

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der Erweiterung des Bitterfelder Einkaufszentrums BiTZ

für die

Stadt Bitterfeld-Wolfen
Sachbereich Stadtplanung
Rathausplatz 1
Bitterfeld-Wolfen

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Projektleitung)
Richard Engel, Humangeographie M.Sc.

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@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, 17. Februar 2014

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
3. Projektplanung und Projektdaten.....	8
4. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen	10
5. Mikrostandortanalyse	14
6. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet	18
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	26
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	29
8.1. Baugesetzbuch - § 34 / Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3.....	29
8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010.....	31
8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen.....	32
9. Auswirkungsanalyse.....	35
9.1. Umsatzprognose.....	35
9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	36
9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen	39
9.4. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens / Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung.....	42
9.5. Einbindung des Planvorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen	42
10. Fazit	44

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	6
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	7
Abbildung 3: Projektskizze Neuansiedlung Supermarkt und Drogeriemarkt am „BiTZ“	8
Abbildung 4: Fotoaufnahmen des Planstandorts am „BiTZ“	9
Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2013	12
Abbildung 6: Einkaufszentrum BiTZ und Umfeld.....	14
Abbildung 7: Verkehrsanbindung des Einkaufszentrums BiTZ	16
Abbildung 8: Wettbewerber A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld.....	21
Abbildung 9: Standort und Anbieterstruktur der Goitzsche-Arkaden	22
Abbildung 10: Planstandort Goitzsche-Arkaden	22
Abbildung 11: Ausgewählte Wettbewerbsstandorte des Vorhabens	23
Abbildung 12: Prüfungsverfahren zu Einzelhandelsgroßprojekten	30
Abbildung 13: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zum Flächenstruktur des Planvorhabens.....	9
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Bitterfeld-Wolfen	11
Tabelle 3: Sortimentsspezifische Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Betriebsformen	18
Tabelle 4: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Einzugsgebiet.....	19
Tabelle 5: Sortimentsspezifische Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Standortstrukturen	20
Tabelle 6: Kaufkraftbindung im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet.....	25
Tabelle 7: Kaufkraftbindung im Drogeriebereich im Einzugsgebiet	25
Tabelle 8: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	28
Tabelle 9: Umsatzprognose des Planvorhabens nach Betriebsformen	35
Tabelle 10: Umsatzprognose des Planvorhabens nach Sortimenten	35
Tabelle 11: Standortspezifische Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten	37

Kartenverzeichnis

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen	10
Karte 2: Mikrostandort des Einkaufszentrums BiTZ und fußläufiger Einzugsbereich (500 m)	15
Karte 3: Wettbewerber des Erweiterungsvorhabens im Einkaufszentrum BiTZ	20
Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens im Einkaufszentrum BiTZ.....	27

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen beauftragte am 05. Februar 2014 die BBE Handelsberatung GmbH mit einer gutachterlichen Bewertung potenzieller städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen der Erweiterung des Bitterfelder Einkaufszentrums „BiTZ“.

Das Einkaufszentrum „BiTZ“ (Bitterfelder Fachmarkt Zentrum) liegt an der Brehnaer Straße / B100 am südwestlichen Rand des Ortsteiles Bitterfeld. Es besteht aus einem zweietagigen Gebäudekomplex unmittelbar an der B100 und einem rückwärtigem Baumarktstandort in zweiter Reihe, die Parkflächen liegen zwischen den beiden Gebäudekomplexen. Seit Jahren sind besonders die Geschäftsflächen im Obergeschoss des Gebäudekomplexes von Leerstand betroffen, das Einkaufszentrum weist Tragfähigkeits- und Kundenakzeptanzprobleme auf. Zur Weiterentwicklung des Standortes ist auf einem östlich angrenzenden Grundstück die Neuansiedlung eines Lebensmittel-Supermarktes mit ca. 1.242 m² Verkaufsfläche und eines Drogeriemarktes mit ca. 656 m² Verkaufsfläche geplant.

Der Standort ist aktuell als unbeplanter Innenbereich im Sinne §34 BauGB einzustufen. Sowohl das Planvorhaben selbst als auch dessen Agglomeration mit dem bestehenden Einkaufszentrum „BiTZ“ unterliegen als großflächiger Einzelhandelsstandort der Regelvermutung „nicht nur unwesentlicher“ städtebaulicher Auswirkungen, dies hat eine Prüfung des Vorhabens nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO zur Folge. Es ist daher zu untersuchen, ob mit der geplanten Erweiterung des bestehenden Marktes schädliche Auswirkungen auf zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auf die Bitterfelder Innenstadt, sowie auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung einhergehen.

Das innerstädtische A-Zentrum liegt ca. 1.600 m entfernt (Kreuzungsbereich Bismarckstraße / Walter-Rathenau-Straße) und ist direkt mit dem Verlauf der Bundesstraße B100 erreichbar. Außerdem liegt südlich des Planstandortes, ca. 1.800 m Straßenentfernung, das Nahversorgungszentrum Holzweißig, dessen Revitalisierungsphase erfolgreich im Dezember 2012 abgeschlossen werden konnte.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen verfügt seit 2009 über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, welches die Ziele einer Zentren- und Standortsteuerung des Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet klar definiert, dabei den Schutz zentraler Versorgungsbereiche und die Sicherung einer verbrauchernahen Grundversorgung in den Mittelpunkt stellt. Mit diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept hat die Stadt Bitterfeld-Wolfen somit die Strategie zur Einzelhandelsstandortentwicklung beschlossen, deren Umsetzung für die Erreichung städtebaulicher Ziele notwendig ist.

Die BBE Handelsberatung legt nachfolgend eine umfassende Auswirkungsanalyse vor. Auf Basis der bestehenden, relevanten Angebots- und Nachfragesituation sowie der prognostizierten Umsatzerwartung des Planvorhabens können die Auswirkungen auf Kaufkraftströme und folglich die funktionalen Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen dargestellt werden. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung sowie zur Übereinstimmung mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung erarbeitet.

Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Bitterfeld-Wolfen vor, insbesondere im Ortsteil Bitterfeld (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Welche Wechselwirkungen bestehen zwischen dem Vorhaben und den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2009?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen sind insbesondere auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten? Welche Wechselwirkungen bestehen mit

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BiTZ“ in Bitterfeld-Wolfen

der aktuellen Ansiedlung der „Goitzsche-Arkaden“, einem neuen Einkaufszentrum im innerstädtischen A-Zentrum.

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch 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 Planvorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und dominante Trends im Lebensmitteleinzelhandel und speziell im Marktsegment „Lebensmittelsupermarkt“ erläutert.

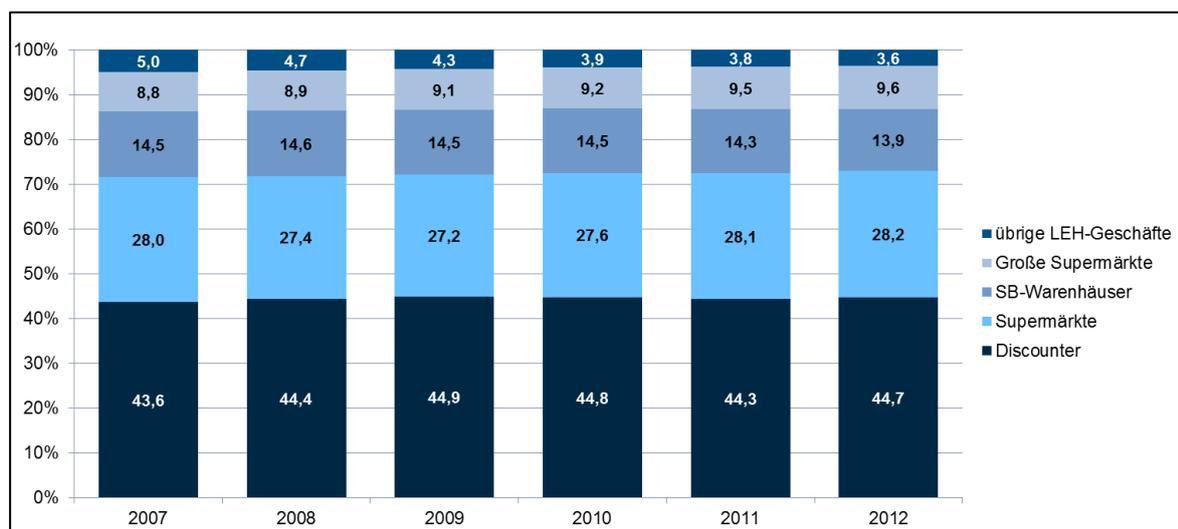
Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in der Nachfrage und steigenden Preisen, zum anderen in einer Verbesserung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale 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. € inkl. Apothekenumsätzen, die die 80 Mio. Einwohner in Deutschland im Einzelhandel ausgeben, entfallen rd. 217 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Blumen). Dies entspricht einem Anteil von knapp 50 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes.

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. So nahm die Anzahl der Lebensmittelmärkte insgesamt (Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) im Zeitraum 2006 bis 2012 bundesweit um ca. 9% zu, die Summe der Verkaufsfläche stieg sogar um 14,5%.¹

Die Supermärkte konnten in den letzten Jahren aufgrund ihrer Anstrengungen bei der Weiterentwicklung der Konzepte wieder Marktanteile zurückgewinnen. Die aktuellen Zahlen des EHI weisen für Supermärkte und große Supermärkte im Zeitraum von 2009 bis 2012 einen Marktanteilsgewinn von 1,0 % aus.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH, 2013

Um sich gegenüber den konkurrierenden Vertriebstypen wie den Lebensmitteldiscountern und den Verbrauchermärkten besser profilieren zu können, wurden Supermarktkonzepte aller Betreiber in der Vergan-

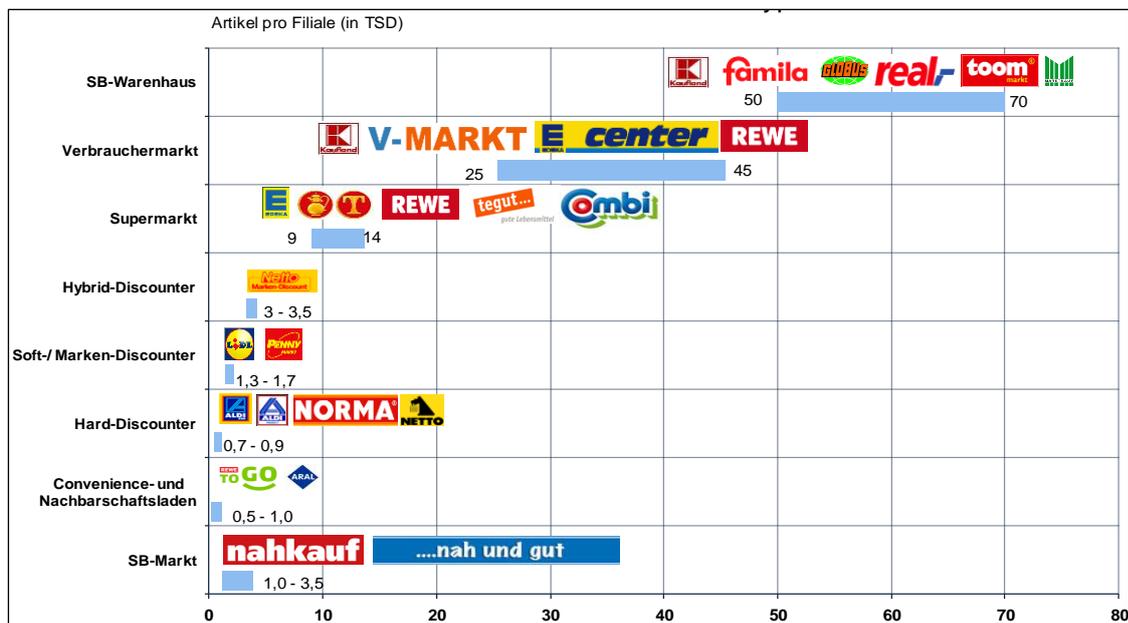
¹ Quelle EHI, handelsdaten.de

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BITZ“ in Bitterfeld-Wolfen

genheit strukturellen Veränderungen unterzogen. So hat beispielsweise die Gestaltung der Bedientheken für Frischeprodukte (Wurst, Fleisch, Käse, Delikatessen etc.) deutlich an Qualität gewonnen.

Der Umfang eines durchschnittlichen Supermarktsortiments umfasst knapp 12.000 Artikel. Damit stehen Supermärkte zwischen den preisorientierten Lebensmitteldiscountern mit eng umgrenztem Sortiment und den Verbrauchermärkten bzw. SB-Warenhäusern, deren Sortiment weit über das der Nahversorgung hinausgeht und bereits den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich abdeckt. SB-Warenhäuser zielen mit ihrem umfassenden Sortiment somit nicht primär auf eine Nahversorgung ab, sondern führen ein deutlich erweitertes Angebot.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH, 2013

3. Projektplanung und Projektdaten

Die Firma CMde CENTERMANAGER und IMMOBILIEN GmbH & Co. KG plant am Standort des „BITZ“ (Bitterfelder Fachmarkt Zentrum) gemäß Bauantrag die Neuansiedlung eines Supermarktes mit ca. 1.242 m² Verkaufsfläche und eines Drogeriemarktes mit ca. 656 m² Verkaufsfläche. Als zukünftige Mieter sind die Betreiber Rewe und dm vorgesehen.

Nachstehende Projektskizze zeigt die geplante Ansiedlung eines Supermarktes und Drogeriemarktes auf:

Abbildung 3: Projektskizze Neuansiedlung Supermarkt und Drogeriemarkt am „BITZ“



Quelle: Lageplan, Anlage zum Bauantrag, Stadt Bitterfeld-Wolfen

Mit den beiden Neuansiedlungen ist eine stärkere Ausrichtung des Standorts „BITZ“ auf den kurzfristigen Bedarfsbereich verbunden.

Neben den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel bzw. Drogeriewaren führen beide Anbieter ergänzende Sortimente. Dies sind im Rewe-Supermarkt die Nonfood-Sortimente Drogeriewaren, Tiernahrung, Zeitschriften, Schreibwaren, Haushaltswaren, Elektroartikel, Blumen und wechselnde Nonfood-Sortimente (u.a. Textil, Schuhe, Unterhaltungselektronik). Der Drogeriemarkt dm weist neben dem Kernsortiment weiterhin Nahrungs- und Genussmittel, Babynahrung, Tiernahrung, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Unterhaltungselektronik, Schmuck, Elektroartikel, Foto/Optik, u.a. auf. Die gesamten Ergänzungssortimente können in einem modernen Drogeriemarktkonzept abhängig vom Standort und der Größe der Verkaufsfläche einen Flächenanteil zwischen 20 und 25% einnehmen.

Tabelle 1: Übersicht zum Flächenstruktur des Planvorhabens

Planvorhaben	Verkaufsfläche
Lebensmittelmarkt	1.242 m ²
Drogeriemarkt	656 m ²
Planvorhaben gesamt	1.898 m²

Folgende Fotoaufnahmen geben dabei einen Eindruck über den Planstandort:

Abbildung 4: Fotoaufnahmen des Planstandorts am „BITZ“


Quelle: eigene Aufnahmen, Februar 2014

Abgeleitet aus Größendimensionierung und Angebotskonzeption des Planvorhabens sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens maßgeblich:

- Umsatzbindung und –herkunft des Planvorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung im örtlichen und regionalen Wettbewerb,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen,
- Einbindung in die Versorgungsfunktionen gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009.

4. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen

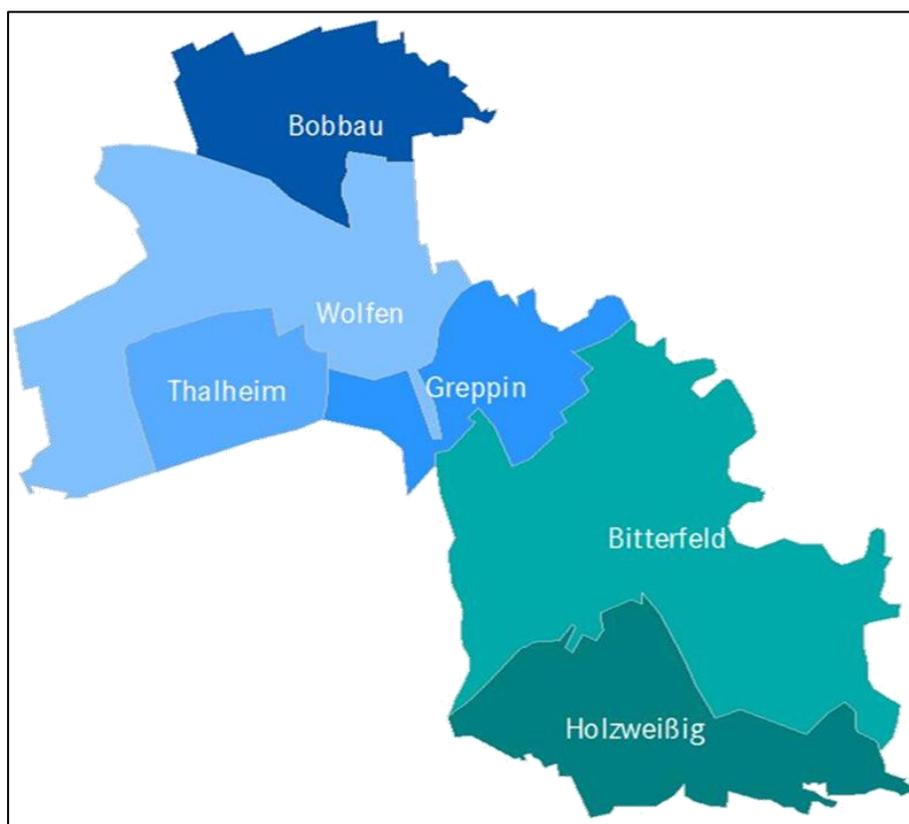
Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten von Bitterfeld-Wolfen.

Zur grundsätzlichen Einordnung des Untersuchungsstandorts und des Planvorhabens erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu Rahmenbedingungen der Stadt Bitterfeld-Wolfen und den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen liegt im östlichen Teilbereich des Landes Sachsen-Anhalt, im Landkreis Anhalt-Bitterfeld. Sie liegt etwa 32 km nordöstlich von Halle (Saale) und etwa 37 km nördlich von Leipzig, die Landeshauptstadt Magdeburg ist ca. 90 km in nordwestlicher Richtung entfernt. Östlich angrenzend an das Stadtgebiet befindet sich der Goitzsche-See.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen entstand am 01. Juli 2007 aus der Fusion der Städte Bitterfeld und Wolfen, sowie der Gemeinden Greppin, Holzweißig und Thalheim, zum 01. September 2009 wurde die Nachbargemeinde Bobbau eingemeindet. Die folgende Karte 1 gibt einen Überblick zur Lage der Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen.

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen



Der Projektstandort gehört zum Ortsteil Bitterfeld in geringer Entfernung zum Ortsteil Holzweißig, gehört somit zum südlichen Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen. Die Bundesstraßen B100 und B184, deren Kreuzungsbereich genau an der Ortsteilgrenze von Bitterfeld und Holzweißig liegt, sind maßgebliche regionale Verkehrsachsen der Stadt (vgl. Aussagen zum Mikrostandort).

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen ist gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt als Mittelzentrum ausgewiesen.² 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.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen besitzt eigene umfassende Potenziale insbesondere als Wirtschaftsstandort, sie zählt zu den Vorrangstandorten für landesbedeutsame, große Industrieflächen. Der ChemiePark Bitterfeld-Wolfen zählt zu den bedeutenden Chemiestandorten Mitteldeutschlands.

Zudem sollen in Verbindung mit dem Landschaftsschutzgebiet der Goitzsche zukünftig auch stärker touristische Potenziale erschlossen werden.

Als Einzelhandelsstandort besitzt Bitterfeld-Wolfen eine überregionale Bedeutung, die sich in einer aktuellen Zentralitätskennziffer von 112,9 widerspiegelt. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert der Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen folglich einen entsprechenden Kaufkraftzufluss.

Soziodemographische Daten

In der Stadt Bitterfeld-Wolfen leben zum 31.12.2013 insgesamt 42.293 Einwohner³. Bei der Bevölkerungsentwicklung seit der Erhebung des Zensus ging die Einwohnerentwicklung für die Gesamtstadt Bitterfeld-Wolfen im Zeitraum vom 31.12.2011 bis zum 31.12.2013 um 3,6% zurück (vgl. nachfolgende Tabelle).

Diese Entwicklung vollzog sich in den einzelnen Stadtteilen jedoch sehr unterschiedlich. Die beiden Ortsteile Bitterfeld und Holzweißig im unmittelbaren Umfeld des Planvorhabens weisen einen annähernde Stagnation der Einwohnerzahlen bzw. nur leichte Rückgänge auf. Demgegenüber war insbesondere der Ortsteil Wolfen (nördliches Stadtgebiet) von starken Rückgängen betroffen.⁴

Es lässt sich folglich eine aktuell stärkere Entwicklung des Ortsteiles Bitterfeld ableiten, welcher vor allem von der Entwicklung der Goitzsche profitieren kann

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Gebietseinheit	Stadt Bitterfeld-Wolfen		Ortsteil Bitterfeld		Ortsteil Holzweißig	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
2011	43.879	100,0%	14.870	100,0%	2.950	100,0%
2012	42.863	97,7%	14.783	99,4%	2.926	99,2%
2013	42.293	96,4%	14.902	100,2%	2.906	98,5%
Prognose 2025 (Statistisches Landesamt)	35.859					

Quellen: Einwohnerdaten nach Stadtteilen Stadt Bitterfeld-Wolfen, GB I, SB Bürgerservice-Meldeangelegenheiten,

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

Gemäß der 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose 2008 bis 2025 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt sinkt die Einwohnerzahl für die Gesamtstadt bis 2025 auf knapp 35.900 Einwohner. Im Zeitraum

² vgl. hierzu Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte, Z37

³ Stadt Bitterfeld-Wolfen, GB I, SB Bürgerservice-Meldeangelegenheiten

⁴ Bevölkerungsentwicklung der Ortsteile 2011 bis 2013: Bitterfeld +0,2%, Bobbau -2,3%, Greppin -3,6%, Holzweißig -1,5%, Thalheim -1,5%, Wolfen -7,2%, Reuden -2,0%, Rödgen -3,3%, Zschepekau +3,8% (Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen)

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BITZ“ in Bitterfeld-Wolfen

vom 31.12.2013 bis zum Jahr 2025 entspricht dies einem Rückgang von 15,2%. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese aktuellen Prognosewerte auf dem Basisjahr 2008 beruhen, der tatsächliche Rückgang in Bitterfeld-Wolfen sogar stärker ausfiel. So wurde für Ende 2013 eine Einwohnerzahl von ca. 43.543 erwartet, dieser Prognosewert wurde deutlich unterschritten.⁵

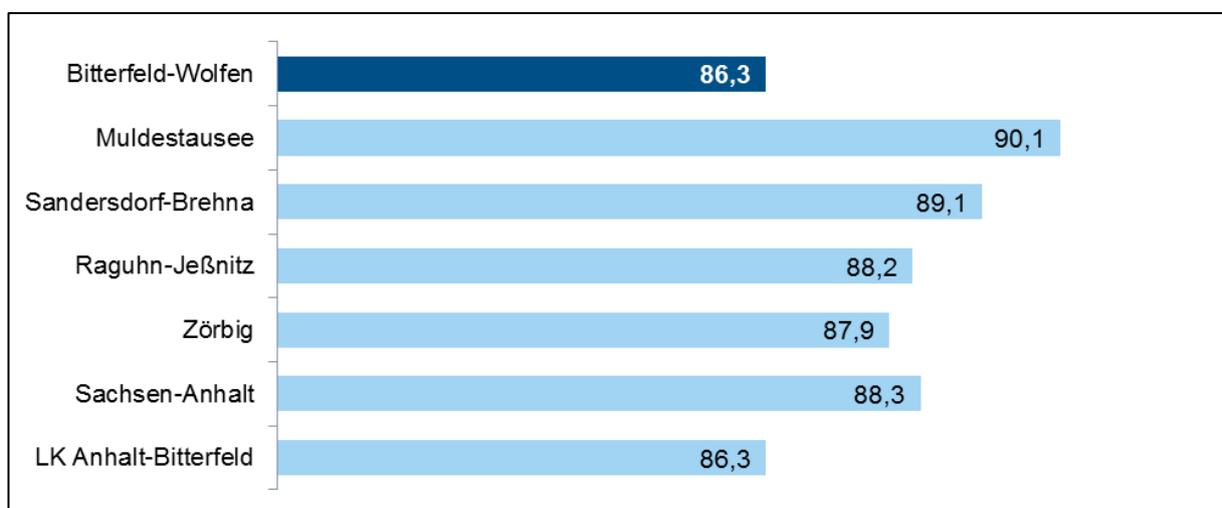
Die rückläufige Bevölkerungsentwicklung und die damit verbundene Nachfrageentwicklung im Einzelhandel waren u.a. ein maßgeblicher Grund für die Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahre 2009.

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.

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2013



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

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen erzielt mit 86,3 im regionalen Vergleich mit den unmittelbaren Nachbarkommunen ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau, welches aber dem Durchschnittsniveau des Landkreises Anhalt-Bitterfeld entspricht. Generell gilt jedoch, dass der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Landes Sachsen-Anhalt mit 88,3 mehr als 11 Prozentpunkte unter dem bundesdeutschem Durchschnitt liegt.

⁵ Eine aktuelle Bevölkerungsprognose auf Ebene der Ortsteile für das Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen liegt derzeit nicht vor. Eine ältere Prognose im Rahmen des GINSEK 2006 wies für den Ortsteil Bitterfeld einen unterdurchschnittlichen Bevölkerungsrückgang bis 2020 aus, überdurchschnittliche Verluste demgegenüber für die Ortsteile Wolfen und Bobbau. Diese Entwicklung hat sich bisher tendenziell bestätigt, auch zukünftig ist aus gutachterlicher Sicht von unterdurchschnittlichen Rückgängen im Ortsteil Bitterfeld auszugehen.

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 Lebensmittelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Bitterfeld-Wolfen beträgt 12.457, demgegenüber sind 6.825 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein beachtlicher, positiver Pendlersaldo von 5.632.⁶

Dieser Pendlersituation ist Ausdruck der Bedeutung als Wirtschaftsstandort und lässt entsprechende, einzelhandelsrelevante Kaufkraftzuflüsse erwarten. Diese sind auch in der vorliegenden Auswirkungsanalyse von Bedeutung.

Zielvorstellung zur gesamtstädtischen Standortsteuerung im Einzelhandel

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen hat unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demographischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 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 Bitterfeld-Wolfen ein innerstädtisches A-Zentrum Bitterfeld, Ortsteilzentren (B-Zentren) in Wolfen und Wolfen-Nord sowie zwei Nahversorgungszentren (C-Zentren) als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung aus. Diese werden funktional ergänzt zum einen durch integrierte Nahversorgungsstandorte, zum anderen durch Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels. Der Untersuchungsstandort wurde als Ergänzungsstandort Einkaufszentrum BiTZ eingestuft.

Fazit zum Makrostandort Bitterfeld-Wolfen:

- Mittelzentrum mit regionalen Versorgungsfunktionen
- insgesamt rückläufige Bevölkerungszahl für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, welche sich in den Prognosen bis 2025 fortsetzt, Entwicklung allerdings innerhalb der Ortsteile unterschiedlich
- wichtiger Wirtschafts- und Arbeitsstandort mit Ausstrahlungseffekten in die ganze Region
- hierarchisches Zentren- und Standortkonzept mit A- bis C-Zentren sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen zur „Sicherung der Nahversorgung“ und als „Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel“

⁶ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2013, Bundesagentur für Arbeit

5. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten 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

Das Einkaufszentrum „BiTZ“ (Bitterfelder Fachmarktzentrum) liegt an der Brehnaer Straße / B100 am südwestlichen Stadtrand. Es gliedert sich in einen straßenseitigen, zweietagigen Gebäudekomplex unmittelbar an der B100 und einem rückwärtigem Baumarktstandort in zweiter Reihe, die Parkflächen liegen zwischen den beiden Gebäudekomplexen. Das aktuelle Planvorhaben soll auf einem östlich zum bestehenden Einkaufszentrum angrenzendem Grundstück errichtet werden.

Das A-Zentrum liegt ca. 1.600 m vom Planstandort entfernt (Kreuzungsbereich mit der Walther-Rathenau-Straße) und ist direkt mit dem Verlauf der Bundesstraße B100 erreichbar.

Der Standort weist durch die hohe Pkw-Frequenz eine verkehrsgünstige Lage auf.

Wichtigster Magnetanbieter des BiTZ ist der rückseitige OBI Bau- und Heimwerkermarkt. Im vorderen Gebäudekomplex sind im Erdgeschoß ein Aldi-Lebensmittel-Discounter, der Non-Food-Discounter T€DI, der Schuhfachmarkt Deichmann, der Textil-Discounter Kik, der Heimtierfachmarkt Tierparadies, ein Reisebüro, ein Sonnenstudio und ein Döner-Stand. Dies verdeutlicht, dass der Agglomerationsstandort über Angebote des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs verfügt, welche von Dienstleistungsangeboten ergänzt werden. Auf der gegenüberliegenden Seite der B100 befinden sich weiterhin ein Penny-Lebensmittelmarkt und der Getränkemarkt Getränkequelle. Auf Grund der geringen Entfernungen und des vorhandenen Durchgangs auf die andere Straßenseite der B100 bestehen Kopplungseffekte mit den beiden weiteren Anbietern, welche die Agglomerationswirkung des Standorts verstärken.

Abbildung 6: Einkaufszentrum BiTZ und Umfeld



Kik, T€DI im BiTZ



Aldi im BiTZ



OBI im BiTZ



Durchgang zum Penny/Getränkequelle



Penny-Markt am BiTZ



Getränkequelle am BiTZ

Quelle: eigene Aufnahmen, Februar 2014

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

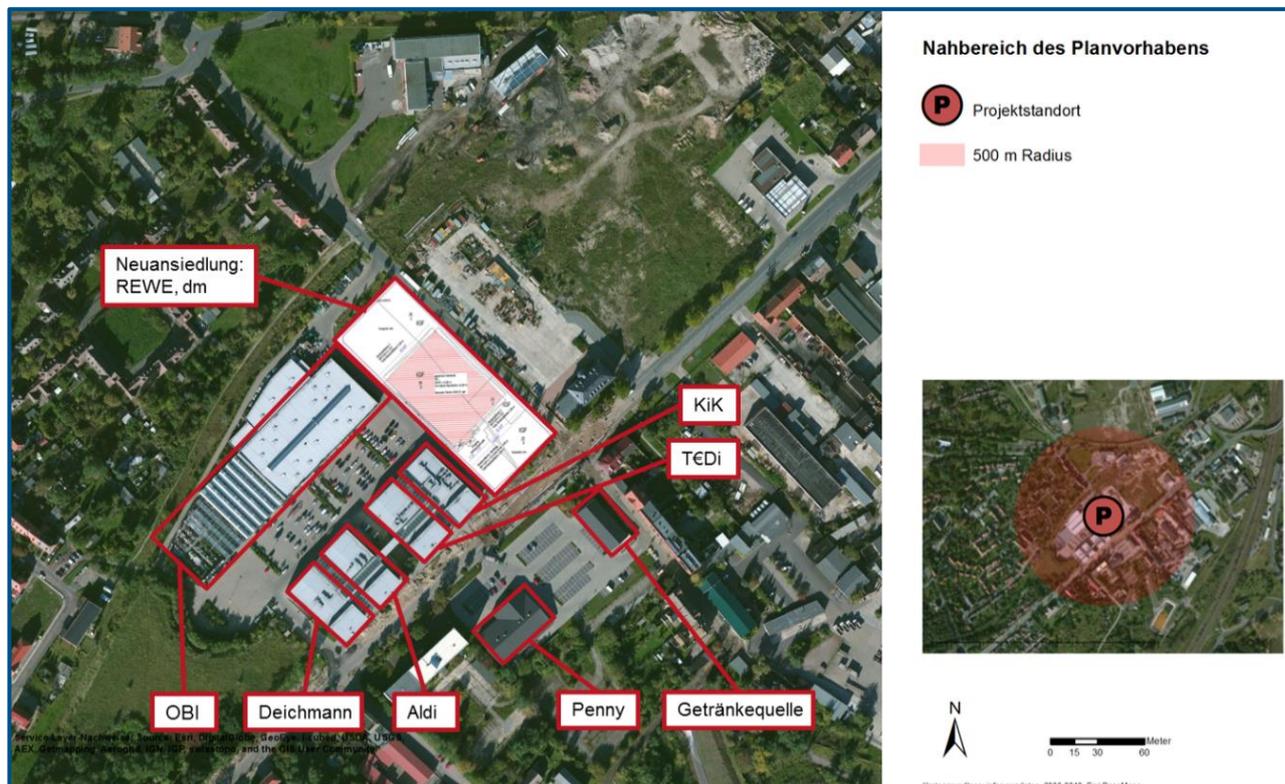
Gemeinsam mit den ergänzenden Anbietern Penny und Getränkequelle bildet das Einkaufszentrum BITZ einen der flächengrößten Einzelhandelsstandorte in Bitterfeld-Wolfen. So verfügt der Standort mit den beiden ergänzenden Anbietern über ca. 9.600 m² Verkaufsfläche, wobei ca. 5.800 m² auf den OBI-Baumarkt entfallen.

Gleichzeitig weist es im Obergeschoss des straßenseitigen Gebäudekomplexes erhebliche Leerstandsflächen seit mehreren Jahren auf, die letztlich auch auf Tragfähigkeits- und Kundenakzeptanzprobleme verweisen. Bereits das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 empfahl insbesondere für diese Obergeschossflächen ein neues Nutzungskonzept ohne Einzelhandel und die Funktion als Einzelhandelsstandort zukünftig auf die Größendimensionierung von Baumarkt und Erdgeschossflächen zu begrenzen.⁷

Als Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept lediglich die Grundstücke des Baumarktes, des straßenseitigen Gebäudekomplexes sowie der zwischenliegenden Parkflächen ausgewiesen. Gemäß dem Zentrenkonzept sind die Versorgungsfunktionen innerhalb der Bitterfelder Zentren- und Standortstruktur eng an den Baumarkt zu koppeln, zzgl. von Nahversorgungsfunktionen auch in Wechselwirkung mit den gegenüberliegenden Anbietern (Discounter, Getränkemarkt).

Das aktuelle Planvorhaben strebt dagegen einen spürbaren Ausbau der Verkaufsflächenausstattung im kurzfristigen Bedarfsbereich an. Mit der Erweiterung des Standorts um einen Rewe-Supermarkt und einen dm-Drogeriemarkt wird sich die Wettbewerbsstellung des Standorts in der Einzelhandelsstruktur von Bitterfeld-Wolfen insgesamt erhöhen und im kurzfristigen Bedarfsbereich eine gesamtstädtische Ausstrahlung erzielen.

Karte 2: Mikrostandort des Einkaufszentrums BITZ und fußläufiger Einzugsbereich (500 m)



⁷ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, Abschnitt VI.4.2

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BiTZ“ in Bitterfeld-Wolfen

Die Nahversorgungsfunktionen bleiben weiterhin bestehen, binden aber nur Teilbereiche der westlich angrenzenden Kraftwerkssiedlung ein, das weitere südliche oder östliche Umfeld ist vorrangig durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Der fußläufige Einzugsbereich, gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit einem Umkreis von ca. 500 m abzugrenzen, umfasst lediglich 695 Einwohnern⁸. Es zeigt sich, dass auch aktuell der Standort durch die verkehrsorientierte Lage an der B100 und der Ausstrahlung des Baumarktes OBI geprägt wird, folglich eine gesamtstädtische Bedeutung aufweist und unmittelbare Nahversorgungsfunktionen nur ergänzend ausübt. Das Planvorhaben bedarf auch einer gesamtstädtischen Ausstrahlung, das geringe Nahversorgungspotenzial bietet hierfür keine ausreichende Tragfähigkeit.

Verkehrliche Situation

Die B100 führt in Ost-West-Richtung durch den Ortsteil Bitterfeld. Die B100 führt in Richtung Südwesten nach Halle (Saale) mit Anbindung der Bundesautobahn BAB 9 und in nordöstlicher Richtung nach Gräfenhainichen. Etwa 600 m stadtauswärts vom Planstandort entfernt kreuzt sie die B184, welche über die Stadt Delitzsch führt und am Stadtrand von Leipzig in die B2 mündet.

Die beiden Bundesstraßen zählen zu den maßgeblichen überregionalen Verkehrsanbindungen der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Die Verkehrsfrequenzen generieren für alle angrenzenden Einzelhandelsanbieter, somit auch für das Einkaufszentrum BiTZ, zusätzliche PKW-Kundenfrequenzen. Dessen Standort verfügt über eine Zu- und Abfahrt von der B100, über ein ausreichendes Parkplatzangebot und erzielt eine gute Fernwirkung.

Entsprechend der regionalen Verkehrsbedeutung dieser beiden Achsen weisen sie eine hohe Verkehrsfrequenz auf. Die Durchschnittliche Tägliche Verkehrsstärke (DTV) beträgt auf der B100 im Abschnitt Brehnaer Straße 15.382 Kraftfahrzeuge (davon 13.857 PKW), am Kreuzungsbereich mit der B184 beträgt sie im Abschnitt Leipziger Straße (B184) 11.109 Kraftfahrzeuge (davon 9.780 PKW) und im Abschnitt Hallesche Straße (B100 und B184) 16.104 Kraftfahrzeuge (davon 14.125 PKW).⁹

Der Standort ist durch die Bushaltestelle "Bitterfeld, Bitz" auch an den ÖPNV angebunden. Die Haltestelle wird von den Buslinien 432 angefahren, welche Bitterfeld mit Brehna verbindet.

Abbildung 7: Verkehrsanbindung des Einkaufszentrums BiTZ



B100 in Richtung Stadtzentrum Bitterfeld

Bushaltestelle Bitterfeld, Bitz

Bushaltestelle Bitterfeld, Bitz

Quelle: eigene Aufnahmen, Februar 2014

Planungsrechtliche Situation

Das Grundstück des Einkaufszentrums gehört nach aktuellem Stand zum unbeplanten Innenbereich. Folglich ist die Zulässigkeit nach § 34 BauGB und nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen. Es ist zu überprüfen, ob von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich einhergehen.

⁸ Infas Geodaten (Stand 31.12.2012)

⁹ Straßenverkehrszählung 2010, Sachsen-Anhalt

Fazit zum Mikrostandort Einkaufszentrum BiTZ

- Der Planstandort befindet sich ca. 1.600 m südwestlich des A-Zentrums von Bitterfeld-Wolfen in einer verkehrsorientierten Lage unmittelbar an der Bundesstraße B100.
- Das Einkaufszentrum BiTZ wird derzeit im Wesentlichen durch einen OBI-Baumarkt und weiteren Fachmärkten im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich geprägt, die zusammen eine Agglomerationswirkung entfalten. Gleichzeitig stehen Geschäftsflächen im Obergeschoss seit Jahren leer.
- Versorgungsfunktionen weist der Standort verstärkt im Baumarktbereich auf, weshalb das Einkaufszentrum als Ergänzungsstandort im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 ausgewiesen wurde.
- Das Grundstück des Planstandortes ist nicht eingebunden in die Abgrenzung des Areals als Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Vielmehr grenzt es unmittelbar östlich an das bestehende Einkaufszentrum BiTZ an.
- Im fußläufigen Einzugsbereich wohnen lediglich 695 Einwohner, was die notwendige gesamtstädtische Wirkung und die Ausrichtung des Standorts auf die Verkehrsfrequenzen verdeutlicht.

6. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet (vgl. Abschnitt 7) des Einkaufszentrums BiTZ bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter. Dabei ist eine Differenzierung zwischen Wettbewerbsbeziehungen des Lebensmittelmarktes und des Drogeriemarktes vorzunehmen. Als wettbewerbsrelevant gelten zunächst alle Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte im Einzugsgebiet, darüber hinaus auch kleinteiliger Drogeriefachhandel. Im Kerneinzugsgebiet sind zusätzlich die Wettbewerbsbeziehungen mit dem weiteren Lebensmittelhandel einzubeziehen, hierzu zählen Getränkemärkte, Lebensmittelfachgeschäfte und das Lebensmittelhandwerk.

Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Februar 2014.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter, Supermärkte und Drogeriemärkte) 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).

Der Untersuchungsraum umfasst die Stadt Bitterfeld-Wolfen, die Ortsteile Sandersdorf, Glebitzsch, Heidelberg, Ramsin, Renneritz, Roitzsch und Zscherndorf der Gemeinde Sandersdorf-Brehna und die Ortsteile Muldenstein, Friedersdorf, Mühlbeck sowie Pouch der Gemeinde Muldestausee.

Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (vgl. Abschnitt 7) sind aktuell 59 nahversorgungsrelevante Anbieter mit zusammen 32.992 m² Verkaufsfläche ansässig, diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 104,2 Mio. €. Weitere indirekte Wettbewerbsbeziehungen ergeben sich mit Anbietern insbesondere in Wolfen-Nord, welches nicht zum Einzugsgebiet gehört.

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. Berücksichtigt werden bei der nachfolgenden Tabelle lediglich die Flächen- und Umsatzanteile der Anbieter mit Lebensmittel- und Drogeriesortimenten.

Tabelle 3: Sortimentsspezifische Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Betriebsformen

	Verkaufsfläche im Einzugsgebiet		Umsatzeinschätzung	
	Lebensmittel	Drogerie	Lebensmittel	Drogerie
Supermärkte / Discounter	12.003 m ²	1.395 m ²	38.430 T€	4.540 T€
Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser	7.330 m ²	990 m ²	26.140 T€	3.710 T€
Drogerien / Drogeriemärkte	30 m ²	380 m ²	110 T€	1.430 T€
sonstige Fachgeschäfte	2.234 m ²	345 m ²	9.270 T€	770 T€
gesamt	21.597 m²	3.110 m²	73.950 T€	10.450 T€

Der Schwerpunkt im Verkaufsflächenbesatz und in der Umsatzbindung entfällt erwartungsgemäß auf Lebensmittelmärkte. Supermärkte und Discounter sind innerhalb des Einzugsgebietes mit insgesamt 19 Anbietern bei einer Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel und Drogeriewaren von 13.398 m² und einem Gesamtumsatz von ca. 43,0 Mio. € vertreten, somit entfallen auf diese Betriebsformen 56% des wettbewerbsrelevanten Verkaufsflächenbesatzes bei Lebensmitteln und 45% bei Drogeriewaren. Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser tragen einen weiteren Verkaufsflächenanteil von 34% bei Lebensmitteln und 32% bei Drogeriewaren bei, ansässig sind im Ortsteil Bitterfeld mit Kaufland und real zwei SB-Warenhäuser.

Demgegenüber ist der Drogerie-Fachhandel im Einzugsgebiet derzeit nur mit einem Drogeriefachmarkt in der Bitterfelder Innenstadt und einem Drogerie-Fachgeschäft in Sandersdorf vertreten. Ein weiterer Drogeriemarkt besteht in Wolfen-Nord, dies jedoch außerhalb des Einzugsgebietes.

Dieser zweifellos quantitativ gute Besatz durch Lebensmittelmärkte erweist sich bezogen auf das Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial (vgl. Abschnitt 7) als weit überdurchschnittlich. Die nachfolgende Tabelle bewertet den Flächenbesatz in Relation zum Bevölkerungspotenzial des Einzugsgebietes. Die 19 Lebensmitteldiscounter und Supermärkte verfügen zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von 14.823 m². Im Verhältnis zum Bevölkerungspotenzial des Einzugsgebietes errechnet sich eine Ausstattung von 351 m² je 1.000 Einwohner, dies entspricht einem überdurchschnittlichen Besatz von 128% des Bundesdurchschnittes. Dementsprechend liegt auch die Einwohnerzahl je Lebensmittelmarkt (2.225 Einwohner je Objekt) deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (2.996 Einwohner je Objekt), bei gleichzeitig leicht geringerer Durchschnittsgröße je Objekt (Einzugsgebiet: 780 m² je Objekt; Bundesdurchschnitt: 822 m² je Objekt).

Tabelle 4: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Einzugsgebiet

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m ²)	VKF je Objekt (m ²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m ²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	26.898	22.100.000	822	2.996	274	100
Einzugsgebiet gesamt	42.275	19	14.823	780	2.225	351	128
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	1.904	9.800.000	5.147	42.324	122	100
Einzugsgebiet gesamt	42.275	2	11.560	5.780	21.138	273	225
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	80.585.700	28.802	31.900.000	1.108	2.798	396	100
Einzugsgebiet gesamt	42.275	21	26.383	1.256	2.013	624	158

VKF = Verkaufsfläche

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie
Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2014

Eine analoge Berechnung für die Flächenausstattung durch die beiden SB-Warenhäuser Kaufland und real zeigt mit einer Ausstattungskennziffer von 225% einen weit überdurchschnittlichen Besatz. Auch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept hatte im Jahr 2009 bereits auf diesen Überbesatz der Großbetriebsformen im gesamten Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen verwiesen.¹⁰ Sicherlich sind zusätzlich die mittelzentralen Versorgungsfunktionen zu berücksichtigen, diese können den Überbesatz jedoch nicht kompensieren. Durch zwischenzeitlich rückläufige Einwohnerzahlen ist der Wettbewerbsdruck sogar gestiegen.

Insgesamt errechnet sich über alle Betriebsformen eine sehr hohe Flächenausstattung (158%), die sich durch die aktuelle Innenstadtentwicklung und gegebenenfalls durch das Planvorhaben am BITZ weiter erhöhen wird.

In der Standortdifferenzierung stellen die beiden Standorte mit den SB-Warenhäusern Kaufland und real im Lebensmittelbereich sowohl beim Flächenbesatz als auch beim erzielten Umsatz die stärksten Standorte dar. Im Drogeriebereich kommt dem A-Zentrum Innenstadt mit einem Rossmann-Drogeriemarkt eine hohe Bedeutung zu, die entsprechende Umsatzbindung im A-Zentrum beträgt ca. 1,8 Mio. €. Der Standort des Einkaufszentrums BITZ mit angrenzendem Penny und Getränkemarkt hat mit einem relevanten Verkaufsflächenanteil von ca. 1.850 m² im Lebensmittel- und Drogeriebereich sowie 5,3 Mio. € Umsatz bereits im Ist-Zustand eine hohe Marktbedeutung im Einzugsgebiet.

¹⁰ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, Abschnitt VI.2.3.1

Tabelle 5: Sortimentsspezifische Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Standortstrukturen

	Verkaufsfläche im Einzugsgebiet		Umsatzeinschätzung	
	Lebensmittel	Drogerie	Lebensmittel	Drogerie
Projektstandort BITZ	1.584 m ²	275 m ²	4.530 T€	770 T€
A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld	1.215 m ²	475 m ²	4.950 T€	1.780 T€
B-Zentrum Wolfen, Leipziger Straße	605 m ²	115 m ²	2.000 T€	380 T€
C-Zentrum Holzweißig	853 m ²	80 m ²	2.370 T€	200 T€
Nahversorgungslage Leipziger Straße	615 m ²	50 m ²	1.770 T€	140 T€
Nahversorgungslage Friedensstraße	745 m ²	80 m ²	2.660 T€	280 T€
Nahversorgungslage Auenstraße	690 m ²	65 m ²	2.190 T€	190 T€
Kaufland-Standort Bismarckstraße	4.220 m ²	450 m ²	15.250 T€	1.680 T€
real-Standort, Anhaltstraße	3.310 m ²	540 m ²	12.590 T€	2.030 T€
Penny, Wittenberger Straße	740 m ²	70 m ²	2.410 T€	210 T€
sonstige Standorte Bitterfeld	2.460 m ²	310 m ²	7.490 T€	780 T€
Anbieter Sandersdorf	2.240 m ²	360 m ²	8.330 T€	750 T€
Anbieter Muldestausee	2.320 m ²	240 m ²	7.410 T€	1.260 T€
gesamt	21.597 m²	3.110 m²	73.950 T€	10.450 T€

Nachfolgend sind zu erwartende Wettbewerbsverflechtungen mit den bestehenden Standortstrukturen im Einzugsgebiet zu bewerten. Das Planvorhaben mit einem Supermarkt und einem Drogeriemarkt tritt vorrangig in einen Wettbewerb mit Lebensmittel- und Drogeriemärkten. Stärkere Wettbewerbsbeziehungen resultieren dabei insbesondere durch die Lage an der B100, so dass vor allem Zentren und Standorte mit Anbindung über die B100 von stärkeren Wechselwirkungen betroffen sind. Die Standorte der einzelnen Märkte sind in der nachstehenden Karte verortet.

Karte 3: Wettbewerber des Erweiterungsvorhabens im Einkaufszentrum BITZ


Die **Innenstadt des Ortsteiles Bitterfeld** bildet das einzige urban gewachsene und zugleich kompakte Stadtzentrum im gesamten Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen. Sie ist im hierarchischen Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen als übergeordnetes A-Zentrum ausgewiesen, unterliegt folglich einer besonderen Schutzwürdigkeit als zentraler Versorgungsbereich. Die Innenstadt bietet die Verknüpfung einer historischen Altstadt mit den Entwicklungschancen eines modernen Geschäftszentrums und kann auch unter Einbeziehung touristischer Potenziale zu einem multifunktionalen Erlebnisraum ausgebaut werden.

Die Funktionen des traditionellen Geschäftszentrums waren zum einen stets an das unmittelbare Umfeld des Marktes mit den abgehenden Straßenzügen als Fußgängerzone (insbesondere die Burgstraße) gekoppelt. Zum anderen übernahm in der Vergangenheit die Verkehrsachse Walther-Rathenau-Straße, als Verbindung von Markt mit dem Bahnhof Bitterfeld, die Funktion einer Geschäftsstraße.

Im Drogeriebereich ist das A-Zentrum bereits im Ist-Zustand der Hauptwettbewerbsstandort. So gibt es innerhalb des gesamten Stadtgebietes von Bitterfeld-Wolfen zwei Drogeriemärkte der Fa. Rossmann, eine dieser Filialen befindet sich dabei innerhalb des A-Zentrums Innenstadt Bitterfeld in der Fußgängerzone der Burgstraße und stellt einen wichtigen Magnetanbieter und Frequenzbringer dar.

Ebenfalls im A-Zentrum eingebunden ist ein Discounterstandort Aldi, der bereits in gegenwärtiger Konstellation in Wettbewerbsverflechtungen mit dem Einkaufszentrum BiTZ (ebenfalls mit Aldi) steht. Über den im Rahmen des vorliegenden Gutachtens betrachteten Sortimentsbereich Lebensmittel / Drogerie hinaus bestehen weitere Wettbewerbsbeziehungen zwischen dem Einkaufszentrum BiTZ und dem A-Zentrum über zentrenrelevante Sortimente, beispielhaft zu verweisen ist auf den Schuhmarkt Deichmann im BiTZ.

Abbildung 8: Wettbewerber A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld



Fußgängerzone. Burgstraße mit Rossmann

Aldi, Mühlstraße

Markt mit Wochenmarkt

Quelle: eigene Aufnahmen, Februar 2014

Das innerstädtische A-Zentrum befindet sich in einer aktuellen Entwicklung, welche bereits mit dem Zentrenkonzept 2009 angestoßen wurde. In der Burgstraße **entsteht das Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden** als neuer Magnetstandort mit ca. 9.000 m² Verkaufsfläche. Mit diesem neuen Einzelhandelschwerpunkt wird eine Brachfläche in Nachbarschaft zum Markt revitalisiert und das A-Zentrum in seiner Funktion als zukünftiger Hauptgeschäftsbereich gestärkt.

Die Goitzsche-Arkaden umfassen gemäß dem aktuellen Branchenkonzept im Schwerpunkt innerstädtische Leitbranchen mit verschiedenen Bekleidungsanbietern, Schuhen aber auch Gesundheit, Gastronomie und Dienstleister. Aus Sicht des vorliegenden Gutachtens hervorzuheben sind jedoch die beiden Magnetanbieter Lebensmittel-Supermarkt mit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche und Drogeriemarkt mit ca. 900 m² Verkaufsfläche. Nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zum Standort und der Anbieterstruktur im neuen innerstädtischen Einkaufszentrum. Für die Realisierung des Standortes werden aktuell die planungsrechtlichen Grundlagen geschaffen.¹¹

¹¹ Aufstellungsbeschluss zur 1. Änderung Bebauungsplan Nr. 03-2010 "Am Plan" am 02. April 2014

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BiTZ“ in Bitterfeld-Wolfen

Die maßgebliche Magnetfunktion von Lebensmittel- und Drogeriemarkt für die Goitzsche-Arkaden sind als wichtige innerstädtische Wettbewerbsbeziehung zum Planvorhaben BiTZ einzustufen und im Rahmen der Beurteilung wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen zwingend zu berücksichtigen.

Abbildung 9: Standort und Anbieterstruktur der Goitzsche-Arkaden



Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen, Bewertung des Konzeptes durch den GB III und Ausblick auf 2014

Die räumliche Nähe des A-Zentrums zum Einkaufszentrum BiTZ und die vergleichbare Anbieterkonstellation zwischen dem BiTZ-Planvorhaben und den Magnetanbietern der Goitzsche-Arkaden lassen in einer ohnehin bereits intensiven Wettbewerbsstruktur, insbesondere durch Lebensmittelmärkte, sehr starke Wettbewerbseffekte erwarten.

Abbildung 10: Planstandort Goitzsche-Arkaden



Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BiTZ“ in Bitterfeld-Wolfen

Ebenfalls in räumlicher Nähe zum Einkaufszentrum BiTZ, ca. 1.800 m in südliche Richtung gelegen, befindet sich das **Nahversorgungszentrum Holzweißig**, gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept als C-Zentrum ausgewiesen. Mit der Eröffnung des Lebensmittelmarktes NP-Discount im Dezember 2012 wurde eine Revitalisierungsphase im Kern abgeschlossen, das C-Zentrum sichert wieder umfassende Nahversorgungsfunktionen. Neben dem Lebensmittelmarkt sind weiterhin je eine Bäcker- und Fleischer-Filiale, ein Getränkemarkt sowie ein Lotto-Shop mit angeschlossener Postfiliale vertreten. Mit dem Lebensmittelmarkt als neuen Magnetanbieter bestehen gute Chancen, auch verbliebene Leerstandsflächen am Standort wieder zu beleben.

Das Nahversorgungszentrum liegt im besten Sinne wohngebietsintegriert in Holzweißig-Süd, weitestgehend von der gesamten ortsansässigen Bevölkerung fußläufig erreichbar. Allerdings bleibt mit dieser integrierten Lage die Kundenbindung auch allein auf Holzweißig ausgerichtet. Das begrenzte Potenzial des Ortsteiles Holzweißig erfordert eine gute Marktstellung des Nahversorgungszentrums zur langfristigen Existenzsicherung, somit auch den im Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen angestrebten, besonderen Schutz als zentraler Versorgungsbereich. In einer potenziellen Wettbewerbssituation mit dem BiTZ-Planvorhaben verfügt das C-Zentrum über die schwächere Wettbewerbsstellung, Umverteilungseffekte zu Lasten des C-Zentrums könnten dessen Tragfähigkeit leicht gefährden.

Abbildung 11: Ausgewählte Wettbewerbsstandorte des Vorhabens



Kaufland, Bismarckstraße

real, Anhaltstraße

Rossmann, B-Zentrum Wolfen-Nord



NP-Discount, C-Zentrum Holzweißig

Netto Marken-Discount, NVL Leipziger Str.

Penny, Wittenberger Straße

Quelle: eigene Aufnahmen, Februar 2014

Als wesentliche Hauptwettbewerber sind weiterhin die beiden **Standorte der SB-Warenhäuser** zu nennen. Diese stellen neben den Drogeriemärkten die Hauptanbieter im Drogeriebereich dar.

Eingebunden in einem ehemaligen, denkmalgeschützten Industriebau weist der Ergänzungsstandort des **Kauflands in der Bismarckstraße** ungeachtet seiner direkten Wechselbeziehung mit dem A-Zentrum eine besondere städtebauliche Bedeutung auf. Dieser führt auf einer Verkaufsfläche von 450 m² Verkaufsfläche Drogeriewaren bei einer Gesamtverkaufsfläche von 5.600 m².

Das **real-SB-Warenhaus am Ergänzungsstandort Anhaltstraße** weist mit 5.960 m² Verkaufsfläche eine etwas größere Gesamtverkaufsfläche auf, mit 540 m² Verkaufsfläche zudem das flächenmäßig größte Drogerieangebot im Einzugsgebiet. Bei einer Entfernung von 4,2 km zum Einkaufszentrum BiTZ gegenüber

lediglich 1,1 km zum Standort des Kauflands, sind die Wettbewerbsbeziehungen mit dem real-Standort zumindest im Lebensmittelsortiment geringer.

Adäquat zum Nahversorgungszentrum Holzweißig gibt es wesentliche Überschneidungen im unmittelbaren Einzugsgebiet mit der **Nahversorgungslage Leipziger Straße** (Netto Marken-Discount), so dass der Standort vor allem im Lebensmittelbereich bei einem zusätzlichen Supermarkt im Einkaufszentrum BITZ in den direkten Wettbewerb tritt. Die Nahversorgungslage Leipziger Straße erfüllt Versorgungsfunktionen vor allem für die Kraftwerkssiedlung, für welche auch das BITZ partielle Nahversorgungsfunktionen ausübt.

Die weiteren **Nahversorgungslagen Auenstraße** (Netto Marken-Discount), **Friedensstraße** (Lidl) und der Standort des **Penny** in der **Wittenberger Straße** sind als Nebenwettbewerber einzustufen, da sie Drogeriewaren nur als Teilsortiment führen, sich im Discountbereich positioniert haben und bei einer Entfernung von mindestens 2,4 km nur in einem geringeren Maße wettbewerbsrelevant für den Planstandort sind.

Innerhalb des Ortsteiles Wolfen sind Wettbewerbsverflechtungen mit dem B-Zentrum Wolfen-Nord zu erwarten, obwohl dies bereits außerhalb des potenziellen Einzugsgebietes liegt. Ungeachtet der größeren Entfernung zum Planvorhaben sind Wettbewerbsbeziehungen mit dem **B-Zentrum Wolfen-Nord** durch dessen Anbieterstruktur begründet. So ist ebenfalls ein Rossmann-Drogeriemarkt ansässig, welcher mit einer Verkaufsfläche von ca. 670 m² und attraktivem Marktauftritt auf den gesamten Ortsteil Wolfen und die weiteren nördlichen Ortsteile ausstrahlt, folglich auch das nördliche Einzugsgebiet des Planvorhabens gegenwärtig dominiert. Zudem existieren ein moderner Supermarkt des Anbieters Edeka und die beiden Discounter Aldi und Penny am Standort. Folglich hat der Standort wesentlichen Einfluss auf die Abgrenzung des Einzugsgebiets in nördlicher Richtung, mit dieser Anbieterkonstellation wird ein adäquates Angebot wie beim Planvorhaben vorgehalten.

Mit dem **B-Zentrum Wolfen, Leipziger Straße** bestehen demgegenüber keine direkten Wettbewerbsverflechtungen. Der ansässige Lidl-Markt fungiert als Magnetanbieter, zielt jedoch auf die Nahversorgung im Ortsteil Wolfen, ergänzt durch weitere kleinteilige Anbieter im kurz- und mittelfristigen Bedarf. Ein Drogeriefachwettbewerber ist nicht ansässig. Es ist davon auszugehen, dass Nachfragesegmente für einen Drogeriemarkt derzeit stärker an das B-Zentrum Wolfen-Nord gebunden werden, zukünftig aber auch stärker nach Bitterfeld abfließen können.

Alle weiteren Anbieter innerhalb des potenziellen Einzugsgebiets weisen auf Grund der Entfernung und einer anderen Ausrichtung nur geringe Wettbewerbsverflechtungen mit dem Erweiterungsvorhaben auf. Die **aktuelle Angebotssituation im betrachteten Einzugsgebiet erzielt bereits eine sehr gute Nachfragebindung**. Insbesondere der Flächenbesatz der Lebensmittelmärkte verdeutlichte bereits, dass Entwicklungspotenziale weitgehend ausgeschöpft sind. Zusätzlich zu berücksichtigen ist die zukünftige Nachfrageabschöpfung durch das innerstädtische Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden im Ortsteil Bitterfeld.

Wie nachstehende Tabelle verdeutlicht, ergibt sich im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet eine aktuell hohe Bindungsquote von 118,5% durch die relevanten Wettbewerbsstrukturen, als Ausdruck des gleichfalls hohen Flächenbesatzes insbesondere der SB-Warenhäuser. Diese führen zu entsprechenden Kaufkraftzuflüssen ins Bitterfelder Stadtgebiet. Die extrem hohe Bindungsquote von 143,6% im Kerneinzugsgebiet kennzeichnet diese Zuflüsse aus dem erweiterten Einzugsgebiet.

Gleichzeitig ist aber zu beachten, dass die Umlandgemeinden i.d.R. über eigene Lebensmittelmärkte zur Sicherung der Nahversorgung vor Ort verfügen, mit zunehmenden Kaufkraftzuflüssen nach Bitterfeld folglich kaum zu rechnen ist. Allein durch die Realisierung der Goitzsche-Arkaden müsste die Bindungsquote jedoch rechnerisch auf 128,8% steigen, dies ist in diesem Umfang nicht zu erwarten. Bereits durch die Goitzsche-Arkaden ist ein, wenn auch städtebaulich gewollter Umlenkungseffekt zugunsten des A-Zentrums zu erwarten. Diese Wettbewerbseffekte verstärken sich durch ein zusätzliches Planvorhaben BITZ.

Tabelle 6: Kaufkraftbindung im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet

Lebensmittel	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Nachfragepotenzial	36.396 T€	24.337 T€	60.733 T€
Umsatz relevanter Angebotsstrukturen	52.260 T€	19.720 T€	71.980 T€
Umsatzerwartung Goitzsche-Arkaden	6.250 T€		6.250 T€
Kaufkraftbindung aktueller Besatz	143,6%	81,0%	118,5%
Kaufkraftbindung incl. Goitzsche-Arkaden	160,8%	81,0%	128,8%

Vergleichbare Aussagen sind für das Drogeriesortiment übertragbar. Die aktuelle Bindungsquote im gesamten Einzugsgebiet ist mit durchschnittlich 90,8% ausgewiesen, im Kerneinzugsgebiet allerdings wiederum mit einem sehr hohen Wert von 160,6%, welcher die deutlichen Zuflüsse nach Bitterfeld widerspiegelt.

Im erweiterten Einzugsgebiet liegt die Bindungsquote mit unter 42% relativ niedrig, hierbei ist jedoch die bereits angesprochene Angebotssituation im Ortsteil Wolfen zu berücksichtigen. Der Drogeriemarkt im B-Zentrum Wolfen-Nord, außerhalb des betrachteten Einzugsgebietes gelegen, erzielt eine gute Nachfragebindung im gesamten Ortsteil Wolfen, führt somit zu Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Für das gesamte Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen ist von einer annähernden Nachfragedeckung auszugehen.

Für einen Drogeriemarkt erschließen sich sicherlich noch partielle, zusätzliche Marktchancen. Diese werden unter Berücksichtigung des Drogeriemarktes im neuen Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden allerdings mehr als ausgeschöpft. Rechnerisch müsste die Bindungsquote bei Eröffnung der Goitzsche-Arkaden für Drogeriesortimente auf 124,5% im Einzugsgebiet steigen, aus gutachterlicher Sicht ein ebenfalls nicht erreichbarer Wert. Vielmehr ist davon auszugehen, dass der Lebensmittelhandel seine, nach der Schließung der Schlecker-Filialen gewonnenen Marktanteile bei einem zunehmenden Fachhandelswettbewerb wieder einbüßt. Diese Wettbewerbseffekte sind bundesweit wie auch im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen zu beobachten. Für die Etablierung von zwei Drogeriemärkten, neben den Goitzsche-Arkaden auch im Planvorhaben BITZ, zeichnet sich jedoch keine Tragfähigkeit ab.

Tabelle 7: Kaufkraftbindung im Drogeriebereich im Einzugsgebiet

Drogerie	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Nachfragepotenzial	4.665 T€	6.607 T€	11.272 T€
Umsatz relevanter Angebotsstrukturen	7.490 T€	2.750 T€	10.240 T€
Umsatzerwartung Goitzsche-Arkaden	3.790 T€		3.790 T€
Kaufkraftbindung aktueller Besatz	160,6%	41,6%	90,8%
Kaufkraftbindung incl. Goitzsche-Arkaden	241,8%	41,6%	124,5%

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Durch die Nähe zur Innenstadt von Bitterfeld und das Vorhandensein des Rossmann-Drogeriemarktes, eines Aldi-Lebensmitteldiscounters und weiteren ergänzenden Anbietern ist das A-Zentrum bereits gegenwärtig der Hauptwettbewerber zum Planvorhaben BITZ. Mit dem neuen, innerstädtischen Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden, u.a. mit Supermarkt und Drogeriemarkt als Magnetanbieter, wird sich die Wettbewerbsintensität spürbar erhöhen.

- Die Stadt Bitterfeld-Wolfen weist einen sehr hohen Flächenbesatz durch Lebensmittelmärkte auf. Wesentliche Wettbewerbsverflechtungen bestehen u.a. mit den Standorten der beiden SB-Warenhäuser Kaufland und real, neben der Vollsortimenterfunktion auch durch leistungsfähige Drogerieangebote.
- Im Lebensmittelbereich stehen weiterhin das südwestliche C-Zentrum Holzweißig und die Nahversorgungslage Leipziger Straße in einem räumlich nahen und intensiven Wettbewerb zum Planvorhaben BiTZ, da beide Standorte wesentliche Träger der Nahversorgungsfunktionen südwestlich und nordwestlich vom Planstandort sind.
- Insgesamt gibt es sowohl im Lebensmittel- und im Drogeriebereich einen auch für ein Mittelzentrum überdurchschnittlichen Besatz mit bereits gegenwärtig hoher Kaufkraftbindung.

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

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 BiTZ ist einerseits die verkehrsorientierte Lage an der B100, andererseits die stärkere Ausrichtung im Zuge des Erweiterungsvorhabens auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst die Ortsteile Bitterfeld und Holzweißig. Für nahversorgungsrelevante Anbieter bereits ein relativ großes Kerneinzugsgebiet, jedoch zurückzuführen auf die gesamtstädtische Ausstrahlung des Standortes BiTZ mit seiner verkehrsorientierten Lage sowie der zu erwartenden Kundenorientierung eines Drogeriemarktes. Die intensiven Wettbewerbsbeziehungen entlang der B100 zwischen dem Einkaufszentrum BiTZ, dem Kaufland-Standort und weiterführend bis zum A-Zentrum (zukünftig mit Goitzsche-Arkaden) führen sowohl zu einer hohen Eigenbindung innerhalb des Kerneinzugsgebietes als auch zu einer entsprechenden Ausstrahlung auf das Umland. Nördlich wird das Kerneinzugsgebiet von der Kundenorientierung auf den real-Standort und den weiteren Lebensmittelmärkten begrenzt. In westlicher und südlicher Richtung begründet sich die Abgrenzung durch die zunehmende Entfernung zu den nächsten Siedlungsgebieten.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet** wurde in die Einzugsgebietszonen 2.1 und 2.2 aufgeteilt, infolge einer zu erwartenden unterschiedlichen Kundenorientierung auf Supermarkt und Drogeriemarkt. Für

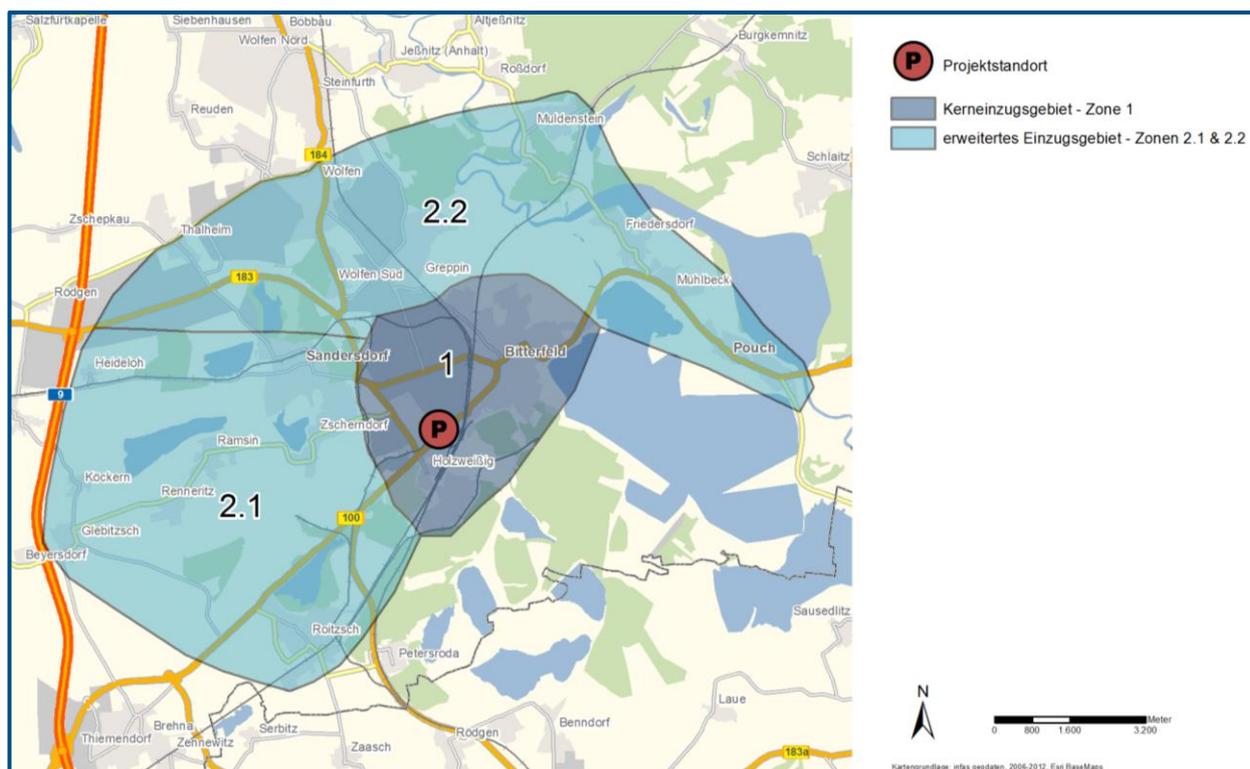
Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BITZ“ in Bitterfeld-Wolfen

den Supermarkt im Planvorhaben wird eine Ausstrahlung vor allem entlang der B100 in westliche und südwestliche Richtung (Ortsteile von Sandersdorf-Brehna) erwartet, nicht jedoch in nördliche und östliche Richtung, aufgrund der jeweiligen Eigenbindung vor Ort bzw. der Kundenorientierung auf Wettbewerbsstandorte (real-Standort, Wolfen-Nord, etc.)

Eine zusätzliche Kundenorientierung aus diesen nördlichen Ortsteilen von Bitterfeld-Wolfen sowie der östlichen Gemeinde Muldestausee (Zone 2.2 des Einzugsgebietes) ist jedoch für den Drogeriemarkt zu erzielen. Nachfragesegmente des Drogerie-Fachhandels werden derzeit vorrangig von den beiden Drogeriemärkten im A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld und im B-Zentrum Wolfen-Nord gebunden. Eine zumindest teilweise Kundenneuorientierung ist bei einem zusätzlichen, modernen Drogeriemarkt zu erwarten.

Die exakte Abgrenzung ist in nachfolgender Karte dargestellt. Insgesamt leben ca. 42.300 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen bereits ca. 17.400 Einwohner auf das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet und weitere ca. 24.900 Einwohner auf das erweiterte Einzugsgebiet, wobei sich auf Zone 2.1 ca. 11.800 Einwohner und auf Zone 2.2 ca. 13.100 Einwohner verteilen.¹²

Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens im Einkaufszentrum BITZ



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 sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Auf die, gemessen am Niveau des Landes Sachsen-Anhalt, nur leicht unterdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Bitterfeld-Wolfen, wurde bereits verwiesen. Dies gilt auch für die sortimentspezifische Kaufkraft für Lebensmittel- und Drogeriesortimente im Einzugsgebiet.

¹² Infas Geodaten (Stand 31.12.2012)

Tabelle 8: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

	Kern-einzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet		Einzugsgebiet gesamt
		Zone 2.1	Zone 2.2	
Bevölkerungspotenzial	17.406	11.740	13.129	42.275
sortimentsspezifisches Kaufkraftniveau				
Lebensmittel	91,8	91,0		91,5
Drogerie	90,3	88,7	90,2	89,8
Ausgaben pro Kopf der Bevölkerung				
Lebensmittel	2.091 €	2.073 €		2.084 €
Drogerie	268 €	263 €	268 €	267 €
Nachfragepotenzial				
Lebensmittel	36.396 T€	24.337 T€		60.733 T€
Drogerie	4.665 T€	3.088 T€	3.519 T€	11.272 T€
relevante Warengruppen gesamt	41.061 T€	27.425 T€	3.519 T€	72.005 T€

Bundesdurchschnittliche Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung betragen für Lebensmittelsortimente 2.278 € und für Drogeriesortimente 278 €.

Abgestimmt auf das örtliche Kaufkraftniveau sind in den Zonen des Einzugsgebietes als relevanten Ausgaben pro Kopf der Bevölkerung folgende Werte anzusetzen:

- für Lebensmittel im Kerneinzugsgebiet 2.091 € und im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2.1) 2.073 €,
- für Drogeriewaren im Kerneinzugsgebiet und in der Zone 2.2 des erweiterten Einzugsgebietes jeweils 268 € sowie 263 € in der Zone 2.1.

In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von ca. 72 Mio. €, davon entfallen ca. 41,1 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet.

Unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognose ist in den kommenden Jahren eher mit einem rückläufigen Nachfragepotenzial zu rechnen, eine gegebenenfalls leicht zunehmende Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung kann keinesfalls den erwarteten Bevölkerungsrückgang kompensieren.

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 im Land 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. Baugesetzbuch - § 34 / Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Das Vorhaben liegt weder im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes (§ 30 BauGB) noch im sog. Außenbereich (§ 35 BauGB), sondern innerhalb des im Zusammenhang bebauten Ortsteils (§ 34 BauGB). Demnach ist das Vorhaben nur zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist (§ 34 Abs. 1 BauGB). Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen zudem keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden durch das Vorhaben zu erwarten sein. Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich unter anderem aus planerischen Festlegungen, z.B. in einem Einzelhandelskonzept oder durch die tatsächlichen Verhältnisse.¹³

Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Dazu heißt es im § 11 Abs. 3 BauNVO:

„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.¹⁴

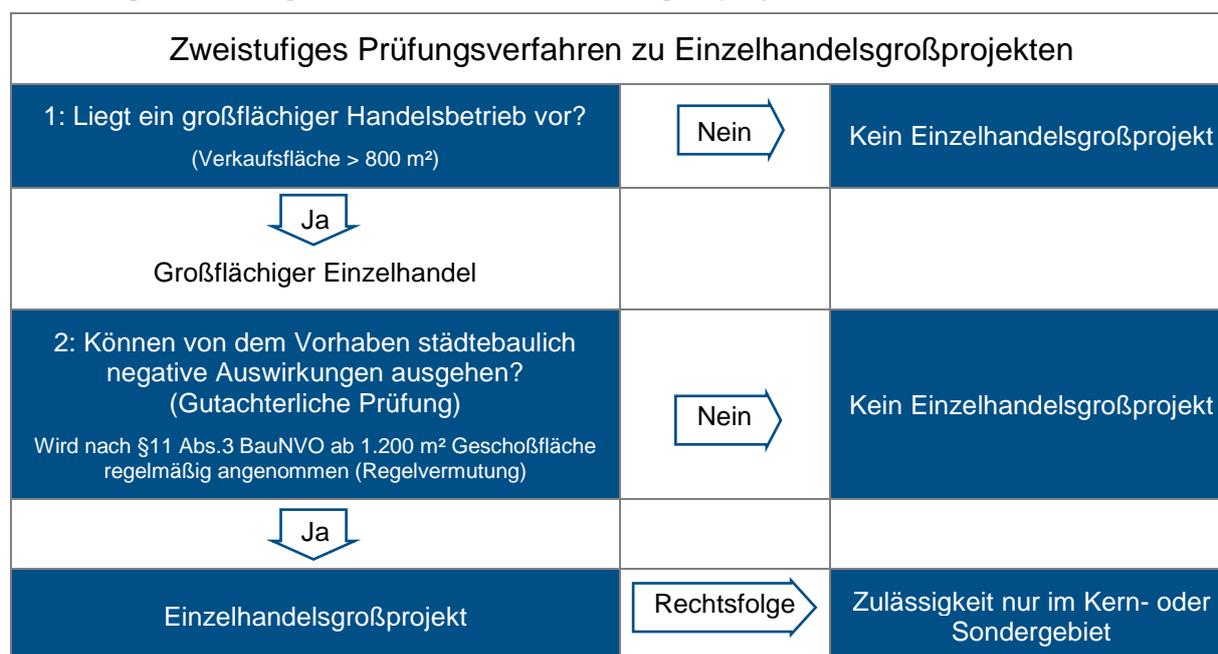
¹³ vgl. BVerwG Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07

¹⁴ 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

- 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. Im vorliegenden Fall des Planvorhabens BITZ ist dies unstrittig.

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 aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.¹⁵ Dabei können **betriebliche Besonderheiten** vorliegen, wie z.B.

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche 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).

¹⁵ BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

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.

Für Lebensmittelfachmärkte sind dabei keine betrieblichen Besonderheiten in Anspruch zu nehmen. Ob städtebauliche Besonderheiten und damit eine atypische Fallgestaltung vorliegt, wird im Abschnitt 9 geprüft.

8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010

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.

Bitterfeld-Wolfen ist als Mittelzentrum eingestuft und somit grundsätzlich als Standort für großflächigen Einzelhandel geeignet.¹⁶

Die Regelungen des Landesentwicklungsplanes 2010 zielen auf einen Schutz zentraler Versorgungsbereiche. So hebt die Begründung zu den Zielen einer Steuerung des großflächigen Einzelhandels explizit hervor:

„Raumordnerisches Ziel ist es, die hohe Lebensqualität und Anziehungskraft der Innenstädte und der Ortszentren, für die das Land in den letzten Jahren beträchtliche Finanzmittel im Rahmen der Städtebauförderung eingesetzt hat, zu erhalten.“

„Dieses erfordert eine umfassende, überörtliche und koordinierende Steuerung der Standorte für großflächige Einzelhandelsprojekte. Dabei ist es Ziel, den Handel in den Zentren zu stärken, eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur und eine verbrauchernahe Versorgung in den Regionen sicherzustellen. Die Bündelung von Versorgungseinrichtungen in einer gestuften Zentrenstruktur ist Ausdruck des planerischen Leitbilds der Zentralen Orte.“¹⁷

Die Zentrenstruktur der Stadt Bitterfeld-Wolfen wurde bereits im Abschnitt 4 dargelegt, projektrelevante Regelungen des Zentrenkonzeptes fasst nachfolgender Abschnitt 8.3 zusammen. Wechselwirkungen lassen sich mit den grundsätzlichen raumordnerischen Zielen bewerten¹⁸, so dürfen Einzelhandelsgroßprojekte bei Neuansiedlung, Erweiterung oder Nutzungsänderung:

- 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).

¹⁶ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1, Z33 und Z36

¹⁷ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3, Begründung

¹⁸ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Ziele 48 - 50

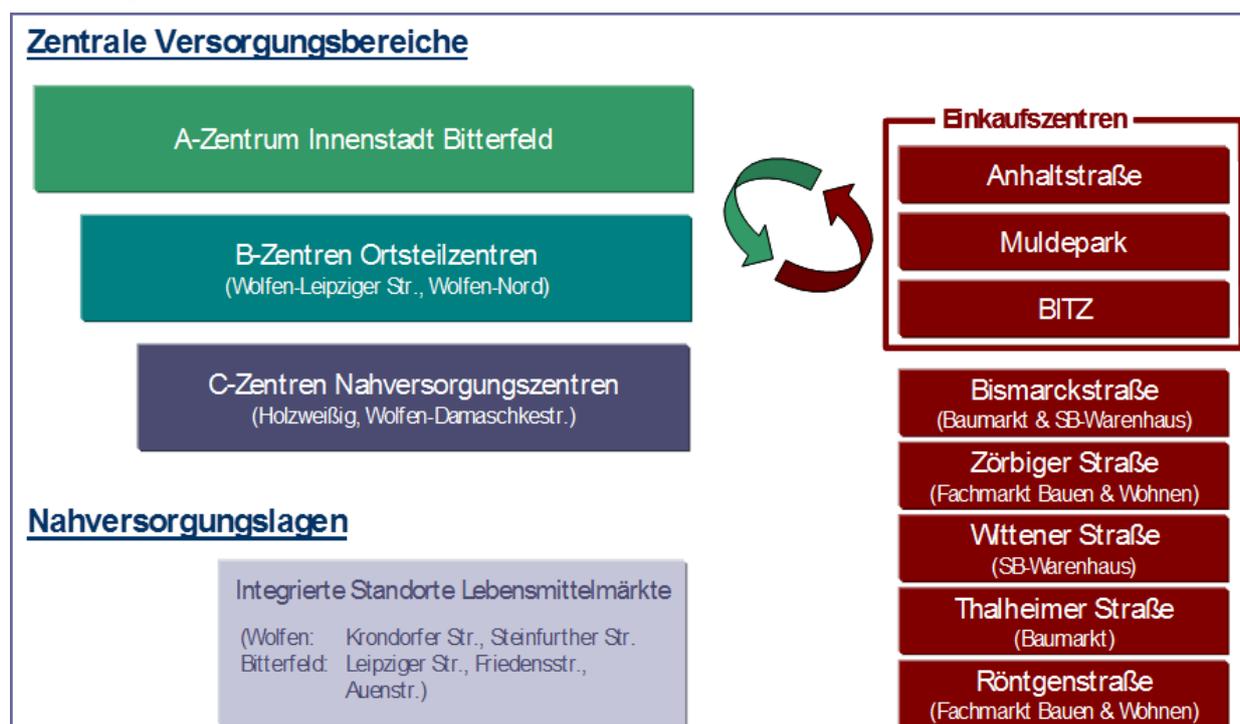
8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen

Maßgeblich für die Beurteilung der Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens ist dessen Einordnung in die Grundsätze und Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes von Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009. Demnach soll die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet gewährleistet werden durch ein hierarchisch gestuftes Netz von funktionsfähigen Versorgungszentren mit zusätzlichen integrierten Nahversorgungsstandorten und Ergänzungsstandorten für großflächigen Einzelhandel.

Das Zentren- und Standortkonzept umfasst gesamtstädtisch für die Stadt Bitterfeld-Wolfen:

- das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld,
- B-Zentren als Ortsteilzentren in Wolfen und Wolfen-Nord,
- C-Zentren als Nahversorgungszentren in Holzweißig und Wolfen-Damaschkestraße,
- integrierte Nahversorgungsanlagen,
- sowie acht Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels.

Abbildung 13: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 53

Mit diesem Zentrenkonzept, dessen Abstufung von A- bis C-Zentren, ergänzt durch Nahversorgungsanlagen, auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen ist, werden **konzeptionelle Vorgaben** für die Einzelhandelspolitik der Stadt Bitterfeld-Wolfen fixiert:

- Die Bitterfelder Innenstadt soll zukünftig als mittelzentrales Handels- und Dienstleistungszentrum sowohl für die Einwohner im gesamten Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen als auch für die regionale Ausstrahlungskraft und zu entwickelnde Tourismusrelevanz des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen prioritär entwickelt werden. Daraus leiten sich spezifische Aufgabenstellungen zum Schutz und zur Entwicklung der Angebotsstrukturen ab.

- Ausgehend vom regionalen Standortwettbewerb mit den resultierenden Kaufkraftabflüssen zielen die B-Zentren als Ortsteilzentren auf umfassende, stadtgebietsbezogene Grundversorgungsfunktionen.
- C-Zentren konzentrieren sich auf Nahversorgungsfunktionen, im Mittelpunkt steht eine fußläufige Erreichbarkeit der umliegenden Wohnquartiere für den täglichen Bedarf.
- Ergänzungsstandorte übernehmen wichtige mittelzentrale Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, insgesamt sollen nicht integrierte Ergänzungsstandorte aber zukünftig das Zentrengefüge weder dominieren noch auf irgendeiner Stufe gefährden. Folglich sind Entwicklungen an Ergänzungsstandorten, grundsätzlich nach ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu bewerten. Bei den Ergänzungsstandorten ist zu differenzieren zwischen drei Einkaufszentren und fünf Fachmarkt- bzw. SB-Warenhaus-Standorte.
- Zukünftige Einzelhandelsentwicklungen und Ansiedlungsvorhaben sind in das Zentrengefüge einzubinden, somit unerwünschte Entwicklungen gezielt auszuschließen.
- Durch Konzentration auf die gezielte Zentrenstruktur sind Einzelhandelsaufgaben an unwirtschaftlichen oder städtebaulich ungeeigneten Standorten nicht nur akzeptabel, sondern hinsichtlich einer zukunftsfähigen Standortstruktur des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels sogar zweckdienlich.¹⁹

Um die Zentrenstruktur zu sichern, wurden folgende **projektrelevante Handlungsschwerpunkte** für die Stadt Bitterfeld-Wolfen herausgearbeitet:

Handlungsschwerpunkt 1:

- Das innerstädtische Zentrum des Ortsteiles Bitterfeld besitzt als einzig urban gewachsenes Zentrum der Stadt Bitterfeld-Wolfen oberste Priorität als erlebbares Versorgungszentrum mit Stadtidentität für Einwohner und Besucher, touristische Potenziale sind mit der Goitzsche zu erschließen. Folglich sind Investitionen vorrangig auf das A-Zentrum zu lenken.

Handlungsschwerpunkt 2:

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig dem A-Zentrum und in abgestufter Ausprägung entsprechend den zugewiesenen Versorgungsfunktionen den B- und C-Zentren vorbehalten.

Handlungsschwerpunkt 3:

- In einer wechselseitigen Standortentwicklung, zwischen den A- und B-Zentren einerseits und dem peripheren Einkaufszentren (Bitterfeld-Anhaltstraße, Bitterfeld-BITZ, Bobbau-Muldepark) sind mittelzentrale Versorgungsfunktionen als gemeinsames Standortprofil wahrzunehmen.

Handlungsschwerpunkt 5:

- Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten, ab einer Größenordnung von 200 m² Verkaufsfläche, sollen zukünftig ausschließlich in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Handlungsschwerpunkt 6:

- Neuansiedlungen sowie die Erweiterung und Sortimentsveränderungen bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentrenstruktur integriert sind, sollen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Handlungsschwerpunkt 7:

- In bestehenden Ergänzungsstandorten des Einzelhandels werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen ein-

¹⁹ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 54

gehalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.²⁰

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden zudem für den **Ergänzungsstandort Einkaufszentrum BITZ** folgende Aussagen getroffen:²¹

- bezüglich den Versorgungsfunktionen:
„Die maßgeblichen Versorgungsfunktionen sind eng an den Baumarkt geknüpft. Darüber hinaus werden durch den Lebensmittel-Discounter (auch in Verbindung mit dem weiteren Discounter Penny auf der gegenüberliegenden Straßenseite der Brehnaer Straße) auch Nahversorgungsfunktionen wahrgenommen, z.B. für die angrenzende Kraftwerkssiedlung (Standortwettbewerb mit der Nahversorgungslage Leipziger Straße) und auch Ausstrahlungseffekte bis zum Ortsteil Holzweißig (Standortwettbewerb mit dem C-Zentrum).“
- bezüglich der Größendimensionierung wird bereits 2009 auf die verbliebenen Einzelhandelsfunktionen des Baumarktes und der Erdgeschossflächen am straßenbegleitenden Gebäudekomplex verwiesen, bei Leerstand und fehlender Einzelhandelsnutzung im Obergeschoß, folglich wird empfohlen:
„Diese Größendimensionierung ist auch als zukünftige Zielgröße anzusehen, für die Leerstände ist ein neues Nutzungskonzept ohne Einzelhandel zu empfehlen.“

²⁰ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 110 ff.

²¹ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 91 f.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung des Planvorhabens im Standortverbund mit dem Einkaufszentrum „BITZ“ wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut auf die Angebotskonzepte der potenziellen Betreiber Rewe für den Supermarkt sowie dm für den Drogeriemarkt auf, unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen mit dem verkehrsorientierten Mikrostandort, und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Wie bereits erläutert umfasst das Planvorhaben die Neuansiedlung eines Supermarktes (Rewe) mit ca. 1.242 m² und eines Drogeriemarkt (dm) mit einer Verkaufsfläche von 656 m². Das Gesamtvorhaben umfasst eine Verkaufsfläche von ca. 1.898 m².

Nachfolgende Tabellen stellen die Umsatzerwartung des Planvorhabens in der Differenzierung nach den Betreibern Supermarkt und Drogeriemarkt sowie anschließend nach den Sortimenten Lebensmittel, Drogerie und sonstige Ergänzungssortimente dar. Für das Planvorhaben insgesamt ist demnach ein Brutto-Umsatz von 8,0 Mio. € zu erwarten.

Tabelle 9: Umsatzprognose des Planvorhabens nach Betriebsformen

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Lebensmittelmarkt	1.242 m ²	3.600 €/m ²	4.500 T€
Drogeriemarkt	656 m ²	5.300 €/m ²	3.500 T€
Planvorhaben gesamt	1.898 m²		8.000 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2014

Die Umsatzerwartung entspricht einer Flächenproduktivität von 3.600 € für den Supermarkt und 5.300 € für den Drogeriemarkt, diese liegen jeweils leicht unter den betriebsformspezifischen Durchschnittswerten, sind jedoch abgestimmt auf die zukünftige Verkaufsflächendimensionierung, den bestehenden und sich entwickelnden Angebotsstrukturen sowie der örtlichen Kaufkraft.²²

Tabelle 10: Umsatzprognose des Planvorhabens nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatzanteile		
	LM	Drogerie	sonst.
Lebensmittelmarkt	3.830 T€	360 T€	310 T€
Drogeriemarkt	250 T€	2.630 T€	620 T€
Planvorhaben gesamt	4.080 T€	2.990 T€	930 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2014

Die Umsatzprognose setzt sich aus Umsatzanteilen von ca. 4,1 Mio. € Lebensmittel, ca. 3,0 Mio. € für Drogeriewaren und ca. 0,9 Mio. € für sonstige Ergänzungssortimente zusammen. Insbesondere der Drogeriemarkt erzielt einen beachtlichen Umsatzanteil durch Ergänzungssortimente.

²² Vergleichszahlen: durchschnittliche Flächenproduktivität Rewe: 3.710 €/m² (Quelle statista), dm Drogeriemarkt: 6.874 €/m² (Quelle: dm-drogeriemarkt/statista), durchschnittliche Flächenproduktivität Supermärkte: 3.800 €/m² (Quelle: BBE!CIMA!MB-Research) durchschnittliche Flächenproduktivität Drogeriemärkte: 5.500 €/m² (Quelle: BBE!CIMA!MB-Research)

Die Kundenbindung bzw. Umsatzherkunft erstreckt sich über das dargelegte Einzugsgebiet, welches aus Sicht des Drogeriemarktes zusätzliche Regionen mit dem Ortsteil Wolfen und der Nachbargemeinde Muldestausee einschließt. Darüber hinausgehende, zusätzliche Streuumsätze sind nur in sehr geringem Umfang zu erwarten, ursächlich hierfür ist die hohe Angebotsdichte insbesondere durch Lebensmittelmärkte.

9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Vorhaben induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt: Anzunehmen ist dabei, dass der Mehrumsatz, der mit der Erweiterung am Planstandort gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, ein vergrößerter Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes.

Die bisherigen Bindungsquoten für Lebensmittel- und Drogeriesortimente verdeutlichen, eine Steigerung der Nachfragebindung innerhalb des Einzugsgebietes ist nur in sehr geringem Rahmen realistisch. Auch die verkehrsorientierte Lage an der B100 bei gleichzeitig eingeschränktem Nahversorgungsumfeld lässt zwar eine vorrangige Ausrichtung auf PKW-Kunden erwarten, dies jedoch nicht im Sinne einer zusätzlichen Nachfragebindung an den Standort Bitterfeld-Wolfen. Diese Frequenzen werden bereits gegenwärtig vom hohen Besatz der Lebensmittelmärkte erschlossen.

Es ist davon auszugehen, dass bei paralleler Entwicklung des innerstädtischen Einkaufszentrums Goitzsche-Arkaden und des Planvorhabens am Einkaufszentrum BiTZ dessen Umsatzerwartung weitestgehend aus Umverteilungseffekten resultiert. Die relevanten Angebotsstrukturen innerhalb der Goitzsche-Arkaden, der Lebensmittelmarkt und der Drogeriemarkt, sind demnach zwingend in die Prognose der Umverteilungseffekte einzubeziehen. Es ist zu prüfen, ob diese innerstädtischen Magneten durch das Planvorhaben BiTZ gefährdet sind.

Die Auswirkungen auf die Kaufkraftbindung und die zu erwartenden Umverteilungsprozesse sind in Tabelle 11 modelltheoretisch berechnet.

Die Auswirkungen sind zum einen nach Zentren und Standorten gegliedert, um standortspezifische Auswirkungen zu ermitteln. Für das Bitterfelder A-Zentrum wird differenziert zwischen den Auswirkungen auf aktuelle Anbieter und den Wettbewerbseffekten gegenüber den neuen Goitzsche-Arkaden. Aufgenommen in die potenziell betroffenen Wettbewerbsstandorte ist auch das B-Zentrum Wolfen-Nord, zwar außerhalb des Einzugsgebietes gelegen, dessen Wettbewerbsbedeutung für den Drogeriemarkt wurde aber bereits erläutert.

Zum anderen sind in der Modellrechnung die Wettbewerbseffekte des Supermarktes (Rewe) und des Drogeriemarktes (dm) zunächst separat prognostiziert und werden anschließend zu Gesamteffekten zusammengeführt.

Die ausgewiesenen Umverteilungseffekte beziehen sich ausschließlich auf Lebensmittel- und Drogeriesortimente. Über 86% der Umsatzerwartung im Planvorhaben wird durch Umverteilung bei Lebensmittel- und Drogerieangeboten erzielt. Darüber hinaus finden geringe, nicht gänzlich auszuschließende, zusätzliche Streuumsätze Berücksichtigung (2% des Gesamtumsatzes). Schließlich tragen sonstige Non-Food-Sortimente beider Anbieter mit 11,6% zum Gesamtumsatz bei. Dieser Anteil entspricht einem Umsatz von 930 T€, der Schwerpunkt liegt dabei auf den Drogeriemarkt mit 620 T€. Diese sonstigen Non-Food-Sortimente umfassen ein breites Spektrum (vgl. Ausführungen im Abschnitt 3), sind folglich in ihren einzelnen Auswirkungen auf Standorte oder Branchen modelltheoretisch nicht ausweisbar. Es ist jedoch hervorzuheben, dass diese stets eine hohe Zentrenrelevanz aufweisen.

Auswirkungsanalyse - Erweiterung des Einkaufszentrums „BITZ“ in Bitterfeld-Wolfen

Tabelle 11: Standortspezifische Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten

zentraler Versorgungsbereich / Standort	Umsatz Lebensmittel & Drogerie	Umsatzumverteilung durch Lebensmittelmarkt	Umsatzumverteilung durch Drogeriemarkt	Umsatzumverteilung durch Planvorhaben gesamt	Anteil Planumsatz	
Projektstandort BITZ	5,3 Mio. €	3,0%	1,0%	0,05 Mio. €	0,21 Mio. €	2,6%
A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld - aktueller Besatz	6,7 Mio. €	3,0%	8,0%	0,54 Mio. €	0,74 Mio. €	9,3%
A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld - Goitzsche-Arkaden	10,0 Mio. €	10,0%	12,0%	1,20 Mio. €	2,20 Mio. €	27,5%
B-Zentrum Wolfen, Leipziger Straße	2,4 Mio. €	0,0%	0,0%	0,00 Mio. €	0,00 Mio. €	0,0%
B-Zentrum Wolfen-Nord	9,7 Mio. €	0,0%	1,0%	0,09 Mio. €	0,09 Mio. €	1,1%
C-Zentrum Holzweißig	2,6 Mio. €	13,0%	1,5%	0,04 Mio. €	0,38 Mio. €	4,8%
Nahversorgungsstelle Leipziger Straße	1,9 Mio. €	9,0%	0,5%	0,01 Mio. €	0,18 Mio. €	2,3%
Nahversorgungsstelle Friedensstraße	2,9 Mio. €	0,0%	0,0%	0,00 Mio. €	0,00 Mio. €	0,0%
Nahversorgungsstelle Auenstraße	2,4 Mio. €	0,0%	0,0%	0,00 Mio. €	0,00 Mio. €	0,0%
Kaufland-Standort Bismarckstraße	16,9 Mio. €	9,5%	3,0%	0,50 Mio. €	2,11 Mio. €	26,4%
real-Standort, Anhaltstraße	14,6 Mio. €	2,5%	2,0%	0,29 Mio. €	0,66 Mio. €	8,3%
Penny, Wittenberger Straße	2,6 Mio. €	1,5%	0,0%	0,00 Mio. €	0,04 Mio. €	0,5%
sonstige Standorte Bitterfeld	9,1 Mio. €	0,0%	0,0%	0,00 Mio. €	0,00 Mio. €	0,0%
Anbieter Sandersdorf	8,7 Mio. €	2,0%	1,0%	0,09 Mio. €	0,26 Mio. €	3,3%
Anbieter Muldestausee	8,3 Mio. €	0,5%	0,0%	0,00 Mio. €	0,04 Mio. €	0,5%
Umsatzumverteilung durch Planvorhaben	4,10 Mio. €			2,81 Mio. €	6,91 Mio. €	86,4%
zusätzliche Streumsätze (ca. 2%)	0,09 Mio. €			0,07 Mio. €	0,16 Mio. €	2,0%
sonstige Non-Food-Umsätze	0,31 Mio. €			0,62 Mio. €	0,93 Mio. €	11,6%
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt	4,50 Mio. €			3,50 Mio. €	8,00 Mio. €	100,0%

Umsatzumverteilung beginnt sicherlich bereits am **Planstandort** selbst, allerdings wirken sich gegenläufig die insgesamt steigende Standortattraktivität, von welcher alle Anbieter vor Ort profitieren, und die Wettbewerbseffekte vor Ort aus. In der Saldo beider Einflussfaktoren ist nur mit unterdurchschnittlichen Umverteilungseffekten bestehender Anbieter im BiTZ zu rechnen. Die Modellrechnung weist Umsatzrückgänge von durchschnittlich 4% bzw. 210 T€ aus, schwerpunktmäßig im Lebensmittelsortiment. Stärker betroffen sind dabei die Anbieter auf der gegenüberliegenden Straßenseite (Penny, Getränkemarkt).

Die Wettbewerbseffekte konzentrieren sich vorrangig auf die Standorte mit Erreichbarkeit über die B100, folglich das innerstädtische A-Zentrum, der Kaufland-Standort an der Bismarckstraße, das C-Zentrum Holzweißig und in etwas schwächerer Ausprägung auch die Nahversorgungslage Leipziger Straße.

Die Bitterfelder **Innenstadt** ist sowohl bezogen auf die bisherigen Bestandsstandorte als auch auf das neue Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden massiv betroffen. Insgesamt annähernd 3 Mio. € bzw. ca. 43% aller Umverteilungseffekte konzentrieren sich auf die Innenstadt. Unter den bestehenden Anbietern sind insbesondere der Drogeriemarkt Rossmann und der Aldi betroffen, Spezialgeschäfte wie „Chocolata“ oder Lebensmittelhandwerk dagegen nachrangig. Insgesamt ist mit einer Umverteilung von 740 T€ bzw. durchschnittlich 11% des aktuellen Umsatzniveaus zu rechnen.

Das neue Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden wird sein Umsatzziel aufgrund der erwarteten Wettbewerbseffekte bei weitem verfehlen, infolge der direkten Wettbewerbskonstellation aus Supermarkt und Drogeriemarkt an beiden Standorten. Gemäß der Modellrechnung ist mit einem Minderumsatz von ca. 2,2 Mio. € zu rechnen, dabei liegen Effekte durch den Drogeriemarkt leicht über jenen des Lebensmittelmarktes. Dieser Minderumsatz entspricht ca. 22% des Planumsatzes und ist als existenzgefährdend einzustufen, d.h. eine Realisierung der Goitzsche-Arkaden ist wirtschaftlich nicht mehr tragfähig.

Das **C-Zentrum Holzweißig** unterliegt einer Kundenumorientierung sowohl durch die direkte Ausstrahlung des nahegelegenen Planvorhabens als auch durch die PKW-Frequenzen zwischen dem Ortsteil Holzweißig und dem Ortsteil Bitterfeld (Stichwort Holzweißig als Wohnstandort für Bitterfeld). Die Umsatzumverteilung ist mit ca. 380 T€ zu erwarten, dies entspricht durchschnittlich 14,8% des aktuellen Umsatzniveaus der Anbieter vor Ort. Allerdings gilt ebenfalls für dieses C-Zentrum, der Getränkemarkt und das Lebensmittelhandwerk sind nur in geringem Maße betroffen, die Effekte konzentrieren sich stärker auf den Discounter NP-Markt, für welchen mit bis zu 20% Umverteilung zu rechnen ist. Die erst Ende 2012 vollzogene Revitalisierung dieses zentralen Versorgungsbereiches wäre damit hinfällig.

Gleichfalls stärker betroffen ist mit einer Umverteilung von 12,5% in den relevanten Sortimenten der **Kaufland-Standort in der Bismarckstraße**. In absoluter Größenordnung entspricht dies einem Umsatzverlust von ca. 2,1 Mio. €. Neben den relevanten Sortimenten führt das SB-Warenhaus zweifellos auch eine Vielzahl sonstiger Nonfood-Sortimente, jedoch beträgt die Umverteilungsquote bezogen auf den Gesamtumsatz am Standort noch 10,5%.

Die **Nahversorgungslage Leipziger Straße** steht neben den Auswirkungen über PKW-Frequenzen auch in einem direkten Nahversorgungswettbewerb innerhalb der Kraftwerkssiedlung. Gemäß der Modellrechnung ist mit einer Umverteilung von 180 T€ bzw. 9,4% des aktuellen Umsatzniveaus zu rechnen.

Für alle weiteren Angebotsstandorte im Einzugsgebiet nehmen die Umverteilungseffekte bereits spürbar ab. Das Einkaufszentrum BiTZ wird mit dem Planvorhaben stärker in der gesamtstädtischen Ausstrahlung insbesondere über die Drogeriesortimente wahrgenommen, was sich auf alle autoorientierten Standorte auswirkt, folglich auch auf den **real-Standort Anhaltstraße** mit einer Umverteilung von 660 T€ bzw. 4,5% des aktuellen Umsatzniveaus dieser Sortimente.

Die Ausstrahlungseffekte in **Richtung Sandersdorf** betreffen nicht die Grundversorgung, sind aber für wöchentliche Großeinkäufe von Bedeutung. Bestehende Anbieter werden durchschnittlich 3% ihres Umsatzniveaus verlieren.

Wettbewerbseffekte durch den Drogeriemarkt sind bis in das **B-Zentrum Wolfen-Nord** zu erwarten, wenn gleich mit ca. 1% innerhalb der Drogeriesortimente auf niedrigem Niveau. Eine Neuorientierung von Kunden aus Wolfen ist beispielsweise nicht auszuschließen.

9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte 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 wohnungsnahе Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die BBE Handelsberatung vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass mit dem Planvorhaben am Standort BiTZ im Ortsteil Bitterfeld massive Wettbewerbseffekte insbesondere gegenüber dem innerstädtischen A-Zentrum und dem C-Zentrum Holzweißig eintreten, die entsprechend weitreichende städtebauliche Auswirkungen zur Folge haben.

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17. Dezember 2009 (BVerwG 4 C 2.08)²³ ist die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche gefährdet, „wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann. Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind nicht erst dann schädlich, wenn sie die Schwelle zur Unzumutbarkeit überschreiten. Schutzzweck des § 34 Abs. 3 BauGB ist die Vermeidung städtebaulich „nachhaltiger“ Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.“

Weiter verweist das genannte Urteil: „Der Prüfungsmaßstab der schädlichen Auswirkungen fordert eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände.“ Hierzu zählen neben einem aus prognostischer Sicht zu erwartenden Kaufkraftabzug insbesondere auch die Gesamtzusammenhänge zwischen dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich und dem Standort des Vorhabens. Als weitere städtebaulich relevante Umstände werden im Einzelfall „auf die Entfernung zwischen Vorhaben und zentralem Versorgungsbereich, die Bedeutung der „Frequenzbringer“ und Magnetbetriebe im Versorgungsbereich, das Vorhandensein branchengleicher Einzelhandelsangebote an nicht integrierten Standorten im Einzugsbereich des Versorgungsbereichs und die Kundenattraktivität des geplanten Vorhabens durch standortbedingte Synergieeffekte abgestellt.“ Ein besonderer Fokus liegt auf der Fragestellung, ob ein Einzelhandelsbetrieb außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gerade auf solche Sortimente abzielt, die in dem Versorgungsbereich von einem Magnetbetrieb angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.

Diese Kennzeichen relevanter, städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche treffen vollumfänglich auf die zu erwartenden Wettbewerbsbeziehungen zwischen dem Planvorhaben BiTZ und den beiden zentralen Versorgungsbereichen, A-Zentrum und C-Zentrum Holzweißig, zu.

Im Einzelnen gründet diese Aussage auf folgende Ergebnisse, gegliedert nach den genannten Entscheidungskriterien einer Gesamtbetrachtung städtebaulich relevanter Umstände:

- **Hoher Kaufkraftabzug gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen:**

Die Modellrechnung im vorangegangenen Abschnitt führt zu dem Ergebnis, dass insbesondere die über die B100 angebotenen Zentren und Einzelhandelsstandorte einer massiven Umsatzumverteilung unterliegen. Städtebaulich relevant sind insbesondere die Effekte gegenüber dem innerstädtischen A-Zentrum und dem C-Zentrum Holzweißig. Im A-Zentrum ist zu differenzieren zwischen den Auswirkungen auf bestehende Anbieter (ca. 11% Umsatzverlust) und den Auswirkungen auf das neue Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden (ca. 22% Minderumsatz). Das C-Zentrum Holzweißig unterliegt einer Umsatzumverteilung von durchschnittlich knapp 15%, infolge einer besonderen Betroffenheit des Kernanbieters NP-Discount muss dieser mit Umsatzverlusten bis 20% rechnen (geringe-

²³ Das Bundesverwaltungsgericht bestätigte mit seinem Urteil BVerwG 4 C 2.08 vom 17.12.2009 das Urteil des Oberverwaltungsgerichtes Nordrhein-Westfalen vom 19.06.2008, vgl. folglich auch Urteil OVG 7 A 1392/07.

re Betroffenheit des Lebensmittelhandwerks und des Getränkemarktes). Dieser hohe Kaufkraftabzug ist für die entsprechenden Anbieter generell mit existenziellen Folgen verbunden.

■ **Geringe Entfernung des Planvorhabens BiTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen:**

Die besonders Betroffenheit des A-Zentrums und des C-Zentrums Holzweißig resultiert aus der Nähe zum Planvorhaben bei gemeinsamer Verkehrsanbindung über die B100, folglich Ausrichtung auf vergleichbare Kundenströme. Das A-Zentrum ist ca. 1.600 m vom Planstandort entfernt, das C-Zentrum Holzweißig ca. 1.800 m.

Die aktuellen Bindungsquoten für Lebensmittel- und Drogeriesortimente zeigen, dass kaum Spielraum für eine zusätzliche Kaufkraftabschöpfung besteht, unter zusätzlicher Berücksichtigung der Innenstadtentwicklung mit den Goitzsche-Arkaden muss die Umsatzprognose des Planvorhabens BiTZ weitestgehend aus Umverteilungseffekten basieren. Besonders betroffen sind dabei Wettbewerbsstandorte in unmittelbarer Nähe, mit vergleichbarer Kundenausrichtung und/oder vergleichbarer Verkehrsanbindung. Dies führt zur besonderen Betroffenheit der beiden zentralen Versorgungsbereiche, außerdem ist auf den Ergänzungsstandort Kaufland in der Bismarckstraße zu verweisen.

■ **Ausrichtung des Planvorhabens BiTZ auf Frequenzbringer / Magnetbetriebe der zentralen Versorgungsbereiche:**

Die Anbieterkonzeption des Planvorhabens BiTZ mit einem Supermarkt und einem Drogeriemarkt zielt vorrangig auf Umsatzumverteilung zu Lasten innerstädtischer Magnetbetriebe und des Kernanbieters im C-Zentrum Holzweißig.

Bereits gegenwärtig fungieren der Lebensmitteldiscounter Aldi und vor allem der Drogeriemarkt Rossmann als vorrangige innerstädtische Magnetbetriebe. Im neuen Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden bilden ein Supermarkt mit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche und ein Drogeriemarkt mit ca. 900 m² Verkaufsfläche die wichtigsten Frequenzbringer, auf welche die weitere Anbieterstruktur abgestimmt ist.

Wie bereits oben beschrieben, ist im C-Zentrum Holzweißig der Lebensmittelmarkt NP-Discount als Kernanbieter überdurchschnittlich betroffen.

■ **Stärkung branchengleicher Angebote außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche:**

Der Standort des BiTZ ist als verkehrsorientierter, dezentraler Standort einzustufen. Sicherlich mit guter Erreichbarkeit, u.a. auch mit ÖPNV, weist er jedoch nur in eingeschränktem Maße die Charakteristik eines integrierten Standortes auf. Im fußläufigen Umfeld von 500 m leben lediglich 695 Einwohner, was die begrenzten Nahversorgungsfunktionen verdeutlicht. Der Standort erzielt aber gegenwärtig bereits mit zwei Lebensmitteldiscountern, einem Getränkemarkt und weiteren Drogeriesortimenten im Nonfood-Discounter T€DI eine beachtliche Nachfragebindung im relevanten Sortimentsbereich.

Zusätzlich ist der Ergänzungsstandort Kaufland in der Bismarckstraße als leistungsfähiger Angebotsstandort für Lebensmittel und Drogeriesortimente einzustufen.

Mit der Realisierung des Planvorhabens BiTZ wird die Wettbewerbsstellung der Ergänzungsstandorte gestärkt, zu Lasten der zentralen Versorgungsbereiche.

■ **Existenzielle Gefährdung der Magnetanbieter im A-Zentrum - Gefährdung der Funktion als Hauptgeschäftsbereich:**

Die zu erwartenden hohen Umverteilungseffekte führen zu einer existenziellen Gefährdung sowohl bestehender Anbieter als auch des neuen Einkaufszentrums Goitzsche-Arkaden.

Der bestehende Drogeriemarkt Rossmann zählt zu den flächengrößten Anbietern im A-Zentrum und auch hinsichtlich seiner Anbieterattraktivität ist er als wichtigster Frequenzbringer innerhalb der von kleinteiligen Fachgeschäftsstrukturen geprägten Fußgängerzone einzuschätzen. Die verkehrsorientierte Lage des Planvorhabens BiTZ ist als eindeutiger Wettbewerbsvorteil eines neuen Drogeriemarktes gegenüber dem Bestandsstandort in der Fußgängerzone. Dies begründet u.a. auch die Umverteilungseffekte innerhalb der Modellrechnung, die eine existenzielle Gefährdung darstellen. Der Verlust dieses maßgeblichen „Magnet“ der Fußgängerzone, mindert spürbar die Passanten-

frequenz und wirkt sich folglich auf die wirtschaftliche Tragfähigkeit umliegender Geschäfte aus. In vergleichbarer Weise ist das neue Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden von der Frequenz bringenden Wirkung des Lebensmittelmarktes und des Drogeriemarktes abhängig. Der ausgewiesene Minderumsatz schließt eine wirtschaftliche Tragfähigkeit beider Anbieter aus. Ohne diese beiden Kernanbieter ist jedoch eine Realisierung der Goitzsche-Arkaden unwahrscheinlich.

■ **Existenzielle Gefährdung des C-Zentrums Holzweißig:**

Bereits in der aktuellen Angebotssituation erfordert die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Nahversorgungszentrums Holzweißig eine verstärkte Kundenakzeptanz und Kundenorientierung. Als potenzielles Einzugsgebiet ist lediglich die unmittelbare Nahversorgung innerhalb des Ortsteiles anzusehen. Das begrenzte Nahversorgungspotenzial von aktuell 2.906 Einwohnern erfordert einen überdurchschnittlichen Marktanteil. Eine zusätzliche Kundengewinnung beispielsweise aus Verkehrsfrequenzen, vergleichbar den bestehenden Wettbewerbsstandorten, ist nicht möglich. Die mehrjährige Revitalisierungsphase dieses zentralen Versorgungsbereiches bis zur erneuten Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters als Magnetanbieter ist Ausdruck dieser wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Bereits eine Verschiebung der Marktanteile um wenige Prozentpunkte kann die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Marktes gefährden. Die in der Modellrechnung ermittelte Umsatzumverteilung von durchschnittlich ca. 15% für den Gesamtstandort bzw. bis zu 20% für den Lebensmitteldiscounter als Kernanbieter ist gleichzusetzen mit einer zukünftigen Existenzaufgabe dieses zentralen Versorgungsbereiches.

■ **Weitere städtebauliche Relevanz wettbewerblicher Einflüsse:**

Von städtebaulicher Relevanz sind in der spezifischen Standortsituation der Stadt Bitterfeld-Wolfen zweifellos auch wettbewerbliche Auswirkungen gegenüber der Nahversorgungslage Leipziger Straße und gegenüber dem Ergänzungsstandort Kaufland / Bismarckstraße, auch wenn in beiden Fällen keine zentralen Versorgungsbereiche berührt werden.

Die Nahversorgungslage Leipziger Straße sichert die fußläufige Nahversorgung für den überwiegenden Bevölkerungsanteil der Kraftwerkssiedlung (östlich der Leipziger Straße). In einem Umkreis von 500 m als fußläufige Erreichbarkeit ist der Großteil der Kraftwerkssiedlung eingeschlossen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit wird zusätzlich durch die Verkehrsfrequenzen auf der Leipziger Straße gesichert. Eine Umverteilung von durchschnittlich 9,4% an diesem Standort stellt bereits eine erhebliche Belastung dar, existenzielle Folgen sind nicht auszuschließen. Bei Aufgabe dieses Standortes ist die fußläufige Nahversorgung für die Kraftwerkssiedlung gefährdet, der Standort BITZ kann diese nur für begrenzte Teile dieser Siedlung wahrnehmen.

Eine städtebauliche Relevanz aus Sicht des Ergänzungsstandortes Kaufland / Bismarckstraße ergibt sich durch die Einbindung dieses SB-Warenhauses in einen denkmalgeschützten Industriebau und der zentrumsnahen Einbindung einer typischerweise in peripheren Lagen angesiedelten Betriebsform. Eine potenzielle Gefährdung dieses Standortes durch Schaffung zusätzlicher, dezentraler Einzelhandelsflächen wirft Fragen der Nutzungsalternative für diesen Industriebau auf.

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

Grundsätzlich ist in der Stadt Bitterfeld-Wolfen als Mittelzentrum die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsprojekte zulässig. Die Regelungen des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010 zielen jedoch explizit auf den Schutz zentraler Versorgungsbereiche. Das Planvorhaben mit einer Neuansiedlung eines großflächigen Supermarktes in Agglomeration mit einem Drogeriemarkt ist mit den raumordnerischen Zielvorgaben nicht zu vereinbaren.

Der Standort des Einkaufszentrums BiTZ erfüllt nicht ausreichend die Kriterien eines integrierten Standortes. Zwar kann er im begrenzten Maße auch Nahversorgungsfunktionen erfüllen, außerdem verfügt er über eine ÖPNV-Anbindung, geprägt wird er jedoch als autoorientierter Standort an der Bundesstraße B100 mit vorrangig gewerblichem Umfeld und einer Lage zwischen zentralen Versorgungsbereichen.

Insbesondere der Wettbewerb mit dem C-Zentrum Holzweißig aber auch mit der Nahversorgungslage Leipziger Straße gefährdet die verbrauchernahe Versorgung, steht somit auch im Widerspruch zum Ziel 48 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010.²⁴

Es wurde deutlich, dass die stärkere Ausrichtung des Einkaufszentrums BiTZ auf Lebensmittel- und Drogeriesortimente durch das Planvorhaben die innerstädtische Entwicklung gefährdet, das Planvorhaben steht somit auch im Widerspruch zum Ziel 50 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010.²⁵

In der Begründung des Landesentwicklungsplanes zum Abschnitt 2.3 „Großflächiger Einzelhandel“ wird klar das raumordnerische Ziel einer Zentrenstärkung sowie einer verbrauchernahen Versorgung dargelegt. Die Auswirkungen des Planvorhabens am Standort BiTZ sind in diese Zielvorgaben nicht einzuordnen.

9.5. Einbindung des Planvorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen zielt auf die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche. Die Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten in der Einzelhandelsentwicklung die durch ausgewiesene Handlungsschwerpunkte²⁶ abzusichern sind.

Oberste Priorität gilt der Entwicklung des A-Zentrums gemäß Handlungsschwerpunkt 1. Das A-Zentrum gilt als Investitionsvorranggebiet. Das Planvorhaben am Einkaufszentrum BiTZ steht hierzu im deutlichen Widerspruch. Die Ansiedlung eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes ist prioritär auf die Innenstadt zu lenken, sie übernehmen die Magnetfunktion im neuen Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden.

Die Zielvorgaben des Handlungsschwerpunktes 2, demgemäß Einzelhandelsanbieter mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln sind, entsprechen auch den oben bewerteten raumordnerischen Zielvorgaben. Eine deutliche Erweiterung des Standortes BiTZ mit diesem Planvorhaben entspräche einer Entwicklung entgegen diesen Zielvorgaben.

Die Einbindung des Ergänzungsstandortes BiTZ, gemeinsam mit weiteren Ergänzungsstandorten, in mittelzentrale Versorgungsfunktionen wird im Handlungsschwerpunkt 3 des Zentrenkonzeptes bekräftigt. Eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Angebotsstruktur wird auch peripheren Einkaufszentren eingeräumt,

²⁴ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Ziele 48

²⁵ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Ziele 50

²⁶ vgl. zu den Handlungsschwerpunkten: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 110 ff.

dies jedoch für Versorgungsfunktionen, die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich und funktional nicht umsetzbar sind. Für zentrenrelevante Sortimente gilt dies nur unter der Voraussetzung, dass die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsperspektiven der zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet werden. Das Planvorhaben am BiTZ-Standort lässt jedoch massive wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen auf das A-Zentrum und auf das C-Zentrum Holzweißig erwarten, ist somit durch den Handlungsschwerpunkt 3 nicht gedeckt.

Als großflächige Einzelhandelsansiedlung fällt das Planvorhaben auch nicht unter die Regelungen für „Bitterfeld-Wolfener Nachbarschaftsläden“ gemäß Handlungsschwerpunkt 5.

Fazit: Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Planvorhaben am Einkaufszentrum BiTZ nicht mit den Zielen und Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vereinbar ist. Der Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche bilden den Kern der mit dem Zentrenkonzept 2009 angestrebten Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen. Das Planvorhaben am Standort BiTZ gefährdet dagegen massiv den Bestand und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass die Neuansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes (Rewe) mit ca. 1.242 m² Verkaufsfläche und eines Drogeriemarktes (dm) mit ca. 656 m² Verkaufsfläche am dezentralen Standort des Einkaufszentrums BiTZ zu massiven, städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Auswirkungen führen wird.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Die Angebotskonzeption des Planvorhabens tritt in einen stärkeren Wettbewerb mit den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen und gefährdet die verbrauchernahe Versorgung. Der Drogeriemarkt kann sich zu einem dominanten Angebotsstandort entwickeln.
- Mit dem Planvorhaben sind sehr hohe Umverteilungseffekte insbesondere gegenüber dem A-Zentrum und dem C-Zentrum Holzweißig zu erwarten.
- Die erfolgreiche Revitalisierung des C-Zentrums Holzweißig in den vergangenen Jahren wird durch das Planvorhaben ad absurdum geführt. Es ist davon auszugehen, dass bei Realisierung des Planvorhabens BiTZ die wirtschaftliche Tragfähigkeit des C-Zentrums nicht mehr gewährleistet ist, der Ortsteil Holzweißig zukünftig über kein Nahversorgungszentrum mehr verfügt.
- Das Planvorhaben zielt mit seiner Kombination aus Supermarkt und Drogeriemarkt auf einen direkten Wettbewerb mit maßgeblichen innerstädtischen Magnetanbietern, sowohl im Bestand als auch in Verbindung mit dem neuen Einkaufszentrum Goitzsche-Arkaden. Letzteres baut ebenfalls auf diese Anbieterkonstellation (Supermarkt & Drogeriemarkt) als Frequenzbringer auf. Ohne diese Frequenzbringer ist das neue Einkaufszentrum nicht umsetzbar, die inzwischen mehrjährige Innenstadtentwicklung kommt zum Erliegen.
- Das Planvorhaben fügt sich nicht in die Entwicklungsziele des Ergänzungsstandortes BiTZ gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 ein. Das Plangrundstück grenzt östlich an das Einkaufszentrum BiTZ an, ist jedoch nicht Bestandteil des räumlich abgegrenzten Ergänzungsstandortes lt. Zentrenkonzept.

Insgesamt kann festgehalten werden, das Planvorhaben am Standort des Einkaufszentrums BiTZ führt im Sinne von §34 Abs. 3 BauGB zu massiven wettbewerblichen und daraus resultierenden städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen im A-Zentrum und im C-Zentrum Holzweißig. Darüber hinaus wird die aktuelle Umsetzung des innerstädtischen Einkaufszentrums Goitzsche-Arkaden gefährdet, eine nachhaltige Schädigung beider zentraler Versorgungsbereiche ist absehbar.

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

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dr. Ulrich Kollatz

Leipzig, 17. Februar 2014

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