinflächiger ZG Raiffeisenmarkt als nennenswerter Wettbewerbsbetrieb anzuführen. Dieser weist schwerpunktmäßig ein Garten- und Tierbedarfssortiment auf, hinzu kommen kleinere Teilsortimente v.a. aus dem Bekleidungs-, Schuh- und Haushaltswarenbereich.[33]

[33] Ergänzend dazu ist auf einen Edeka Schmidt-Supermarkt zu verweisen, der u.a. auch ein größeres Drogeriewarenangebot aufweist.

Todtnau

Das Unterzentrum Todtnau (gemeinsam mit Schönau i. Schw.) befindet sich rd. 25 km nordwestlich von St. Blasien und ist über verschiedene Landstraße und die B 317 in etwa 30 min von St. Blasien erreichbar. Die **Innenstadt** von Todtnau befindet sich im Wesentlichen entlang der Meinrad-Thoma-Straße. Besonders wettbewerbsbedeutsamer Anbieter dort ist lediglich ein Quick Schuh Schuhfachmarkt. Hinzu kommen einzelne weitere, nachrangig bedeutsame Anbieter (u.a. Schreib- und Spielwaren Splash, Haushaltswaren/Baumarkt Asal, Sport 2000). Auch Edeka und Netto befinden sich in der Innenstadt und sind u.a. mit ihren Drogeriewarenangeboten ebenfalls nachgeordnet als Wettbewerber anzuführen.

In **sonstigen Standortlagen** ist lediglich noch ein kleinflächiger Penny Lebensmitteldiscounter u.a. mit seinem Drogeriewarenangebot als nachgeordnet bedeutsamer Wettbewerbsbetrieb anzuführen.

Schönau im Schwarzwald

Das Unterzentrum Schönau (gemeinsam mit Todtnau) befindet sich rd. 25 km nordwestlich von St. Blasien und ist wie Todtnau über verschiedene Landstraßen und die B 317 in etwa 30 min zu erreichen. Die **Innenstadt** von Schönau i. Schw. erstreckt sich entlang der Friedrichstraße (= B 317) und der nach Westen abzweigenden Talstraße. Besonders wettbewerbsbedeutsame Anbieter gibt es in der Innenstadt kaum, als nachgeordnet wettbewerbsbedeutsam sind jedoch ein Netto-Lebensmitteldiscounter (v.a. mit dessen Drogeriewarenangebot) als auch eine Apotheke mit gewissem Drogeriewarenangebot (Bleichen) anzuführen.

Außerhalb, in **sonstigen Standortlagen,** sind insbesondere noch ein Rossmann Drogeriemarkt sowie ein ZG Raiffeisenmarkt als direkte Wettbewerber zu benennen. Hinzu kommt mit nachgeordneter Wettbewerbsbedeutung u.a. noch ein Rewe Supermarkt.

2.2.3.3 Kleinzentren sowie sonstige Kommunen

Schluchsee

Die Gemeinde Schluchsee befindet sich ca. 15 km nordöstlich von St. Blasien und ist über die L 149 und die B 500 in rund 15 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern (rund um den Kirchplatz) und den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden.[34]

In Schluchsee gibt es mit Sport Behringer einen Sport- und Bekleidungsanbieter, mit Mode Isele einen weiteren Modeanbieter und mit einem Geschenkehaus, welches typische Schwarzwalsouvenirs u.ä. offeriert, einen Anbieter für GPK/Haushaltswaren. Alle drei Anbieter befinden sich im Ortskern von Schluchsee und sind trotz der formal bedeutsamen Angebotsbereiche nicht bzw. nur sehr bedingt als wettbewerbsrelevant für das Projektvorhaben in St. Blasien einzustufen. Weitere nennenswert bedeutsame Anbieter mit vorhabenrelevanten Sortimenten gibt es in Schluchsee nicht.[35]

Herrischried

Die Gemeinde Herrischried befindet sich rund 20 km südwestlich von St. Blasien und ist über die L 151 und die L 150 in rund 20 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Siedlungsstrukturell kann zwischen dem Ortskern, welcher sich im Bereich Hauptstraße und Schachenbühlstraße befindet, und den integrierten Wohngebietslagen unterschieden werden. In Herrischried gibt es lediglich einen kleinen Elektroanbieter im Ortskern, welcher ein vorhabenrelevantes Nonfood-Sortiment aufweist.[36] Dieser Anbieter weist keine ausgeprägte Wettbewerbsbedeutung für das Projektvorhaben in St. Blasien auf.

---

[34] In nicht-integrierten Gewerbegebietslagen besteht kein vorhabenrelevanter Angebots-/Wettbewerbsbesatz.

[35] Lediglich die ortsansässigen Lebensmittelmärkte (Edeka Schmidt, Isele) bieten u.a. auch ein marktübliches Teilsortiment u.a. aus dem Drogeriewaren- und Tiernahrungsbereich etc. an.

[36] Daneben bietet auch hier ein ortsansässiger Lebensmittelmarkt (Edeka Schmidt) ein marktübliches Teilsortiment u.a. aus dem Drogeriewaren- und Tiernahrungsbereich an.

Albbruck mit Dogern

Zwischen Waldshut-Tiengen und Laufenburg (Baden) liegen die siedlungsräumlich verbundenen Gemeinden Albbruck und Dogern. Sie stellen beide zwar keine zentralen Orte dar, können jedoch durch ihre verkehrsgünstige Lage an der B 34 und der Nähe zur Schweiz profitieren. Der Ortskern von Albbruck befindet sich rund um den Rathausplatz, der von Dogern rund um die Kirchstraße. Vorhabenrelevante Anbieter gibt es dort jeweils nicht.

Vorhabenrelevant ist einerseits ein kleiner Fachmarktstandort an der Eisenbahnstraße unweit nordöstlich des Albbrucker Ortskerns. Dort sind u.a. ein Rossmann Drogeriemarkt, ein Tedi Nonfood-Discounter sowie ein ZG Raiffeisenmarkt situiert. Ebenfalls wettbewerbsrelevant ist ein kleiner Fachmarktstandort in Gewerbegebietslage von Dogern unweit nordwestlich davon. Dort befinden sich ein Sonderpreis Baumarkt und eine Möbelhaus mit einem relativ ausgeprägten Haushaltswaren- wie auch Heimtextil-Teilsortiment.

Lenzkirch

Das Kleinzentrum Lenzkirch befindet sich rd. 20-25 km nordöstlich von St. Blasien und ist über die L 149, die B 500 und die B 315 in rund 25 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Der Ortskern von Lenzkirch befindet sich im Kreuzungsbereich der Freiburger Straße/Kolumban-Kayser-Straße (=B 315) und der Schwarzwaldstraße. Dort befindet sich auch der komplette Einzelhandelbesatz des Ortes. Vorhabenrelevant sind dabei lediglich ein NKD Bekleidungsfachmarkt sowie ein kleiner Elektro-/Dekoladen (Schropp).[37]

Zell i. Wiesental

Das Kleinzentrum Zell i. W. befindet sich rd. 30 km südwestlich von St. Blasien und ist über verschiedene Landstraßen und die B 317 in ca. 35 Pkw-Fahrminuten von dort aus zu erreichen. Die Zeller Innenstadt befindet sich entlang und im Umfeld der von der B 317 abzweigenden Schopfheimer /Kirchstraße sowie der querenden Schönauer Straße und Teichstraße. Dort befindet sich auch der wesentliche Einzelhandelbesatz des Ortes. Vorhabenrelevant ist dabei lediglich ein NKD Bekleidungsfachmarkt in zentraler Innenstadtlage.[38]

Görwihl

Das Kleinzentrum Görwihl befindet sich rd. 20-25 km südlich von St. Blasien und ist über verschiedene Kreis- und Landstraßen in etwa 25 min von St. Blasien erreichbar. Der Ortskern der Gemeinde Görwihl befindet sich im Bereich Hauptstraße und Kirchstraße. Dort konzentriert sich zwar ein Großteil des lokalen Nutzungsbesatzes[39], der direkte Wettbewerbsbesatz ist jedoch begrenzt. Abgesehen von einzelnen Lebensmittelhandwerksbetrieben und -spezialbetrieben (u.a. Naturkost) gibt es dort lediglich noch einen kleinen Elektroladen sowie einen (sehr) kleinen Schreibwarenladen. Die Wettbewerbsbedeutung dieser Betriebe ist durchwegs begrenzt.[40]

---

[37] Ergänzend dazu ist auf einen Edeka Schmidt-Supermarkt und einen Norma Lebensmitteldiscounter zu verweisen, die beide u.a. auch über ein Drogeriewarenangebot verfügen.

[38] Ergänzend dazu ist auf verschiedene, großteils in der Innenstadt situierte Lebensmittelmärkte (Edeka und Aldi, hinzu kommt ein Penny-Markt außerhalb davon) zu verweisen, die u.a. jeweils auch über ein Drogeriewarenangebot verfügen.

[39] Einzelhandel sowie ergänzende Nutzungen aus dem Dienstleistungs- und Gastronomiebereich etc.

[40] Außerhalb des Ortskerns kommt noch ein Edeka Supermarkt (inkl. angeschlossener Bäckerei) hinzu. Dieser ist ebenfalls nur begrenzt wettbewerbsbedeutsam.

3 Prüfung der raumordnerischen Verträglichkeit

In Bezug auf die detaillierte landesplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten bildet der Landesentwicklungsplan (LEP) Baden-Württemberg 2002 die zentrale Grundlage. Projektbezogen stellen allein die beiden beide Vorhaben Edeka und Action Einzelhandelsgroßprojekte dar. Bei den zusätzlich geplanten Fachmärkten aus den Bereichen Drogerie, Bekleidung und Schuhe handelt es sich zwar nicht um großflächige Einzelhandelsvorhaben, dennoch werden vorliegend auch diese Anbieter – basierend auf im Vorfeld stattgefundenen Abstimmungsgesprächen mit Trägern öffentlicher Belange (u.a. IHK, Handelsverband) – im Rahmen eines worst-case-Ansatzes mit einbezogen.[41] Hinsichtlich einer Beurteilung der raumordnerischen Verträglichkeit großflächiger Einzelhandelsbetriebe werden folgende Prüfkriterien genannt:

- die städtebaulich integrierte Lage des Standortes (Städtebauliches **Integrationsgebot**)
- die Ausrichtung von Umfang und Zweckbestimmung der beiden Ansiedlungsvorhaben nach der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe, bezogen auf die zentralörtliche Funktion und den zentralörtlichen Versorgungsbereich (**Konzentrations**- sowie **Kongruenzgebot**)
- die Vermeidung von Beeinträchtigungen des städtebaulichen Gefüges und der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich (**Beeinträchtigungsverbot**).

Hierbei ist nochmals darauf hinzuweisen, dass es sich lediglich bei Edeka und Action um großflächige Einzelhandelsbetriebe handelt, welche der Steuerung der Raumordnung unterliegen. Die weiteren vorgesehenen Fachmarktkonzepte sind hinsichtlich ihrer geplanten Verkaufsflächengröße nicht großflächig. I.S. einer worst-case Analyse werden sie dennoch raumordnerisch geprüft. [42]

3.1 Städtebauliches Integrationsgebot

Das im LEP Baden-Württemberg aufgestellte Integrationsgebot besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden sollen. Städtebaulich integrierte Standorte im Sinne des LEP sind nur solche Standorte, die der Erhaltung und Belebung der Innenstädte dienen bzw. dazu beitragen. Voraussetzung ist ein enger räumlicher und funktionaler Zusammenhang mit dem bzw. den zentralen Einkaufsbereichen der Standortgemeinde. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

Der Vorhabenstandort „Neue Mitte“ ist dem traditionellen Stadtzentrum der Standortkommune St. Blasien zugehörig, der Vorhabenstandort „Kugelrain“ kann als stadtzentrumsnaher, gut integrierter Ergänzungsstandort ebenfalls dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt St. Blasiens zugerechnet werden. Dies ist u.a. damit zu begründen, dass sich beide innerstädtischen Teilbereiche in Nahlage zueinander befinden und mit verschiedenen Mobilitätsarten gut miteinander verbunden sind. Dies gilt für den Pkw, aber auch für Fahrradfahrende und Fußgänger*innen. Über die Friedhofstraße liegen beide Standortbereiche nur rd. 5 Gehminuten voneinander entfernt. Auch funktional ergänzen sich beide Standortbereiche bereits heute recht gut. Während im traditionellen Stadtzentrum entlang der Hauptstraße schwerpunktmäßig klassische zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, wird die innerstädtische Nahversorgung (und darüber hinaus) im Wesentlichen durch die beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Lidl am Standort Kugelrain

[41] Vgl. Kap. 1
[42] Vgl. hierzu auch Kap. 1

gewährleistet. Es besteht somit bereits heute eine enge und direkte Verflechtung des traditionellen Stadtzentrums mit dem Ergänzungsstandort „Kugelrain“. Die Vorhaben an beiden Vorhabenstandorten dienen gezielt zur funktionalen Abrundung und Stärkung der Innenstadt St. Blasiens[43] (vgl. hierzu auch Kap. 2.1.2). Während sich im traditionellen Stadtzentrum die hinsichtlich ihrer Preisgestaltung hochwertiger positionierten Einzelhandelsanbieter konzentrieren, kann sich der Vorhabenstandort „Kugelrain“ durch das Projektvorhaben als Ergänzungsstandort mit Schwerpunkt (Fachmarkt-)Anbieter aus dem Discountbereich etablieren. Von der Ergänzung des Gesamtangebotes in Verbindung mit den zu erwartenden Austauscheffekten können die Innenstadt wie auch der Gesamtversorgungsstandort St. Blasien profitieren.

Die beiden Vorhabenstandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ können als geplantes innerstädtisches Zentrum (zentraler Versorgungsbereich) und damit auch als städtebaulich integriert eingestuft werden. Sie stellen gut miteinander verbundene Standortbereiche dar, die sich funktional ergänzen und in Summe als ein anziehungsstarker, breit aufgestellter zentraler Versorgungsbereich im Zentrum St. Blasiens eingestuft werden können. Vom geplanten Gesamtangebot kann dieses innerstädtische Zentrum als Verbund beider Standortbereiche insgesamt profitieren.

3.2 Konzentrationsgebot

Gemäß der Landesplanung Baden-Württemberg sollen sich Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

St. Blasien ist im Regionalplan Hochrhein-Bodensee als Unterzentrum ausgewiesen.[44] Die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit zulässig und entspricht den landesplanerischen Zielsetzungen.

3.3 Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot fordert, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentrale-Orte-System einfügen. Gemäß LEP Baden-Württemberg soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Als allgemein anerkannter Orientierungsrahmen, bei dem von einer Verletzung des Kongruenzgebotes ausgegangen wird, hat sich folgende Regelung etabliert: werden mehr als rd. 30 % des Umsatzes durch Kund*innen von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erzielt, so ist eine unerwünschte Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich bzw. der Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte anzunehmen.

3.3.1 Umsatzermittlung der geplanten Einzelhandelsbetriebe bzw. Sortimente

Die Umsatzermittlung der an den Standorten „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ geplanten Einzelhandelbetriebe basiert auf einen realitätsnahen worst-case-Ansatz und basiert auf dem Marktanteilkonzept. Dieses Modell bestimmt das maximal am Standort zu erwartende Umsatzvolumen anhand der erzielbaren Marktanteile im

[43] Gemäß Aussagen des RP Freiburg bzw. dem RV Hochrhein-Bodensee bei einem Vorhaben-Call im Mai 2025 bestehen konkrete Überlegungen von Seiten der Regionalplanung, den zentralörtlichen Versorgungskern St. Blasiens bis zum Standort Kugelrain im Rahmen der Fortschreibung auszuweiten. Eine entsprechende Weiterentwicklung, auch im Einzelhandelsbereich, wäre demnach auch dort ausdrücklich gewünscht.

[44] Vgl. hierzu auch Kap. 2.1.1

Einzugsgebiet.[45] Neben der Ermittlung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich mit dem Marktanteilkonzept außerdem die perspektivische Umsatzherkunft herleiten. Somit kann mit Hilfe des Marktanteilkonzeptes der Frage nachgegangen werden, ob sich das Planvorhaben vornehmlich aus dem Verflechtungsbereich speist oder umfangreiche Zuflüsse aus dem Umland erforderlich sind.

In einer Gegenprüfung wurden die zu erwartenden Jahresumsätze der geplanten Betriebe zunächst unter Ansatz der geplanten Gesamt-Verkaufsflächengrößen sowie marktüblicher Flächenproduktivitätswerte[46] auf ihre Betriebswirtschaftlichkeit geprüft. Das Ergebnis dieser Berechnungen wird im nachfolgenden Kapitel 4.3.2 sortimentsweise dargestellt, um so den Erfüllungsgrad des Kongruenzgebotes transparent aufzuzeigen.

Erläuternd ist anzumerken, dass die Berechnung der sortimentsweise zu erwartenden Jahresumsätze betriebsübergreifend erfolgte. Dies ist damit zu begründen, dass z.B. Action eine ganze Reihe unterschiedlichster Sortimente anbietet – u.a. auch Lebensmittel wie Edeka, Drogeriewaren wie dm oder auch Bekleidung wie die geplanten Bekleidungsfachmärkte (vgl. Kap. 1). In Bezug auf Action ist zudem anzumerken, dass die ermittelten Umsätze – gemäß angenommenem worst-case-Ansatz – auf den jeweiligen Maximalwerten der Flächen-/Umsatzzusammensetzung fußt.

Wichtige Rahmenbedingungen bei der Ermittlung der sortimentsbezogenen Umsätze waren folgende, besonders vorhabenrelevante Aspekte:

- Attraktivität der geplanten Anbieter an den Standorten „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ sowie deren z.T. begrenzte Anziehungskraft
- ländlich geprägtes Umland mit geringer Einwohnerdichte[47]
- durchwegs unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau der Einwohnenden St. Blasiens und den Gemeinden des überörtlichen Verflechtungsbereiches[48]
- begrenztes überörtliches Einzugsgebiet durch weite Entfernungen und lange Anfahrtswege
- kaufkraftstarke Schweizer Bevölkerung in St. Blasien entfernungsbedingt nicht mehr von nennenswerter Bedeutung
- teils recht ausgeprägte Wettbewerbssituation – dies gilt v.a. im Lebensmittel- sowie nachgeordnet auch im Drogeriewarenbereich auch für den überörtlichen Verflechtungsbereich – sowie vereinzelt sehr starke Wettbewerbsstandorte im (weiteren) Umland[49].

3.3.2 Kaufkraft-/Umsatzherkunft

Gemäß der Tabelle „2.1-1 Zentrale Orte und Verflechtungsbereiche“ im Regionalplan Hochrhein-Bodensee umfasst der in Bezug auf das Kongruenzgebot relevante Verflechtungsbereich des Unterzentrums St. Blasien neben St. Blasien selbst auch die Gemeinden Bernau im Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos.[50] Verflechtungsbereich und Einzugsgebiet der Projektvorhaben sind, das zeigen auch nachfolgende Tabellen, im Wesentlichen identisch. Dies ist u.a. auch damit zu begründen, dass mit den geplanten Einzelhandelsbetrieben ein attraktives Gesamtangebot entsteht, von dem nicht nur ausgeprägte gegenseitige Kundenaustauscheffekte zu erwarten sind, sondern dass in seiner Gesamtheit nicht

[45] Das Einzugsgebiet bzw. insbesondere der geplanten Einzelhandelbetriebe beschränkt sich im Wesentlichen auf den Verflechtungsbereich des Unterzentrums St. Blasien (vgl. nachfolgende Tabellen).

[46] Vgl. hierzu u.a. Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden-Württemberg, EHI Handelsdaten etc.

[47] In St. Blasien leben aktuell ca. 3.830, im gesamten Verflechtungsbereich ca. 13.155 Einwohner*innen (vgl. Kap. 2.1).

[48] Die Kaufkraftkennziffer lieg in St. Blasien bei 80,5 (vgl. Kap. 2.1) und in den weiteren Gemeinden des zugeordneten Verflechtungsbereiches zwischen 84,3 (Todtmoos) und 97,0 (Höchenschwand).

[49] Vgl. Kap. 2.2

[50] Der im Regionalplan Hochrhein-Bodensee ausgewiesene Verflechtungsbereich St. Blasiens ist, wie bereits in Kap. 1 erläutert, zwar nicht rechtsverbindlich, entspricht jedoch den im LEP Baden-Württemberg formulierten Vorgaben zur angestrebten Versorgungsbedeutung von Unterzentren. Für vorliegende Analysezwecke kann er demnach u.E. herangezogen werden.

nur die Standortkommune selbst, sondern auch die angeführten Umlandkommunen erschließen können wird. Dies gilt für das Gesamtvorhaben wie auch die einzelnen, zugehörigen, auch bereits für sich genommen anziehungsstarken Betriebe/Anbieter.

Die Berechnung des Kaufkraftpotenzials[51] in den vorhabenrelevanten Sortimentsbereichen in der Standortkommune St. Blasien und den weiteren Kommunen im Verflechtungsbereich erfolgt auf der Basis der sortimentsspezifischen, einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben[52], der aktuellen Einwohner*innenzahlen und der lokalen Kaufkraftkennziffern[53]. Diese stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

Einwohnerdaten[54]

- St. Blasien: 3.828 Einwohner*innen
- weiterer Verflechtungsbereich: 9.324 Einwohner*innen

Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben

- Lebensmittel: 2.761 € pro Kopf und Jahr
- Drogerie-/Parfümeriewaren: 530 € pro Kopf und Jahr
- Bekleidung/Wäsche: 507 € pro Kopf und Jahr
- Schuhe/Lederwaren: 188 € pro Kopf und Jahr
- Hausrat/GPK/Dekoartikel: 111 € pro Kopf und Jahr
- Baumarktartikel: 277 € pro Kopf und Jahr
- Elektrowaren: 282 € pro Kopf und Jahr.

Kaufkraftkennziffern:

- St. Blasien: 80,5
- Bernau im Schwarzwald: 89,9
- Dachsberg: 95,8
- Häusern: 95,2
- Höchenschwand: 97,0
- Ibach: 93,5
- Todtmoos: 84,3.

Die darauf basierenden, zur Überprüfung des Kongruenzgebotes notwendige Umsatzzusammensetzung und -herkunft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten/Sortimentsbereichen zeigen nachfolgende Tabellen[55]:

[51] Das Kaufkraftpotenzial entspricht den monetären Mitteln (in Mio. € p.a.) der Bevölkerung im Einzugsgebiet, die den Einwohner*innen insgesamt für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

[52] Berechnungen: CIMA Beratung + Management GmbH 2025, Basis Statistisches Bundesamt

[53] Die Kaufkraftkennziffer bezeichnet die Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner*innen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. MB Research, 2024; Bundesdeutscher Durchschnitt entspricht Index=100

[54] Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 3. Quartal 2024

[55] Hierbei ist nochmals auf den in Kap. 3.3 erläuterten Orientierungswert von etwa 30 % zu verweisen: werden mehr als rd. 30 % des Umsatzes des betrachteten Sortimentsbereiches bzw. Projektvorhabens durch Kund*innen von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erzielt, so ist von einer unerwünschten Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich bzw. der Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte auszugehen.

Lebensmittel

Die insbesondere bei Edeka sowie nachgeordnet auch bei dm und Action angebotenen Lebensmittel generieren zusammen einen Jahresumsatz von max. 9,1 Mio. €.[56]

Tabelle 4: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Lebensmittelbereich

LEBENSMITTEL	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 8,5 Mio. €	ca. 55 %	ca. 4,7 Mio. €	**ca. 51 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 23,8 Mio. €	ca. 13-14 %	ca. 3,1-3,2 Mio. €	**ca. 35 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 1,2-1,3 Mio. €	**ca. 14 %**
Lebensmittel gesamt			**ca. 9,1 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Rd. 86 % dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien erwirtschaftet werden.[57] Weitere ca. 14 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.[58]

Ergänzend hierzu kann angemerkt werden: Der dargestellte bzw. den Berechnungen zugrunde gelegte Verflechtungsbereich St. Blasiens, der nicht nur die Stadt selbst, sondern auch die umliegenden Kommunen Bernau im Schwarzwald, Dachsberg, Häusern, Höchenschwand, Ibach und Todtmoos umfasst, ist auch für den Lebensmittelbereich als besonders nahversorgungsbedeutsames Sortiment des kurzfristigen, täglichen Bedarfs plausibel. Dies ist damit zu begründen, dass beim geplanten Edeka-Markt mit mind. 2.400 m² Verkaufsfläche ein entsprechend umfassendes und diversifiziertes, tiefes und breites Lebensmittelangebot offeriert werden kann. Dieses gibt es in vergleichbarer Form in den Umlandgemeinden nicht und ist (einwohnerbedingt) auch nicht zu erwarten. Der geplante Edeka-Markt wird daher voraussichtlich eine entsprechend hohe Anziehungskraft entfalten können. Mit seinem sehr umfassenden Lebensmittelangebot ist er einerseits in der Lage, die bestehenden Versorgungsdefizite einzelner Gemeinden (z.B. Ibach, Dachsberg), aber andererseits auch erkennbare Lücken in der Vollversorgung der weiteren Gemeinden – trotz eines teilweise bestehenden, aber im Vergleich weniger umfassenden Lebensmittelangebot – aufzufangen und zu ergänzen. Insofern sind auch aus diesen angrenzenden und i.d.R. innerhalb weniger Fahrminuten erreichbarer Gemeinden mindestens nennenswerte, teils sogar recht ausgeprägte Einkaufsorientierungen zum geplanten Edeka-Markt in St. Blasien nachvollziehbar bzw. anzunehmen. Dies gilt umso mehr, wenn man die weiteren bestehenden und geplanten Versorgungsangebote in St. Blasien bzw. im Nahumfeld des Edeka-Marktes berücksichtigt, durch die nennenswerte Kopplungseffekte zu erwarten sind.

Drogeriewaren

Die bei dm sowie nachgeordnet auch bei Action und Edeka angebotenen Drogeriewaren erwirtschaften zusammen einen Jahresumsatz von max. 3,8-3,9 Mio. €.[59] Ca. 83 % dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien generiert

[56] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.

[57] Wie bereits in Kap. 1 erläutert, ist der im Regionalplan Hochrhein-Bodensee ausgewiesene Verflechtungsbereich St. Blasiens zwar nicht rechtsverbindlich, er entspricht jedoch den im LEP Baden-Württemberg formulierten Vorgaben zur angestrebten Versorgungsbedeutung von Unterzentren. Für Analysezwecke, wie vorliegend der Fall, kann er herangezogen werden. Hinzu kommt, dass die im Regionalplan Hochrhein-Bodensee erfolgte Abgrenzung auch aus marktwirtschaftlicher Sicht als plausibel und nachvollziehbar zu bewerten ist.

[58] Bei alleiniger Betrachtung des Edeka-Marktes würden sich die Marktanteile und damit auch die Marktdurchdringung im untersuchungsrelevanten Lebensmittelbereich durchwegs nochmals etwas reduzieren.

[59] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.

werden. Weitere ca. 17 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

Tabelle 5: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Drogeriewarenbereich

DROGERIEWAREN	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 1,6 Mio. €	ca. 70-73 %	ca. 1,1-1,2 Mio. €	**ca. 30 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 4,6 Mio. €	ca. 44-46 %	ca. 2,0-2,1 Mio. €	**ca. 53 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,6-0,7 Mio. €	**ca. 17 %**
Drogeriewaren gesamt			**ca. 3,8-3,9 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Bekleidung

Der insbesondere bei den beiden geplanten Textilfachmärkten und Action angebotene Bekleidungsbereich generiert in Summe einen Jahresumsatz von max. 1,6 Mio. €.[60] Ca. 80 % dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien erwirtschaftet werden. Weitere ca. 20 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

Tabelle 6: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Bekleidung

BEKLEIDUNG	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 1,6 Mio. €	ca. 20-25 %	ca. 0,3-0,4 Mio. €	**ca. 22 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 4,4 Mio. €	ca. 20-21 %	ca. 0,9 Mio. €	**ca. 58 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,3-0,4 Mio. €	**ca. 20 %**
Bekleidung gesamt			**ca. 1,6 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Schuhe

Die hauptsächlich von Deichmann angebotenen Schuhe generieren einen Jahresumsatz von ca. 0,7 Mio. €.

Tabelle 7: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Schuhe

SCHUHE/LEDERWAREN	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 0,6 Mio. €	ca. 24-26 %	ca. 0,1-0,2 Mio. €	**ca. 21 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 1,6 Mio. €	ca. 20-22 %	ca. 0,3-0,4 Mio. €	**ca. 50 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,2 Mio. €	**ca. 29 %**
Schuhe gesamt			**ca. 0,7 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Rd. 71 % dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien erwirtschaftet werden. Weitere ca. 29 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

[60] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.

Hausrat/GPK/Dekoartikel

Die vornehmlich von Action angebotenen Hausrat-/GPK-/Dekoartikel generieren einen Jahresumsatz von max. 0,9 Mio. €.[61] Ca. 72 % dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien erwirtschaftet werden. Weitere ca. 28 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

Tabelle 8: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Angebotsbereich Hausrat/GPK/Deko

HAUSRAT/GPK/DEKO	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 0,3-0,4 Mio. €	ca. 55 %	ca. 0,2 Mio. €	**ca. 22 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 1,0 Mio. €	ca. 45 %	ca. 0,4-0,5 Mio. €	**ca. 50 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,2-0,3 Mio. €	**ca. 28 %**
Hausrat/GPK/Deko gesamt			**ca. 0,9 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Baumarktartikel

Der insbesondere bei Action angebotene Baumarktbereich generiert in Summe einen Jahresumsatz von max. 0,6 Mio. €.[62] [63]

Tabelle 9: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Baumarktbereich

BAUMARKTARTIKEL	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 0,9 Mio. €	ca. 20-25 %	ca. 0,2 Mio. €	**ca. 33 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 2,4 Mio. €	ca. 12-13 %	ca. 0,3 Mio. €	**ca. 50 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,1 Mio. €	**ca. 17 %**
Baumarktartikel gesamt			**ca. 0,6 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Rd. 83% dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien erwirtschaftet werden. Weitere ca. 17 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

Elektrowaren

Der Elektrowarenbereich (v.a. bei Action) generiert in Summe einen Jahresumsatz von max. 0,6 Mio. €.[64] Rd. 83% dieses Umsatzes können dabei innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereiches des Unterzentrums St. Blasien generiert werden. Weitere ca. 17 % entfallen auf Einwohner*innen von außerhalb davon, d.h. aus weiteren Umlandgemeinden bzw. Streuumsätze durch Tourist*innen/Tagesgäste, Pendelnde etc.

[61] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.
[62] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.
[63] Die bei Edeka vorgesehene sog. Männerwelt mit Baumarktartikeln wird bewusst in dieser Prüfung nicht untersucht.
[64] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.

Tabelle 10: Marktabschöpfungsquoten und Umsätze nach Herkunft im Elektrobereich

ELEKTROARTIKEL	Kaufkraft p.a.	Marktanteil	Jahresumsatz	Umsatzherkunft
St. Blasien	ca. 0,9 Mio. €	ca. 15-20 %	ca. 0,1-0,2 Mio. €	**ca. 25 %**
weiterer Verflechtungsbereich	ca. 2,4 Mio. €	ca. 14-15 %	ca. 0,3-0,4 Mio. €	**ca. 58 %**
außerhalb des Verflechtungsbereichs	unbekannt		ca. 0,1 Mio. €	**ca. 17 %**
Elektroartikel gesamt			**ca. 0,6 Mio. €**	**100 %**

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Sonstige Randsortimente

Alle weiteren Sortimente/Sortimentsbereiche[65], die allesamt auf vergleichsweise kleinen Flächen als nachrangiges Teilsortiment angeboten werden, erreichen in der Maximalvariante Jahresumsätze von je max. 0,3 Mio. €.[66] Sie wurden entsprechend von der Prüfung ausgenommen (vgl. Kap. 1). Es ergeben sich durchwegs nur geringe Kaufkraftabschöpfungsquoten. Ein Überschreiten der 30 %-Abschöpfungsgrenze von außerhalb des Verflechtungsbereiches ist nicht zu erwarten bzw. kann auch ohne Detailberechnung durchwegs ausgeschlossen werden.

Zusammenschau

Aufgrund der sehr breit gefächerten sortimentsspezifischen Ausrichtung des Anbieters Action (vgl. Kap. 1) sowie auch aufgrund der besonderen Bedeutung dieses Anbieters für die angestrebte Änderung des betreffenden Bebauungsplanes kann ergänzend dazu angeführt werden, dass die Teilumsätze von Action in den angebotenen Sortimenten maximal die oben angeführten Umsätze (vgl. hierzu auch nachfolgende Tabelle 13) und damit auch Marktdurchdringung erreichen werden, da Action als über die unmittelbare Nahversorgung hinausgehender Teil des Gesamtvorhabens auch das gleiche Einzugsgebiet erschließen können wird. Insofern kann eine Erfüllung des Kongruenzgebotes ohne eine dezidierte Aufführung der Marktanteile für Action bzw. die von diesem Anbietern angebotenen Sortimente konstatiert werden.

Im Ergebnis kann festgehalten werden, dass der als Prüfungsmaßstab dienende Orientierungswert/-rahmen[67] durchwegs als eingehalten beurteilt werden kann. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes ist somit nach gutachterlicher Einschätzung bei keinem der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche und damit auch weder beim geplanten Edeka Supermarkt, bei Action noch bei den verschiedenen, zusätzlich vorgesehenen nicht großflächigen Fachmärkten gegeben.[68] Somit erfüllen sowohl die am Vorhabenstandort „Neue Mitte“ wie auch die am Vorhabenstandort „Kugelrain“ avisierten Einzelhandelbetriebe bzw. Sortimente das Kongruenzgebot.

[65] Also u.a. Heimtextilien, Spielwaren, Gartenbedarf, Sportartikel etc.
[66] Bei Ansatz des Maximalwerts des Verkaufsflächenanteils von Action in diesem Sortimentsbereich.
[67] Vgl. einführende Erläuterung in Kap. 3.3
[68] Insbesondere bei Action ist nochmals darauf hinzuweisen, dass sich die Ermittlung der Umsatzleistung und damit Umsatzherkunft auf die maximal je Sortiment mögliche Verkaufsfläche bezieht.

3.4 Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot besagt laut LEP Baden-Württemberg, dass ein Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungskerne bzw. auch zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht nachhaltig beeinträchtigen darf. Gemäß LEP Z 3.3.7.2 dürfen Einzelhandelsgroßprojekte weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. LEP Z 3.3.7.1 besagt zudem, dass die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden dürfen.

Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder anderer zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich werden i.d.R. dann beeinträchtigt, wenn in Folge von Neuansiedlungen, Verlagerungen oder Erweiterungen Umsatzverluste bzw. Umsatzumverteilungen in Höhe von etwa 8-10 % erreicht werden. Ab dieser Schwelle sind Umverteilungen als potenziell kritisch und damit abwägungsrelevant zu bewerten. Ergänzend dazu soll eine ganzheitliche Sichtweise, bei der neben dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden, eine sachgerechte Einordnung sicherstellen.[69]

3.4.1 Prüfung versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen der in St. Blasien geplanten Projektvorhaben

3.4.2 Vorbemerkung

Bei der Bewertung von Projektvorhaben bzw. bei der Berechnung der damit einhergehenden Umsatzumverteilungswirkungen geht die cima von einem realitätsnahen worst-case-Ansatz aus. Dieser legt, wie bereits oben erläutert, den unter Berücksichtigung der marktanalytischen Bedingungen (Wettbewerbssituation im Umfeld, Einzugsgebiet, Standortlage etc.) theoretisch maximal erwartbaren Umsatz (je Sortiment/Sortimentsbereich) zugrunde, der aus Gutachtersicht am Vorhabenstandort vom Planvorhaben generiert werden kann. Auf dieser Grundlage sind die theoretisch maximal zu erwartenden Auswirkungen auf die Einzelhandelsstrukturen vor Ort sowie im Umland zu simulieren. Der Fokus dieser Prüfung liegt auf einer möglichen Schädigung zentraler Orte, zentralörtlicher Versorgungskerne bzw. auch den wohnortnahen Versorgungsstrukturen.

Auch bei den Projektvorhaben in St. Blasien fand die Umsatzermittlung (vgl. Kap. 3.3.1) auf Basis eines realitätsnahen worst-case-Ansatz statt. Hierfür wurde das Marktanteilmodell verwendet. Im Falle des Nonfooddiscounters Action wurde dabei sogar die Maximalvariante zu Grunde gelegt, d.h. es wurden die Maximalverkaufsflächen und auch die darauf erzielbaren Umsätze angelegt – wenngleich die jeweiligen Obergrenzen der Sortimentsverkaufsflächen maximal zeitweise erreichen und die Real-Jahresumsätze in den Einzelsortimenten daher durchwegs niedriger zu erwarten sind.

Städtebaulich schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und Entwicklung der zentralen Versorgungskerne der Standortkommune St. Blasien oder anderer Orte im Untersuchungsgebiet sind i.d.R. dann anzunehmen, wenn in Folge der Realisierung des jeweiligen Planvorhabens – wie oben erläutert – ein Umsatzverlust die Abwägungsschwelle (etwas 8-10 %) überschreitet.

Zu beachten ist, dass nicht jede Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung darstellt, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant.

[69] Dies bedeutet: Die Umverteilungen müssen in einer Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung weiterer relevanter Kriterien (z.B. Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereiches, Leistungsfähigkeit der Betriebe, Betroffenheit von Leitbetrieben etc.) standortgerecht eingeordnet und bewertet werden.

Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die sog. städtebauliche Effekte nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung, Störung der Funktionsfähigkeit eines zentralen Ortes etc.).

Die cima, wie auch viele andere Experten, hält die alleinige Orientierung an einem Grenzwert grundsätzlich für problematisch und plädiert für eine ganzheitliche Sichtweise, bei der in Gutachten außer dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden. Die Umverteilungen müssen in einer Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung weiterer relevanter Kriterien (z.B. Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereich, Leistungsfähigkeit der Betriebe, Betroffenheit von Leitbetrieben etc.[70]) standortgerecht eingeordnet und bewertet werden.[71]

Die cima sieht jegliche quantitative Bewertung nur im Zusammenhang mit einer qualitativen Einschätzung der städtebaulichen Situation als sinnvoll an. Daher wurden die im Wettbewerb zu den beiden Projektvorhaben stehenden Standorte und zentralen Versorgungsbereiche auch dahingehend untersucht.[72] Zu den dort angewandten Bewertungskriterien gehören insbesondere die Fragen, ob es sich bei den zu untersuchenden zentralen Versorgungkernen um vorgeschädigte oder stabile Bereiche handelt und ob das Vorhaben die Funktionsfähigkeit der Zentren, oder aber sonstiger Versorgungsstandorte bzw. der zentralen Orte insgesamt, beeinträchtigen kann.[73]

3.4.3 Wirkungsanalyse

Es ist davon auszugehen, dass als Folge der geplanten Neuansiedlungen der verschiedenen Fachmärkte bzw. auch der Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Edeka-Marktes Umsatzumverteilungen innerhalb des jeweiligen Untersuchungsgebietes ausgelöst werden. Diese sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse zu ermitteln und zu bewerten.

Die in Kap. 3.3.1 ermittelten Jahresumsätze in den vorhabenrelevanten Sortimenten stellen sich nochmals zusammengefasst folgendermaßen dar:

---

70 Vgl. hierzu u.a. BVerwG 4 C7.07 vom 11.10.2007

71 Vgl. OVG NRW Az. 7a D 60/99.DE vom 7.12.2000, S. 53ff. Die cima sieht bereits bei Umverteilungsquoten von 8 % eine detaillierte Betrachtung der Auswirkungen als unabdingbar an.

72 Prüfungsrelevant sind eigentlich nur die beiden großflächigen Anbieter Edeka und Action. Obwohl es sich bei den zusätzlich geplanten Fachmärkten aus den Bereichen Drogerie, Bekleidung und Schuhe nicht um großflächige Einzelhandelsvorhaben handelt, und diese damit nicht prüfungsrelevant wären, werden diese Anbieter im Rahmen eines von den Trägern öffentlicher Belange (u.a. IHK, Handelsverband) gewünschten worst-case-Ansatzes mit überprüft.

73 Die nachfolgend dargestellten Umsatzverlagerungswerte stellen immer Maximalwerte im Sinne eines realitätsnahen worst-case-Ansatzes dar, der spezifische Unternehmerreaktionen der Wettbewerber (z.B. Änderung der Positionierung, Sortimentsanpassungen, Modernisierungen, Marketing, etc.) im Sinne eines verhaltenstheoretischen Ansatzes nicht berücksichtigt. Für die Entscheidung einer Betriebsaufgabe, -verlagerung oder Änderung wesentlicher Betriebsmerkmale spielen von den beiden untersuchten Vorhaben unabhängige, interne wie externe Faktoren eine zusätzliche Rolle (z.B. Standortfaktoren, Unternehmensnachfolge, Standortpolitik, etc.).

Tabelle 11: summierte Jahresumsätze der Sortimente aller geplanten Einzelhandelsbetriebe[74]

Sortiment/Sortimentsbereich	summierter Jahresumsatz aller geplanten Betriebe (bei Maximalvariante Action)
Lebensmittel (angeboten von Edeka, dm und Action)	9,1 Mio. € p.a.
Drogeriewaren (angeboten von dm, Edeka und Action)	3,8-3,9 Mio. € p.a.
Bekleidung (angeboten v.a. von den beiden Textilfachmärkten und Action)	1,6 Mio. € p.a.
Schuhe (angeboten von Deichmann)	0,7 Mio. € p.a.
Hausrat/GPK/Dekoartikel (angeboten v.a. von Action)	0,9 Mio. € p.a.
Baumarktartikel (angeboten v.a. von Action)	0,6 Mio. € p.a.
Elektrowaren (angeboten v.a. von Action, Edeka)	0,6 Mio. € p.a.
weitere Teilsortimente[75] (angeboten v.a. von Action)	je weniger als 0,3 Mio. € p.a.

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Die durch die **Umverteilungsprozesse** bedingten Umsatzverluste, die sich bei der Realisierung der beiden zu untersuchenden Projektvorhaben an den Standorten „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ an den einzelnen Standorten im Untersuchungsraum ergeben würden, sind stark an der zu erwartenden Anziehungskraft und an dem im zugrunde zu legenden Untersuchungsgebiet vorhandenen Wettbewerb (vgl. Kap. 2.2) orientiert. Von welchen Standorten der **umzuverteilende Umsatz der Projektvorhaben bzw. projektrelevanten Sortimente** abgezogen wird und wie sich die **Umsatzumverteilungsquoten** rechnerisch im Untersuchungsraum genau darstellen, ist in den nachfolgenden Tabellen für jedes Sortiment im Einzelnen detailliert aufgeführt und anschließend dezidiert begründet bzw. erläutert.

Festgehalten kann dabei bereits an dieser Stelle, dass die zu erwartenden Auswirkungen im Lebensmittelbereich in einem räumlich deutlich enger gefassten Bereich stattfinden werden als dies bei den weiteren projektrelevanten Sortimenten der Fall ist. Dies hat unterschiedliche Gründe: Zunächst ist der Lebensmittelbereich aufgrund seiner herausgehobenen Nahversorgungsbedeutung im Vergleich zu den weiteren vorhabenrelevanten Sortimenten deutlich dichter besetzt. Selbst direkt angrenzende Gemeinden weisen bereits teils recht attraktive Angebotsstrukturen auf. Kund*innen haben demnach in einem vergleichsweise begrenzten Raum ein relativ vielfältige Auswahl. Dies ist bei allen anderen vorhabenrelevanten Sortimenten nicht der Fall. Die wesentlichen Angebotsstrukturen in den weiteren vorhabenrelevanten Sortimenten sind schwerpunktmäßig auf die umliegenden Zentren konzentriert. Dies gilt insbesondere für die besonders vorhabenrelevanten Fachmärkte (vgl. Kap. 2). Kund*innen aus St. Blasien und den umliegenden Kommunen sind daher bisher zumeist darauf angewiesen, bei entsprechenden Einkäufen die (jeweils) umliegenden zentralen Orte anzufahren. Mit der Schaffung des geplanten Angebotes in St. Blasien stellt die Stadt selbst einen wesentlichen Versorgungsschwerpunkt für preisbewusste Kund*innen in den betreffenden Sortimenten dar. Für Kund*innen aus St. Blasien und zahlreichen zwischen St. Blasien und den umliegenden Zentren liegenden Orten ist es mit Eröffnung der geplanten Fachmärkte vielfach interessanter bzw. zumindest ähnlich interessant statt in Titisee-Neustadt, Waldshut-Tiengen, Laufenburg oder anderen Zentren des Umlandes zukünftig in St. Blasien entsprechende Einkäufe zu tätigen. Mit dem bereits bestehenden Einzelhandelsbesatz in St. Blasien und den zusätzlich geplanten, attraktiven Fachmarktstrukturen entsteht ein

[74] Die ermittelten Umsatzleistungen, welche an den Vorhabenstandorten „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ auf Basis des Marktanteilkonzeptes errechnet wurden, reichen aus, um die geplanten Einzelhandelsbetriebe wirtschaftlich auskömmlich betreiben zu können. Hierfür erfolgte eine Plausibilisierung mit Durchschnittswerten der Filialen entsprechender Handelskonzepte.

[75] Dies sind u.a. Schreibwaren, Heimtextilien, Sportartikel, Zoobedarf etc.

anziehungsstarker Gesamtbesatz. Durch die geplanten neuen Fachmärkte sind dementsprechend mehr oder weniger ausgeprägte **Umsatzumlenkungen** aus allen diesen Zentren in Richtung St. Blasien wahrscheinlich. Dies gilt mit Ausnahme des Lebensmittelbereiches für alle geplanten Sortimente/Sortimentsbereiche. Die Angebotsbündelung in St. Blasien und die für Bewohner*innen vieler Umlandkommunen kürzeren oder zumindest gleichweiten Wege[76] unterstützen dies zudem. **Der Wirkungsbereich für die über den Lebensmittelbereich hinausgehenden Sortimente ist demnach räumlich durchwegs recht weit zu fassen.**

Die Grundlage der Einschätzung zu erwartender Umverteilungsprozesse bildet ein annahmebasiertes Prognosemodell. Auf Basis detaillierter Betrachtungen vor Ort werden Kriterien zum Einkaufs- und Ausgabeverhalten der Kund*innen im Raum bewertet und die durch die Planvorhaben hervorgerufene Veränderungen eingeschätzt. Diese maximal am Standort erzielbare Kaufkraftbindung und die damit zusammenhängende Kaufkraftströme/-umverteilungen sind stark von den Wettbewerbsstrukturen im Umfeld abhängig.

In Bezug auf die hauptsächlich betroffenen Wettbewerbsstrukturen ist auch an dieser Stelle nochmals darauf hinzuweisen, dass mit den geplanten und hier zu untersuchenden Anbietern (mit Ausnahme des Edeka-Marktes) insbesondere preisorientierende Anbieter/Fachmärkte in direktem Wettbewerb stehen. Qualitativ wertigere Fachhandelsbetriebe stellen hingegen kaum/keine direkte Konkurrenz zu den geplanten Märkten dar.[77] Der schwerpunktmäßige Einbezug der direkten Wettbewerber in die Wettbewerbsbetrachtung und entsprechend auch in die nachfolgende Auswirkungsanalyse entspricht dem, den Bewertungen zugrunde liegenden, realitätsnahen worst-case-Ansatz. Ein entsprechendes Vorgehen ist in der gutachterlichen Praxis – wie bereits in Kap. 1 erläutert – gängige Praxis und grundsätzlich anerkannt. Dem ergänzend kann außerdem angemerkt werden, dass ein Einbezug aller Betriebe, die sich in ihren Sortimenten mit denen des Planvorhabens überschneiden, rein rechnerisch eine Reduzierung der Umverteilungsquoten bedingen würde. Auch dies ist nicht im Sinne des geforderten realitätsnahen worst-case-Ansatzes.

Das auf den genannten Annahmen basierende Prognosemodell stellt somit ein v.a. qualitatives sowie in Teilen quantitatives Raum-Zeit-Modell bzw. Gravitationsmodell zur Einschätzung bestehender bzw. zukünftiger Einkaufsbeziehungen dar.

Lebensmittel

In Bezug auf das Hauptsortiment des zu untersuchenden Edeka-Marktes[78], also Lebensmittel, ist davon auszugehen, dass sich dieses – als besonders nahversorgungsrelevantes Sortiment – in seiner Anziehungskraft wie auch in Bezug auf die zu erwartenden Auswirkungen im Wesentlichen auf den Verflechtungsbereich des Unterzentrums St. Blasien beschränkt.

Im Lebensmittelbereich ist durch den geplanten Edeka-Markt (inkl. angeschlossener Bäckerei) und die entsprechenden Lebensmittel-Teilsortimente der an den Standorten „Neue Mitte“ bzw. „Kugelrain“ anzusiedelnden Fachmärkte[79] ein Jahresumsatz von ca. 9,1 Mio. € zu erwarten.

Hinsichtlich der städtebaulichen Auswirkungsanalyse, d.h. der Umsatzumverteilungsrechnung, ist zudem Folgendes zu berücksichtigen: Unstrittig ist, dass bei der Ermittlung von Umsatzumverteilungswirkungen die gesamten Effekte eines Einzelhandelsvorhabens betrachtet werden müssen. Dies gilt grundsätzlich auch für Umsiedlungs-/Erweiterungsvorhaben. Der Edeka Schmidt-Markt ist bereits langjährig am Markt platziert. Die Effekte auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen vor Ort und in den betroffenen Umlandgemeinden, die seinerzeit durch die Eröffnung des Lebensmittelmarktes eingetreten sind, haben sich

[76] Nach St. Blasien bzw. zu den weiteren, jeweils umliegenden Zentren.

[77] Entsprechendes wurde in Gesprächen mit einzelnen Betreibern (u.a. Modehaus Schmidt/Schmidt Arkaden in St. Blasien) auch bestätigt. Die geplanten, stark preisorientierten Fachmarktkonzepte sind eher als angebotsergänzend und -abrundend, denn als direkte Wettbewerber mit einem sich nennenswert überschneidenden Kundenstamm zu bewerten.

[78] Inkl. der angeschlossenen Bäckerei. Darüber hinaus weisen auch dm und Action im Randsortiment Lebensmittel auf.

[79] Im Lebensmittelbereich handelt es sich dabei insb. um dm und Action.

zwischenzeitlich bereinigt. Die bereits heute auf der Bestandsfläche erzielten Umsätze können somit als verträglich vorausgesetzt werden. Es ist davon auszugehen, dass die bestehenden Kund*innen auch weiterhin den Edeka Schmidt-Markt aufsuchen werden. Daher ist im Hinblick auf die Wettbewerbsauseinandersetzungen lediglich der durch die Erweiterung neu hinzukommende Umsatz umverteilungsrelevant.[80] Der Bestandumsatz des aktuellen Edeka Schmidt-Markt (inkl. angeschlossener Bäckerei) ist bereits langjährig marktaktiv und löst keine Umverteilungswirkungen mehr aus. Daher kann dieser gegenüber dem zukünftig zu erwartenden Gesamtumsatz in Abzug gebracht werden.[81]

In Summe wird damit durch die Projektvorhaben in St. Blasien im hier untersuchten Lebensmittelbereich ein Jahresumsatz von ca. 3,4 Mio. € p.a.[82] umverteilungsrelevant. Im Lebensmittelbereich ist also zu prüfen, ob durch diesen zusätzlichen Umsatz durch die beim Projektvorhaben geplanten Märkte[83] negative Auswirkungen auf die Versorgungsqualität und die städtebauliche Entwicklung der zentralen Versorgungskerne sowie sonstiger Nahversorgungslagen in St. Blasien oder in den relevanten Umlandgemeinden ausgelöst werden.

Tabelle 12: Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 9,9*	1,1	ca. 11 %	Lidl, nachgeordnet Reformhaus
Sonstige Lagen	ca. 1,2	< 0,1	ca. 4 - 5 %	Getränke Neiss
Häusern				
Ortskern	ca. 1,1	< 0,1	n.n.	nur Lebensmittelhandwerk
Sonstige Lagen	ca. 8,1	0,8	ca. 9 - 10 %	Edeka, Aldi, Getränke Ebner
Höchenschwandt				
Ortskern	ca. 3,6	0,3	ca. 8 %	Schmidts Einkaufsparadies
Sonstige Lagen	ca. 0,7	< 0,1	n.n.	Bauernmarkt
Todtmoos				
Ortskern	ca. 0,7	< 0,1	n.n.	Fein- und Naturkostladen
Sonstige Lagen	ca. 4,7	0,4	ca. 8 - 9 %.	Edeka
Bernau				
Ortskern	ca. 0,5	< 0,1	n.n.	nur Lebensmittelhandwerk
Sonstige Lagen	ca. 0,6	< 0,1	n.n.	Tante Enso
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,4	n.n.	
Gesamtumsatz (Lebensmittel)		**3,4**		

* ohne Edeka-Bestandsumsatz, n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

[80] Beispielhaft würde eine Zugrundelegung der gesamten Verkaufsfläche des Planvorhabens dazu führen, dass die „imaginären“ Umsätze am heutigen Standort zu einem großen Teil gegenüber sich selbst umverteilt werden würden. Von Teilen des Umsatzes am Bestandsstandort würden aber auch die übrigen Marktteilnehmer profitieren. In der Folge erhöhen sich die Umsätze der Wettbewerber leicht und die für die Bewertung wichtigen Umsatzumverteilungsquoten (gemessen am vor Ort getätigten Umsatz) verringern sich. Geringere Umverteilungsquoten repräsentieren eine geringere Beeinflussung des jeweiligen Wettbewerbsstandortes und bilden somit nach Einschätzung der cima nicht mehr den worst-case-Ansatz ab.

[81] Vgl. VGH Mannheim, 5 S 1003/16, juris Rn. 70, 76

[82] 9,1 Mio. € - 5,7 Mio. € = 3,4 Mio. €.

[83] V.a. Edeka sowie nachgeordnet dm und Action.

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Lebensmittelbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** sind gegenüber der **Innenstadt** und den dort ansässigen Wettbewerbern Umsatzumverteilungen von ca. 1,1 Mio. € p.a. anzunehmen. Die sich daraus ergebende Umverteilungsquote liegt bei ca. 11 %. Von den Umsatzumverteilungen wirtschaftlich betroffen wird dabei v.a. der Lebensmitteldiscounter Lidl sein. Dieser weist speziell mit dem geplanten Edeka-Markt die mit Abstand deutlichsten Angebotsüberschneidungen auf. Lidl stellt jedoch einen sehr modernen und wettbewerbsstarken Wettbewerber dar. Durch seine vor Kurzem erfolgte Modernisierung konnte er seine Position weiter festigen. Daher kann plausibel ausgeschlossen werden, dass der Weiterbetrieb bzw. die damit zusammenhängende (Nah-)Versorgungsbedeutung von Lidl durch die Umsetzung des Edeka- bzw. des gesamten Projektvorhabens nennenswert eingeschränkt wird. Dies gilt umso mehr als das Lidl-Umfeld mit Umsetzung des Vorhabens „Kugelrain“ an Angebotsbreite und Attraktivität gewinnen wird, wodurch auch Lidl profitieren wird. Die weiteren Lebensmittelanbieter im Innenstadtbereich sind durchwegs nur marginal betroffen. Ihre Warensortimente überschneiden sich durch ihre hohe Spezialisierung weit weniger als das von Lidl mit denen des Planvorhabens bzw. speziell Edeka. Dementsprechend sind auch die zu erwartenden Auswirkungen gegenüber diesen Anbietern gering. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die Innenstadt St. Blasiens durch die geplante Neuaufstellung von Edeka Schmidt[84] massiv an Anziehungskraft und auch Versorgungsqualität gewinnen wird. Dabei wird nicht nur eine zentral gelegene, städtebauliche Brachfläche und damit das gesamte traditionelle Stadtzentrum aufgewertet und arrondiert, auch das Versorgungsangebot insgesamt im Innenstadtbereich wird in Summe deutlich erweitert und attraktiviert. In der Gesamtbetrachtung können damit in der Innenstadt St. Blasiens sowohl städtebaulich wie auch versorgungsstrukturell relevante Negativauswirkungen ausgeschlossen werden.

  Außerhalb der Innenstadt, in den **sonstigen, durchwegs nahversorgungsbedeutsamen Lagen** der Stadt, sind deutlich niedrigere Umsatzumverteilungen von insgesamt weniger als 0,1 Mio. € p.a. zu erwarten. Die sich daraus ergebende Umverteilungsquote liegt bei niedrigen ca. 4 - 5 %. Negativauswirkungen sind angesichts dieser geringen Werte nicht anzunehmen.

  Im Ergebnis heißt dies, dass im Unterzentrum St. Blasien die durch das Projektvorhaben im Lebensmittelbereich ausgelösten Positiveffekte deutlich höher sein werden als mögliche Negativeffekte.

- In **Häusern** sind im **Ortskern** angebotsbedingt keine nennenswerten wirtschaftlichen sowie auch keine städtebaulich und versorgungsrelevanten Negativauswirkungen anzunehmen. In den **sonstigen Lagen** sind hingegen v.a. durch den dort ansässigen Edeka-Supermarkt und den Aldi-Lebensmitteldiscounter und den entsprechend hohen Angebotsüberschneidungen ebenfalls noch erkennbare wirtschaftliche Negativeffekte zu erwarten. Insgesamt ist von Umsatzverlusten von ca. 0,8 Mio. € p.a. auszugehen. Daraus ergibt sich eine Umverteilungsquote von ca. 9 - 10 %. Trotz der bereits erhöhten Umverteilungsquote können städtebauliche und versorgungsstrukturelle Negativeffekte ausgeschlossen werden. Bei Edeka, auf welchen der Großteil der Umsatzumlenkungen entfällt, handelt es sich lediglich um einen betriebsinternen Wettbewerb, der vom Betreiber Schmidt einkalkuliert sein dürfte. Aldi stellt einen üblicherweise sehr starken Anbieter dar. Dies ist auch für diese Filiale anzunehmen – zumal durch die Lage an der Bundesstraße und den bestehenden Standortverbund gute Rahmenbedingungen aufweist. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass nicht nur Edeka, sondern auch Aldi seine Versorgungsbedeutung weiterhin gut erfüllen wird. Ähnliches gilt auch für Getränke Ebner. Dieser ist angebotsbedingt nicht nur weniger stark betroffen, durch die angeschlossene Brennerei weist er zudem ein zweites starkes Standbein auf. Von einem Weiterbestand ist daher ebenfalls auszugehen.

[84] Sowie nachgeordnet auch von dm mit seinem Lebensmittel-Teilsortiment.

- Auch in **Höchenschwand** wird es ausgehend von dem Vorhaben in St. Blasien noch zu gewissen Umverteilungseffekten kommen. Hauptsächlich betroffen wird dabei das im **Ortskern** ansässige Schmidts Einkaufsparadies sein, welches sich in seinem Angebot deutlich mit dem von Edeka Schmidt überschneidet. In Folge des Projektvorhabens ist daher von Umsatzumverteilungen von ca. 0,3 Mio. € p.a. bzw. von ca. 8 % auszugehen. Durch den noch vergleichsweise überschaubaren Umverteilungsbetrag bzw. -quote in Verbindung mit der räumlichen Entfernung ist nicht davon auszugehen, dass Schmidts Einkaufsparadies in Folge des Projektvorhabens in St. Blasien bzw. speziell dem vergrößerten Edeka-Markt schließen wird. Dementsprechend wird sich die Versorgungsqualität im Ortskern von Höchenschwand in Folge der Vorhabenrealisierung nicht verschlechtern. **Außerhalb des Ortskerns** gibt es lediglich noch einen fest installierten Bauernmarkt. Dieser ist nicht nur gut aufgestellt und offenbar auch gut angenommen[85], sondern wird vom Projektvorhaben in St. Blasien auch nicht nennenswert betroffen sein. Insofern sind hier keine nennenswerten Negativauswirkungen zu erwarten.
- In **Todtmoos** sind im **Ortskern** angebotsbedingt keine bedeutsamen wirtschaftlichen sowie auch keine städtebaulich und versorgungsrelevanten Negativauswirkungen anzunehmen. Die dort ansässigen Lebensmittelspezialanbieter (v.a. Fein- sowie Naturkostladen) werden vom Projektvorhaben in St. Blasien bzw. speziell vom geplanten Edeka Schmidt-Markt nicht mehr nennenswert betroffen sein. Gegenüber den, den **sonstigen Lagen** zuzurechnenden Edeka Schmidt-Markt in Todtmoos sind durch bestehende Angebotsüberschneidungen hingegen noch erkennbare wirtschaftliche Negativeffekte denkbar. Diese belaufen sich voraussichtlich auf max. 0,4 Mio. € p.a. bzw. auf max. 8 - 9 % des Bestandsumsatzes. Dadurch, dass es sich auch hier um einen betriebsinternen Wettbewerb handelt, dürfte auch dieser vom Betreiber Schmidt einkalkuliert sein. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass Edeka seine Versorgungsbedeutung in Todtmoos weiterhin gut erfüllen wird. Gegenüber den weiteren in den sonstigen Lagen bestehenden Betrieben aus dem Lebensmittelhandwerk wird es angebots- und entfernungsbedingt zu keinen nennenswerten Negativauswirkungen mehr kommen.
- Gegenüber den Anbietern in **Bernau**, also einem Bäcker im Ortskern sowie einem Tante Enso 24/7-Supermarkt in sonstiger Lage, sind die zu erwartenden Umverteilungsprozesse angebots- und lagebedingt bereits derart gering, dass Negativauswirkungen ohne weitere Untersuchung ausgeschlossen werden können. Beide Betriebe werden durch das Projektvorhaben in St. Blasien kaum noch tangiert.
- In den **weiteren Umlandkommunen** finden keine größeren Umverteilungsprozesse mehr statt. Hier sind maximal noch geringe Streuumsätze bzw. kleinere Kund*innenumorientierungen denkbar. Versorgungsstrukturell oder städtebaulich relevante Negativauswirkungen werden dabei angesichts des geringen umzuverteilenden Betrages (maximal rd. 0,4 Mio. € p.a.) und der Vielzahl der betroffenen Märkte/ Standorte nicht ausgelöst. Die bestehenden Versorgungsstrukturen sind ungefährdet.

Bei singulärer Betrachtung des Edeka-Marktes ist allein der Lebensmittelbereich prüfungsrelevant[86]. Der auf Edeka entfallende Umverteilungsbetrag reduziert sich – bei Abzug der Lebensmittel-Teilsortimente von dm und Action bzw. den damit erwirtschafteten Umsätzen – auf ca. 2,5 Mio. € p.a. Damit werden perspektivisch nachfolgende Umverteilungsprozesse ausgelöst:

[85] Bei Standortbesichtigung bestand ein reger Kund*innenverkehr.

[86] Mit Blick auf die Verträglichkeitsuntersuchung sind diejenigen Sortimente zu berücksichtigen, die, basierend auf ihrer geplanten Verkaufsflächengröße, nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte vermuten lassen. In diesem Zusammenhang beschränkt sich die Untersuchung städtebaulich relevanter Auswirkungen – wie bereits in Kap. 1 erläutert – auf die Sortimente, die auf einer Verkaufsfläche von je Einzelsortiment in Summe zumindest 200 m² angeboten werden (Relevanzschwelle). Bei Unterschreiten der 200 m²-Schwelle lassen sich Umsatzumverteilungswirkungen rechnerisch kaum mehr nachweisen. Damit ist beim geplanten Edeka-Markt allein das Hauptsortiment Lebensmittel prüfungsrelevant.

Tabelle 13: durch Edeka induzierte Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 9,9*	0,8-0,9	ca. 9 %	Lidl, nachgeordnet Reformhaus
Sonstige Lagen	ca. 1,2	< 0,1	ca. 3 %	Getränke Neiss
Häusern				
Ortskern	ca. 1,1	< 0,1	n.n.	nur Lebensmittelhandwerk
Sonstige Lagen	ca. 8,1	0,6-0,7	ca. 8%	Edeka, Aldi, Getränke Ebner
Höchenschwandt				
Ortskern	ca. 3,6	0,1-0,2	ca. 4 %	Schmidts Einkaufsparadies
Sonstige Lagen	ca. 0,7	< 0,1	n.n.	Bauernmarkt
Todtmoos				
Ortskern	ca. 0,7	< 0,1	n.n.	Fein- und Naturkostladen
Sonstige Lagen	ca. 4,7	0,3	ca. 6 %.	Edeka
Bernau				
Ortskern	ca. 0,5	< 0,1	n.n.	nur Lebensmittelhandwerk
Sonstige Lagen	ca. 0,6	< 0,1	n.n.	Tante Enso
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,3	n.n.	
Gesamtumsatz		**2,5**		

* ohne Edeka-Bestandsumsatz, n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Bei alleiniger Betrachtung des geplanten Edeka-Marktes ergeben sich im Lebensmittelbereich durchwegs etwas niedrigere umzuverteilende Beträge und auch Umverteilungsquoten. Städtebaulich oder versorgungsstrukturell relevante Negativauswirkungen sind unverändert durchwegs nicht anzunehmen bzw. können ausgeschlossen werden.

Im Ergebnis kann festgehalten werden, dass im Lebensmittelbereich durchwegs keine städtebaulich oder versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Dies gilt sowohl für die Standortkommune St. Blasien wie auch für alle Umlandkommunen. Die Nahversorgung wird sich in St. Blasien in erheblichem Maße verbessern, ohne die Versorgungssituation in anderen Gemeinden negativ zu tangieren. Dies gilt auch bei alleiniger Betrachtung des Edeka-Marktes.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sollte geprüft werden, ob für den geplanten Edeka-Markt eine größere Gesamt-Verkaufsfläche als die avisierten 2.400 m² rechnerisch darstellbar wären. In Anbetracht der ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen ergeben sich in einer gutachterlichen Gesamteinschätzung unter Abwägung aller relevanten Aspekte im Lebensmittelbereich keine Spielräume für eine Vergrößerung der Verkaufsfläche.

Weitere vorhabenrelevante Sortimente

Bei den zusätzlich zu Edeka geplanten Fachmärkten – also dem dm Drogeriemarkt am Standort „Neue Mitte“ sowie den beiden geplanten Bekleidungsfachmärkten und dem Schuhfachmarkt sowie dem Nonfooddiscounter Action am Standort „Kugelrain“ – bzw. den darin angebotenen Sortimenten/Sortimentsbereichen – ist im Gegensatz zum Lebensmittelbereich davon auszugehen, dass diese in Bezug auf ihre **Umverteilungseffekte teils deutlich über den Verflechtungsbereich St. Blasiens hinauswirken** werden. Neben St. Blasien und den weiteren Gemeinden des Verflechtungsbereiches werden insbesondere auch die weiter entfernt gelegenen Zentren mit umfangreichem vergleichbarem Angebot (u.a. Waldshut-Tiengen, Laufenburg etc.) betroffen sein. Dies ist damit zu begründen, dass entsprechende Anbieter/Sortimente

deutlich weniger dicht innerhalb des Verflechtungsbereiches vertreten sind und dass zudem die „Distanzempfindlichkeit“ gegenüber diesen Anbietern/Sortimenten geringer ist. Entsprechendes gilt grundsätzlich, aber vor Ort insbesondere auch aufgrund der Tatsache, dass man aufgrund der bestehenden Topografie gewohnt ist, längere (Anfahrts-)Wege auf sich zu nehmen.

Zudem ist in Bezug auf die zu erwartenden Umverteilungswirkungen zu beachten, dass insbesondere die am „Kugelrain“ geplanten **Fachmärkte** durchwegs **stark discountorientiert** sind. Dementsprechend kann davon ausgegangen werden, dass sich die **Wettbewerbswirkungen weitestgehend auf vergleichbare Formate/Angebote aus dem Discount-/Fachmarktbereich beschränken** werden.[87] Gegenüber mittel- und hochpreisigen Anbietern gibt es i.d.R. keine nennenswerten Angebots-/Sortimentsüberschneidungen, dementsprechend sind hier auch keine bzw. keine nennenswerten Umverteilungen bzw. Auswirkungen zu erwarten.[88] Ähnliches gilt im Sortimentsbereich Haushaltswaren/GPK auch für Anbieter von schwarzwaldtypischen Souvenirs/Holzschnitzereien etc.

Bei den geplanten Fachmärkten handelt es sich nahezu durchwegs um Neuansiedlungen. Lediglich im Drogeriewarenbereich können – analog zum Lebensmittelbereich – nennenswerte Bestandsumsätze geltend gemacht werden. Diese werden auf entsprechenden Teilflächen von Edeka erwirtschaftet und sind dementsprechend bereits heute marktaktiv und damit abzugsfähig. Die mit Projektrealisierung **anzunehmenden Umsatzumverteilungen** belaufen sich demnach im Ergebnis wie folgt:

- **Drogeriewaren** (angeboten v.a. von dm und Action): **max. 3,5 Mio. € p.a.**[89]
- **Bekleidung** (angeboten v.a. von den beiden Textilmärkten und Action): **max. 1,6 Mio. € p.a.**
- **Schuhe/Lederwaren** (angeboten von Deichmann): **max. 0,7 Mio. € p.a.**
- **Hausrat/GPK/Dekoartikel** (angeboten v.a. von Action): **max. 0,9 Mio. € p.a.**
- **Baumarktartikel** (angeboten v.a. von Action): **max. 0,6 Mio. € p.a.**
- **Elektrowaren** (angeboten v.a. von Action): **max. 0,6 Mio. € p.a.**

Aufgrund der sehr breit gefächerten sortimentsspezifischen Ausrichtung des Anbieters Action (vgl. Kap. 1) sowie auch aufgrund der besonderen Bedeutung einer Detailbetrachtung dieses Anbieters für die angestrebte Änderung des betreffenden Bebauungsplanes wird nachfolgend auch die prüfungsrelevante[90], sortimentsspezifische Verkaufsflächen- und Umsatzzusammensetzung[91] des geplanten Action-Marktes (in der Maximalvariante) nochmals detailliert ausgewiesen:

---

87 Vgl. Kap. 1

88 Diesem Umstand wurde bereits im Rahmen der Bestandserhebung Rechnung getragen, in welcher i.S. einer worst-case Analyse eine Konzentration auf fachmarktorientierte Anbieter erfolgte. Höherpreisige Konzepte, wie bspw. Modeboutiquen, wurden aufgrund ihrer marginalen Wettbewerbsüberschneidungen mit den Planvorhaben nicht berücksichtigt.

89 3,8-3,9 Mio. € - 0,3-0,4 Mio. € = 3,5 Mio. €.

90 Mit Blick auf die Verträglichkeitsuntersuchung sind diejenigen Sortimente zu berücksichtigen, die, basierend auf ihrer geplanten Verkaufsflächengröße, nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte vermuten lassen. In diesem Zusammenhang beschränkt sich die Untersuchung städtebaulich relevanter Auswirkungen – wie bereits in Kap. 1 erläutert – auf die Sortimente, die auf einer Verkaufsfläche von je Einzelsortiment in Summe zumindest 200 m² angeboten werden (Relevanzschwelle). Bei Unterschreiten der 200 m²-Schwelle lassen sich Umsatzumverteilungswirkungen rechnerisch kaum mehr nachweisen

91 Bei der Umsatzermittlung von Action wurde auf durchschnittliche Flächenleistungen von Multisortimentern zurückgegriffen. Diese sind üblicherweise recht gering und bewegen sich gemäß den Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden Württemberg i.d.R. zwischen 1.000 und 2.000 €/m² Verkaufsfläche. Andere Quellen geben teils etwas höhere Flächenleistungen an (bis max. 3.000 €/m² VKF). Vorliegend wurde im Sinne eines worst-case-Ansatzes, unter Berücksichtigung der bestehenden Stärke/Anziehungskraft des Anbieters Action, eine im oberen Durchschnittsbereich liegende Flächenleistung von ca. 2.400-2.450 €/m² Verkaufsfläche angenommen.

Tabelle 14: Maximalverkaufsflächen[92] und Maximal-Jahresumsätze der prüfungsrelevanten Sortimente (VKF von mindestens 200 m²) des geplanten Action-Marktes

Sortiment/Sortimentsbereich	Maximale Verkaufsfläche	maximale Jahresumsätze
Drogeriewaren	300 m²	**0,7 Mio. € p.a.**
Hausrat/GPK/Dekoartikel	360 m²	**0,9 Mio. € p.a.**
Baumarktartikel	240 m²	**0,6 Mio. € p.a.**
Elektrowaren	240 m²	**0,6 Mio. € p.a.**

Quelle: Auftraggeber; CIMA Beratung + Management GmbH 2025

Die umzuverteilenden Umsätze werden – im angenommenem worst-case-Szenario – perspektivisch nachfolgende Umverteilungsprozesse auslösen. Dabei findet zunächst eine Gesamtbetrachtung pro Sortiment und anschließend, sofern notwendig, eine Detailbetrachtung allein für den geplanten Action-Markt statt.

Drogeriewaren

Tabelle 15: Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 1,3*	0,1	ca. 7 - 8 %	nicht vorhanden
Sonstige Lagen	---	---	---	---
Häusern – Ortskern	ca. 2,5	0,2 - 0,3	max. 10 %	Rossmann
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	ca. 0,3	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
sonstige Lagen	ca. 1,0	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Bonndorf – Ortskern	ca. 1,4	0,1	max. 7 %	Müller
Titisee-Neustadt – Innenstadt Neustadt	ca. 2,4	0,2	max. 8 %	Rossmann
Waldshut-Tiengen –				
Innenstädte	ca. 9,1	0,7 - 0,8	max. 8 %	2xMüller, dm
sonstige Lagen	ca. 3,4	0,3	max. 8 - 9 %	dm
Laufenburg – Laufenpark	ca. 7,9	0,5 - 0,6	max. 7 %	dm, Müller, Rossmann
Wehr – sonstige Lagen	ca. 2,6	0,1 - 0,2	max. 6 %	Müller, nachgeordnet Action
Schönau – sonstige Lagen	ca. 2,9	0,2	max. 7 %	Rossmann
Weiteres Umland				
weitere Ortskerne	ca. 1,2	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
weitere sonstige Lagen	ca. 4,4	0,2-0,3	ca. 6 %	Rossmann (Albbruck)
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,5	n.n.	
Gesamtumsatz		**3,5**		

* ohne Edeka-Bestandsumsatz, n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

[92] Vgl. hierzu auch Tab. 1

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Drogeriewarenbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** konzentrieren sich die bestehenden Drogeriewarenanbieter auf die **Innenstadt.** Das aktuelle Angebot in diesem Sortimentsbereich ist dabei insgesamt wenig ausgeprägt. Mit der Parfümerie Schneider ist zwar ein hochwertiger Parfümerieanbieter vorhanden, der durch das benachbarte Reformhaus Schneider, welches ebenfalls über ein kleines und recht hochwertiges Drogerierandsortiment verfügt, ergänzt wird. Beide überschneiden sich jedoch nur sehr begrenzt mit dem üblichen Drogeriewarenangebot eines Drogeriemarktes bzw. den Drogeriewaren-Teilsortimenten von Action.[93] Deutlich größer sind die Angebotsüberschneidungen mit dem Drogeriewarenteilsortiment von Lidl. Durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit dessen Drogeriewarenvollsortiment bzw. nachgeordnet auch von Action mit dessen Drogeriewaren-Teilsortiment sind dementsprechend zwar gewisse Umverteilungsprozesse anzunehmen, diese sind mit einem umzuverteilenden Betrag von ca. 0,1 Mio. € jedoch minimal. Auch die sich daraus ergebende Umverteilungsquote liegt mit 7 - 8 % in keinem kritischen Bereich. In diesem Zusammenhang ist zudem nochmals herauszustellen, dass es sich im Falle des besonders betroffenen Lidl-Marktes lediglich um ein nachrangiges Teilsortiment handelt. Entstehende Umsatzverluste können i.d.R. anderweitig gut aufgefangen werden. Nennenswerte ökonomische bzw. v.a. auch städtebaulich relevante Negativauswirkungen sind in Summe somit nicht zu erwarten. Der geplante Ausbau des Drogeriewarenangebotes füllt vielmehr eine erkennbare Angebotslücke und trägt zur Stärkung des Unterzentrums St. Blasien bei.
- Mit rd. 10 % Umsatzumverteilung sind die prozentual größten Umverteilungswirkungen gegenüber den im **Ortskern** der Nachbargemeinde **Häusern** ansässigen Rossmann Drogeriemarkt anzunehmen. Dieser stellt aktuell einen bedeutenden Versorger im Drogeriewarenbereich für St. Blasien und das angrenzende Umland dar. Sein Sortiment deckt sich stark mit dem in St. Blasien geplanten dm Drogeriemarkt. Bei genauerer Betrachtung sind dennoch Unterschiede festzustellen. Durch eine Reihe von ergänzenden Teil-/Randsortimenten (v.a. Spiel- und Schreibwaren) unterscheidet sich der Anbieter Rossmann in dessen Ausrichtung von der insbesondere auf Familien mit Babys/Kleinkindern bezogenen Ausrichtung von dm. Hinzu kommt, dass Rossmann mit der Ansiedlung eines Wettbewerbers in der Nachbargemeinde in seiner aktuell sehr guten Marktposition zwar etwas geschwächt werden wird, aber seine Präsenz vor Ort deshalb in keinem Fall aufgeben wird. Rossmann wird weiterhin ein attraktiver Anbieter für die Kund*innen der Region bleiben. Insofern sind trotz wirtschaftlicher Negativeffekte keine städtebaulich und versorgungsstrukturellen Negativauswirkungen anzunehmen. In den sonstigen Lagen von Häusern verfügen lediglich noch die beiden Lebensmittelmärkte über Drogeriewaren-Randsortimente. Nennenswerte Umsatzumverteilungen sind hierbei nicht zu erwarten, eine Umverteilungsquote ist nicht mehr valide ausweisbar.
- Auch im **Ortskern** von **Bonndorf,** den **Innenstädten** von **Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen** sowie dem ebenfalls bedeutsamen Versorgungsstandort **Laufenpark** in **Laufenburg** wird es mit Umverteilungen von 7 % bzw. 8 % noch zu erkennbaren Umsatzabflüssen in Richtung des in St. Blasien geplanten Drogeriemarktes kommen. Hierbei ist jedoch, ähnlich wie bei Rossmann in Häusern, anzumerken, dass die dortigen Anbieter aktuell die Versorgung der Bevölkerung St. Blasiens und der des zugeordneten Verflechtungsbereiches aufgrund dort kaum vorhandener eigener Versorgungsangebote im Drogeriewarenbereich mit übernehmen. Durch die Ansiedlung eines dm-Marktes in St. Blasien werden diese Kaufkraftabflüsse in Teilen wieder zurückgeholt. Für die betroffenen Märkte ist dies durchwegs verkraftbar. Dies gilt umso mehr, wenn man die vergleichsweise geringen Absolutbeträge, die umverteilt werden, betrachtet. Diese bewegen sich pro Anbieter auf max. 0,2 Mio. € p.a. Massive

[93] Edeka bietet bereits heute Drogeriewaren an. Im Zuge dessen Erweiterung ist durch die gleichzeitig erfolgende Ansiedlung eines unmittelbar benachbarten dm Drogeriemarktes von keinem nennenswerten/größeren Ausbau des Drogeriewarenangebotes bei Edeka auszugehen.

wirtschaftliche Einbrüche, die zu Betriebsgefährdungen führen würden, sind daraus nicht abzuleiten. In allen betroffenen Versorgungszentren wird es im Ergebnis weder zu Betriebsschließungen noch zu nicht mehr verträglichen städtebaulich oder versorgungsstrukturell relevanten Negativauswirkungen in Folge der dm-Ansiedlung in St. Blasien kommen.

Neben den Ortskernen/Innenstädten ist in diesen Orten angebotsbedingt lediglich noch dm in **sonstigen Lagen** von **Waldshut-Tiengen** nennenswert betroffen. Die Umverteilungsquote liegt gemäß angenommenem worst-case-Ansatz bei max. 8 - 9 %, der umzuverteilende Betrag bei maximal 0,3 Mio. €. Dm als hauptsächlich betroffener Anbieter dort befindet sich in attraktiver Standortkombination mit einem Takko-Bekleidungsfachmarkt und einem Deichmann-Schuhfachmarkt. Im Standortumfeld befinden sich zudem die Lebensmittelmärkte Kaufland, Lidl und Rewe. Der Gesamtstandort kann demnach als attraktiv und anziehungsstark eingestuft werden. Hinzu kommt, dass alle diese Betriebe durch ihre Nahlage zur B 34 verkehrlich gut erreichbar sind. In Verbindung mit den aktuell auch hier bestehenden Kaufkraftzuflüssen aus St. Blasien und den Gemeinden des Verflechtungsbereiches von St. Blasien können nicht verkraftbare ökonomische Negativeffekte ausgeschlossen werden. Im Ergebnis heißt dies, dass das Mittelzentrum Waldshut-Tiengen durch die geplanten Ansiedlung bzw. den Ausbau des Drogeriewarenangebotes in St. Blasien als Ganzes in seiner Versorgungsbedeutung nicht nachhaltig geschädigt werden wird. Für das Mittelzentrum Titisee-Neustadt und die Unterzentren Bonndorf und Laufenburg gilt Gleiches, sonstige Lagen sind dort nicht mehr nennenswert betroffen.

- In den Unterzentren **Wehr** und **Schönau** konzentrieren sich die relevanten Wettbewerber auf die **sonstige Lagen**. Die zu erwartenden Umverteilungsquoten liegen in Wehr bei max. 6 % und in Schönau bei max. 7 %. Hauptsächlich betroffen werden in Wehr v.a. Müller und nachgeordnet Action mit seinem Drogeriewarenteilsortiment sowie in Schönau Rossmann sein. Diese Betriebe befinden sich durchwegs an attraktiven Einzelhandelsstandorten mit weiteren anziehungsstarken Einzelhandelbetrieben im Standortumfeld. In Verbindung mit den maßvollen Umverteilungsquoten und der üblicherweise anzunehmenden Wettbewerbsstärke dieser Betriebe können relevante Negativeffekte durchwegs ausgeschlossen werden. Der Ausbau des Drogeriewarenangebotes in St. Blasien wird sich demnach nicht nachhaltig negativ auf die Versorgungsbedeutung der beiden Unterzentren auswirken.
- Ähnliche gilt auch für die **weiteren Ortskerne und sonstigen Lagen** innerhalb sowie v.a. auch außerhalb des Verflechtungsbereiches von St. Blasien. Nennenswert betroffen wird dabei lediglich noch Rossmann in Albbruck sein. Albbruck kommt keine zentralörtliche Versorgungsbedeutung zu. Die Umverteilungswirkungen gegenüber den sonstigen Lagen bzw. speziell auch gegenüber Rossmann in **Albbruck** als einzigen direkt betroffenen Wettbewerber dort werden zwar gewisse ökonomische Effekte, aber keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auslösen. Auch Negativauswirkungen auf das Zentrale Orte-System können ausgeschlossen werden.
- Hinzu kommen ca. 0,5 Mio. € p.a. (= ca. 15% des Gesamtumsatzes), welche insbesondere durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare **Streuumsätze** erzielt werden. Diese sind v.a. auf Tagesgäste und weitere Tourist*innen, Durchreisende, Pendelnde etc. zurückzuführen, beinhalten jedoch auch geringfügige Auswirkungen auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte in den genannten Kommunen. Relevante Negativauswirkungen können ausgeschlossen werden.

Bei singulärer Betrachtung allein des Action-Marktes werden im Drogeriewarenbereich – im angenommenem worst-case-Szenario mit einem umzuverteilenden Betrag von max. 0,7 Mio. € p.a. (vgl. Tab. 14) – perspektivisch nachfolgende Umverteilungsprozesse ausgelöst:

Tabelle 16: durch Action induzierte Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 1,3*	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Sonstige Lagen	---	---	---	---
Häusern – Ortskern	ca. 2,5	max. 0,1	max. 4 %	Rossmann
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	ca. 0,3	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
sonstige Lagen	ca. 1,0	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Bonndorf – Ortskern	ca. 1,4	< 0,1	n.n.	Müller
Titisee-Neustadt –				
Innenstadt Neustadt	ca. 2,4	< 0,1	n.n.	Rossmann
Waldshut-Tiengen –				
Innenstädte	ca. 9,1	max. 0,1	max. 1 %	2xMüller, dm
sonstige Lagen	ca. 3,4	< 0,1	n.n.	dm
Laufenburg – Laufenpark	ca. 7,9	max. 0,1	max. 1 %	dm, Müller, Rossmann
Wehr – sonstige Lagen	ca. 2,6	< 0,1	n.n.	Müller, nachgeordnet Action
Schönau – sonstige Lagen	ca. 2,9	< 0,1	n.n.	Rossmann
Weiteres Umland				
weitere Ortskerne	ca. 1,2	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
weitere sonstige Lagen	ca. 4,4	< 0,1	n.n.	Rossmann (Albbruck)
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	< 0,1	n.n.	
Gesamtumsatz		**0,7**		

* ohne Edeka-Bestandsumsatz, n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Bei alleiniger Betrachtung des geplanten Action-Marktes ergeben sich im Drogeriewarenbereich durchwegs sehr niedrige umzuverteilende Beträge, auch die Umverteilungsquoten sind- sofern noch nachweisbar – durchwegs minimal. Der umzuverteilende Betrag von max. 0,7 Mio. € verteilt sich durch die Zugehörigkeit des Action-Marktes zu einem mit Projektrealisierung attraktiven und entsprechend anziehungsstarken Einzelhandelsstandort St. Blasien vergleichsweise diffus im Raum. Die Umverteilungsbeträge und -quoten je Einzelstandort sind entsprechend gering. Städtebaulich oder versorgungsstrukturell relevante Negativauswirkungen sind aufgrund der geringen Höhen durchwegs nicht ableitbar.

Der geplante Ausbau des Drogeriewarenangebotes in St. Blasien wird sich insgesamt betrachtet nicht nachhaltig negativ auf die Versorgungsfunktion umliegender zentraler Orte oder auch deren Versorgungskerne auswirken. Dies gilt auch bei alleiniger Betrachtung nur des Action-Marktes.

Bekleidung

Tabelle 17: Umsatzumverteilungseffekte im Bekleidungsbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 5,6	< 0,1	n.n.	Schmidt, Brandt, Mode Ulrike
Sonstige Lagen	ca. 0,2	<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	ca. 0,1	<<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
sonstige Lagen	ca. 0,1	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Bonndorf – Ortskern	ca. 1,0	<< 0,1	n.n.	NKD, Kik
Zell i. W. – Ortskern	ca. 0,3	<< 0,1	n.n.	NKD
Lenzkirch – Ortskern	ca. 0,4	<< 0,1	n.n.	NKD
Titisee-Neustadt				NKD, Kinderwelt,
Innenstädte	ca. 0,8	<< 0,1	n.n.	nachgeordnet Marco Mode
sonstige Lagen	ca. 1,2	0,1	max. 8 %	Takko, Kik
Waldshut-Tiengen				NKD, Woolworth, Kik, C&A,
Innenstädte	ca. 4,6	0,3	max. 6 - 7 %	nachgeordnet May Kindermode
sonstige Lagen	ca. 2,7	0,2	max. 8 - 9 %	2x Takko, Kik
Laufenburg – Laufenpark	ca. 3,4	0,3	max. 9 %	Takko, NKD, Kik, AWG, BabyOne
Weiteres Umland				
weitere Ortskerne	ca. 0,1 - 0,2	<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
weitere sonstige Lagen	ca. 0,5	< 0,1	n.n.	Action (Wehr)
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,4	n.n.	
Gesamtumsatz (Bekleidung)		**1,6**		

n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Bekleidungsbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** sind sowohl gegenüber der **Innenstadt** wie auch gegenüber den **sonstigen Lagen** angebotsbedingt nur sehr geringe Umverteilungen (jeweils unter 0,1 Mio. €) anzunehmen. Dies ist damit zu begründen, dass in der Innenstadt mit den drei wesentlichen Anbietern Mode Schmidt, Mode Brandt und Mode Ulrike zwar ein ausgeprägtes Modeangebot besteht, das Angebots- bzw. auch das Preis- und Qualitätsniveau dieser Anbieter unterscheidet sich jedoch deutlich von dem der geplanten Fachmärkte. Während die bereits ansässigen Anbieter im (oberen) Mittelpreissegment angesiedelt sind, operieren die Bekleidungsfachmärkte und v.a. auch Action mit seinem Bekleidungsteilsortiment im preislichen Einstiegs-/Discountbereich. Insofern stellen die geplanten Märkte vielmehr eine Angebotsabrundung anstatt direkte Wettbewerber dar. In den sonstigen Lagen weist lediglich My Blackforest ein gewisses Teilsortiment in Bekleidungsbereich aus, aber auch hier sind die direkten Angebotsüberschneidungen mit im Projektvorhaben geplanten Angeboten als sehr begrenzt zu bewerten. Dementsprechend können durchwegs sowohl nennenswerte ökonomische und

insbesondere auch städtebaulich relevante Negativauswirkungen ausgeschlossen werden. Die Innenstadt St. Blasiens wird weiterhin unverändert gut im mittleren/gehobenen Bekleidungsbereich besetzt sein. Das am „Kugelrain“ geplante Discountangebot rundet dieses für preissensible Kund*innen ab.

- Nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte sind lediglich in den **Innenstädten** von **Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen** zu erwarten. Die dortigen Umverteilungsquoten erreichen eine Größenordnung von bis zu max. 7 %. Diese Quoten sind zwar als bereits leicht erhöht zu werten, die Absolutbeträge der zu erwartenden Umsatzumverteilungen sind jedoch durchwegs begrenzt. Dies gilt auch für die Innenstädte von Waldshut-Tiengen, wo mit ca. 0,3 Mio. € p.a. die absolut höchsten Umverteilungen gegenüber Ortskernen/Innenstädten im Untersuchungsraum zu erwarten sind. Diese verteilen sich aber auf mehrere Anbieter (v.a. NKD, Woolworth, Kik und C&A). Zudem wird nicht der gesamte, in Summe gut ausgeprägte und vergleichsweise vielfältig besetzte Bekleidungsbereich, sondern hauptsächlich der Discountbereich betroffen sein. Außer einer gewissen Erhöhung des Wettbewerbsdrucks sind daher im Ergebnis in keinem der genannten Zentren größere relevante Negativauswirkungen zu erwarten. Städtebaulich bedeutsame Auswirkungen können durchwegs ausgeschlossen werden. Die Versorgungsbedeutung und -qualität der betroffenen Zentren wird sich mit Projektrealisierung nicht nachhaltig verschlechtern.

  Neben den Ortskernen/Innenstädten sind in diesen Orten angebotsbedingt lediglich noch die **sonstigen Lagen** von **Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen** nennenswert betroffen. Die Umverteilungsquoten liegen dort bei 8 % bzw. 8 - 9 %. Wie in den Innenstädten sind auch in den sonstigen Lagen der beiden Städte jeweils mehrere Anbieter vorhanden.[94] Die umzuverteilenden Beträge betragen pro betroffenen Betrieb weniger als 0,1 Mio. € und sind dementsprechend äußerst gering. Unter Beachtung der Attraktivität der betroffenen Filialisten und ihrer Lage an attraktiven Standortlagen mit mehreren anziehungsstarken Betrieben im Standortumfeld, von denen sie profitieren, können nachhaltige ökonomische Schäden ausgeschlossen werden. Im Ergebnis heißt dies, dass die beiden Mittelzentren Titisee-Neustadt und Waldshut-Tiengen durch die geplanten Ansiedlungen im Bekleidungsbereich in St. Blasien in ihrer Gesamtheit nicht nachhaltig in ihrer Versorgungsbedeutung und Zentralitätsfunktion geschädigt werden. In den Unterzentren Bonndorf und Zell sowie auch im Kleinzentrum Lenzkirch beschränken sich die Umverteilungsprozesse auf die Ortskerne, sonstige Lagen sind dort nicht mehr nennenswert betroffen. Damit werden im Ergebnis auch diese Orte/Zentren nicht nachhaltig in ihrer Versorgungsbedeutung und Zentralitätsfunktion geschädigt.
- Mit rund 9 % sind die Umverteilungsquoten gegenüber dem **Laufenpark** in **Laufenburg** bereits erhöht. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass der Laufenpark durch sein sehr dichtes Fachmarktangebot und durch seine Nahlage zur kaufkraftstarken Schweiz als äußerst anziehungs- und wettbewerbsstark zu bewerten ist. Ein Umsatzverlust von max. 0,3 Mio. € p.a. in Summe für alle dortigen Bekleidungsanbieter/-fachmärkte ist daher gut verkraftbar. Der Laufenpark wird weiterhin einen beliebten und starken Einzelhandelsstandort in der Region darstellen, die betroffenen Bekleidungsanbieter werden weiterhin erfolgreich wirtschaftlich betrieben werden können. Nicht verkraftbare ökonomische Negativauswirkungen und insbesondere städtebaulich relevante Negativauswirkungen können in Folge des Ansiedlungsvorhabens in St. Blasien im Bekleidungsbereich trotz der bereits leicht erhöhten Umverteilungsquote ausgeschlossen werden.
- In den **weiteren Ortskernen und sonstigen Lagen** innerhalb sowie v.a. auch außerhalb des Verflechtungsbereiches von St. Blasien sind die Umverteilungswirkungen durchwegs minimal. Schädliche Auswirkungen können ausgeschlossen werden. Dies gilt auch für Wehr und den dortigen Anbieter Action,

[94] Hierbei wurden jedoch nur die fachmarktorientierten Bekleidungsanbieter berücksichtigt. In den Mittelzentren gibt es durchaus noch ein weiteres umfangreiches Bekleidungsangebot, welches im mittel- oder höherpreisigen Segment liegt.

bei welchem als einzigen Anbieter von einer geringfügig merklichen Erhöhung des Wettbewerbsdrucks auszugehen ist.

- Weitere ca. 0,4 Mio. € p.a. werden durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare **Streuumsätze** erzielt werden. Diese entfallen einerseits auf Tagesgäste und weitere Tourist*innen, Durchreisende, Pendelnde etc. Andererseits werden dadurch u.a. auch Anbieter wie etwa Zara und H&M weiter entfernt gelegener Zentren (z.B. Lörrach, Freiburg) durch minimale Kaufkraftrückholeffekte betroffen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen gehen damit nicht einher.

Der geplante Ausbau des Bekleidungsangebotes in St. Blasien wird sich insgesamt betrachtet nicht nachhaltig negativ auf die Versorgungsfunktion der zentralen Orte im Umland oder auch deren Versorgungskerne auswirken. Das geplante Angebot in St. Blasien trägt vielmehr dazu bei, bislang bestehende Angebotslücken im Fachmarktbereich und in entsprechender Preisklasse zu kompensieren.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sollte zudem geprüft werden, ob für den Bekleidungsbereich eine größere Verkaufsfläche als die untersuchten 880 m² rechnerisch darstellbar wären. In Anbetracht der ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen ergeben sich jedoch keine nennenswerten Spielräume für eine Vergrößerung der Verkaufsfläche im Bekleidungsbereich.

Ergänzend ist anzumerken, dass eine Detailbetrachtung des Bekleidungsbereiches des geplanten Action-Marktes aufgrund der nicht mehr als prüfungsrelevant zu bewertenden Teilverkaufsfläche (unter 200 m² bei Ansatz der Maximalvariante)[95] nicht notwendig ist. Nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte können flächen-/umsatzbedingt ausgeschlossen werden, nennenswerte Umsatzumverteilungswirkungen sind rechnerisch nicht/kaum mehr nachweisbar. Städtebaulich relevante Negativeffekte können daher ohne Detailbetrachtung ausgeschlossen werden.

Schuhe

Tabelle 18: Umsatzumverteilungseffekte im Schuhbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	Umverteilung anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	---	---	---	nicht vorhanden
Sonstige Lagen	---	---	---	nicht vorhanden
Höchenschwand Ortskern	ca. 0,1 - 0,2	<< 0,1	n.n.	Schuh Rogg
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	---	---	---	nicht vorhanden
sonstige Lagen	---	---	---	nicht vorhanden
Bonndorf – Ortskern	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	Quick Schuh
Todtnau – Ortskern	ca. 0,3	< 0,1	n.n.	Quick Schuh
Wehr – Ortskern	ca. 0,5	< 0,1	n.n.	Quick Schuh
Titisee-Neustadt				
Innenstädte	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	nachgeordnet Marco Mode, Drescher, Kind
sonstige Lagen	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	Quick Schuh

[95] Vgl. entsprechende Aussagen in Kap. 1

Waldshut-Tiengen Innenstädte sonstige Lagen	 ca. 1,9 ca. 1,7	 0,1 - 0,2 0,1	 max. 8 % max. 7 - 8 %	2x Quick Schuh, 2xSelect Schuh, nachgeordnet Leguano 2xDeichmann
Laufenburg – Laufenpark	ca. 1,5	0,1	max. 8 %	Deichmann, Shoe4you
Weiteres Umland weitere Ortskerne weitere sonstige Lagen	 --- ca. 0,1	 --- < < 0,1	 --- n.n.	 nicht vorhanden nicht vorhanden
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,2	n.n.	
Gesamtumsatz (Schuhe)		**0,7**		

n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Schuhbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** fehlt ein nennenswertes Schuhangebot bisher. Daher sind hier auch keine Negativauswirkungen möglich. Vielmehr besteht durch die geplante Ansiedlung eines Schuhfachmarktes die Möglichkeit, diese Angebotslücke zu besetzen und das Gesamtangebot attraktiv abzurunden.
- Mit Ausnahme eines kleinen Schuhanbieters mit angeschlossener Werkstatt im **Ortskern von Höchenschwand** (Schuh Rogg) fehlt auch in den Gemeinden des weiteren Verflechtungsbereiches ein Schuhangebot. Auch hier gilt, dass durch den geplanten Deichmann Schuhfachmarkt die Möglichkeit besteht, eine klare Angebotslücke zu besetzen. Schuh Rogg im Ortskern von Höchenschwand wird davon kaum betroffen sein. Durch die angeschlossene Schuhwerkstatt verfügt er nicht nur über ein Allein- und Abgrenzungsmerkmal gegenüber den geplanten Schuhfachmarkt in St. Blasien, es kann auch davon ausgegangen werden, dass er aufgrund dessen auch über eine gute und starke Kundenbindung verfügt. Insgesamt ist plausibel anzunehmen, dass beide Anbieter gut koexistieren können. Von städtebaulich relevanten Negativauswirkungen durch einen Verlust des Schuhangebotes im Ortskern von Höchenschwand ist daher auszugehen.
- Mittelstarke Umsatzumverteilungseffekte sind mit einer Umverteilungsquote bis max. 8 % in den **Innenstädten** von **Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen** zu erwarten. Betrachtet man neben den Umverteilungsquoten die Umverteilungsbeträge, welche durchwegs sehr niedrig sind (< 0,1 Mio. € p.a.) und sich teils auf mehrere Anbieter verteilen, so sind in den genannten Zentren im Schuhbereich keine größeren ökonomischen und in der Gesamtbetrachtung auch keine städtebaulich relevanten Negativauswirkungen anzunehmen.

  Neben den Ortskernen/Innenstädten sind in diesen Orten angebotsbedingt lediglich noch die **sonstigen Lagen** von **Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen** nennenswert betroffen. Die Umverteilungsquoten liegen dabei in Titisee-Neustadt bei überschaubaren 6 % und in Waldshut-Tiengen bei ebenfalls noch vergleichsweise moderaten ca. 7 - 8 %. Die betroffenen Anbieter stellen attraktive Fachmarktkonzepte dar und befinden sich an anziehungsstarken Fachmarktlagen. Trotz einer gewissen Erhöhung des Wettbewerbsdrucks sind daher in der Gesamtbetrachtung in keinem der beiden Orte unvertretbare Negativauswirkungen auf diese Betriebe bzw. Standortlagen zu erwarten. Dies bedeutet, dass die geplante Ansiedlungen im Schuhbereich in St. Blasien weder Titisee-Neustadt noch Waldshut-Tiengen als Ganzes nachhaltig in ihrer Versorgungsbedeutung und Zentralitätsfunktion schädigen werden. In Bonndorf, Todtnau und Wehr beschränken sich die Umverteilungsprozesse auf die Ortskerne, sonstige Lagen sind dort nicht mehr nennenswert betroffen. Damit werden im Ergebnis auch diese Orte nicht nachhaltig in ihrer Versorgungsbedeutung und Zentralitätsfunktion geschädigt.

- Gegenüber dem **Laufenpark** in **Laufenburg** ist eine Umverteilungsquote von ca. 8 % anzunehmen. Die bereits beim Bekleidungsbereich angeführten Gründe (sehr dichtes und anziehungsstarkes Fachmarktangebot, Nahlage zur kaufkraftstarken Schweiz, sehr starke Stellung und gute Wettbewerbsposition in der Region) führen auch im Schuhbereich dazu, dass der ökonomische Umsatzverlust von überschaubaren rd. 0,1 Mio. € p.a. in jedem Fall verkraftbar erscheint. Dies gilt umso mehr als sich die Umverteilungen auf zwei starke Anbieter verteilen. Der Laufenpark wird dementsprechend weiterhin einen gut funktionierenden und starken Einzelhandelsstandort in der Region darstellen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen können in Folge der geplanten Deichmann-Ansiedlung in St. Blasien ausgeschlossen werden.
- Weitere ca. 0,2 Mio. € p.a. werden durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare **Streuumsätze** erzielt werden. Diese entfallen einerseits auf Tagesgäste und weitere Tourist*innen, Durchreisende, Pendelnde etc. Andererseits werden dadurch vereinzelt u.a. auch Anbieter weiter entfernt gelegener Zentren (z.B. Freiburg) durch minimale Kaufkraftrückholeffekte betroffen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen gehen damit nicht einher.

Der geplante Ansiedlung im Schuhbereich in St. Blasien wird sich in Summe gesehen nicht nachhaltig negativ auf die Versorgungsfunktion der zentralen Orte im Umland oder auch deren Versorgungskerne auswirken. Die ermittelten Umsatzumlenkungen liegen in einem moderaten Bereich, welcher keine Betriebsschließungen o.ä. erwarten lässt.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sollte zudem geprüft werden, ob für den Schuhbereich eine größere Verkaufsfläche als die untersuchten 420 m² rechnerisch darstellbar wären. In Anbetracht der ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen ergeben sich jedoch keine nennenswerten Spielräume für eine Vergrößerung der Verkaufsfläche im Schuhbereich.

Ergänzend ist anzumerken, dass eine Detailbetrachtung des Schuhbereiches des geplanten Action-Marktes aufgrund des maximal im Rahmen der weiteren Randsortimente auf geringer Teilfläche vorzufinden Schuhangebotes ausgeschlossen werden kann.

Hausrat/GPK/Dekoartikel

Im Sortimentsbereich Hausrat/GPK/Dekoartikel entfällt quasi der gesamte umzuverteilende Betrag auf den Anbieter Action.[96] Nachfolgende Ausführungen zu den zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekten und den daraus abzuleitenden Auswirkungen stehen damit in direktem Zusammenhang mit der Ansiedlung des geplanten Action-Marktes.

Tabelle 19: Umsatzumverteilungseffekte im Angebotsbereich Hausrat/GPK/Dekoartikel

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 1,5	< 0,1	n.n.	Lambert, Link´s Laden, nachgeordnet Lidl-Aktionsware
Sonstige Lagen	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	My Blackforest
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	ca. 0,6	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
sonstige Lagen	ca. 0,2	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Bonndorf – Ortskern	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	NKD, Kik, nachgeordnet. Kech
Lenzkirch – Ortskern	ca. 0,2	< 0,1	n.n.	NKD, nachgeordnet. Schropp

[96] Auf entsprechende Randsortimente von Edeka und dm (vgl. Tab. 1) ist aufgrund jeweils sehr kleiner Teilflächen und geringer Flächenleistungen in diesem Sortimentsbereich zusammen ein Jahresumsatz von (deutlich) weniger als 0,1 Mio. € anzunehmen.

Todtnau – Ortskern	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	nachg. Splash, Otto Asal
Wehr				
Ortskern	ca. 0,2	< 0,1	n.n.	Tedi
sonstige Lagen	ca. 0,5	< 0,1	n.n.	Action
Zell – Ortskern	ca. 0,1	< 0,1	n.n.	NKD
Titisee-Neustadt				
Innenstadt Neustadt	ca. 0,4	< 0,1	n.n.	NKD, nachg. Hauptsache Schönes
sonstige Lagen	ca. 0,6	< 0,1	n.n.	Tedi, Jysk
Waldshut-Tiengen				
Innenstädte	ca. 1,4	0,1	max. 7 %	Tedi, Woolworth, Kik, NKD
sonstige Lagen	ca. 2,0	0,1 - 0,2	max. 8 %	Depot, Jysk, Obi
Laufenburg – Laufenpark	ca. 1,7	0,1 - 0,2	max. 9 %	Depot, Tedi, Kik, NKD
Weiteres Umland				
weitere Ortskerne	< 0,1	< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
weitere sonstige Lagen	ca. 1,7	ca. 0,1	n.n.	Tedi (Albbruck)
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	0,1 - 0,2	n.n.	
Gesamtumsatz		**0,9**		

n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Bereich Haushaltswaren/GPK/Dekoartikel** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** sind sowohl gegenüber der **Innenstadt** wie auch gegenüber den **sonstigen Lagen** angebotsbedingt nur sehr geringe Umverteilungen (jeweils deutlich weniger als 0,1 Mio. €) anzunehmen. Eine Umverteilungsquote ist nicht mehr valide ausweisbar. Das Angebot des geplanten Nonfood-Discounters Action, der ein sehr stark preisorientiertes Angebot an Haushaltswaren/GPK/Dekoartikel führt, überschneidet sich quasi mit keinem der in St. Blasien bestehenden Betriebe. Lambert in der Innenstadt ist nicht nur der bedeutendste, sondern auch ein sehr hochwertiger Anbieter für Haushaltswaren. Angebotsüberschneidungen zu Action bestehen nicht. Ähnliches gilt in weiten Teilen auch für Link´s Laden in der Innenstadt sowie für My Blackforest in den sonstigen Lagen. Auch hier sind die Angebotsüberschneidungen stark begrenzt. Lediglich mit den Aktionswaren von Lidl bestehen gewisse Überschneidungen. Diese sind jedoch als nachrangig relevant zu bewerten. Dementsprechend können sowohl nennenswerte ökonomische wie insbesondere auch städtebaulich relevante Negativauswirkungen im gesamten Stadtgebiet ausgeschlossen werden.
- In den **Gemeinden des weiteren Verflechtungsbereiches** sowie in einer Reihe von Städten/Gemeinden im **weiteren Umland** gibt es zwar Anbieter mit gewissen Angebotsüberschneidungen, die von der Ansiedlung eines Action-Marktes in St. Blasien ausgelösten Umverteilungseffekte sind jedoch zumeist (stark) begrenzt bzw. kaum noch nennenswert. Valide Umverteilungsquote sind angesichts der geringen Höhe in keiner dieser Städte/Gemeinden noch bezifferbar. Städtebaulich relevante Negativeffekte können sowohl bei den Gemeinden innerhalb des Verflechtungsbereiches wie auch in Bonndorf, Lenzkirch, Todtnau, Wehr und Zell durchwegs ausgeschlossen werden.
- **Waldshut-Tiengen** und der Laufenpark in **Laufenburg** sind die einzigen relevanten Standorte bzw. Standortbereiche, in denen die Umverteilungsprozesse etwas höher und auch valide bestimmbar sind. Dies ist mit den dortigen, vergleichsweise ausgeprägten Angebotssituation zu begründen. Die Umverteilungsquote liegt gegenüber den zentralörtlichen Versorgungskernen **von Waldshut-Tiengen** bei

ca. 7 %, gegenüber den **sonstigen Lagen von Waldshut-Tiengen** bei ca. 8 % und gegenüber dem **Laufenpark** bei ca. 9 %. Unter Berücksichtigung des umzuverteilenden Betrages von ca. 0,1 Mio. € p.a. gegenüber den Innenstädten von Waldshut-Tiengen bzw. von ca. 0,1 - 0,2 Mio.€ p.a. gegenüber den sonstigen Lagen von Waldshut-Tiengen wie auch gegenüber dem Laufenpark und der Anzahl der jeweils betroffenen Wettbewerbern, dem dementsprechend geringen Einzelbetrag pro Betrieb sowie auch der Stärke dieser Anbieter bzw. der Standortbereiche, denen sie angehören insgesamt, können auch in den Innenstädten von Waldshut-Tiengen und im Laufenpark städtebaulich relevante Auswirkungen ausgeschlossen werden. Auch in den sonstigen Lagen sind keine nicht mehr vertretbaren Negativauswirkungen anzunehmen. Die bestehenden Angebotsstrukturen werden nicht erkennbar negativ beeinflusst werden, die Standortbereiche können ihre Versorgungsfunktion weiterhin gut erfüllen. Damit werden im Ergebnis weder Waldshut-Tiengen noch Laufenburg nicht nachhaltig in ihrer Versorgungsbedeutung und Zentralitätsfunktion geschädigt.

- Weitere ca. 0,1 - 0,2 Mio. € p.a. werden durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare **Streuumsätze** erzielt werden. Diese entfallen einerseits auf Tagesgäste und weitere Tourist*innen, Durchreisende, Pendelnde etc. Andererseits werden dadurch auch hier einzelne Anbieter weiter entfernt gelegener Zentren (z.B. Freiburg) durch minimale Kaufkraftrückholeffekte betroffen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen gehen damit nicht einher.

Der geplante Ansiedlung im Bereich Haushaltswaren/GPK/Dekoartikel in St. Blasien wird sich insgesamt betrachtet nicht negativ auf die Versorgungsfunktion der zentralen Orte oder auch deren Versorgungskerne auswirken.

Baumarktartikel

Bei Baumarktartikeln entfällt der gesamte umzuverteilende Betrag auf den Anbieter Action (vgl. Tab. 1). Nachfolgende Ausführungen zu den zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekten und den daraus abzuleitenden Auswirkungen stehen damit in direktem Zusammenhang mit der Ansiedlung des geplanten Action-Marktes.

Mit Blick auf das Baumarktsortiment ist zu beachten, dass es sich hierbei um ein nicht-zentrenrelevantes Sortiment handelt und entsprechend Umsatzumlenkungen von bis zu 20 % landesplanerisch unbedenklich einzuordnen sind.

Tabelle 20: Umsatzumverteilungseffekte im Baumarktbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien	< 0,1	<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Verflechtungsbereich	< 0,1	<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Todtnau – Ortskern	ca. 0,1	<< 0,1	max. 5 %	Otto Asal
Weiteres Umland				
Innenstädte/Ortskerne	ca. 0,1	<< 0,1	n.n.	nicht vorhanden
Weitere sonstige Lagen	ca. 24,0	0,5 – 0,6	max. 2 - 3 %	ZG-Märkte, Obi, Action
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	max. 0,1	n.n.	
Gesamtumsatz (Baumarktbereich)		**0,6**		

n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Baumarktbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** gibt es im gesamten Stadtgebiet keinen Baumarktanbieter. Ähnliches gilt auch für die meisten **Ortskerne wie Innenstädte des weiteren Verflechtungsbereiches wie auch des sonstigen Umlandes**. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind daher in allen diesen Städten/Gemeinden auszuschließen.
- Im **Ortskern von Todtnau** gibt es als einziges Zentrum im Untersuchungsraum mit Otto Asal zwar einen kleinen Haushaltswaren- und Baumarktanbieter. Dieser unterscheidet sich hinsichtlich seines Angebotes bzw. speziell der Qualität seines Angebotes jedoch deutlich von dem v.a. von Action in St. Blasien zu erwartenden Angebotes. Insofern sind auch gegenüber dem Ortskern von Todtnau keine nennenswerten ökonomischen und damit auch keine städtebaulich relevanten Negativauswirkungen zu erwarten.
- Nahezu die kompletten Umverteilungsprozesse im Baumarktbereich werden sich gegenüber den verschiedenen, insgesamt recht zahlreich vorhandenen Baumarkt-Anbietern in den **sonstigen Lagen des Untersuchungsraumes** abspielen. Betroffen sind dabei insbesondere die ZG-Baumärkte in **Schönau, Albbruck, Titisee-Neustadt** und **Waldshut-Tiengen**. In Waldshut-Tiengen ist darüber hinaus Obi und in **Wehr** Action mit seinem entsprechenden Teilsortiment als weitere Hauptwettbewerber anzuführen. Weder Umverteilungsbetrag (insg. max. 0,5-0,6 Mio. €) noch Umverteilungsquote (max. 2 - 3 %) sind dabei sonderlich hoch. Die Auswirkungen auf die einzelnen Betriebe/Standorte sind dementsprechend minimal und angesichts der Stärke dieser Betriebe/Standorte durchwegs vernachlässigbar. Relevante Negativauswirkungen können daher ohne Einzelbetrachtung durchwegs ausgeschlossen werden.
- Maximal weitere ca. 0,1 Mio. € p.a. werden durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare Streuumsätze erzielt werden. Diese entfallen auf Zufallskund*innen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen gehen damit nicht einher.

Der geplante Ansiedlung im Baumarktbereich in St. Blasien wird sich keinesfalls negativ auf die Versorgungsfunktion St. Blasiens, umliegender zentraler Orte oder auch deren Versorgungskerne auswirken.

Mit Blick auf den geplanten Edeka-Markt steht im Raum ggf. eine sog. Männerwelt anzusiedeln, welche einen Bereich mit ausschließlich Baumarktartikeln umfasst. In Bezug auf eine nochmals vergrößerte Verkaufsfläche des Edeka-Marktes kann an dieser Stelle – wie vom Auftraggeber ergänzend gewünscht – konstatiert werden, dass die geplanten und hier untersuchten 2.400 m² Gesamtverkaufsfläche insbesondere im Hauptsortiment Lebensmittel teils bereits recht hohe Umverteilungsquoten gegenüber bestehende (Nah-) Versorgungsstrukturen erwarten lassen (siehe obige Ausführungen). Diese sind zwar noch als verträglich einzustufen, von einer weiteren Erhöhung des Wettbewerbsdrucks durch ein vergrößertes Lebensmittelangebot im Edeka-Markt ist jedoch abzuraten. Ein Arrondierung des Edeka-Marktes im Baumarktbereich, wie von Seiten des Betreibers erwogen wird, erscheint angesichts des fehlenden Baumarktangebotes in St. Blasien und den durchwegs überschaubaren Umverteilungsquoten in diesem Angebotsbereich jedoch möglich. Ein zusätzlich zu den bisher geplanten 2.400 m² Gesamtverkaufsfläche des Edeka-Marktes Baumarktangebot als Ergänzungsangebot auf überschaubarer Größe (bis ca. 200 m² VK[97]) kann ohne Detailüberprüfung als verträglich eingestuft werden.

[97] Analog zu den entsprechenden Randsortimenten von Action mit vergleichsweise geringer Verkaufsflächengröße.

Elektroartikel

Im Sortimentsbereich Elektroartikel entfällt quasi der gesamte umzuverteilende Betrag auf den Anbieter Action.[98] Nachfolgende Ausführungen zu den zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekten und den daraus abzuleitenden Auswirkungen stehen damit in direktem Zusammenhang mit der Ansiedlung des geplanten Action-Marktes.

Tabelle 21: Umsatzumverteilungseffekte im Elektrowarenbereich

Standort / Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. € p.a.	Umverteilung in Mio. € p.a.	anteilig	Wesentliche Wettbewerber
St. Blasien				
Innenstadt	ca. 0,2	<< 0,1	n.n.	nachg. Defrenne
Verflechtungsbereich				
Ortskerne	ca. 0,3	<< 0,1	n.n.	Euronics Faschian (Todtmoos)
sonstige Lagen	ca. 0,3	<< 0,1	n.n.	nachg. Euronics Faschian (Bernau)
Görwihl – Ortskern	ca. 0,5	<< 0,1	n.n.	nachg. Elektro Brenner
Titisee-Neustadt				
Innenstadt Neustadt	ca. 0,8	< 0,1	n.n.	nachg. Elektro Hoffmeyer
Waldshut-Tiengen				
Innenstädte	ca. 0,8	< 0,1	n.n.	Woolworth, Kik, Tedi, nachg. Elektro Reinhard
Weiteres Umland				
Innenstädte/Ortskerne	ca. 0,4	<< 0,1	n.n.	
sonstige Lagen	ca. 15,9	0,4	max. 2 - 3 %	Diverse
außerhalb / Streuumsätze	unbekannt	max. 0,1	n.n.	
Gesamtumsatz		**0,6**		

n.n. = nicht nachweisbar; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2025; Rundungsdifferenzen möglich

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich folgende **Auswirkungen im Elektrowarenbereich** ableiten:

- In der Standortgemeinde **St. Blasien** gibt es im gesamten Stadtgebiet keinen Anbieter mit Elektrowaren im Hauptsortiment. Lediglich Defrenne sowie nachgeordnet auch Lidl (v.a. Aktionsware) in der **Innenstadt** weisen als geringfügiges Teilsortiment auch Elektrowaren auf. Angebotsüberschneidungen mit den zusätzlich durch Action hinzukommenden Elektrowaren sind bei beiden Anbietern begrenzt. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind in Folge des Projektvorhabens in St. Blasien daher nicht zu erwarten.
- In den **Gemeinden des weiteren Verflechtungsbereiches** gibt es teils in den Ortskernen, teils auch in den sonstigen Lagen einzelne Elektroanbieter (teils kombiniert mit Elektroinstallation). Die durch das Projektvorhaben in St. Blasien bzw. v.a. den neu hinzukommenden Action Nonfood-Discounter angebotenen Elektroartikel überschneiden sich – auch qualitativ – kaum mit denen der bestehenden Betriebe. Wertige Unterhaltungselektronik oder auch Waschmaschinen etc. werden von Action nicht angeboten. Insofern können sowohl nennenswerte ökonomische Negativeffekte wie v.a. auch städtebaulich relevante Auswirkungen ausgeschlossen werden.

[98] Auf entsprechende Randsortimente von Edeka und dm (vgl. Tab. 1) ist aufgrund jeweils sehr kleiner Teilflächen zusammen ein Jahresumsatz von (deutlich) weniger als 0,1 Mio. € anzunehmen. Dies gilt umso mehr als Edeka bereits jetzt auf kleiner Fläche Elektroartikel, wie Batterien o.ä., verkauft. Der damit erwirtschaftete (sehr geringe) Umsatz wäre dabei wiederum abzugsfähig.

- Gleiches gilt auch gegenüber den in den **Ortskernen bzw. Innenstädten im weiteren Umland** ansässigen Anbietern. Auch dort können städtebaulich relevante Negativauswirkungen durchwegs ausgeschlossen werden.
- Die angebotsbedingt größten Umverteilungswirkungen finden gegenüber Betrieben/Standorten in den **sonstigen Lagen des Umlandes** statt. Betroffen sind dabei insbesondere **Waldshut-Tiengen, Titisee-Neustadt, Wehr, Albbruck und Laufenburg.** Weder Umverteilungsbetrag (insg. max. 0,5 - 0,6 Mio. €) noch Umverteilungsquote (max. 2 - 3 %) sind dabei sonderlich hoch. Die Auswirkungen auf die einzelnen Betriebe/Standorte sind dementsprechend minimal und angesichts der Stärke dieser Betriebe/Standorte durchwegs vernachlässigbar. Relevante Negativauswirkungen können daher auch hier ohne Einzelbetrachtung durchwegs ausgeschlossen werden. Auch im Elektrowarenbereich sind dabei weder der Umverteilungsbetrag noch die Umverteilungsquote sonderlich hoch. Städtebaulich relevanten Negativauswirkungen sind durchwegs auszuschließen.
- Maximal weitere ca. 0,1 Mio. € p.a. werden durch räumlich nicht mehr genauer zuordenbare Streuumsätze erzielt werden. Diese entfallen auf Zufallskund*innen. Städtebaulich relevante Negativauswirkungen gehen damit nicht einher.

Der geplante Ansiedlung im Elektrowarenbereich in St. Blasien wird sich insgesamt betrachtet nicht nachhaltig negativ auf die Versorgungsfunktion umliegender zentraler Orte oder auch deren Versorgungskerne auswirken.

Weitere Sortimente

Neben den detailliert betrachteten/untersuchten Nonfood-Sortimenten finden auch in mehreren **weiteren Nonfood-Sortimenten** (u.a. Spiel- und Schreibwaren, Heimtextilien, Gartenbedarf, Sportartikel) noch kleinere Umsatzumverteilungen statt. Diese weiteren Nonfood-Sortimente werden nahezu ausschließlich von Action in nennenswertem Umfang angeboten. Der damit erzielte Umsatz beläuft sich pro Sortiment in der Maximalvariante von jeweiligen Action-Teilverkaufsfläche auf jeweils maximal 0,3 Mio. €. Angesichts der geringen Höhe pro Einzelsortiment und der Vielzahl von Betrieben, von denen diese umverteilt werden, können selbst in der angenommenen Maximalvariante durchwegs ohne genauere Betrachtung städtebaulich relevante Negativauswirkungen ausgeschlossen werden.

3.4.4 Fazit

Die durch das Projektvorhaben in St. Blasien („Neue Mitte“ und „Kugelrain“) zu erwartenden Umverteilungsprozesse können – selbst bei der im vorliegenden Gutachten angenommenen worst-case-Betrachtung mit dem Ansatz der Maximalvariante der Sortimentsverkaufsflächen und entsprechend auch -umsätze der Action-Teilsortimente – über alle vorhabenrelevanten Sortimente/Sortimentsbereiche hinweg als verträglich bewertet werden. Keiner der betroffenen Ortskerne/Innenstädte bzw. landesplanerisch ausgewiesenen Standortbereiche für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und großflächige Handelsbetriebe wird in seiner funktionalen Bedeutung maßgeblich eingeschränkt. Es kann davon ausgegangen werden, dass die bestehenden Versorgungskerne erhalten und weiterhin ihre Funktion erfüllen können. Gleiches gilt auch für betroffene Standorte in sonstigen Lagen außerhalb davon bzw. auch für alle zentralen Orte im Umland von St. Blasien als Ganzes. Weder das zentrale Orte-System noch die Zentren dieser Orte sind durch das Vorhaben in St. Blasien nachhaltig gefährdet. Dies gilt bei Betrachtung des Gesamtprojektes wie auch bei Detailbetrachtung allein des Anbieters Action[99].

[99] Aufgrund der sehr breit gefächerten sortimentsspezifischen Ausrichtung des Anbieters Action (vgl. Kap. 1) sowie auch aufgrund der besonderen Bedeutung dieses Anbieters für die angestrebte Änderung des betreffenden Bebauungsplanes am Kugelrain fand in Ergänzung zum Gesamtvorhaben auch eine Detailprüfung allein von Action statt.

Das Projektvorhaben in St. Blasien kann gemäß gutachterlicher Bewertung in seiner Gesamtheit als städtebaulich verträglich eingeschätzt werden. Gleiches gilt auch bei alleiniger Detailbetrachtung der beiden großflächigen Anbieter Edeka und Action. Damit kann auch das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden. Keiner der zentralen Orte bzw. der Innenstädte/Ortskerne und weiteren landesplanerisch ausgewiesenen Standortbereiche für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und großflächige Handelsbetriebe in diesen Zentren wird nachhaltig gefährdet.

Zusammenfassend ist demnach festzustellen, dass das Projektvorhaben in St. Blasien in seiner Gesamtheit mit den landesplanerischen Vorgaben konform geht. Gleiches gilt auch bei alleiniger Detailbetrachtung der beiden großflächigen Anbieter Edeka und Action. Städtebauliches Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot werden eingehalten.

4 Zusammenfassung und abschließende Bewertung

In der Stadt St. Blasien in der Planungsregion Hochrhein-Bodensee im Schwarzwald soll im nördlichen Bereich des traditionellen Stadtzentrums die sog. „Neue Mitte“ realisiert werden. Auf dem Gelände bestehender Brachflächen und untergenutzter Flächen in angrenzenden Bereichen soll ein neuer, attraktiver Handels- und Versorgungsstandort entstehen. Hierfür ist vorgesehen einen langjährig am Standort „Kugelrain“ ansässigen Schmidts Edeka-Markt zu verlagern und zu erweitern (geplante VK: ca. 2.400 m²) sowie einen dm Drogeriemarkt (geplante VK: ca. 700 m²) zusätzlich anzusiedeln. Ergänzend sind Arztpraxen, gastronomische Nutzungen sowie ein Schulungszentrum für Mitarbeitende von Edeka Schmidt geplant.

Der Bestandsstandort des Edeka-Marktes am Standort „Kugelrain“, welcher als wichtiger Versorgungs- und Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums fungiert, soll ebenfalls durch neuen Einzelhandel nachgenutzt werden. Im Zuge dieser Nachnutzung sollen gezielt Betriebe bzw. Filialkonzepte angesiedelt werden, die es bisher noch nicht in St. Blasien gibt und die demnach den Einzelhandels- und Versorgungsstandort bzw. das Unterzentrum St. Blasien als Ganzes stärken können. Um dies zu gewährleisten, fanden umfangreiche Gespräche mit der Stadt St. Blasien, weiteren wichtigen Akteur*innen vor Ort sowie u.a. auch dem Regierungspräsidium Freiburg statt.[100] Allen Beteiligten ist ein standortgerechtes, sich gut in die bestehenden Angebotsstrukturen einfügendes Gesamtkonzept wichtig.

Ein attraktives Fachmarktkonzept mit zwei Bekleidungsfachmärkten wie bspw. Takko und Ernstings´s family (geplante VK: ca. 520 m² bzw. ca. 220 m²), einem Schuhfachmarkt wie bspw. Deichmann (geplante VK: ca. 440 m²) sowie dem Nonfood-Discounter/Sonderpostenmarkt Action (geplante VK: ca. 1.200 m²) sind Ergebnis dieser umfangreichen Planungen und Vorgespräche.[101] Diese Fachmärkte ergänzen den vorhandenen, bislang überwiegend aus dem höheren Preisgenre stammenden Angebotsbesatz im Ortskern.

In Bezug auf den Anbieter Action ist anzumerken, dass es sich dabei um ein sog. Multisortimentskonzept handelt, welches einen Mix aus unterschiedlichen, z.T. saisonal wechselnden Artikeln vertreibt. Dabei wird eine gewisse Belegungsflexibilität angestrebt bzw. ist aus Betreibersicht auch dringend notwendig. Nur so ist es möglich, flexibel auf verfügbare Discount- und Sonderpostenware reagieren zu können.

Mit dem geplanten Vorhaben sollen neben der zeitgemäßen Aufstellung des bestehenden Edeka-Marktes mehrere weitere Ziele verfolgt werden:

- Stärkung des traditionellen Stadtzentrums von St. Blasien durch die Ergänzung des bestehenden Angebotes mit zusätzlichen, modernen und frequenzstarken Anbietern/Nutzungen und damit einhergehenden Aufwertung dieses städtebaulich besonders bedeutsamen Versorgungsstandortes
- Wiederbelebung eines zwischenzeitlich brachliegenden Areals in prominenter Lage
- Abrundung des gesamt-/innerstädtischen Angebotes durch bisher fehlende und bestandsergänzende Anbieter aus dem Fachmarktbereich – in Nahlage zum traditionellen Stadtzentrum in der innerstädtischer Ergänzungslage am „Kugelrain“
- Nachnutzung des Edeka-Bestandsmarktes und damit einhergehende Vermeidung eines städtebaulichen Missstandes am „Kugelrain“ als Ergänzungsstandort des traditionellen Stadtzentrums und bedeutsamen Teil des zentralen Versorgungsbereiches der Standortkommune St. Blasien.

[100] Auch im weiteren Verlauf der Untersuchung bzw. des Genehmigungsprozesses soll eine aktive Einbindung der zuständigen Genehmigungsbehörden erfolgen.

[101] Auch seitens der Kund*innen von Schmidts Märkte wurde der Wunsch nach discountorientierten Angeboten in St. Blasien geäußert und an die Mitarbeitenden von Edeka herangetragen.

Für die Umsetzung der geplanten Einzelhandelsflächen sind an beiden Vorhabenstandorten Änderungen der Bebauungspläne mit Ausweisung von Sondergebieten erforderlich. Hierfür sollte durch vorliegendes Gutachten überprüft werden, ob sich die Planvorhaben in die Regelungen des LEP Baden-Württemberg (Integrations-, Konzentrations- und Kongruenzgebot sowie Beeinträchtigungsverbot) einfügen. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass prinzipiell nur Edeka und Action als großflächige Einzelhandelsprojekte (> 800 m² VK) den Regelungen der Raumordnung unterliegen und damit prüfungsrelevant wären. Die zudem geplanten, jeweils kleinflächigen Fachmarktkonzepte aus den Bereichen Drogerie, Bekleidung und Schuhe wurden nach im Vorfeld stattgefundener Abstimmung mit den Trägern öffentlicher Belange (u.a. IHK, Handelsverband) i.S. einer worst-case Analyse jedoch ebenfalls als überprüfungsrelevant bewertet und daher ebenfalls in die Überprüfung mit einbezogen. Darüber hinaus sollte mit Blick auf Edeka untersucht werden, ob ggf. auch eine größere Verkaufsfläche zulässig wäre.

Im Ergebnis der raumordnerischen Überprüfung von städtebaulichem Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot kann zusammenfassend Folgendes konstatiert werden:

- Die beiden Vorhabenstandorte „Neue Mitte“ und „Kugelrain“ können als geplantes innerstädtisches Zentrum eingestuft werden. Sie stellen gut miteinander verbundene Standortbereiche dar, die sich funktional ergänzen und in Summe als ein anziehungsstarker, breit aufgestellter zentraler Versorgungsbereich im Zentrum St. Blasiens ausgewiesen werden können. Vom geplanten Gesamtangebot kann dieses innerstädtische Zentrum als Verbund beider Standortbereiche insgesamt profitieren. Das Integrationsgebot kann damit als erfüllt bewertet werden.
- St. Blasien ist im Regionalplan Hochrhein-Bodensee als Unterzentrum ausgewiesen. Die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist damit zulässig und entspricht den landesplanerischen Zielsetzungen. Das Konzentrationsgebot ist somit erfüllt.
- Einzelhandelsvorhaben müssen sich hinsichtlich ihrer Größe und des Warensortiments in das zentralörtliche System und die Verflechtungsbereiche einfügen. Dies ist nach gutachterlicher Einschätzung bei den vorliegenden Projektvorhaben der Fall. Bei keinem der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche und damit auch weder beim geplanten Edeka Supermarkt noch bei den verschiedenen, zusätzlich vorgesehenen Fachmärkten wird ein regelmäßiges Einzugsgebiet erreicht, welches den zugeordneten Verflechtungsbereich deutlich überschreitet. Somit erfüllen sowohl die am Vorhabenstandort „Neue Mitte“ wie auch die am Vorhabenstandort „Kugelrain“ avisierten Einzelhandelbetriebe das Kongruenzgebot.
- Wie in Kapitel 3.4 im Detail ausgeführt ist, ist nach Ansicht der cima nicht anzunehmen, dass sich das Gesamtprojektvorhaben oder auch Teile davon – dies gilt insbesondere auch für die beiden großflächigen Anbieter Edeka und Action – nachhaltig bzw. erheblich negativ auf die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in St. Blasien oder auch den Städten/Gemeinden der weiteren Region auswirken. Dies gilt umso mehr als im angenommenen worst-case-Szenario u.a. die Maximalvariante möglicher Verkaufsflächen[102] des Multisortimenters Action angenommen wurden, wenngleich diese lediglich temporär erreicht werden.

  Gemäß der vorgenommenen Untersuchung können schädliche bzw. nachhaltig negative Auswirkungen auf die Struktur und die Entwicklungsmöglichkeiten aller betroffenen Innenstädte und Ortskerne, weiterer wichtiger Versorgungszentren sowie auch bestehender Nahversorgungsstrukturen ausgeschlossen werden. Die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen liegen in sämtlichen Sortimenten auf einem niedrigen bis moderaten Niveau, welches nicht zu Betriebsschließungen o.ä. führen wird. Keiner der zentralen Orte im Untersuchungsraum wird in seiner Funktionsfähigkeit nachhaltig gefährdet. Somit kann das Vorhaben in seiner Gesamtheit sowie auch der zusätzlich nur für sich betrachtete

[102] Und damit auch Umsätze.

Action-Markt als städtebaulich und versorgungsstrukturell verträglich eingestuft werden. Demnach ist auch das Beeinträchtigungsverbot erfüllt.

Zusammenfassend konnte mit der vorliegenden Untersuchung der Nachweis erbracht werden, dass das Projektvorhaben in St. Blasien in seiner Gesamtheit mit den landesplanerischen Vorgaben konform geht. Gleiches gilt auch bei alleiniger Detailbetrachtung der beiden großflächigen Anbieter Edeka und Action. Städtebauliches Integrationsgebot, Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot werden eingehalten.

In Bezug auf eine ggf. nochmals vergrößerte Verkaufsfläche des Edeka-Marktes kann an dieser Stelle – wie vom Auftraggeber zusätzlich gewünscht – konstatiert werden, dass die geplanten und hier untersuchten 2.400 m² Gesamtverkaufsfläche insbesondere im Hauptsortiment Lebensmittel teils bereits recht hohe Umverteilungsquoten gegenüber bestehende (Nah-)Versorgungsstrukturen erwarten lassen. Diese sind zwar noch als verträglich einzustufen, von einer weiteren Erhöhung des Wettbewerbsdrucks durch ein vergrößertes Lebensmittelangebot im Edeka-Markt ist jedoch abzuraten. Ein Arrondierung des Edeka-Marktes im Baumarktbereich, wie von Seiten des Betreibers zeitweise erwogen wird, erscheint angesichts des fehlenden Baumarktangebotes in St. Blasien und den durchwegs überschaubaren Umverteilungsquoten in diesem Angebotsbereich jedoch möglich. Ein zusätzlich zu den bisher geplanten 2.400 m² Gesamtverkaufsfläche des Edeka-Marktes Baumarktangebot als Ergänzungsangebot auf überschaubarer Größe (bis ca. 200 m² VK) kann ohne Detailüberprüfung als verträglich eingestuft werden. Auf einer solchen zusätzlichen Verkaufsfläche dürfen jedoch auch langfristig zum Schutz vorhandener Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum keine Lebensmittel angeboten werden. Sie dient rein dem Verkauf von typischerweise nicht-zentrenrelevanten Waren aus dem Baumarktbereich.

Auch in den beiden Sortimentsbereichen Bekleidung und Schuhe, welche auftragsgemäß ebenfalls hinsichtlich ggf. möglicher größerer Verkaufsflächen überprüft werden sollten – ergeben sich über die untersuchten Verkaufsflächengrößen von in Summe ca. 880 m² (Bekleidung) bzw. ca. 420 m² (Schuhe) hinaus keine nennenswerten Spielräume. In diesem Zusammenhang ist jedoch auch an dieser Stelle nochmals anzuführen, dass bei Action durchwegs die maximal möglichen Verkaufsflächengrößen in den Einzelsortimenten angesetzt wurden. Dies gilt auch für den Bekleidungsbereich. Da beim Anbieter Action eine Vollabschöpfung der untersuchten Verkaufsfläche für Bekleidung (ca. 180 m²)[103] äußerst unwahrscheinlich ist, ergeben sich hier gewisse Potenziale zur Flexibilisierung des Gesamtangebotes in diesem Sortimentsbereich. Schuhe bietet Action hingegen nicht an[104], insofern gilt Entsprechendes hier nicht.

Um auf zukünftig ggf. notwendige Umstrukturierungen angemessen reagieren zu können keine unerwünschte Leerstandsflächen befürchten zu müssen, bieten sich neben den untersuchten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch Arrondierungen mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten[105] an.[106]

---

[103] Vgl. Tab. 1

[104] Vgl. Tab. 1

[105] Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind Waren- oder Warengruppen, die nicht wesentlich zur Belebung oder Funktionsfähigkeit von Innenstädten beitragen. Sie umfassen in der Regel Güter des seltenen oder geplanten Bedarfs, deren Kauf meist zielgerichtet erfolgt. Diese Sortimente erfordern häufig größere Verkaufsflächen und eine gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, weshalb sie typischerweise in peripheren Lagen oder Gewerbegebieten angesiedelt werden. Beispiele sind Möbel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz-Zubehör oder Heimwerkerbedarf. Im Gegensatz dazu tragen zentrenrelevante Sortimente, etwa aus den Bereichen Mode, Bücher oder Gastronomie, wesentlich zur Passantenfrequenz und Attraktivität von Innenstädten bei. Die Zulassung nicht-zentrenrelevanter Sortimente sowohl inner- als auch außerhalb zentraler Lagen ermöglicht eine funktionale Ergänzung des Gesamtangebots und unterstützt eine ausgewogene Handelsstruktur.

[106] Dies gilt ausschließlich für die Flächen für ergänzende Fachmärkte unterhalb der Grenze der Großflächigkeit.

In Anlehnung an bundesweite Standards[107] lassen sich vor dem Hintergrund des im Stadtgebiet vorhandenen, überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsbesatzes für die Stadt St. Blasien ortsspezifisch die folgenden Sortimente als nicht-zentrenrelevant definieren:[108]

- Fahrrad und Zubehör
- Orthopädie
- Zooartikel/-bedarf
- Gartenartikel
- Baumarktartikel
- Möbel, Küchen, Matratzen
- Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbeläge
- Leuchten
- Kfz-Zubehör.

Diese nicht-zentrenrelevanten Sortimente sollten für die neben den großflächigen Anbietern Action und Edeka geplanten Fachmärkte ebenfalls im B-Plan festgehalten werden.

[107] Diese stammen u.a. aus unterschiedlichen Landes- und Regionalplänen sowie kommunalen Einzelhandelskonzepten.

[108] St. Blasien selbst hat keine eigene Sortimentsliste in einem Einzelhandelskonzept definiert, auch die Landes- und Regionalplanung weist derzeit keine entsprechende Sortimentsliste aus. Daher erfolgt die Abgrenzung der abgeleiteten Sortimente im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse. Die Basis hierfür bilden bundesweite Standards, die vor dem Hintergrund der lokalen Einzelhandelssituation in St. Blasien überprüft wurden. Die Vorgehensweise orientiert sich dabei an den von der gif (Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V.) herausgegebenen Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Einzelhandelskonzepte und projektbezogene Auswirkungsanalysen.

Auswirkungsanalyse
„Neue Mitte“ und „Kugelrain“ in St. Blasien

Kontakt:
M. Sc. Susanne André
Dipl.-Geogr. Herbert Brunner

Tel.: 089 / 55118 - 154
E-Mail: cima.muenchen@cima.de

Weitere Informationen zur CIMA und unseren Projekten finden Sie auf unserer Homepage: **www.cima.de**

cima.

wir können.
wir machen.
für menschen.