

Auswirkungsanalyse

zu den städtebaulichen Auswirkungen der Erweiterung des Lidl-Marktes am Standort Fried- richstraße 97 in Schönebeck (Elbe)

für die
Lidl Dienstleistungs GmbH & Co. KG
Rötzelstraße 30
74172 Neckarsulm

Ihre Ansprechpartner

Dr. Silvia Horn
(Gesamtleitung)
Humangeographie M.Sc. Richard Engel
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-72
Fax +49 341 98386-80
E-Mail horn@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 5. Mai 2014

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.1. Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	5
2.2. Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen	6
2.3. Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	8
3. Projektplanung und Projektdaten.....	9
4. Makrostandort Schönebeck (Elbe)	11
5. Mikrostandortanalyse	15
6. Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet	18
7. Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet	23
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	26
8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3.....	26
8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt.....	28
8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schönebeck (Elbe).....	29
9. Auswirkungsanalyse.....	31
9.1. Umsatzprognose.....	31
9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	33
9.3. Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept / Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung	35
9.4. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens / Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung.....	36
9.5. Kundenfrequenz und Verkehrsaufkommen des Lidl-Lebensmitteldiscounters	37
10. Fazit	38

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	5
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	6
Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht.....	7
Abbildung 4: Projektskizze zur Erweiterung des Lidl in der Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe).....	9
Abbildung 5: Fotoaufnahmen des Standorts des Lidl-Lebensmitteldiscounters	9
Abbildung 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)	13
Abbildung 7: Nahversorgungslagen der Stadt Schönebeck (Elbe)	14
Abbildung 8: Umfeld Standort Lebensmittelmarkt	15
Abbildung 9: Verkehrsanbindung des Projektstandortes	17
Abbildung 10: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	20
Abbildung 11: Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet	21
Abbildung 12: Prüfungsverfahren zu Einzelhandelsgroßprojekten	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Schönebeck (Elbe)	12
Tabelle 2: Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum nach Betriebsformen.....	19
Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum nach Standorten	19
Tabelle 4: Marktpotenzial des Erweiterungsvorhabens	24
Tabelle 5: Umsatzprognose der Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters	31
Tabelle 6: Umsatzveränderung durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters	31
Tabelle 7: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe	33
Tabelle 8: Kundenverkehrsaufkommen in der Gegenüberstellung von Ist- und Plansituation	37

Kartenverzeichnis

Karte 1: Landesplanerische Einordnung der Stadt Schönebeck (Elbe) in die Raumstruktur	11
Karte 2: Lage des Lidl-Marktes und fußläufiger Einzugsbereich (500m Radius).....	16
Karte 3: Übersicht Angebotsstrukturen im Umfeld des Projektstandortes	18
Karte 4: Einzugsgebiet des Lidl-Marktes in der Friedrichstraße	24

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Lidl Dienstleistungs GmbH & Co. KG plant die Erweiterung des bestehenden Lebensmittelmarktes an der Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe). Der Markt soll sich von gegenwärtig ca. 1.030 m² Verkaufsfläche auf ca. 1.310 m² Verkaufsfläche vergrößern. Da der Lidl-Markt in der Welsleber Straße aus Wirtschaftlichkeitsgründen geschlossen wurde, möchte die Firma Lidl in der Stadt Schönebeck (Elbe) ihren zweiten Markt mit der Erweiterung sichern. Gerade durch die Entwicklung des neuen Fachmarktzentrams am südlichen Rand der Innenstadt hat der Wettbewerbsdruck für den Lebensmittelmarkt in der Friedrichstraße zugenommen.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe) aus dem Jahr 2013 wird der Lidl als Nahversorgungsstandort eingeordnet. Maßgebliche Prämisse für die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben ist die Fokussierung auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche der Stadt sowie die Sicherung der wohnungsnahen und wohnortnahen Nahversorgung. Demzufolge wird die Kompatibilität des Erweiterungsvorhabens mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept geprüft.

Da das Vorhaben über 800 m² Verkaufsfläche aufweist, überschreitet dieses die Schwelle zur Großflächigkeit. Im Zuge der planungsrechtlichen Prüfung wurde vorliegendes Gutachten erstellt, welches untersucht, ob städtebauliche Besonderheiten im Sinne einer atypischen Fallgestaltung nach § 11 Abs. 3 BauNVO vorliegen.

Im Flächennutzungsplan der Stadt Schönebeck (Elbe) ist der Standort als gemischte Baufläche ausgewiesen, in welcher Einzelhandelsbetriebe, die das Wohnen nicht wesentlich stören, zulässig sind. Da nach Abstimmung mit der Stadt Schönebeck ein Bebauungsplanverfahren angestrebt wird, bestimmt sich die Zulässigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Es ist daher zu prüfen, ob mit der geplanten Erweiterung des bestehenden Marktes schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Schönebeck oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich einhergehen.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form wird das Projekt dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung sowie zu den Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Schönebeck (Elbe) vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrage-seitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel in der Stadt Schönebeck (Elbe) von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie lässt sich das Vorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe) einordnen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen sind insbes. auf zentrale Versorgungsbereiche in Schönebeck (Elbe) zu erwarten?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers, einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation und einer Besichtigung des Vorhabenstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Erweiterungsvorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und dominante Trends im Lebensmitteleinzelhandel und speziell im Marktsegment „Lebensmitteldiscounter“ erläutert.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in der Nachfrage und steigenden Preisen begründet, zum anderen in einer Verbesserung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, welches bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies an der boomenden Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln ablesen, welche vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt heute alle Anbieter zunehmend im Sortiment haben.

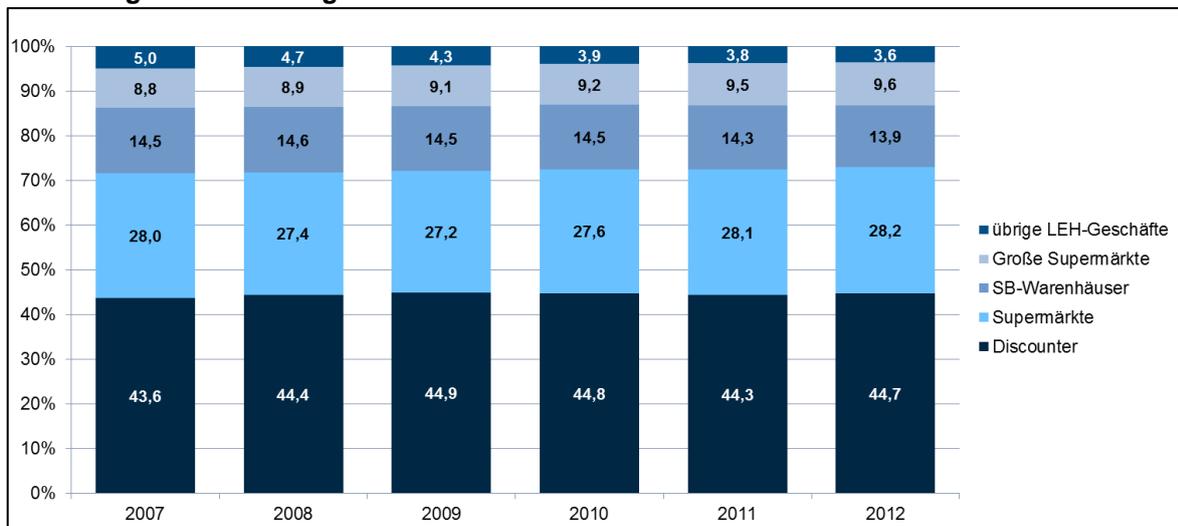
Von den 436 Mrd. Euro inkl. Apothekenumsätzen, die die 81 Mio. Einwohner in Deutschland im Einzelhandel ausgeben, entfallen rd. 217 Mrd. Euro auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Blumen). Dies entspricht einem Anteil von knapp 50% und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes. Keine andere Branche hat eine so hohe Konzentration auf Handels- wie auch auf Lieferantenseite. Allerdings setzen die großen Betreiber von Supermärkten, die REWE-Group und Edeka, zunehmend auf selbständige Kaufleute, die mit ihrer lokalen Präsenz auf Besonderheiten des regionalen Marktes besser reagieren können.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist zudem durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche v. a. durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots generiert wird.

2.1. Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Durch veränderte Verbraucherwünsche und eine hohe Preisorientierung der deutschen Kunden haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahren ihre starke Marktstellung behalten können und sind mit einem Marktanteil von fast 45% der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



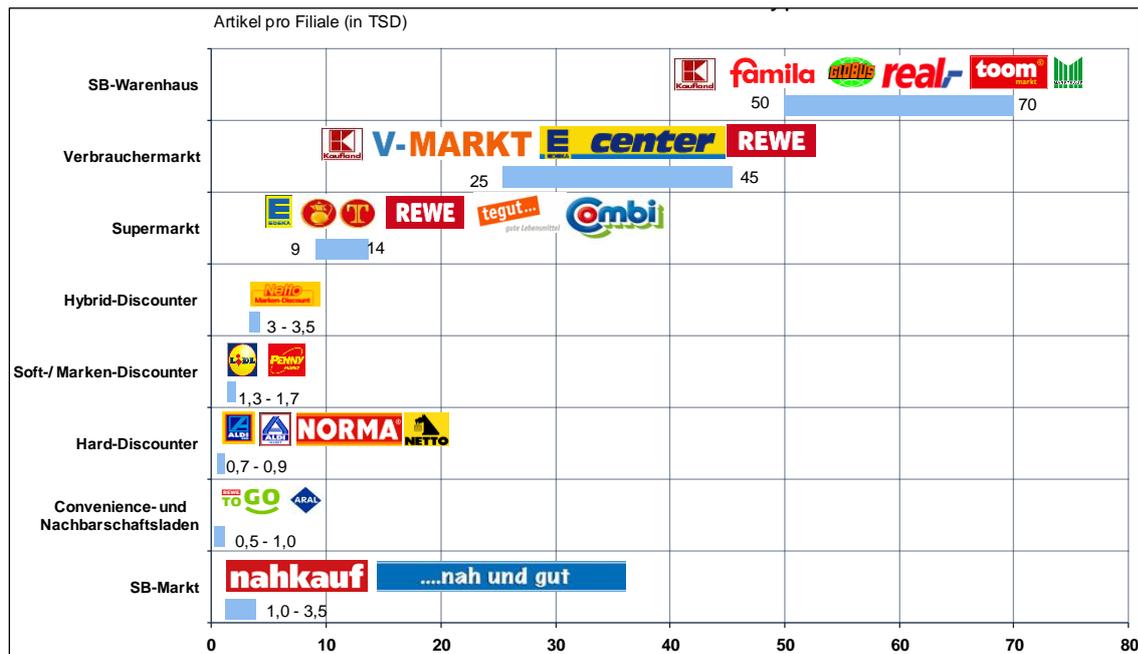
Quelle: EHI, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH, 2013

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

2.2. Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen

Anders als Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stellen die Lebensmitteldiscounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von i. d. R. 400 bis 1.200 m² bieten Lebensmitteldiscounter ein schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl an. Die Attraktivität der Lebensmitteldiscounter basiert also auf einem preislichen Vorteil, kombiniert mit einer überschaubaren Anzahl an Artikeln.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH, 2013

Während Supermärkte v.a. wegen ihres umfassenden Sortiments, einer großen Auswahl an Frischeartikeln, der attraktiveren Warenpräsentation und Ladenatmosphäre, des fachkundigen Personals und der Service-Elemente gefragt sind, werden Lebensmitteldiscounter von den Konsumenten in der Regel zum preisgünstigen Grundeinkauf aufgesucht.

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abb. 2). Das Erweiterungsvorhaben ist dabei mit dem Anbieter Lidl als Soft-Discounter einzuordnen. Soft-Discounter führen mit bis zu 1.700 verschiedenen Artikeln mehr als die doppelte Artikelzahl im Vergleich zu Hard-Discountern. Der Schwerpunkt liegt bei beiden Lebensmitteldiscounterarten im Trockensortiment, das um Getränke (v. a. in Einwegverpackung) ergänzt wird. Bedienungsabteilungen wie Frischetheken und andere Dienstleistungen sind in Lebensmitteldiscountern nicht vorzufinden. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist der hohe Anteil an Eigenmarken, die sehr preiswert angeboten werden können.

Dieser Betriebstyp weist eine preisorientierte und werbeintensive Unternehmensphilosophie auf. Die Warenpräsentation wird daher in der Regel eher nüchtern gestaltet, wobei vereinzelt ausgewählte Warengruppen (z. B. Drogerieartikel) wertiger präsentiert werden. Die Soft- bzw. Markendiscounter verfolgen dabei das Discount-Konzept weniger strikt als die Hard-Discounter.

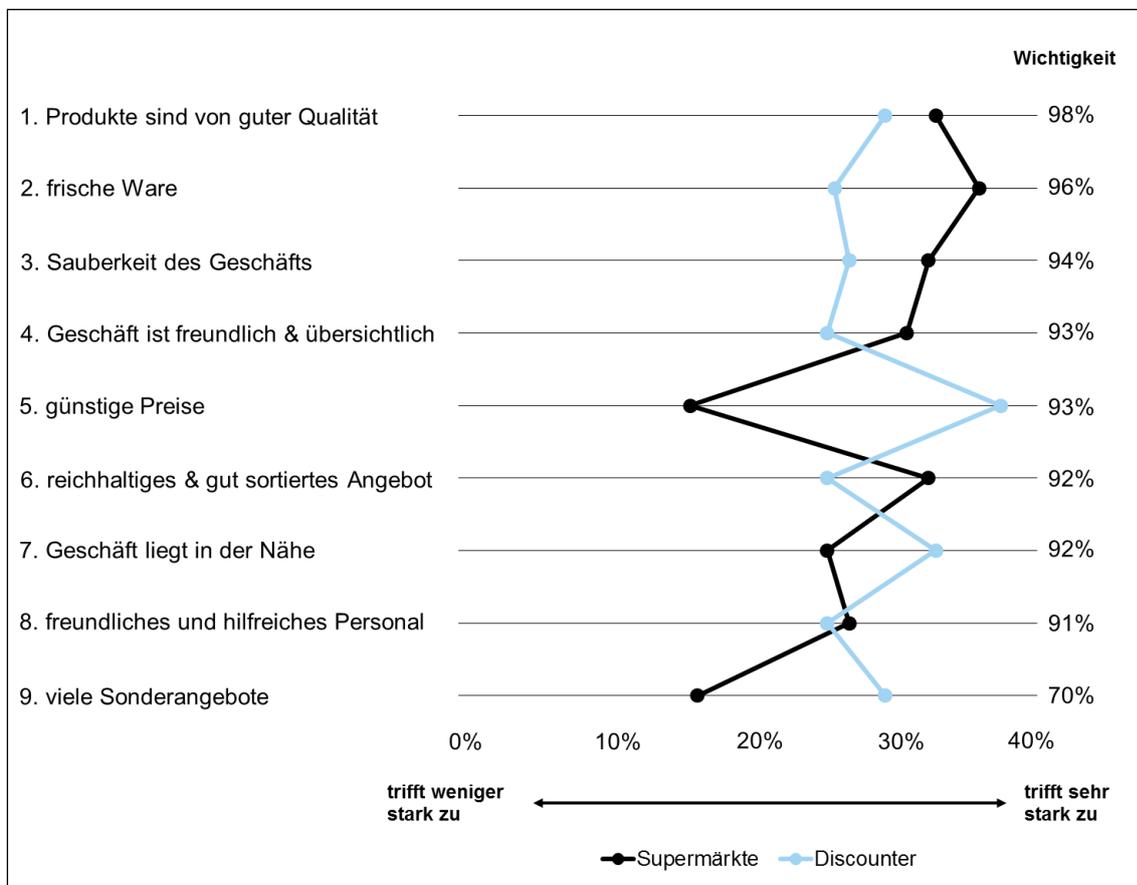
Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt dasselbe Sortiment vorfindet. Abgeleitete Betriebsformen wie beispielsweise bei den Supermärkten (z.B. City-Supermarkt) sind bei Lebensmitteldiscountern für gewöhnlich nicht vorzufinden.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Eine Ausnahme davon bilden die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounters), zu denen in Deutschland der Netto Marken-Discount zählt. Netto Marken-Discount positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl aber auch der Bedienform und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4,25 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei ergänzenden Wettbewerbern besorgt.

Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht



Quelle: ZMG (Branchenreport LEH), Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

2.3. Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Für die Frage der Auswirkungen eines Einzelhandelsbetriebes ist vor allem die Größe der Verkaufsfläche relevant, da diese, z.B. neben der Sortimentsstruktur und der Standortqualität, einen bedeutenden Einflussfaktor für den zu erwartenden Umsatz darstellt. Die vergleichsweise großzügig dimensionierten Nebenflächen führen hingegen zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen, sondern dienen vor allem dem effizienten Betrieb des Marktes.

Die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf bei Lebensmitteldiscountern ist vor allem in der Prozessoptimierung zu sehen:

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich, z.B. durch die geänderten Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können, oder die Pfandregelung für Kunststoffflaschen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern vor allem den älteren Kunden (u.a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel) den Wareneingang.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung.

Im Zuge des erhöhten Flächenbedarfs des Lebensmitteleinzelhandels und dem Festhalten am 800 m²-Schwellenwert seitens der Planung wurde vom IREBS-Institut der Universität Regensburg und der HafenCity Universität Hamburg im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmitteleinzelhandels in der Studie „Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel“¹ aus dem März 2013 überprüft, ob die 800 m²-Verkaufsflächenschwelle zur „Großflächigkeit“ empirisch festzustellen ist. Die auf breiter empirischer Basis gestützte wissenschaftliche Untersuchung kommt dabei zu dem Fazit, dass weder dieser Wert, noch ein anderer spezifischer Grenzwert festzustellen ist. Hinsichtlich Verkehrsaufkommen und Einzugsgebiet unterscheiden sich groß- und kleinflächige Discounter (+/- 800 m² Verkaufsfläche) nicht grundlegend voneinander², weshalb eine stärkere Einzelfallbetrachtung gerade bei der Dynamik im Lebensmitteleinzelhandel angestrebt werden sollte.

Fazit zu Entwicklungen und Trends in der Lebensmittelbranche:

- Den Qualitätsstrategien der Vollsortimenter stehen Preisstrategien der Lebensmitteldiscounter gegenüber.
- Die Verkaufsfläche steigt bei Supermärkten und Lebensmitteldiscountern an.
- Die Lebensmitteldiscounter garantieren eine preisgünstige Grundversorgung (bis zu 1.700 Artikel).
- Der am stärksten verbreitete Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels ist der Lebensmitteldiscounter.
- Der Schwellenwert zur Großflächigkeit bei 800 m² konnte in einer aktuellen wissenschaftlichen Studie empirisch nicht festgestellt werden.
- Die signifikanten Erweiterungen des Einzugsgebietes bei großflächigen Lebensmittelmärkten sind laut dieser Studie nicht generell gegeben und sollten im Einzelfall geprüft werden.

¹ HafenCity Universität Hamburg; Institut für Immobilienwirtschaft IREBS an der Universität Regensburg (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel

² HafenCity Universität Hamburg; Institut für Immobilienwirtschaft IREBS an der Universität Regensburg (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Im Resümee ist festzuhalten, dass mit dem Umbau des Marktes einerseits einer allgemeinen Entwicklung mit technologischen und hygienischen Anforderungen des Gesetzgebers Rechnung getragen wird, andererseits soll die Erweiterung der Verkaufsfläche zur Anpassung an marktfähige Konzepte genutzt werden. Im Vordergrund stehen eine bessere Warenpräsentation, großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, die zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen beitragen (siehe hierzu Abschnitt 2).

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens maßgeblich:

- Umsatzbindung und –herkunft des Erweiterungsvorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Erweiterung des Marktes,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Schönebeck (Elbe),
- Einbindung in die Versorgungsfunktionen gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe).

4. Makrostandort Schönebeck (Elbe)

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten. Zur grundsätzlichen Einordnung des Untersuchungsstandorts und des Erweiterungsvorhabens erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu den Rahmenbedingungen der Stadt Schönebeck (Elbe) und den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

Die Stadt Schönebeck (Elbe) befindet sich in zentraler Lage in Sachsen-Anhalt. Sie liegt etwa 15 km südöstlich von der Landeshauptstadt Magdeburg entfernt.

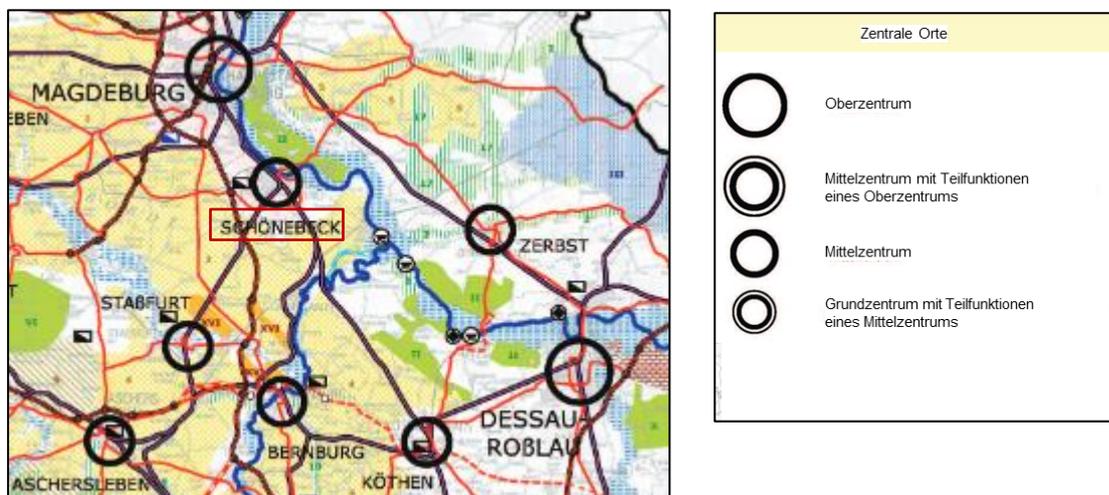
Überregional ist die Stadt Schönebeck (Elbe) vor allem über die Bundesstraße 246a angebunden, die etwa 6 km vom Stadtzentrum entfernt über die Autobahnabfahrt Schönebeck mit der Autobahn 14 verbindet.

Administrativ ist die Stadt in 10 Ortsteile untergliedert: Bad Salzelmen, Elbenau, Felgeleben, Frohse, Grünwalde, Plötzky, Pretzien, Ranies, Schönebeck und Sachsenland.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Schönebeck (Elbe)

Die Stadt Schönebeck (Elbe) ist gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt als Mittelzentrum ausgewiesen.³ „Mittelzentren sind als Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln. Sie sind Verknüpfungspunkte der öffentlichen Nahverkehrsbedienungs und sollen die Verbindung zum regionalen und überregionalen Verkehr sichern.“⁴

Karte 1: Landesplanerische Einordnung der Stadt Schönebeck (Elbe) in die Raumstruktur



Quelle: Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Zeichnerische Darstellung (Ausschnitt)

Nach den Grundsätzen der Landesplanung soll die Versorgung der Bevölkerung in Mittelzentren des Landes Sachsen-Anhalt durch eine entsprechende Vielfalt von Betriebsformen und -typen gesichert und gestärkt werden, zukünftig soll sich die weitere Einzelhandelsentwicklung aber bevorzugt in den zentralen Versorgungsbereichen vollziehen.

³ vgl. hierzu Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte, Z37

⁴ vgl. hierzu Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte, Z34

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Als Einzelhandelsstandort besitzt Schönebeck (Elbe) eine aktuelle Zentralitätskennziffer von 95,6. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert Schönebeck (Elbe) folglich einen Kaufkraftabfluss, was für ein Mittelzentrum untypisch ist. Sicherlich ist dies vor allem mit der Nähe zur Landeshauptstadt Magdeburg zu begründen, zeigt jedoch auch offene Potenziale für die künftige Einzelhandelsentwicklung auf.

Soziodemographische Daten

In der Stadt Schönebeck (Elbe) lebten zum 30.06.2013 insgesamt 31.682 Einwohner. Durch die Eingemeindungen von Plötzky, Pretzien und Ranies ist die Einwohnerzahl im Jahr 2009 gestiegen. Danach ist ein Rückgang zu verzeichnen, der sich durch den Zensus im Jahr 2011 verstärkt hat (vgl. nachfolgende Tabelle). Diese Tendenz für Schönebeck (Elbe) wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Gemäß der 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose 2008 bis 2025 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt soll die Einwohnerzahl bis 2025 auf unter 26.500 Einwohner absinken.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Schönebeck (Elbe)

Gebietseinheit	Sachsen-Anhalt		Salzlandkreis		Schönebeck (Elbe)	
	Einwohner absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
2008	2.381.872	100,0%	215.591	100,0%	32.867	100,0%
2009	2.356.219	98,9%	212.605	98,6%	34.723	105,6%
2010	2.335.006	98,0%	209.579	97,2%	34.305	104,4%
2011	2.313.280	97,1%	206.784	95,9%	33.539	102,0%
2012*	2.259.393	94,9%	201.210	93,3%	31.870	97,0%
30.06.2013*	2.248.917	94,4%	199.804	92,7%	31.682	96,4%
Prognose 2025** (Statistisches Landesamt)	1.939.342	81,4%	164.586	76,3%	26.419	80,4%

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt: Statistische Berichte 2008-2013

* auf Basis des Zensus vom 9. Mai 2011

** 5. Regionalisierte Bevölkerungsprognose 2008 bis 2025 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Basisjahr 2008

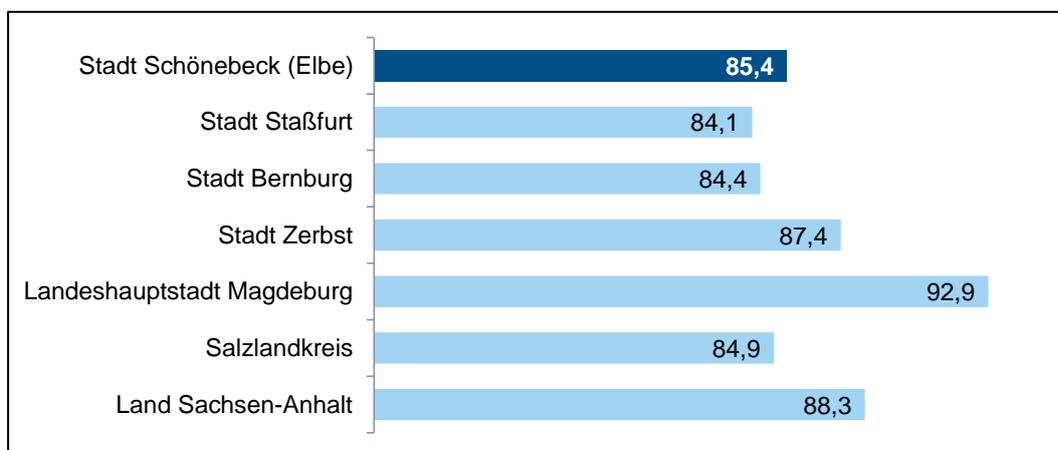
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)



Quelle: BBE|CIMA|MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2013

Die Stadt Schönebeck (Elbe) erzielt mit 85,4 im regionalen Vergleich ein mittleres Kaufkraftniveau. Das Kaufkraftniveau liegt leicht über dem Durchschnittsniveau des Salzlandkreises, aber unter dem Durchschnittswert für das Bundesland Sachsen-Anhalt. Generell gilt jedoch, dass der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Landes Sachsen-Anhalt mit 88,3 knapp 12 Prozentpunkte unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt.

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmittel Einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Schönebeck (Elbe) beträgt 5.754, demgegenüber sind 6.129 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein negativer Pendlersaldo von -375.⁵ Diese Pendlersituation ist Ausdruck der Bedeutung der räumlichen Nähe von Schönebeck (Elbe) zur Landeshauptstadt Magdeburg und lässt entsprechende einzelhandelsrelevante Kaufkraftabflüsse erwarten.

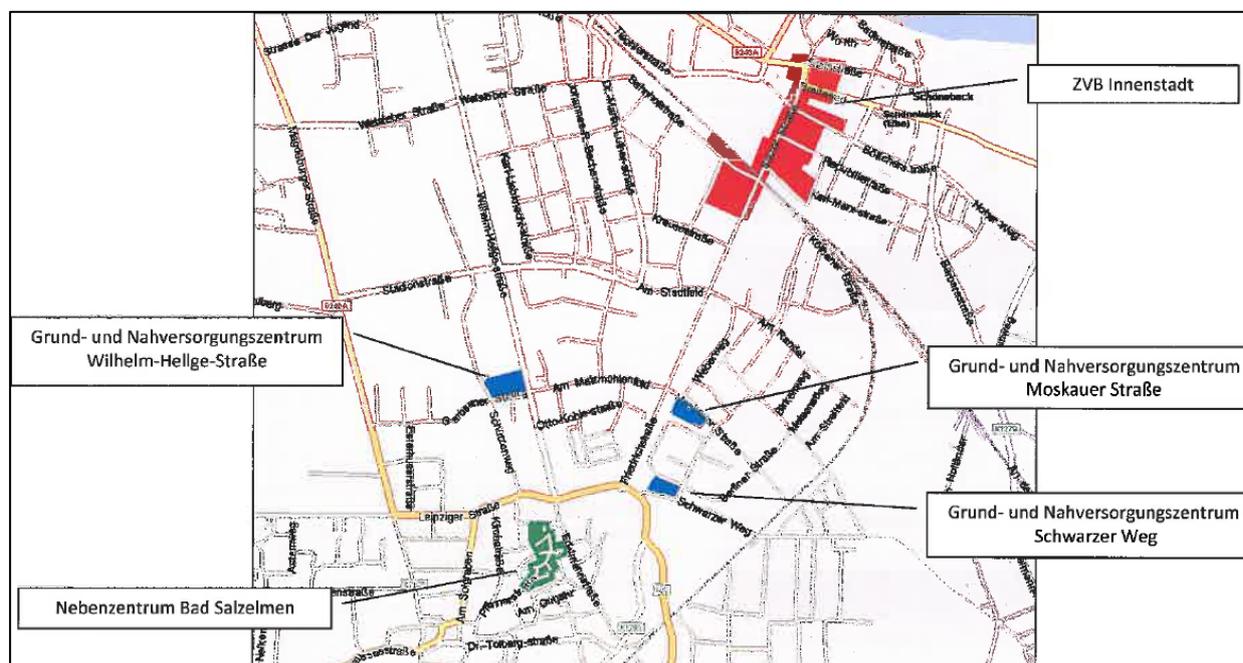
Zielvorstellung zur gesamtstädtischen Standortsteuerung im Einzelhandel

Die Stadt Schönebeck (Elbe) hat unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demographischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandels im Einzelhandels- und Zentrenkonzept, welches vom Stadtrat am 11.07.2013 beschlossen wurde, definiert. Danach ist der Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung oberste Priorität einzuräumen. In einem hierarchisch gegliederten System weist die Stadt Schönebeck (Elbe) den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Stadtzentrum) als hierarchisch höchstes Zentrum aus. Darunter folgt Bad Salzelmen (Nebenzentrum) sowie mehrere Grund- und Nahversorgungszentren (Moskauer Straße, Schwarzer Weg, Wilhelm-Hellge-Straße). Diese werden funktional ergänzt durch Nahversorgungsstandorte und solitäre Einzelhandelsstandorte (siehe folgende Abbildung).

⁵ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2013, Bundesagentur für Arbeit

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Abbildung 7: Nahversorgungslagen der Stadt Schönebeck (Elbe)



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Schönebeck (Elbe), S. 62

Fazit zum Makrostandort Schönebeck (Elbe):

- Die Stadt Schönebeck (Elbe) ist ein Mittelzentrum mit regionalen Versorgungsfunktionen.
- Insgesamt weist die Stadt eine sinkende Bevölkerungszahl auf, die Tendenz setzt sich in den Prognosen bis 2025 fort.
- Die Zentralitätskennziffer von unter 100 verdeutlicht, dass Entwicklungspotenziale für den örtlichen Einzelhandel bestehen.
- Es existiert ein hierarchisches Zentrenkonzept mit Stadtzentrum, Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren. Ergänzungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen übernehmen Nahversorgungsstandorte.

5. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse einen wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Relevanz.

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Mikrostandort des Lidl-Marktes wird insgesamt durch die integrierte Lage an der Friedrichstraße mit Wohngebäuden südlich, östlich und nördlich vom Projektstandort geprägt. Die Wohngebiete sind durch mehrgeschossigen Wohnungsbau und Einfamilienhausbebauung gekennzeichnet. Südlich schließt das Amtsgericht Schönebeck an den Standort an und nördlich liegt das Hotel Domicil Schönebeck. Als Ergänzung zum Lebensmittelmarkt gibt es weiterhin im Handelsbereich den Bäcker Wegener, einen gastronomischen Betrieb sowie ein Versicherungsbüro entlang der Friedrichstraße. In ca. 50 m Entfernung in westlicher Richtung in der Straße Am Stadtfeld gibt es zudem eine Apotheke, welche die Nahversorgungsfunktion des Standorts unterstreicht.

Abbildung 8: Umfeld Standort Lebensmittelmarkt



Bäckerei Wegener Friedrichstraße



Apotheke Am Stadtfeld



Amtsgericht Schönebeck

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2014

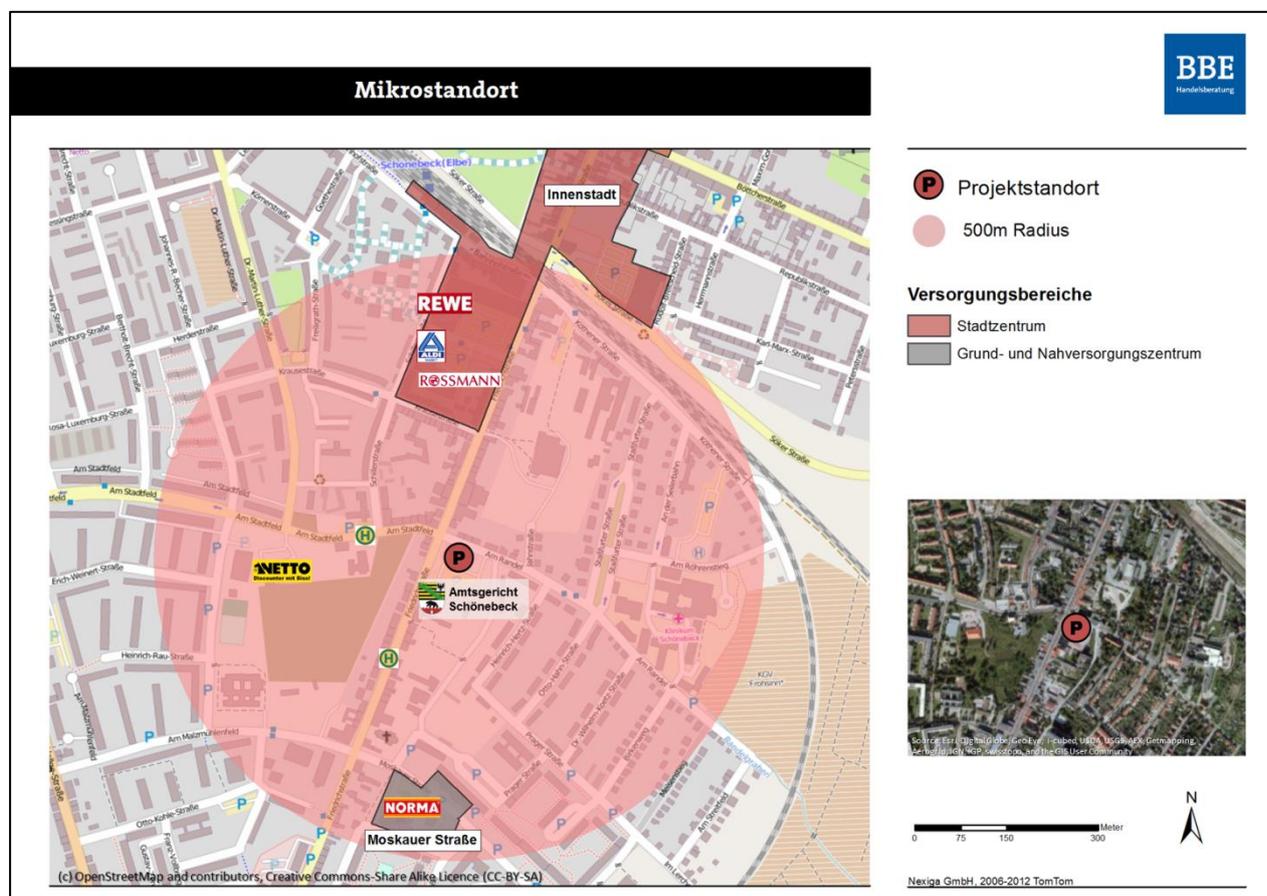
Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

In einem 500 m großen Radius leben ca. 3.143 Einwohner⁶ für die der Lebensmittelmarkt veritable Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im unmittelbaren Umfeld ergänzt den Standort zusätzlich und unterstreicht die Nahversorgungsfunktion. Diese Betriebe können vom Lebensmittelmarkt profitieren. Die Wohnbevölkerung, die direkt westlich und nördlich des Lidl-Marktes lebt, gelangt über die Ampelführung an der Kreuzung gut zum Areal des Marktes.

⁶ Nexiga GmbH (2013): Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene zum 31.12.2012

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Karte 2: Lage des Lidl-Marktes und fußläufiger Einzugsbereich (500m Radius)



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Verkehrliche Situation

An beiden Straßenseiten gibt es Geh- und Fahrradwege, auf denen der Lidl-Markt für die umliegende Bevölkerung gut zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreicht werden kann. Durch die vorhandene Ampelanlage ist die Kreuzung Friedrichstraße / Am Stadtfeld / Am Randel gut zu überqueren.

Mit der Haltestelle „Poliklinik“ westlich etwa 80 m vom Standort entfernt ist eine gute ÖPNV-Anbindung gewährleistet. So verkehrt die Stadtbuslinie 130 (zwischen Schönebeck, Busbahnhof und Felgeleben). In südlicher Richtung in etwa 200m Entfernung liegt die Haltestelle „Katholische Kirche“. An diesem Haltepunkt verkehren die Regionalbuslinien 135 (nach Atzendorf), 137 (nach Ranies) und 139 (nach Bernburg).

PKW können den Parkplatz des Lidl von der Friedrichstraße oder der Straße Am Randel aus anfahren. Bei insgesamt 113 geplanten Parkplätzen ist die PKW-Erreichbarkeit sichergestellt.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Abbildung 9: Verkehrsanbindung des Projektstandortes



Kreuzung Friedrichstraße / Am Randel

Haltestelle „Katholische Kirche“

Geh- und Fahrradwege entlang Friedrichstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2014

Planungsrechtliche Situation

Im Flächennutzungsplan der Stadt Schönebeck (Elbe) ist der Standort als gemischte Baufläche ausgewiesen, in welcher Einzelhandelsbetriebe, die das Wohnen nicht wesentlich stören, zulässig sind. Da nach Abstimmung mit der Stadt Schönebeck ein Bebauungsplanverfahren angestrebt wird, bestimmt sich die Zulässigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Es ist daher zu prüfen, ob mit der geplanten Erweiterung des bestehenden Marktes schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Schönebeck oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich einhergehen.

Fazit zum Mikrostandort in der Friedrichstraße 97 in Schönebeck (Elbe)

- Der Standort befindet sich in Schönebeck (Elbe) an der Friedrichstraße. Das direkte Umfeld ist neben Wohnen von Einzelhandel und Dienstleistungseinrichtungen geprägt.
- Ca. 3.143 Einwohner leben in fußläufiger Erreichbarkeit (500-Meter-Radius) für die der Markt wichtige Nahversorgungsfunktionen erfüllt.
- Die ÖPNV-Anbindung wird durch die Bushaltestelle „Poliklinik“ etwa 80m westlich vom Standort sichergestellt.
- Über Geh- und Fahrradwege an der Friedrichstraße ist der Standort für die Wohnbevölkerung im Umfeld gut erreichbar.

6. Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet

Die Analyse der Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet (siehe Karte 3) des Lidl-Erweiterungsvorhabens bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im April 2014.

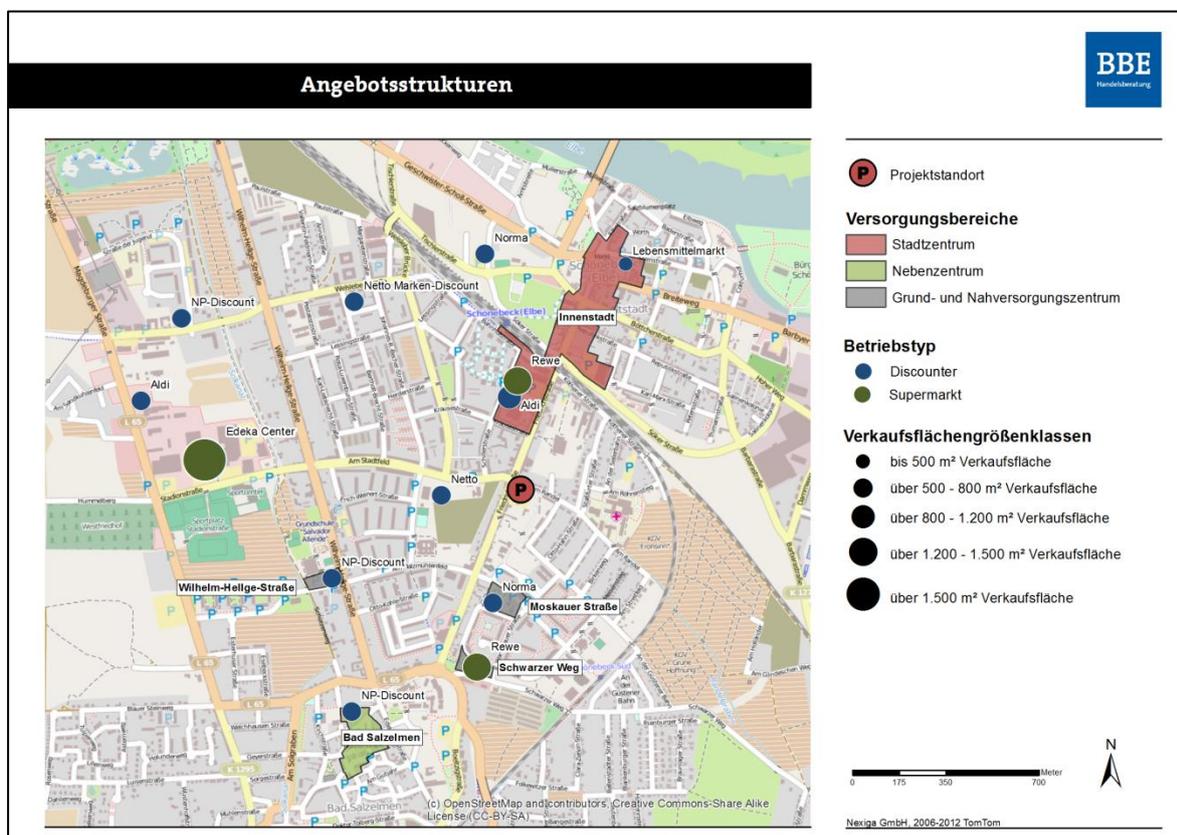
Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Einzugsgebiet, als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Erweiterungsvorhaben.

Als Untersuchungsgebiet gilt der Bereich nördlich bis zur Elbe, westlich bis zur Magdeburger Straße, südlich bis zum Nebenzentrum Bad Salzellen und östlich bis zur Bahnlinie. Die Einzelhandelsverkaufsflächen im abgegrenzten Untersuchungsraum konzentrieren sich an den Hauptverkehrsstraßen von Schönebeck, zum Teil auch in Wohngebieten.

Im Untersuchungsraum gibt es aktuell 14 Lebensmittelmärkte, die auf der nachstehenden Karte dargestellt sind.

Karte 3: Übersicht Angebotsstrukturen im Umfeld des Projektstandortes



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Die Einzelhandelsverkaufsflächen im Untersuchungsraum der Stadt Schönebeck bestehen aus insgesamt 14 Lebensmittelmärkten, welche durch weitere Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk, Fachgeschäften und dem Getränkehandel ergänzt werden. Insgesamt weisen die 48 Betriebe im Untersuchungsraum (inkl. des Lidl) eine Verkaufsfläche von ca. 17.500 m² auf und erzielen dabei einen Umsatz von ca. 67 Mio. €.

Wie Tabelle 2 verdeutlicht, übernehmen im Schwerpunkt die Lebensmitteldiscounter Grundversorgungsfunktion. Lebensmitteldiscounter verfügen über einen Verkaufsflächenbesatz im Untersuchungsraum von ca. 7.700 m² Verkaufsfläche und erzielen einen Umsatz von ca. 29,6 Mio. Euro.

Tabelle 2: Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum nach Betriebsformen

	Verkaufsfläche im Untersuchungsgebiet	Umsatzeinschätzung
Lebensmitteldiscounter	7.665 m ²	29.560 T€
Supermärkte	2.905 m ²	11.040 T€
Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser	4.000 m ²	16.800 T€
Getränkemärkte	1.450 m ²	1.970 T€
Fachgeschäfte	710 m ²	1.700 T€
Bäcker / Fleischer	775 m ²	5.970 T€
gesamt	17.505 m²	67.040 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Wird die Angebotsstruktur nach Standorten betrachtet, wird deutlich, dass der Standort des Edeka Center mit 4.550 m² Verkaufsfläche und einem Umsatz von ca. 17,9 Mio. Euro den stärksten Standort darstellt. Wesentliche Umsatzanteile im Lebensmittelbereich im Untersuchungsraum kann zudem das im November 2013 errichtete Fachmarktzentrum mit einem Umsatz von ca. 10,4 Mio. Euro erzielen.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum nach Standorten

	Verkaufsflächen im Untersuchungsgebiet	Umsatzeinschätzung
Projektstandort inkl. Bäcker (Nahversorger)	1.060 m ²	4.880 T€
Fachmarktzentrum ZVB Innenstadt	2.460 m ²	10.420 T€
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	735 m ²	2.150 T€
Nebenzentrum Bad Salzelmen	705 m ²	2.690 T€
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Moskauer Straße	730 m ²	2.660 T€
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Schwarzer Weg	1.475 m ²	5.670 T€
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Wilhelm-Hellge-Straße	800 m ²	3.130 T€
Netto, Am Stadtfeld (Nahversorger)	770 m ²	3.130 T€
Edeka Center, Stadionstraße	4.550 m ²	17.900 T€
Aldi, Magdeburger Straße	800 m ²	3.600 T€
Netto Marken-Discount, Welsleber Straße (Nahversorger)	800 m ²	2.890 T€
NP, Straße der Jugend (Nahversorger mit Entwicklungsbedarf)	605 m ²	1.940 T€
Norma, Zimmererstraße	650 m ²	2.150 T€
Sonstige	1.365 m ²	3.830 T€
gesamt	17.505 m²	67.040 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Durch die Verlagerung der beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Rewe aus dem historischen Altstadtkern von Schönebeck hat die Wettbewerbsintensität mit diesen beiden Märkten deutlich zugenommen. So gibt es bei einer Entfernung von lediglich 400 m Überschneidungen besonders im nördlichen Einzugsgebiet des Projektstandorts. Das moderne **Fachmarktzentrum**, welches zum **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** gehört, mit den Anbietern Rewe, Aldi, Rossmann, Bäckerei Steinecke aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich sowie Depot, Deichmann, Ernesting's Family, Pfennigpfeiffer, Kik und Euronics aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich, stellt sich als äußerst vitaler Standort dar. Auf Grund der Größendimensionierung und

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

der unterschiedlichen Anbieter übernimmt der Standort gesamtstädtische Versorgungsfunktionen. Die Wettbewerbsfähigkeit ergibt sich durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit mit ebenerdigen Parkplätzen zwischen den Märkten. Durch die sich ergänzenden Anbieter, welche hohe Kopplungspotenziale untereinander generieren, ist das One-Stop-Shopping für den Kunden besonders attraktiv. Insgesamt ist der Standort durch die Nähe und die Lage an der gleichen Verkehrsachse als Hauptwettbewerber anzusehen.

Mit den **weiteren Anbietern in der historischen Altstadt** bestehen hingegen nur minimale Wettbewerbsbeziehungen. So stellt die nördliche Bahnlinie eine Barriere dar und die Anbieter sind bis auf einen inhabergeführten Lebensmittelmarkt, der zudem Sonderpostenwaren führt, dem Lebensmittelhandwerk und den Fachgeschäften zuzuordnen. Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt wird zudem durch Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereichs und Dienstleistungsbereichs ergänzt, so dass sich besonders entlang der Salzer Straße ein abgestimmtes Angebot befindet.

Abbildung 10: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Rewe Fachmarktzentrum Innenstadt



Aldi Fachmarktzentrum Innenstadt



Depot, Ernsting's Family, Pfenningpfeiffer (FMZ)



Ladenzeile Salzer Straße



Bäckerei Steinecke Salzer Straße



Inhabergeführter Lebensmittelmarkt

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2014

Überschneidungen im südlichen Einzugsgebiet gibt es hingegen mit dem **Grund- und Nahversorgungszentrum Moskauer Straße**. Dieses ist auf das dortige Wohngebiet mit einer hohen Bevölkerungsdichte im direkten Umfeld ausgerichtet und kann durch die Nähe zur Friedrichstraße auch von der Pkw-Frequenz profitieren. Mit einem modernen Norma-Lebensmitteldiscounter, einer integrierten Bäckerei und einer Apotheke ist der Standort auf die Nahversorgung ausgerichtet. Diese Ausrichtung wird durch eine Arztpraxis, eine Physiotherapie, einen Friseursalon sowie eine Sparkassenfiliale unterstrichen.

Der südliche **Grund- und Nahversorgungszentrum Schwarzer Weg** ist 700 m vom Lidl-Markt entfernt und hat mit einem Rewe-Markt auf einer Verkaufsfläche von knapp 1.500 m² eine Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohngebiete. Als Vollsortimenter führt der Lebensmittelmarkt ein breiteres und tieferes Sortiment und präsentiert sich stärker im gehobenen Bereich. Wettbewerbsverflechtungen ergeben sich somit hauptsächlich durch die Lage an der gleichen Verkehrsachse bei einer Entfernung von 700 m.

Die Bindungschancen des Lidl-Marktes aus westlicher Richtung werden durch das Vorhandensein des **Grund- und Nahversorgungszentrums Wilhelm-Hellge-Straße** determiniert, welches im dortigen Bereich die stärkste Kundenorientierung auf sich vereinen kann. Mit einem NP-Discount, einer integrierten Bäckerei und Fleischerei sowie einer Apotheke ist auch dieser Standort auf die Nahversorgung der Bevölkerung aus-

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

gerichtet. Die Passage stellt sich dabei in einem veralteten Zustand dar und bedarf einer Modernisierung. Die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts ergibt sich durch die Kopplungseffekte der Nahversorgungsbetriebe und einem Bekleidungs- sowie Haushaltsgeschäft mit einem hohen Bevölkerungspotenzial im direkten Umfeld.

Als Hauptwettbewerber neben dem Fachmarktzentrum in der Innenstadt ist der westliche Nahversorger **Netto** in der Straße **Am Stadtfeld** zu bewerten. Dieser befindet sich lediglich 200 m vom Erweiterungsstandort entfernt und mit einem Discounter gibt es einen betriebstypengleichen Anbieter. Da der Standort auf der westlichen Seite der Friedrichstraße liegt, können keine Agglomerationseffekte zwischen den beiden Märkten entstehen. Der Hard-Discounter ist hingegen stärker auf die Versorgung der Bevölkerung westlich der Friedrichstraße ausgerichtet und stellt sich in einer modernen Immobilie mit einem integrierten Bäcker als wettbewerbsfähig dar.

Abbildung 11: Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet



Nahversorgungszentrum Moskauer Straße

Nahversorgungszentrum Schwarzer Weg

Nahversorgungszentrum Wilhelm-Hellge-Straße



Netto Am Stadtfeld

Edeka-Center Stadionstraße

NP-Discount Nebenzentrum Bad Salzelmen

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2014

Das **Nebenzentrum Bad Salzelmen** ist hingegen nicht als Wettbewerber anzusehen. Dieses ist auf den Ortsteil Bad Salzelmen ausgerichtet. Neben dem Lebensmittelmarkt NP-Discount und einem Rossmann-Drogeriemarkt konzentrieren sich die Angebote auch auf den Kurbetrieb mit Gesundheitsangeboten und Gastronomie.

Alle **weiteren Anbieter im Untersuchungsraum** haben entweder eine zu große Entfernung zum Projektstandort oder weisen im Vergleich zu einem Lebensmitteldiscounter eine andere Sortimentsausrichtung aus. So ist bspw. der nicht-integrierte Standort des Edeka-Centers auf den Wocheneinkauf ausgerichtet und tritt demnach nicht in den direkten Wettbewerb.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Fazit zur Angebotsstruktur:

- Die Angebotsstruktur wird geprägt durch die im Untersuchungsgebiet angesiedelten Systemanbieter im Lebensmittelbereich, die wohnungsnah und wohnortnahe Versorgungsfunktionen übernehmen.
- Die Standorte des Edeka-Center und des neuen Fachmarktzentrums in der Innenstadt zeichnen sich durch eine dominierende Marktstellung mit einem hohen Handelsbesatz, welcher sich gegenseitig ergänzt, aus.
- Als Hauptwettbewerber zum Erweiterungsvorhaben sind auf Grund der Nähe und der Lage an der Friedrichstraße bzw. in der Straße Am Stadtfeld das neue Fachmarktzentrum der Innenstadt und der Discounter Netto zu bewerten. Besonders das Fachmarktzentrum stellt sich als sehr wettbewerbsfähig dar.

7. Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

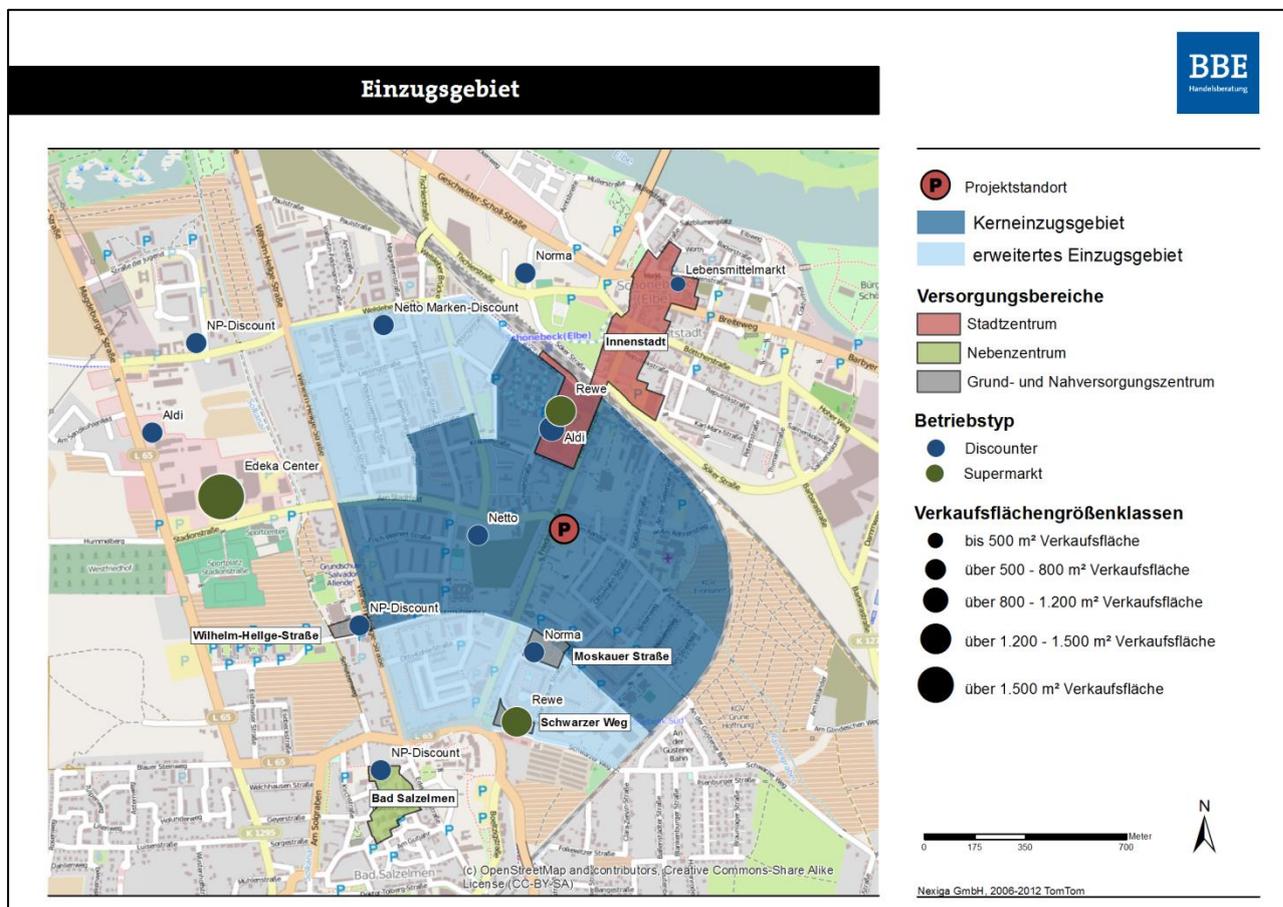
Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standorts sind die Lage an der Friedrichstraße und die im Osten und Norden verlaufende S-Bahnlinie, die eine Barriere darstellt sowie die Wettbewerbsbetriebe im Umfeld des Standorts. Unter Berücksichtigung der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das Kerneinzugsgebiet umfasst zunächst die fußläufige umliegende Wohnbebauung. Östlich und nördlich wird das Einzugsgebiet von der S-Bahntrasse begrenzt. Die südliche Begrenzung bilden die Straßenzüge Moskauer Straße (Standort Norma) und Am Malzmühlenfeld. Im westlichen Bereich grenzt die Wilhelm-Hellge-Straße mit NP-Discount das Einzugsgebiet ab. Ursächlich hierfür sind die intensivere Wettbewerbssituation mit den weiteren Anbietern und die Entfernung zum Erweiterungsstandort, so dass eine vorwiegende Kundenorientierung nicht mehr erwartet werden kann.
- Das erweiterte Einzugsgebiet grenzt nordwestlich und südlich an das Kerneinzugsgebiet an. Aus diesem Bereich wird weiterhin mit einer Kundenorientierung der Bewohner für den Nahversorgungsstandort gerechnet, allerdings mit deutlich geringerem Anteil. Im nordwestlichen Bereich wird das erweiterte Einzugsgebiet von der Welsleber Straße begrenzt. Die westliche Begrenzung bildet die Wilhelm-Hellge-Straße. Ursächlich sind hierfür der Netto Marken-Discount in der Welsleber Straße und der NP-Discount in der Wilhelm-Hellge-Straße. Durch den Norma- und Rewe-Markt südlich vom Erweiterungsstandort wird das Einzugsgebiet vom Schwarzen Weg begrenzt.

Im Zuge der Erweiterung des Marktes ist auf Grund der vorhandenen Barrieren (S-Bahnlinie) und der Anbieter im Umfeld nicht mit einer Vergrößerung des Einzugsgebietes zu rechnen. Hierfür spricht auch die Reduzierung des Parkplatzangebots von 124 auf 113 Stellplätze.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Karte 4: Einzugsgebiet des Lidl-Marktes in der Friedrichstraße



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Insgesamt leben im Kerneinzugsgebiet 5.321 Einwohner und im erweiterten Einzugsgebiet 4.747 Einwohner. Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (BBE Markt- und Strukturdaten) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Die Werte zum regionalen Kaufkraftniveau repräsentieren die Bevölkerungsstruktur und bestimmen ausgehend vom insgesamt verfügbaren Pro-Kopf-Einkommen jene Ausgabenanteile, die sortimentsspezifisch im Einzelhandel zur Verfügung stehen. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

Tabelle 4: Marktpotenzial des Erweiterungsvorhabens

Einzugsgebiet	Stadt Schönebeck (Elbe)	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial Kerneinzugsgebiet	5.321	5.321
Bevölkerungspotenzial Erweitertes Einzugsgebiet	4.747	4.747
sortimentsspezifisches Kaufkraftniveau		
Lebensmittel	90,9	
Ausgaben pro Kopf der Bevölkerung		
Lebensmittel	2.070 €	
Nachfragepotenzial Lebensmittel		
Kerneinzugsgebiet	11.020 T€	11.020 T€
Erweitertes Einzugsgebiet	9.830 T€	9.830 T€
relevante Warengruppen gesamt	9.830 T€	20.850 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Wie aus der Tabelle hervorgeht, ergibt sich bei etwa 5.300 Einwohnern im Kerneinzugsgebiet ein Marktpotenzial von 11,0 Millionen Euro sowie im erweiterten Einzugsgebiet bei ca. 4.750 Einwohnern ein Marktpotenzial von 9,8 Millionen Euro. Somit besitzt das komplette Einzugsgebiet ein Marktpotenzial im Lebensmitteleinzelhandelsbereich von 20,9 Mio. Euro.

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt die Rechtsprechung hat zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen unter besonderer Berücksichtigung der planerischen Vorgaben in Sachsen-Anhalt erläutert. Dabei werden insbesondere mit Blick auf die Regelungen auf Landesebene nur diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Das Vorhaben liegt zwar nicht im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes (§ 30 BauGB), allerdings wird im Zuge der Erweiterung des Lebensmittelmarktes ein Bebauungsplanverfahren angestrebt. Demnach bemisst sich die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben nach den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.

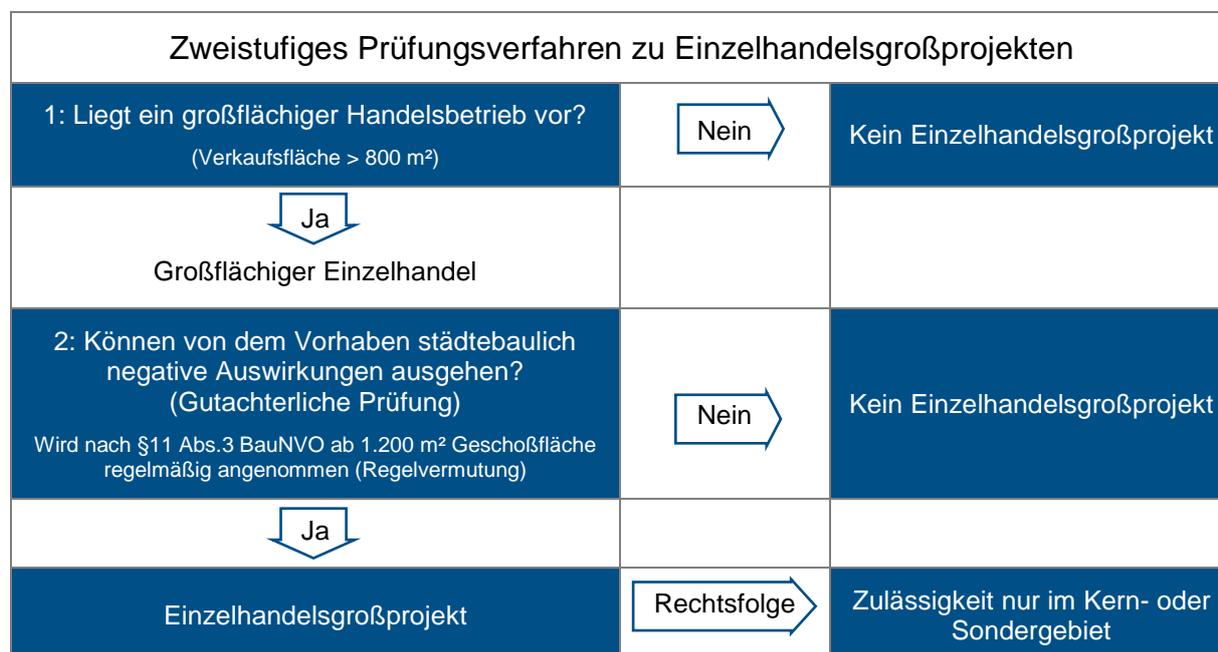
Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.⁷
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.

⁷ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

Abbildung 12: Prüfungsverfahren zu Einzelhandelsgroßprojekten



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die Regelvermutung kann jedoch widerlegt werden, wenn im Rahmen einer Einzelfallprüfung nachgewiesen werden kann, dass im konkreten Fall keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dazu dürfen von dem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Dabei sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Insofern kann die Widerlegung der Regelvermutung (atypische Fallgestaltung) aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.⁸ Dabei können **betriebliche Besonderheiten** vorliegen, wie z. B.

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschosßfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschosßfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe) beschränkt ist,
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

⁸ BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt

Neben den baurechtlichen Vorgaben sind bei der Planung von Einzelhandelsnutzungen auch die Ziele der Landesplanung und Raumordnung gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt zu berücksichtigen. Schönebeck (Elbe) ist als Mittelzentrum eingestuft und somit grundsätzlich als Standort für großflächigen Einzelhandel geeignet.⁹

In Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010 folgende Ziele verbindlich festgelegt:

„Z 46 Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. [...]“

Z 47 Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.

Z 48 Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte

- 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,*
- 2. sind städtebaulich zu integrieren,*
- 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,*
- 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,*
- 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.*

Z 49 Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.¹⁰

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen demnach gemäß Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010:

- ausgeglichene Versorgungsstrukturen nicht beeinträchtigen, der Einzugsbereich des Einzelhandelsprojektes sollte den zugewiesenen Versorgungsfunktionen entsprechen (vergleiche Kongruenzgebot),
- eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (vergleiche Beeinträchtigungsverbot)
- und sind in städtebaulich integrierter Lage zu entwickeln (vergleiche Integrationsgebot).

⁹ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1, Z33 und Z36

¹⁰ vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schönebeck (Elbe)

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe), welches im letzten Jahr erstellt wurde, enthält Maßgaben zur künftigen Entwicklung des Einzelhandels der Stadt Schönebeck (Elbe).

Wie in Karte 3 bereits dargestellt wurde, gibt es fünf zentrale Versorgungsbereiche. Neben der Innenstadt und dem Nebenzentrum Bad Salzelmen gibt es drei weitere Grund- bzw. Nahversorgungszentren (Moskauer Straße, Schwarzer Weg, Wilhelm-Hellge-Straße). Ferner wird dazu noch in vier Nahversorgungsstandorte (Lidl Friedrichstraße, Netto Am Stadtfeld, Netto Marken-Discount Welslebener Straße, NP-Discount Straße der Jugend) unterschieden, welche jedoch nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft sind. Da die Auswirkungen besonders auf die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Nebenzentrum Bad Salzelmen sowie die drei weiteren Grund- bzw. Nahversorgungszentren untersucht werden sollen, werden im Folgenden die im Einzelhandels und Zentrenkonzept erarbeiteten Leitlinien dargestellt:

■ „1. Überregionale Versorgungsfunktion

Die Stadt Schönebeck (Elbe) teilt sich als Mittelzentrum den Verflechtungsbereich mit dem Oberzentrum Magdeburg. Somit hat Schönebeck (Elbe) die Versorgung im eigenen Verflechtungsbereich zu übernehmen und auch die Versorgung für die eigene städtische Bevölkerung abzusichern.

■ 2. Stärkung Innenstadtzentrum - ZVB Innenstadt

Die Innenstadt kann als Kern des Mittelzentrums Schönebeck (Elbe) nur bedingt, die von der Raumplanung zugedachte zentralörtliche Funktion als wichtigster Versorgungsort erfüllen. Insbesondere im Bereich Einzelhandel ist die Innenstadt nicht der wichtigste Standort der Stadt. Ziel muss es sein, die Magnetfunktion der Innenstadt zu stärken. Die Innenstadt ist als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen, um die Funktion als wichtigster Einkaufsort in Zukunft mehr auszubauen und die Attraktivität der Innenstadt zu erhöhen. Dieser Versorgungsbereich beinhaltet auch Potenzialflächen (Leerstände, Brachflächen u. ä.), welche heute nicht mehr oder noch nicht für Einzelhandel genutzt werden.

■ 3. Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt ist gleichzeitig eine Verdichtung und Ergänzung des Angebotes unterschiedlicher Betriebsformen und -größen mit einem insgesamt möglichst breiten und tiefen Warenangebot notwendig. Dabei sollten alle Möglichkeiten ausgeschöpft werden, um die bestehenden leer stehenden Ladenlokale einer erneuten Nutzung als auch Brachflächen einer Einzelhandelsnutzung zuzuführen.

■ 4. Zentrale Versorgungsbereiche Nebenzentrum sowie Grund- und Nahversorgungszentrum

In Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird das historische Ortszentrum Bad Salzelmen als Nebenzentrum abgegrenzt. Desweiteren werden die Standorte Moskauer Straße, Wilhelm-Hellge-Straße und Standort Schwarzer Weg als zentraler Versorgungsbereich Grund- und Nahversorgungszentrum abgegrenzt.

■ 5. Wohnortnahe Versorgung

Die Absicherung der wohnortnahen Versorgung soll ein weitestgehend flächendeckendes Nahversorgungsnetz gewährleisten, welches durch Lebensmittelgeschäfte unterschiedlicher Größen im Hauptwohnbereich der Innenstadt bzw. den Wohngebieten in einem Radius einer fußläufig akzeptierten Entfernung von ca. 500 m den Besuch mindestens einer Lebensmittelverkaufsstelle mit einem Grundsortiment ermöglicht. Das bereits vorhandene Netz an größeren und kleineren Lebensmittelmärkten, die auch als Nahversorgungslagen klassifiziert wurden, genießt Bestandsschutz und ist weiter zu sichern, indem Gefährdungen durch räumlich unverträgliche Neuansiedlungen mittels der Festlegungen aus diesem Konzept vermieden werden.

■ 6. Zentrenrelevanz und „Schönebecker Sortimentsliste“

So genannte bzw. dazu bestimmte zentrenrelevante Sortimente sind generell in den integrierten La-

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

gen und hier vorrangig dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zur Erhaltung und Stärkung derselben vorbehalten. Im Nebenzentrum Bad Salzelmen dürfen sich Branchen mit zentrenrelevanten Sortimenten ansiedeln, jedoch dürfen sie die Funktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nicht gefährden.

Zentrenrelevante Sortimente der Nahversorgung sind darüber hinaus auch in den anderen zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Nicht zentrenrelevante Sortimente können auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden, sofern keine nachhaltig negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten und die rechtlichen Rahmenbedingungen gegeben sind (BauGB und BauNVO). Die Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird in der „Schönebecker Sortimentsliste“ festgesetzt.

■ 7. Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Die Ansiedlung neuer großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit überwiegend zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie die Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe ist ausschließlich in den ZVB Innenstadt zulässig. Es ist dabei der qualitativen Verbesserung des Branchenmixes und Angebotsniveaus insbesondere durch moderne Betriebsformen mit großzügigerem Flächenangebot, größerer Sortimentstiefe und mehr Serviceleistungen der Vorrang zu geben. Aber auch kleinteilige Ergänzungen mit individuellen Sortimenten sollen den Branchenmix in Schönebeck (Elbe) bereichern.

Zur Verhinderung einer weiteren Zersiedlung des Einzelhandels in Schönebeck (Elbe) und insbesondere der Stärkung der Innenstadt bedürfen Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in jedem Falle einer gesonderten Prüfung. Auf Grundlage dieses Konzeptes können jedoch Vorhaben zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit (überwiegend) zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche mit Verweis auf die hier getroffenen Festsetzungen ohne jede weitere Begründung abgelehnt werden. Betriebe unterhalb der Großflächigkeit (unter 800 m²) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bedürfen einer Überprüfung, inwiefern diese die betreffenden Sortimente und damit die Funktionsfähigkeit der definierten zentralen Versorgungsbereiche tangieren bzw. nachhaltig negativ beeinflussen.

■ 8. Schönebecker Laden

Zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist außerhalb derselben die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten mit einer Verkaufsflächengröße bis max. 60 m² zulässig („Schönebecker Laden“).¹¹

Der Erweiterungsstandort des Lidl wird im Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Nahversorgungsstandort ausgewiesen und trägt damit wechselseitig mit den zentralen Versorgungsbereichen zur verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung bei (Leitlinie 5). Der Standort verfügt im südlichen Bereich der Innenstadt über einen eigenständigen Versorgungsbereich und wurde deshalb als Nahversorgungsstandort ausgewiesen.

¹¹ CIMA (2013): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe), S. 51 ff.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaufkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischer Weise an sich binden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen sind darüber hinaus die Marktbedeutung der einzelnen Betriebsformen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, die Größe des Vorhabens und damit seine Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Erweiterungsstandortes.

Tabelle 5: Umsatzprognose der Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters

Kundenherkunft	relevantes Kaufkraftvolumen	erwartete Bindungsquote / Umsatzanteil Streuumsatz	Umsatzerwartung
Kerneinzugsgebiet	11.020 T€	30%	3.310 T€
Erweitertes Einzugsgebiet	9.830 T€	15%	1.520 T€
Streuumsätze		10%	540 T€
Umsatzerwartung gesamt	20.850 T€		5.370 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Von dem im Einzugsgebiet im Lebensmittelsortiment verfügbarem Kaufkraftpotenzial (ca. 20,9 Mio. Euro) wird der Lebensmittelmarkt ca. 23 % binden können, so dass sich ein erwarteter Umsatz von ca. 4,8 Mio. Euro aus dem Einzugsgebiet ergibt. Die Abschöpfungsquote ist im Kerneinzugsgebiet mit ca. 30 % am höchsten, da der Nahversorgungsstandort zunächst die Einwohner im direkten Umfeld versorgt. Durch die unmittelbare fußläufige Erreichbarkeit kann besonders der tägliche Bedarf angesprochen werden. Bei zunehmendem Wettbewerb und zunehmender Entfernung zum Planstandort nimmt die erwartete Abschöpfung deutlich ab. So wird bei einer Abschöpfungsquote von 15 % mit Umsätzen von 1,5 Mio. Euro aus dem erweiterten Einzugsgebiet gerechnet. Auf Grund der Lage an der Friedrichstraße ist auch davon auszugehen, dass der Standort von Verkehrsströmen profitieren kann. Nach gutachterlicher Einschätzung wird hierbei mit einem Anteil von ca. 10 % vom Gesamtumsatz gerechnet. Insgesamt führt diese Umsatzerwartung zu einem Umsatz von knapp 5,4 Mio. Euro aus den Zonen I und II sowie aus den Streuumsätzen.

Weiterhin wird die Veränderung des Umsatzes im Zuge der Erweiterung betrachtet:

Tabelle 6: Umsatzveränderung durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Lidl-Lebensmitteldiscounter / Bestand	1.030 m ²	4.500 €/m ²	4.640 T€
Lidl-Lebensmitteldiscounter / Planvorhaben	1.310 m ²	4.100 €/m ²	5.370 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung	280 m²		730 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Im Vergleich zur aktuellen Verkaufsfläche wird der Lidl-Lebensmitteldiscounter um 280 m² erweitert. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung des Vorhabens wird unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) für diesen Mieter mit einer unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität von 4.500 Euro/m² gerechnet. So werden bun-

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

desweit gemäß der Struktur und Marktdaten im Einzelhandel der BBE Handelsberatung für einen Lebensmitteldiscounter 4.800 Euro/m² Verkaufsfläche für Deutschland angegeben.

Aus der obigen Abbildung wird deutlich, dass das aktuelle Umsatzniveau zu 86 % zum Planumsatz beitragen wird. Da es sich um eine bestandssichernde Maßnahme handelt, wird die Umsatzleistung durch die Verkaufsflächenerweiterung nur unterdurchschnittlich ansteigen. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Wie bereits dargestellt, dient die geplante Revitalisierungs- und Erweiterungsmaßnahme nicht der Ausweitung des Sortimentsangebotes. Vielmehr hat die Erweiterung den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Da die geplante Erweiterungsmaßnahme zudem nur eine geringe Flächenvergrößerung beinhaltet, wird das Vorhaben auch nicht mit einer nennenswerten Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen, so dass mit einem Mehrumsatz von 0,73 Mio. Euro zu rechnen ist.
- Der Lidl-Markt ist bereits am gegenwärtigen Standort etabliert. Gleiches gilt auch für die Angebotsstrukturen im Standortumfeld des Vorhabenstandortes, so dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben und keine Veränderungen durch die Erweiterung erfahren.

9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters im relevanten Einzugsgebiet prognostiziert und somit dargelegt, welche absatzwirtschaftliche Bedeutung das Projektvorhaben übernehmen wird. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung zu erwarten sind.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/Wettbewerbsstandorten aufgeteilt wird.

Nachfolgende Modellrechnung weist die Umlenkungen für die umliegenden Standorte mit Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben aus. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet. So werden beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten jeweils mitberücksichtigt.

Tabelle 7: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe

Lage	aktueller Umsatz	Umsatzumverteilung	
Fachmarktzentrum ZVB Innenstadt	10,42 Mio. €	4,0%	0,42 Mio. €
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	2,15 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Nebenzentrum Bad Salzelmen	2,69 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Moskauer Straße	2,66 Mio. €	2,0%	0,05 Mio. €
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Schwarzer Weg	5,67 Mio. €	2,0%	0,11 Mio. €
ZVB Grund- und Nahversorgungszentrum Wilhelm-Hellge-Straße	3,13 Mio. €	1,0%	0,03 Mio. €
Netto, Am Stadtfeld (Nahversorger)	3,13 Mio. €	4,0%	0,12 Mio. €
Edeka Center, Stadionstraße	17,90 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Aldi, Magdeburger Straße	3,60 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Netto Marken-Discount, Welsleber Straße (Nahversorger)	2,89 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
NP, Straße der Jugend (Nahversorger mit Entwicklungsbedarf)	1,94 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Norma, Zimmererstraße	2,15 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Sonstige	3,83 Mio. €	0,0%	0,00 Mio. €
Umsatzumverteilung durch Planvorhaben			0,73 Mio. €
aktuelle Umsatzbindung der Bestandsstandorte			4,64 Mio. €
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt			5,37 Mio. €

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Da es sich um eine Erweiterung eines bestehenden Lebensmittelmarktes handelt, sind die Auswirkungen bei einer Erweiterung auf 1.310 m² Verkaufsfläche gering. So tragen 86 % des Bestandsbetriebes zum künftigen Umsatz bei, weshalb insgesamt 0,73 Mio. Euro zu Lasten anderer Betriebe umverteilt werden.

Das neue **Fachmarktzentrum in der Innenstadt** (zentraler Versorgungsbereich), welches durch die Verlagerung der beiden Lebensmittelmärkte stärker in den Wettbewerb mit dem bestehenden Lidl-Markt tritt und Überschneidungen im nördlichen Einzugsgebiet hat, wird mit 0,42 Mio. Euro absolut die höchsten Umsatzrückgänge verzeichnen müssen. Bei einem Umsatzanteil von 4 % und einem äußerst wettbewerbsfähigen Standort mit modernen Märkten, die sich gegenseitig ergänzen und einer sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist nicht mit existenziellen Wirkungen zu rechnen.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Der westliche **Discounter Netto Am Stadtfeld** wird ebenfalls mit einer Umverteilung von 4 % von der geplanten Erweiterung des Marktes betroffen sein. Die Umverteilung begründet sich durch die Nähe und Betriebstypengleichheit. Im Gegensatz zum Fachmarktzentrum in der Innenstadt liegt der Lebensmittelmarkt allerdings nicht direkt an der Verkehrsachse Friedrichstraße. Die prognostizierten Umsatzrückgänge von 0,12 Mio. Euro lassen keine schädlichen Auswirkungen erwarten.

Die beiden **Grund- und Nahversorgungszentren Moskauer Straße** und **Schwarzer Weg** werden in einem geringeren Maße von der Erweiterung des Lidl-Marktes tangiert. Bei einer Entfernung von 400 m des Norma und der Lage an der gleichen Verkehrsachse beim Rewe-Markt (Entfernung 700 m) ist mit einer Umverteilungsquote von jeweils 2 % zu rechnen. Die Schließung der Betriebe auf Grund der Erweiterung des Lebensmittelmarkts in der Friedrichstraße kann daraus nicht abgeleitet werden.

Mit einer Umverteilungsquote von 1 % wird das westliche **Grund- und Nahversorgungszentrum Wilhelm-Hellge-Straße** geringe Umsatzrückgänge verzeichnen müssen. Bei einer Entfernung von 900 m und der Ausrichtung des Nahversorgungsstandorts auf die westlichen Wohngebiete ist mit einer etwas geringeren Umverteilungsquote als bei den weiteren Grund- und Nahversorgungszentren zu rechnen.

Alle weiteren Anbieter und Standorte im Untersuchungsgebiet, wie z. B. das Nebenzentrum Bad Salzelmen werden durch die größere Entfernung oder einer Orientierung auf andere Einzugsbereiche nicht von der Erweiterung berührt werden.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

9.3. Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept / Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnaher Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Da es sich bei dem Vorhaben um keine Neuansiedlung, sondern lediglich um eine Erweiterung handelt, sind die prognostizierten Mehrumsätze insgesamt gering, so dass die Auswirkungen auf die weiteren Standorte ebenfalls in einem geringen Maß ausfallen.

Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

- Der Lebensmittelmarkt wurde im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der CIMA aus dem Jahr 2013 als Nahversorger ausgewiesen. Mit dem Erweiterungsvorhaben ist eine Bestandssicherung des seit Jahren bestehenden Standortes zu erwarten. Gerade vor dem Hintergrund der Schließung des weiteren Lidl-Marktes in der Welsleber Straße und des intensiveren Wettbewerbs in Folge der Ansiedlung des Fachmarktzentums am südlichen Rand der Innenstadt von Schönebeck (Elbe) ist die Erweiterung des bestehenden Marktes zur Sicherung des Nahversorgungsstandortes wichtig.
- Der Lebensmittelmarkt hat insgesamt ca. 3.150 Einwohner im fußläufigen Einzugsbereich (500 m-Radius) und weist damit veritable Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung auf. Gerade im Kernstadtbereich von Schönebeck (Elbe) bevorzugt die Bevölkerung fußläufig erreichbare Grundversorgungsangebote.
- Mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche können die Kundenanforderungen an einen modernen Markt mit breiteren Gängen und niedrigeren Regalen erfüllt werden. Insofern ist bei einer Verkaufsflächenerweiterung mit einer Qualifizierung der Nahversorgung zu rechnen.
- Das Einzugsgebiet wird sich auf Grund der vorhandenen Barrieren (Bahnlinie) und der Anbieter im Umfeld mit der Erweiterung nicht vergrößern. Hierfür spricht auch die Reduzierung des Parkplatzangebots von 124 auf 113 Stellplätze. Mit der Erweiterung kann der bestehende Lebensmittelmarkt die Bindung aus dem unmittelbaren Umfeld erhöhen.
- Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind nicht zu erwarten. Die Umlenkungsquoten auf die betrachteten Lebensmittelbetriebe im neu errichteten Fachmarktzentrum in der Innenstadt sind mit einer Umlenkungsquote von 4 % gering und lassen auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erwarten. Die Auswirkungen auf die drei Grund- und Nahversorgungszentren Moskau-er Straße, Schwarzer Weg und Wilhelm-Hellge Straße sind mit 2 % bzw. 1 % marginal und lassen ebenfalls keine schädlichen Auswirkungen erwarten.
- Auch wenn die Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens auf den Discounter Netto Am Stadtfeld im Vergleich zu den Grund- und Nahversorgungszentren höher sein werden, eine Beeinträchtigung der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung kann bei einer Umverteilungsquote von 4 % dabei ebenfalls nicht festgestellt werden. Der Markt präsentiert sich mit neuem Konzept des Discounters Netto und wird in einer modernen Immobilie auch nach der Erweiterung des Lidl-Marktes bestehen bleiben.
- In Bezug zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept von Schönebeck (Elbe) ist festzuhalten, dass der Lebensmittelmarkt als Nahversorger eingeordnet wurde und dieser gemäß Leitlinie 5 „Bestandsschutz“ genießt und „weiter zu sichern“ ist. Mit der Erweiterung des Lebensmittelmarktes auf

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

1.310 m² Verkaufsfläche ist die Sicherung des Nahversorgungsstandortes verbunden ohne schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu generieren. Der Markt wird auch nach der Erweiterung zunächst Nahversorgungsfunktionen erfüllen, da sich das Einzugsgebiet nicht vergrößern wird. Im Sinne einer atypischen Fallgestaltung liegen somit städtebauliche Besonderheiten vor.

9.4. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens / Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung

Grundsätzlich sind großflächige Einzelhandelsentwicklungen im Mittelzentrum Schönebeck (Elbe) gemäß Ziel 46 zulässig. Dabei bleibt die Ausstrahlung auf das zentrale Stadtgebiet von Schönebeck (Elbe) begrenzt, eine über das Stadtgebiet hinausgehende Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche oder einer verbrauchernahen Versorgung ist auszuschließen (Ziel 47).

Aus den vorherigen Abschnitten wurde dabei deutlich, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie die drei Grund- und Nahversorgungszentren ausgeschlossen werden können. Die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung wird durch die Sicherung eines Nahversorgungsstandortes gestärkt. Die im Ziel 48 geforderte städtebauliche Integration liegt auf Grund der wohngebietsbezogenen Lage mit ca. 3.150 Einwohnern im 500 m-Radius ebenso vor wie eine ÖPNV-Anbindung auf Grund der Bushaltestellen „Poliklinik“ und „Katholische Kirche“. An diesen Haltepunkten verkehren die Stadtbuslinie 130 (zwischen Schönebeck, Busbahnhof und Felgeleben), Regionalbuslinien 135 (nach Atzendorf), 137 (nach Ranies) und 139 (nach Bernburg). Fuß- und Fahrradwege beiderseits der Friedrichstraße ermöglichen die Erreichbarkeit auch für Fußgänger und Fahrradfahrer aus den umliegenden Wohngebäuden. Durch die integrierte Lage des bereits bestehenden Marktes wird der Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehr nicht zunehmen.

Demzufolge entspricht das Vorhaben den Grundsätzen und Zielen des Landesentwicklungsplans Sachsen-Anhalt 2010.

9.5. Kundenfrequenz und Verkehrsaufkommen des Lidl-Lebensmitteldiscounters

Die Erweiterung des Lebensmittelmarktes ist unter bauplanungsrechtlichen Gesichtspunkten, auch hinsichtlich des Kunden- und Fahrzeugaufkommens zu prüfen. Die Tabelle 8 gibt einen Überblick zu den wichtigsten Grundlagen für die Berechnung der Kundenfrequenzen und des Fahrzeugaufkommens. Der durchschnittliche Einkaufsbetrag pro Kunde beträgt 10,80 € bei einem Lebensmitteldiscounter¹². Mehrheitlich werden Discounter von Pkw-Kunden frequentiert, wobei der Anteil auch von der Lage des Marktes abhängig ist. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wird für diesen Standort ein Anteil der Pkw-Kunden von 70% in Ansatz gebracht. Im Zuge der Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung erhöht sich am Planstandort die Anzahl der Pkw-Kunden des Lidl-Lebensmitteldiscounters von täglich durchschnittlich 1.002 auf 1.160 Fahrzeuge in der Plansituation. Pro Stunde bedeutet dies durchschnittlich einen Anstieg von 13 Fahrzeugen.

Tabelle 8: Kundenverkehrsaufkommen in der Gegenüberstellung von Ist- und Plansituation

	Ist-Situation	Plan-Situation
Umsatzprognose Discounter	4.640.000 €	5.370.000 €
durchschnittl. Einkaufsbetrag pro Kunde	10,80 €	10,80 €
Anzahl Kunden p.a. Discounter	429.630	497.222
Anteil PKW-Kunden	70%	70%
Öffnungstage pro Jahr	300	300
mittlere Öffnungszeit pro Tag in Stunden	12	12
Anzahl PKW-Kunden pro Tag Discounter	1.002	1.160
Anzahl PKW-Kunden pro Stunde Discounter	84	97
An- und Abfahrten	167	193

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2014

Erfahrungsgemäß liegen die Spitzenzeiten des Einkaufs bei Lebensmittelmärkten am Freitag und am Samstagvormittag. An diesen Tagen, speziell in der Spitzenzeit, Freitag zwischen 15:00 und 16:00 Uhr, kann es zur temporären Verdoppelung der Pkw-Anzahl kommen. Dies betrifft aber auch die Situation im Status quo. Grundsätzlich ist jedoch festzustellen, dass die Verkaufsflächenerweiterung im Verbund mit der ermittelten Umsatzsteigerung keinen wesentlichen Anstieg der Verkehrsströme nach sich zieht.

¹² Quelle: Handel aktuell Leistungskennziffern für Lebensmittelfilialbetriebe (Discounter) EHI Retail Institute 2009 / 2010, S. 299

10. Fazit

Die Analyse des Makro- und Mikrostandortes sowie der Angebotssituation und der darauf aufbauenden Auswirkungsanalyse für die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters am Standort Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe) haben ergeben, dass mit dem Planvorhaben keine negativen Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung verbunden sind.

Die geplante Erweiterungsfläche zielt nicht auf eine Ausweitung des Sortimentsangebots ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterungsmaßnahme die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen werden. Das Erweiterungsvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftritts sind somit als bestandssichernde Maßnahme zu bewerten, die der Stabilisierung der erreichten Marktposition dient. Insofern wird auch künftig der Anteil der Non-Food-Sortimente unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche betragen.

Abschließend wird nochmals ein zusammenfassender Blick auf die zu erwartenden Wirkungen des Erweiterungsvorhabens vorgenommen:

- Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche genießen im Planungsrecht besondere Schutzwürdigkeit. Die Auswirkungen sind jedoch auf die betrachteten Lebensmittelbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen gering. So wird beim neu errichteten Fachmarktzentrum in der Innenstadt von einer Umlenkungsquote von 4 % (0,42 Mio. Euro) und bei den Grund- und Nahversorgungszentren Moskauer Weg, Schwarzer Weg Wilhelm-Hellge-Straße von 2 % bzw. 1 % Umlenkungsquote ausgegangen. Es können dabei besonders unter Berücksichtigung der Wettbewerbsfähigkeit der Standorte keine existenziellen Wirkungen abgeleitet werden.

- Konformität mit der Landes- und Regionalplanung

Schönebeck (Elbe) ist als Mittelzentrum ausgewiesen, so dass die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Handelsbetriebe möglich ist. Durch die wohngebietsbezogene Lage des Nahversorgungsbetriebs ist das Erweiterungsvorhaben mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung konform. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sind, wie bereits dargestellt, nicht zu erwarten.

- Konformität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schönebeck (Elbe) / Auswirkungen auf die wohnungsnahe Versorgung

Der Lebensmittelmarkt wurde im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der CIMA aus dem Jahr 2013 als Nahversorger ausgewiesen. Gemäß Leitlinie 5 genießt der Markt „Bestandsschutz“ und ist „weiter zu sichern“. Mit der Erweiterung des Lebensmittelmarktes auf 1.310 m² Verkaufsfläche ist die Sicherung des Nahversorgungsstandortes verbunden ohne schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu generieren. Der Markt wird auch nach der Erweiterung zunächst Nahversorgungsfunktionen erfüllen, da sich das Einzugsgebiet nicht vergrößern wird. So hat der Lebensmittelmarkt insgesamt ca. 3.150 Einwohner im fußläufigen Einzugsbereich (500 m-Radius) und weist damit veritable Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung auf. Mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche können die Kundenanforderungen an einen modernen Markt mit breiteren Gängen und niedrigeren Regalen erfüllt werden. Insofern ist bei einer Verkaufsflächen-erweiterung mit einer Qualifizierung der Nahversorgung zu rechnen.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

- Auswirkungen auf das Verkehrsaufkommen

Das Verkehrsaufkommen wird sich durch die Erweiterung nur leicht erhöhen. Pro Stunde ist im Durchschnitt mit im Worst-Case 13 zusätzlichen Fahrzeugen zu rechnen. Negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO können daraus nicht abgeleitet werden.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Erweiterungsvorhaben als bestands- und zukunftsichernde Maßnahme zu werten ist. Perspektivisch werden maßgebliche Grundversorgungsfunktionen gebündelt und gestärkt. Im Ergebnis ist das Vorhaben nach gutachterlicher Einschätzung nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig, da im Sinne einer atypischen Fallgestaltung städtebauliche Besonderheiten vorliegen.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Silvia Horn

Dipl.- oec.

Gesamtleitung



i. V. Richard Engel

Humangeographie M. Sc.

Projektleitung

Leipzig, 5. Mai 2014

Auswirkungsanalyse - Erweiterung Lidl-Markt Friedrichstraße in Schönebeck (Elbe)

Anhang

Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmitteldiscounter:

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Nonfood-Umsatzanteil ca. 10 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke).
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt:

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche.
- Eingeschränktes Sortiment.
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

Supermarkt:

- Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Verbrauchermarkt:

- Verkaufsfläche über 1.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort.

SB-Warenhaus:

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.