Anlage 6 _037-2017

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulich verträglichen Weiterentwicklung des „Einkaufszentrums Anhaltstraße“ in der Stadt Bitterfeld-Wolfen

für die

ASSET
Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH
Am Albertussee 1
40549 Düsseldorf

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.

Leipzig, 23. Februar 2016

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung 4

2. Projektplanung und Projektdaten 6

3. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen 8

4. Mikrostandortanalyse 13

5. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet 16

6. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial 26

7. Kaufkraftbindungsquoten des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen 29

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen 32

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3 32

8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010 34

8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen 35

9. Auswirkungsanalyse 38

9.1. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen 38

9.2. Ableitung der Entwicklungsperspektiven für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße 41

9.3. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen 44

9.4. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung / städtebauliche Auswirkungen 50

9.5. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens / Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung 51

9.6. Einbindung des Vorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen 52

10. Fazit: Planungsrechtliche Empfehlung 53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aktuelle Nutzungen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße 6
Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2015 11
Abbildung 3: Einkaufszentrum Anhaltstraße und Umfeld 13
Abbildung 4: Angebotsstrukturen in Bitterfeld-Wolfen - Verkaufsflächen und Umsatz nach Standorten - Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 18
Abbildung 5: Wettbewerber A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld 22
Abbildung 6: Ausgewählte Wettbewerbsstandorte des Vorhabens 24
Abbildung 7: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen 35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zur Flächenstruktur des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße 7
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose 10
Tabelle 3: Verkaufsflächenstrukturen nach Standorten in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Branchen 20
Tabelle 4: Umsatzstrukturen nach Standorten in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Branchen 21
Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet 28
Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen 29
Tabelle 7: Zielkaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen und resultierende Verkaufsflächenpotenziale 39
Tabelle 8: Erschließung zusätzlicher Marktchancen durch den Ergänzungsstandort Anhaltstraße 41
Tabelle 9: Verlagerungsalternativen für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße 43
Tabelle 10: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für nicht-zentrenrelevante Fachmarktkonzepte 45
Tabelle 11: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für zentrenrelevante Fachmarktkonzepte ohne Bekleidung 46
Tabelle 12: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für zentrenrelevante Fachmarktkonzepte mit Bekleidung 48
Tabelle 13: Verträgliche Handelsentwicklungen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße 53

Kartenverzeichnis

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen 8
Karte 2: Mikrostandort des Einkaufszentrums Anhaltstraße und fußläufiger Einzugsbereich (500 m) 14
Karte 3: Übersicht der wichtigsten Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen 17
Karte 4: Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Fachgeschäften und Fachmärkten 19
Karte 5: Einzugsgebiet des Projektstandortes in der Anhaltstraße 27

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH beauftragte am 24. November 2015 die BBE Handelsberatung GmbH mit einer gutachterlichen Bewertung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen der Weiterentwicklung des „Einkaufszentrums Anhaltstraße“.

Der Standort liegt im Ortsteil Bitterfeld, etwa 2 km nördlich der Innenstadt von Bitterfeld, welche als A-Zentrum im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen 2009 ausgewiesen ist.

Neben dem real,- SB-Warenhaus mit kleinteiligen Geschäftseinheiten im Vorkassenbereich sind weitere Fachmärkte (u.a. Teppich Frick, Siemes Schuhcenter, Takko-Textilfachmarkt) am Standort angesiedelt. Der Einzelhandelsstandort ist im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen 2009 als Ergänzungsstandort ausgewiesen. In dieser Funktion übernimmt der Standort gesamtstädtische und mittelzentrale Versorgungsaufgaben.

Die ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH als Vorhabenträger plant den Umbau und eine Modernisierung dieses Einzelhandelsstandortes. Damit wird eine Weiterentwicklung dieses etablierten Einzelhandelsstandortes angestrebt, die sich städtebaulich verträglich gestalten soll.

Der rechtskräftige Bebauungsplan Nr. 002 „Anhaltsiedlung“ aus dem Jahr 1992 soll um die Grundstücke Anhaltstraße 70b und 72 erweitert werden. Eine Planungsgrundlage für die dort befindlichen Einzelhandelsbetriebe besteht bisher nicht (Bauordnungsrechtliche Genehmigung liegt vor). Da auch der Bebauungsplan Nr. 002 „Anhaltsiedlung“ keine textlichen Festsetzungen zu Verkaufsflächen und Sortimenten enthält, soll mit der 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 002 „Einkaufszentrum Anhaltstraße“, OT Bitterfeld, die planungsrechtliche Grundlage für die Weiterentwicklung des Gesamtstandortes geschaffen werden. Zur Wahrung der Interessen aller Beteiligten (Stadt, Eigentümer, Vorhabenträger) und als Grundlage für das Planverfahren wurden zwischen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, der PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG als Eigentümer und real,- SB-Warenhaus GmbH als Vorhabenträger ein städtebaulicher Vertrag im Juni / Juli 2014 geschlossen. Danach werden grundsätzliche Festsetzungen für den Bebauungsplan getroffen. Im städtebaulichen Vertrag ist u.a. dazu ausgeführt:

- Innerhalb des bebauten Sondergebietes 1 dürfen maximal 12.440 m² für Einzelhandel genutzt werden. Diese Nutzung unterteilt sich in nahversorgungs- und zentrenrelevante (Anlage 2 - Bitterfeld-Wolfener Liste) sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente.
- Zielstellung des Vorhabenträgers ist es, auf der vorgenannten Einzelhandelsfläche von 12.440 m² bis zu 40% zentrenrelevante Sortimente auf Teilflächen anzusiedeln, dies sind in der Summe 4.976 m² Verkaufsfläche, die auf zentrenrelevante Sortimente entfallen sollen.
- Auf Grundlage der Handlungsschwerpunkte 2, 3, und 7 des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus 2009 soll durch ein Einzelhandelsgutachten die verträgliche Weiterentwicklung des Vorhabens mit Blick auf die zentralen Versorgungsbereiche untersucht werden.

Die BBE Handelsberatung legt nachfolgend eine umfassende Auswirkungsanalyse vor. Auf Basis einer komplexen Analyse der Angebots- und Nachfragesituation und unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, sollen die Perspektiven der Weiterentwicklung des „Einkaufszentrums Anhaltstraße“ untersucht werden. Zielstellung des Gutachtens ist es, eine fachlich fundierte Grundlage für das Planverfahren zu schaffen. Da bisher keine konkreten Konzepte für Sortimente und Mieter vorliegen, konzentriert sich die Untersuchung auf alle Branchen mit besonderem Fokus auf zentrenrelevante Sortimente der Bitterfeld-Wolfener Liste.

Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Bitterfeld-Wolfen vor (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?

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. Projektplanung und Projektdaten

Die ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH möchte am Ergänzungsstandort Anhaltstraße den Leerstand des ehemaligen Baumarktes mit Einzelhandel nutzen. Hierzu sollen im Rahmen des Bebauungsplanänderungsverfahrens zentrenverträgliche Nutzungen für den gesamten Ergänzungsstandort Anhaltstraße gefunden werden, die sich in die Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzept einordnen.

Nachstehende Projektskizze zeigt die aktuellen Nutzungen sowie den Leerstand des ehemaligen Baumarktes (braune Einfärbung) auf:

Abbildung 1: Aktuelle Nutzungen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Das SB-Warenhaus real,- ist der Magnetanbieter des Standorts, welcher von mehreren Konzessionären im Mallbereich ergänzt wird. In den beiden weiteren Immobilien befinden sich ein Takko-Bekleidungsfachmarkt, der Schuhfachmarkt Siemes Schuhcenter, der Heimtierfachmarkt Fressnapf sowie die beiden Fachmärkte für Heimtextilien Teppich Frick und Dänisches Bettenlager. Damit ist der Standort aufgrund des SB-Warenhauses zunächst auf den Lebensmittelwocheneinkauf ausgerichtet, führt jedoch auch Sortimente des mittelfristigen (Bekleidung, Schuhe) und langfristigen Bedarfsbereichs mit zwei Fachmärkten für Heimtextili-

en. Nachstehende Tabelle verdeutlicht die Flächenstruktur am Ergänzungsstandort differenziert nach Anbietern:

Tabelle 1: Übersicht zur Flächenstruktur des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße

Anbieter	Verkaufsfläche in m²
Gebäude SB-Warenhaus	**6.220**
SB-Warenhaus real,-	5.960
Bäcker	40
Lotto-Shop	25
Vodafone-Shop	40
Gutsfleischei Greppin	20
Apotheke	65
Blumenladen	70
Fachmarktimmobilie I	**1.400**
Takko (Textilmarkt)	450
Siemes Schuhcenter (Schuhfachmarkt)	950
Fachmarktimmobilie II	**2.690**
Dänisches Bettenlager (Fachmarkt für Haus- und Heimtextilien)	640
Fressnapf (Fachmarkt für Tiernahrung)	520
Teppich Frick (Fachmarkt für Haus- und Heimtextilien)	1.530
Gesamt	**10.310**

Erhebung: BBE Handelsberatung, November 2015

Die Grundfläche der leerstehenden Baumarktimmobilie beträgt ca. 5.300 m (inkl. Kalthalle), welche jedoch aufgrund von benötigten Lager- und Sanitärräumen nicht vollumfänglich als Verkaufsfläche genutzt werden kann. Zudem ist bei der Realisierung mit einem Mallbereich zu rechnen, so dass von einer maximal genutzten Verkaufsfläche von 2.500 m² ausgegangen wird. Kleinteilige Leerstandsflächen bestehen weiterhin in den Fachmarktimmobilien I und II, deren Nachnutzung ist aber nicht Bestandteil der vorliegenden Auswirkungsanalyse.

Für die Nachnutzung dieser leerstehenden Baumarktimmobilie sind städtebaulich verträgliche Nutzungsalternativen zu erarbeiten. Aktuelle Planungen zur Verlagerung eines Textil-Discounters (KiK) aus dem Ortsteil Wolfen (Ergänzungsstandort Wittener Straße) mit einer Verkaufsfläche von 800 m² und der Neuansiedlung eines Kleinpreiswarenhauses (Woolworth) mit einer Verkaufsfläche von 1.500 m² sind in die Analyse einzubeziehen.

Abgeleitet aus Größendimensionierung und Angebotskonzeption des Ergänzungsstandortes Anhaltstraße und eingebunden in die generellen Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen sind folgende Aspekte für eine städtebauliche Bewertung maßgeblich:

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

3. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen

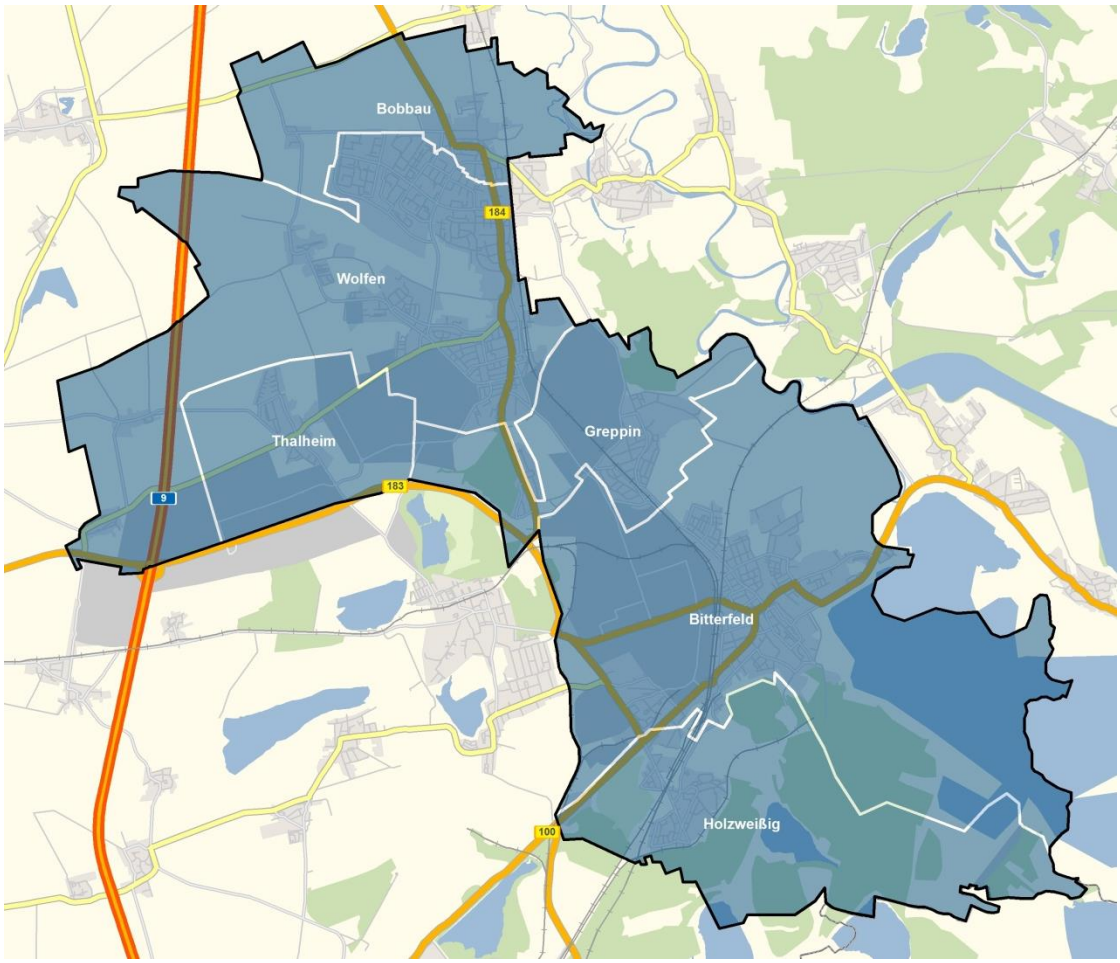
Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten von Bitterfeld-Wolfen.

Zur grundsätzlichen Einordnung des Untersuchungsstandorts und des Projektvorhabens 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), etwa 37 km nördlich von Leipzig und etwa 28 km südlich von Dessau-Roßlau. Die Landeshauptstadt Magdeburg befinden sich ca. 90 km in nordwestlicher Richtung. Östlich angrenzend an das Stadtgebiet befindet sich der Goitzsche-See, der durch die Flutung des ehemaligen Tagebaus Goitzsche entstanden ist.

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. Der Projektstandort befindet sich im Ortsteil Bitterfeld in geringer Entfernung zum Ortsteil Greppin und somit sehr zentral im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen



Hauptverkehrsachsen im Stadtgebiet sind die Bundesstraßen B100 (Halle - Eutzsch), B183 (Köthen - Bad Liebenwerda) und B184 (Biederitz - Leipzig). Am westlichen Rand des Stadtgebietes führt außerdem mit der Autobahn A9 (München-Leipzig-Berlin) eine bedeutende nationale Nord-Südachse entlang, von der drei Ausfahrten über die Bundesstraßen zu erreichen sind. Im Stadtgebiet befinden sich die drei Bahnstationen Bitterfeld, Greppin und Wolfen. Am Bahnhof Bitterfeld halten neben mehreren Regionalbahnlinien auch überregionale Züge auf der Strecke Leipzig - Berlin. Außerdem ist Bitterfeld an das S-Bahnnetz Mitteldeutschland angeschlossen, wodurch zusätzliche Züge im 60-Minuten-Takt nach Leipzig verkehren.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen ist gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt als Mittelzentrum ausgewiesen.[1] 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 Bindungsquote von 110 % (siehe Abschnitt 7) widerspiegelt. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert der Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen folglich einen entsprechenden Kaufkraftzufluss.

Soziodemographische Daten

In der Stadt Bitterfeld-Wolfen lebten zum 31.12.2014 insgesamt 41.793 Einwohner. Bei der Bevölkerungsentwicklung seit dem Zensus 2011 ging die Einwohnerentwicklung für die Gesamtstadt Bitterfeld-Wolfen um 4,8% zurück (vgl. nachfolgende Tabelle).

Diese Entwicklung vollzog sich größtenteils auch in den einzelnen Ortsteilen negativ, wobei Wolfen den größten Rückgang verzeichnet. Demgegenüber konnte der Ortsteil Bitterfeld in den letzten Jahren leichte Bevölkerungsgewinne vorweisen.[2]

[1] vgl. hierzu Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte, Z37

[2] Bevölkerungsentwicklung der Ortsteile 2011 bis 2014: Bitterfeld +1,3%, Bobbau -3,6%, Greppin -3,6%, Holzweißig -3,4%, Thalheim -0,8%, Wolfen -10,2%, Reuden -1,3%, Rödgen -1,7%, Zschepkau -3,8% (Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose

	Stadt Bitterfeld-Wolfen			Land Sachsen-Anhalt		
Stand	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	43.879		100,0%	2.276.736		100,0%
31.12.2012	42.863	-2,3%	97,7%	2.259.393	-0,8%	99,2%
31.12.2013	42.293	-1,3%	96,4%	2.244.577	-0,7%	98,6%
31.12.2014	41.793	-1,2%	95,2%	2.235.548	-0,4%	98,2%
Prognose 2025						
(Statistisches Landesamt, Basisjahr 2008)	**35.859**		81,7%	**1.939.342**		85,2%

Quelle: Einwohnerdaten nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, GBI, 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 wird die Einwohnerzahl für die Gesamtstadt bis 2025 auf knapp 35.900 Einwohner sinken. Im Zeitraum vom 31.12.2014 bis zum Jahr 2025 entspricht dies einem Rückgang von 14,2%. 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 2014 eine Einwohnerzahl von 42.922 erwartet, dieser Prognosewert wurde auch unter Berücksichtigung statistischer Effekte durch den Zensus unterschritten.[3]

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.

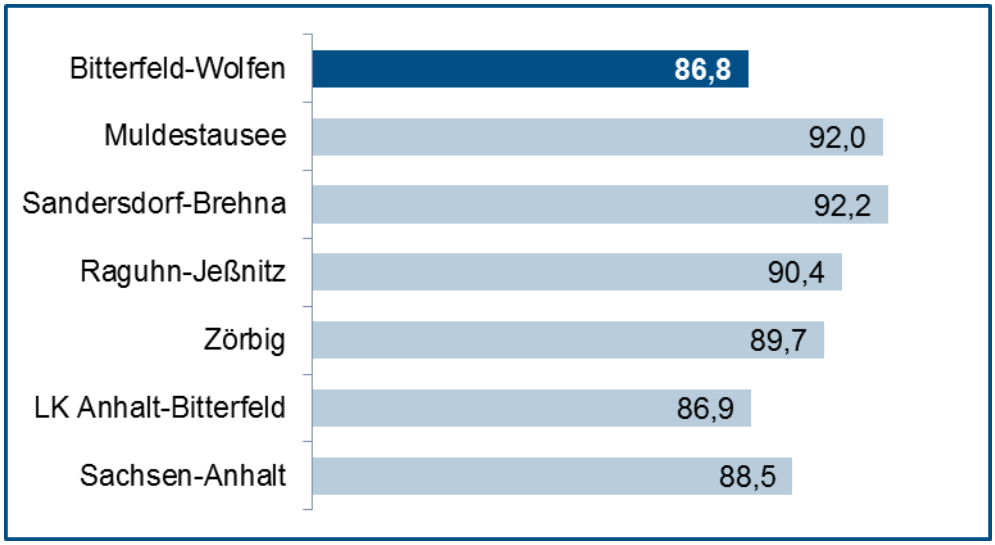
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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.

[3] 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.

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2015



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

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen erzielt mit 86,8 im regionalen Vergleich mit den unmittelbaren Nachbarkommunen ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau, welches aber nahezu dem Durchschnittsniveau des Landkreises Anhalt-Bitterfeld (86,9) entspricht. Generell gilt jedoch, dass der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Landes Sachsen-Anhalt mit 88,5 mehr als 11 Prozentpunkte unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt.

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmitteleinzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Bitterfeld-Wolfen beträgt 12.704, demgegenüber sind 6.961 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein beachtlicher, positiver Pendlersaldo von 5.743.[4]

Diese 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 Wol-

[4] Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2014, Bundesagentur für Arbeit

fen-Nord sowie zwei Nahversorgungszentren (C-Zentren) in Holzweißig und in der Damaschkestraße in Wolfen 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 Anhaltstraße 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“

4. 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 „Anhaltstraße“ liegt an der Ortsteilgrenze von Bitterfeld und Greppin ca. 2 km nördlich der Innenstadt. Westlich vom Standort existieren Gewerbenutzungen, östlich landwirtschaftliche Nutzflächen und nördlich sowie südlich Wohngebiete von Greppin bzw. Bitterfeld. Die Anhaltstraße stellt dabei die direkte Verbindung zwischen dem A-Zentrum und den nördlichen Ortsteilen Greppin und Wolfen dar. Der Standort gliedert sich zum einen in einen Gebäudekomplex mit dem SB-Warenhaus real,- mit mehreren ergänzenden Konzessionären sowie dem ehemaligen Baumarktgebäude, welches direkt an das Gebäude des SB-Warenhauses angrenzt und aktuell leer steht. Zum anderen befinden sich südöstlich des SB-Warenhauses zwei weitere Fachmarktimmobilien, die mit Takko, Siemes Schuhcenter, Teppich Frick, Fressnapf und Dänisches Bettenlager mehrere ergänzende Fachmärkte aufweisen.

Wichtigster Magnetanbieter des Einkaufszentrums Anhaltstraße ist das SB-Warenhaus. Die ergänzenden Angebote erzeugen Kopplungseffekte und verdeutlichen, dass der Agglomerationsstandort neben dem kurzfristigen auch auf den mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereich ausgerichtet ist. Mit dem Bekleidungsfachmarkt Takko und dem Siemes Schuhcenter existieren hierbei auch Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten.

Abbildung 3: Einkaufszentrum Anhaltstraße und Umfeld



real,-SB-Warenhaus



Leerstand ehemaliges Gebäude Baumarkt



Fachmarktimmobilie mit Siemes und Takko



Teppich Frick



Dänisches Bettenlager und Fressnapf



Bushaltestelle Anhaltstraße/real

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2015

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Das Einkaufszentrum Anhaltstraße ist nach dem Muldepark Bobbau der flächengrößte Einzelhandelsstandort in Bitterfeld-Wolfen. So verfügt der Standort über ca. 10.300 m² Verkaufsfläche, wobei ca. 6.000 m² auf das real,-SB-Warenhaus entfallen. Gleichzeitig gibt es mit dem ungenutzten Baumarkt und mehreren Leerständen in den südöstlichen Fachmarktimmobilien Tragfähigkeits- und Kundenakzeptanzprobleme.

Der eingeführte Ergänzungsstandort übernimmt seit vielen Jahren gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen und ist somit auch wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Dies verdeutlichte auch die Kundenbefragung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Ca. 24 % der Befragten aus dem weiteren Umland und 28 % aus den weiteren Ortsteilen gaben den Standort in der Anhaltstraße als bevorzugten Einkaufsstandort in Bitterfeld-Wolfen an.[5]

Der fußläufige Einzugsbereich ist gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit einem Umkreis von ca. 500 m abzugrenzen, umfasst hierbei 695 Einwohner[6]. Es zeigt sich, dass der Standort durch die verkehrsorientierte Lage an der Anhaltstraße und der Ausstrahlung des SB-Warenhauses geprägt wird, folglich eine gesamtstädtische Bedeutung aufweist und unmittelbare Nahversorgungsfunktionen nur ergänzend ausübt.

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



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

[5] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 35

[6] Nexiga GmbH (Stand 31.12.2013)

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept verdeutlicht, dass sich der Standort auf Nachfragesegmente konzentrieren soll, „*die von den zentralen Versorgungsbereichen nicht übernommen werden können, hierzu zählen Nachfragesegmente des autoorientierten Wochenbedarfs, gebunden durch das SB-Warenhauses, sowie Segmente der fachmarktorientierten Nachfrage. Fachgeschäfte sollen demzufolge zunächst im A-Zentrum gebunden werden.*“[7] Potenzielle Nutzungsmöglichkeiten im Bebauungsplanänderungsverfahren sollten diese Vorgabe berücksichtigen.

Verkehrliche Situation

Die Anhaltstraße stellt die direkte Verbindung der Ortsteile Bitterfeld und Greppin sowie im weiteren Verlauf Wolfen dar. Damit ist die Anhaltstraße neben der westlichen Leipziger Straße (B184) die maßgebliche Nord-Süd-Achse im Stadtgebiet. Die Verkehrsfrequenzen generieren für alle angrenzenden Einzelhandelsanbieter, somit auch für das Einkaufszentrum Anhaltstraße, zusätzliche PKW-Kundenfrequenzen. Dessen Standort verfügt über eine Zu- und Abfahrt von der Anhaltstraße, über ein ausreichendes Parkplatzangebot und erzielt eine gute Fernwirkung.

Der Standort ist durch die Bushaltestelle "Anhaltstraße/real" auch an den ÖPNV angebunden. Die Haltestelle wird von den Buslinien 405, 406 und 410 angefahren.

Fazit zum Mikrostandort Einkaufszentrum Anhaltstraße

- Der Planstandort befindet sich ca. 2 km nördlich des A-Zentrums von Bitterfeld-Wolfen in einer verkehrsorientierten Lage unmittelbar an der Verbindungsachse Anhaltstraße.
- Das Einkaufszentrum Anhaltstraße wird derzeit im Wesentlichen durch ein SB-Warenhaus und weiteren Fachmärkten im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich geprägt, die zusammen eine Agglomerationswirkung entfalten. Gleichzeitig stehen mehrere Flächen seit Jahren leer.
- Versorgungsfunktionen weist der Standort verstärkt im Wocheneinkauf und im Fachmarktbereich auf, weshalb das Einkaufszentrum als Ergänzungsstandort im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 ausgewiesen wurde.
- Im fußläufigen Einzugsbereich wohnen 695 Einwohner, was die notwendige gesamtstädtische Wirkung verdeutlicht.

[7] vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, Abschnitt VI.4.1

5. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation des Ergänzungsstandortes bezieht alle Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen ein. Als wettbewerbsrelevant gelten zunächst alle Fachmärkte im Einzugsgebiet, darüber hinaus auch kleinteilige Fachgeschäfte. Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im November 2015.

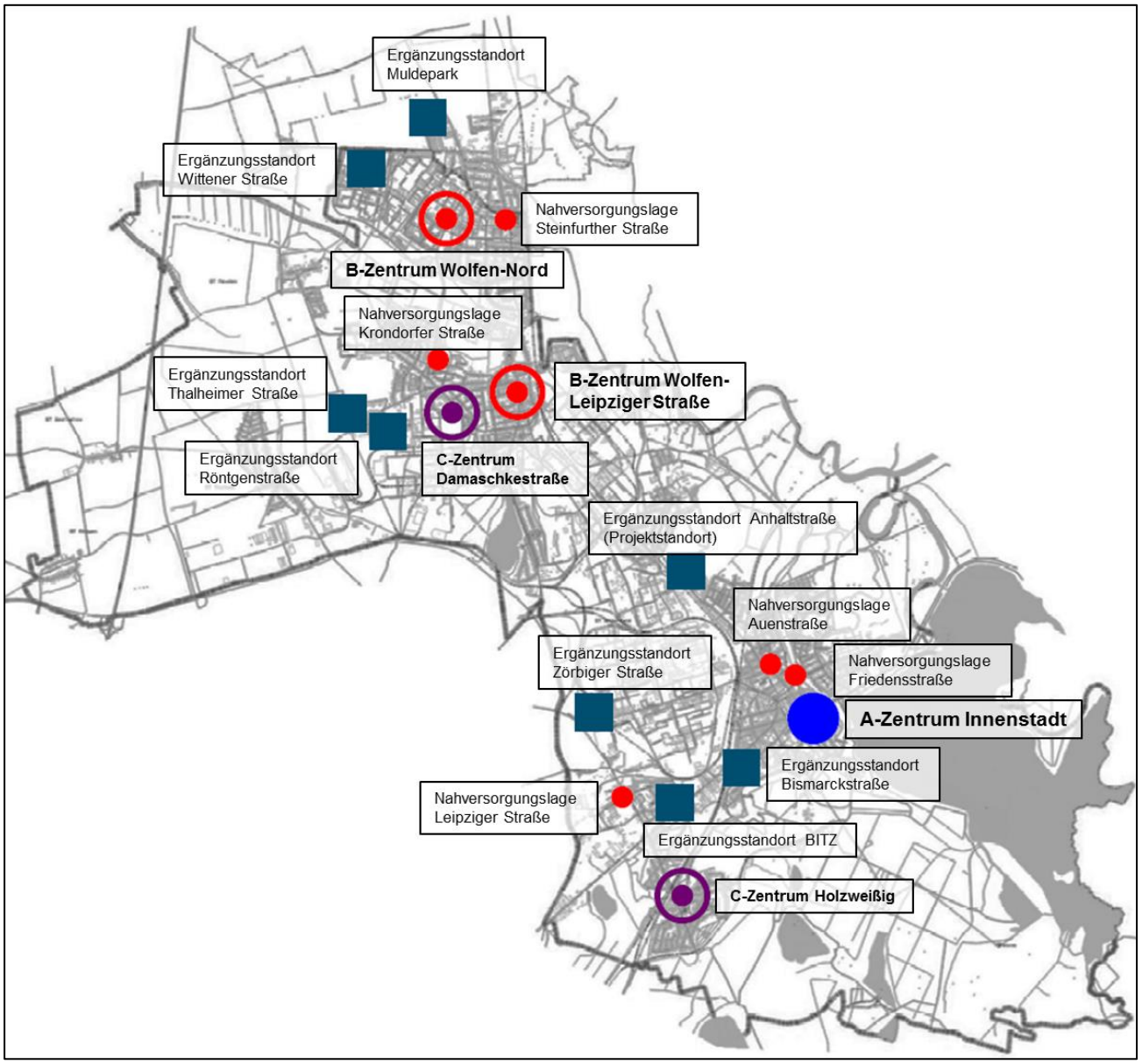
Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Revitalisierungsvorhaben. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Standorte mit Fachmärkten[8] in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als Fachgeschäftsstrukturen mit anderer Sortimentsausrichtung.

Im Stadtgebiet gibt es 290 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 93.200 m², die einen Umsatz von 246,6 Mio. Euro generieren.

Angebotsschwerpunkte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen bilden das im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesene A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld, die beiden B-Zentren Wolfen-Leipziger Straße und Wolfen-Nord sowie die ergänzenden Einzelhandelsstandorte. Die weiteren Standorte sind zunächst auf Grundversorgungsangebote ausgerichtet, so dass diese nur geringfügig im Wettbewerb stehen. In der nachstehenden Karte ist die Zentrenstruktur gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellt.

[8] Definition Fachmarkt laut Gesellschaft für Immobilien-Wirtschaftliche Forschung, Formen des Handels (2012) „Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Baumarkt).“ Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Kundenberatung. Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).“ Fachmarktkonzepte finden sich in nahezu allen Sortimentsbereichen, so im Bau- und Heimwerker-, Getränke-, Drogerie-, Elektro-, Bekleidung, Schuh-, Sport, Baby-, Heimtier- und Zoo-, Baby-, Zoo-, Büro-, Garten-, Spielwaren-, Möbel-, Küchen-, Raumausstattung- und Kfz-Zubehörmarkt“

Karte 3: Übersicht der wichtigsten Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen

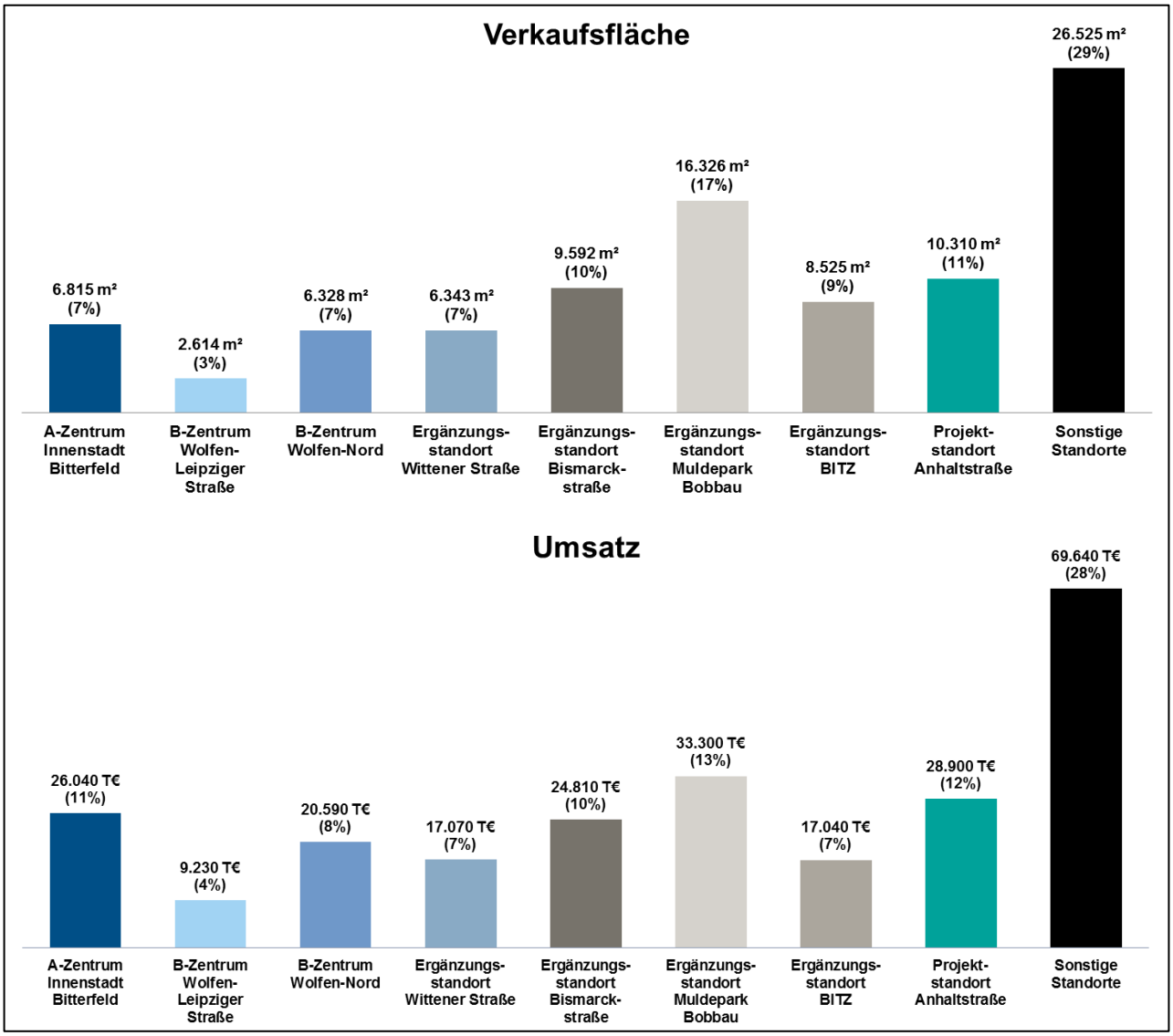


Quelle: BBE Retail Experts (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, S. 55

Nachfolgende Abbildungen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Die Zuordnungen zu den Standorten sind dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 entnommen.

Wie die beiden Abbildungen verdeutlichen, stellen das A-Zentrum Innenstadt, die Ergänzungsstandorte Muldepark Bobbau, Anhaltstraße, BiTZ und Bismarckstraße in Bezug zur Verkaufsfläche und zum Umsatz die wesentlichsten Handelsstandorte im Stadtgebiet dar.

Abbildung 4: Angebotsstrukturen in Bitterfeld-Wolfen - Verkaufsflächen und Umsatz nach Standorten - Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept

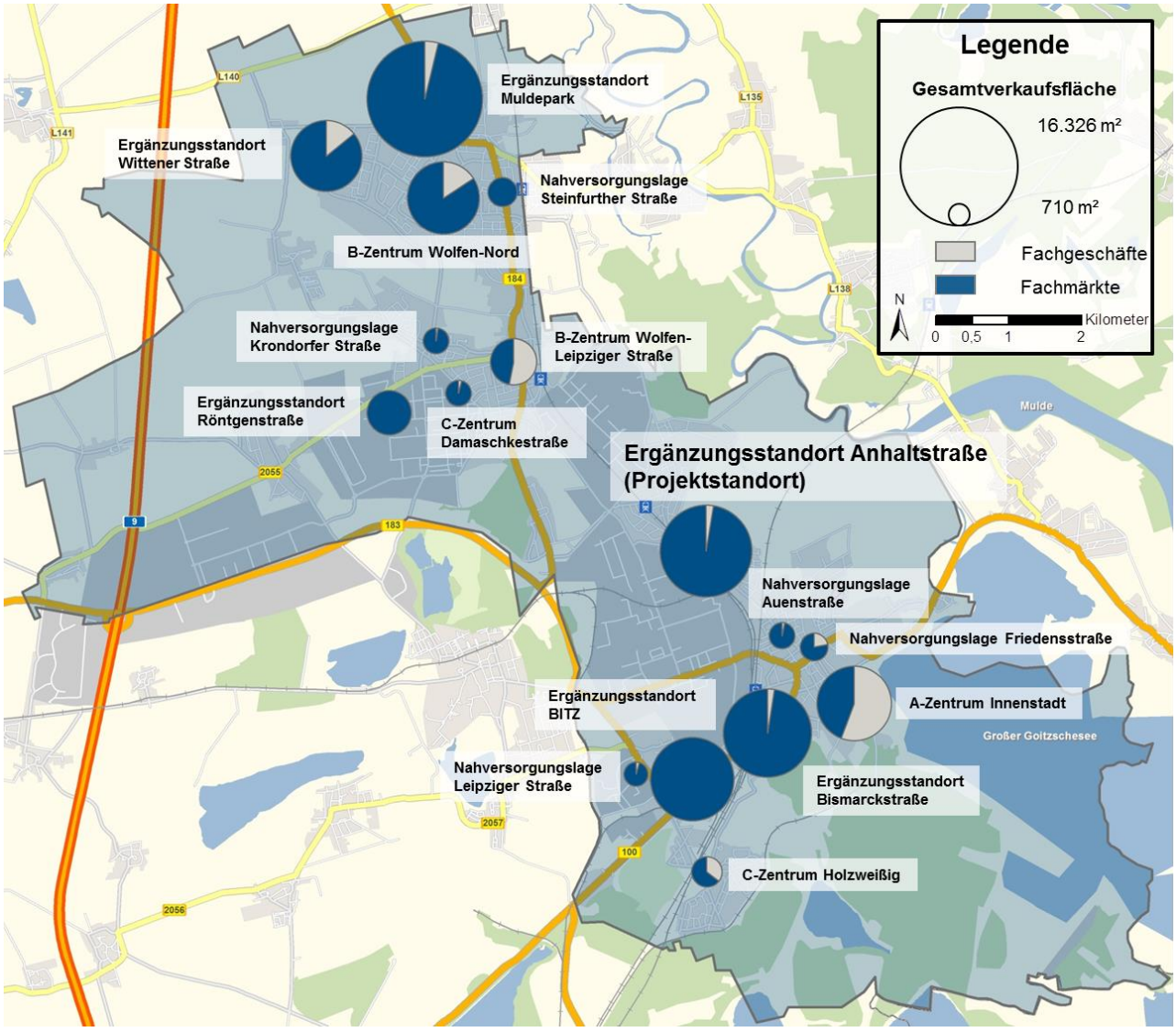


Erhebung: BBE Handelsberatung, November 2015

Flächengrößter und umsatzstärkster Standort ist der Ergänzungsstandort Muldepark Bobbau mit einer Verkaufsfläche von ca. 16.300 m² und einem Umsatz von ca. 33,3 Mio. Euro, gefolgt vom Ergänzungsstandort Anhaltstraße mit ca. 10.300 m² und einem Umsatz von ca. 28,9 Mio. Euro. Das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld weist bei einer Verkaufsfläche von ca. 6.800 m² einen Umsatz von 26 Mio. Euro auf. Hieraus wird eine höhere Flächenleistung von ca. 3.800 m² deutlich, welche aus der Fachgeschäftsstruktur mit höheren Flächenleistungen resultiert. Das B-Zentrum Wolfen-Nord mit einer Verkaufsfläche von ca. 6.300 m² und einem Umsatz von ca. 20,6 Mio. Euro und die weiteren Ergänzungsstandorte BiTZ (ca. 8.500 m², ca. 17 Mio. Euro Umsatz), Bismarckstraße (ca. 9.600 m², ca. 24,8 Mio. Euro Umsatz) und Wittener Straße (ca. 6.300 m², ca. 17,1 Mio. Euro Umsatz) stellen die weiteren dominierenden Handelsstandorte innerhalb Bitterfeld-Wolfens dar. Das B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße hat mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.600 m² und einem Umsatz von ca. 9,2 Mio. Euro eine stärkere Ausrichtung auf den Ortsteil Wolfen und in vergleichsweise geringerem Maße auf die Gesamtstadt. Auf sonstige Lagen entfallen ca. 26.500 m² Verkaufsfläche und ein Umsatz von ca. 69,6 Mio. Euro. Zuvorderst resultiert der hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteil bei sonstigen Lagen von 29 % bzw. 28 % aus Lebensmittelmärkten im gesamten Stadtgebiet.

Da der Projektstandort Anhaltstraße nahezu ausschließlich auf Fachmärkte ausgerichtet ist, werden in der nachstehenden Karte die Anteile von Fachgeschäften und Fachmärkten im Verhältnis zur Gesamtverkaufsfläche in Kreisdiagrammen dargestellt. Hieraus wird die unterschiedliche Ausrichtung der Standorte nach Betriebsformen deutlich.

Karte 4: Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Fachgeschäften und Fachmärkten



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Von der Gesamtverkaufsfläche von ca. 93.400 m² entfallen ca. 15.200 m² (16,3 %) auf Fachgeschäfte und ca. 78.200 m² (83,7 %) auf Fachmärkte. Standortspezifisch ergeben sich dabei deutliche Unterschiede. Während das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld und das B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße über mehr Verkaufsfläche bei Fachgeschäften verfügen, haben alle anderen Standorte einen höheren Verkaufsflächenanteil bei Fachmärkten.

Die nachstehenden beiden Tabellen zeigen die branchenspezifischen Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorten im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen auf. Hieraus wird ebenfalls die unterschiedliche Ausrichtung der Standorte deutlich.

Tabelle 3: Verkaufsflächenstrukturen nach Standorten in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Branchen

	A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld		*B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße*		*B-Zentrum Wolfen-Nord*		*Ergänzungs-standort Wittener Straße*		*Ergänzungs-standort Bismarck-straße*		*Ergänzungs-standort Muldepark Bobbau*		*Ergänzungs-standort BITZ*		*Projekt-standort Anhaltstraße*		*Sonstige Standorte*		*Flächenateil im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen*	
	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	1.395	5%	790	3%	2.375	8%	3.340	11%	4.220	14%	2.515	9%	700	2%	3.295	11%	10.551	37%	29.181	100%
Drogerie/Parfümerie	500	12%	115	3%	675	16%	450	11%	410	10%	220	5%	190	5%	540	13%	1.060	25%	4.160	100%
Apothekenbedarf	156	16%	40	4%	165	16%									65	6%	580	58%	1.006	100%
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	169	3%	50	1%	113	2%	108	2%	881	13%	1.930	28%	1.865	27%	705	11%	889	13%	6.710	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	370	18%	25	1%	115	6%	175	9%	165	8%	280	14%	90	4%	210	10%	600	30%	2.030	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.990	26%	485	7%	715	10%	1.015	14%	200	2%	935	13%	635	9%	880	12%	480	7%	7.335	100%
Schuhe/Lederwaren	165	6%	5		10		310	12%	50	2%	525	20%	335	13%	1.065	40%	190	7%	2.655	100%
Heimwerker/Autozubehör	55				15		35		2.365	19%	3.850	32%	3.325	26%	405	3%	2.525	20%	12.575	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	90	3%	90	3%	85	2%	480	14%	530	15%	505	15%	550	16%	370	11%	720	21%	3.420	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	158	16%	30	3%			90	9%	60	6%	195	19%			200	20%	275	27%	1.008	100%
Sportartikel/Fahrräder	165	8%	450	21%			50	2%	85	4%	90	4%	10		270	13%	1.029	48%	2.149	100%
Haustextilien/Heimtextilien	85	2%	210	4%			20		130	2%	380	7%	85	2%	1.390	25%	3.360	58%	5.660	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	200	2%			1.500	17%	20		30		2.800	32%	300	3%	400	5%	3.620	41%	8.870	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	253	11%	10				20	1%	310	14%	1.010	45%	420	19%	170	7%	75	3%	2.268	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	794	30%	140	5%	20	1%	180	7%	111	4%	996	37%	5		280	10%	150	6%	2.676	100%
Foto/Optik/Akustik	190	26%	60	8%	220	30%	50	7%	5	1%	70	10%			35	5%	91	13%	721	100%
Uhren/Schmuck	20	27%	20	27%													35	46%	75	100%
sonstiges	60	7%	94	11%	320	36%			40	5%	25	3%	15	2%	30	3%	295	33%	879	100%
	6.815	**7%**	**2.614**	**3%**	**6.328**	**7%**	**6.343**	**7%**	**9.592**	**10%**	**16.326**	**17%**	**8.525**	**9%**	**10.310**	**11%**	**26.525**	**29%**	**93.378**	**100%**

Erhebung: BBE Handelsberatung, November 2015

Tabelle 4: Umsatzstrukturen nach Standorten in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Branchen

	A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld		*B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße*		*B-Zentrum Wolfen-Nord*		*Ergänzungs-standort Wittener Straße*		*Ergänzungs-standort Bismarck-straße*		*Ergänzungs-standort Muldepark Bobbau*		*Ergänzungs-standort BITZ*		*Projekt-standort Anhaltstraße*		*Sonstige Standorte*		*Umsatzanteil im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen*	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	6.030	6%	3.110	3%	8.360	8%	11.480	11%	15.710	15%	8.330	8%	2.330	2%	14.350	14%	34.650	33%	104.350	100%
Drogerie/Parfümerie	1.360	11%	380	3%	2.040	17%	1.400	11%	1.330	11%	660	5%	490	4%	1.810	15%	2.810	23%	12.280	100%
Apothekenbedarf	4.630	21%	1.000	4%	3.870	17%									1.110	5%	11.920	53%	22.530	100%
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	600	5%	150	1%	380	3%	380	3%	1.370	11%	2.930	24%	3.180	26%	1.270	10%	2.160	17%	12.420	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	1.320	21%	130	2%	460	7%	400	6%	430	7%	740	12%	230	4%	610	10%	1.920	31%	6.240	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	4.820	30%	1.180	7%	1.770	11%	1.350	8%	400	2%	2.050	12%	1.550	9%	2.280	14%	1.115	7%	16.515	100%
Schuhe/Lederwaren	480	8%	20		20		620	11%	100	2%	1.260	22%	890	15%	2.130	37%	280	5%	5.800	100%
Heimwerker/Autozubehör	110	1%			40		60		3.210	17%	5.470	30%	5.660	31%	460	2%	3.610	19%	18.620	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	250	4%	220	4%	110	2%	780	13%	860	15%	830	14%	1.230	21%	630	11%	905	16%	5.815	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	480	22%	80	4%			140	7%	120	6%	490	22%			400	19%	420	20%	2.130	100%
Sportartikel/Fahrräder	470	11%	1.010	25%			60	1%	130	3%	140	3%	20		540	13%	1.790	44%	4.160	100%
Haustextilien/Heimtextilien	260	4%	510	8%			10		180	3%	550	9%	160	2%	1.550	24%	3.220	50%	6.440	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	200	2%			1.420	17%	10		40		3.190	38%	510	6%	480	6%	2.630	31%	8.480	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	570	12%	30	1%			10		470	10%	2.510	52%	730	15%	320	7%	160	3%	4.800	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	3.190	33%	580	6%	60	1%	370	4%	350	4%	3.830	39%	20		780	8%	530	5%	9.710	100%
Foto/Optik/Akustik	880	29%	320	10%	940	31%			30	1%	270	9%			120	4%	520	16%	3.080	100%
Uhren/Schmuck	200	33%	200	33%													210	34%	610	100%
sonstiges	190	7%	310	12%	1.120	42%			80	3%	50	2%	40	2%	60	2%	790	30%	2.640	100%
	26.040	**11%**	**9.230**	**4%**	**20.590**	**8%**	**17.070**	**7%**	**24.810**	**10%**	**33.300**	**13%**	**17.040**	**7%**	**28.900**	**12%**	**69.640**	**28%**	**246.620**	**100%**

Erhebung: BBE Handelsberatung, November 2015

Nachfolgend werden, mit einem besonderen Fokus auf die Fachmärkte und die branchenspezifische Ausrichtung an den jeweiligen Standorten, die Wettbewerbsverflechtungen des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße mit den weiteren Standorten innerhalb des Stadtgebietes untersucht.

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 und kann auch von der Einbeziehung touristischer Potenziale profitieren.

Die Funktionen des traditionellen Geschäftszentrums waren zum einen stets an das unmittelbare Umfeld des Marktes mit den abgehenden Straßenzügen als Fußgängerzone (insbesondere der 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.

Mit dem Aldi-Lebensmitteldiscounter und dem Elektronikfachmarkt EP:Würtele gibt es zwei Fachmärkte in der Bitterfelder Innenstadt. Der Sonderpostenmarkt MäcGeiz, der Drogeriemarkt Rossmann, die Bekleidungsgeschäfte NKD und KiK decken allerdings ebenfalls die fachmarktrelevante Nachfrage ab und sind daher dieser Kategorie zugeordnet. Demgegenüber existieren 58 Fachgeschäfte, welche die Innenstadt gemeinsam mit weiteren Dienstleistern und Gastronomiebetrieben prägen. Das ehemalige Planvorhaben zur Stärkung der Innenstadt „Goitzsche Arkaden“ wurde vom Investor aufgrund begrenzter Vermietungschancen beendet, so dass die Entwicklungsperspektiven im Fachmarktbereich in der Innenstadt begrenzt sind.

Die Wettbewerbsverflechtungen sind demzufolge in der aktuellen Situation gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept begrenzt, da der Standort in der Anhaltstraße ergänzende Versorgungsfunktionen zum A-Zentrum im Fachmarktbereich wahrnimmt. Die künftige Ausrichtung am Ergänzungsstandort Anhaltstraße ist gerade unter Berücksichtigung des genannten Fachmarktbestandes im A-Zentrum zu entwickeln.

Abbildung 5: Wettbewerber A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld



Fußgängerzone Burgstraße u.a. Rossmann



Aldi, Mühlstraße



EP: Würtele, Am Theater

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2015

Ungeachtet der größeren Entfernung von ca. 7 km zum Projektstandort sind Wettbewerbsbeziehungen mit dem **B-Zentrum Wolfen-Nord** durch dessen Anbieterstruktur begründet. So gibt es mit Aldi, Penny und dem Edeka bereits drei Lebensmittelmärkte am Standort sowie mit Rossmann den zweiten Drogeriemarkt im Stadtgebiet. Da es sich bei Edeka ebenfalls um einen Vollsortimenter wie mit dem SB-Warenhaus real,- handelt, wenn auch mit geringerer Verkaufsfläche, stehen diese beiden Standorte ebenfalls im Wettbewerb. Mit dem Bekleidungsfachmarkt Takko und einem Möbelmarkt gibt es zwei weitere Fachmärkte im B-Zentrum-Nord, welche wettbewerbsrelevant für künftige Entwicklungen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße sind.

Ergänzend existieren mehrere Nutzungen. Ausgangspunkt des B-Zentrums Wolfen-Nord (Ortsteilzentrum) bildete eine bereits zu DDR-Zeiten entstandene Funktionseinheit aus ehemaliger Kaufhalle und einem Ge-

bäudekomplex mit Apotheke, diversen Ärzten, Post und Sparkasse. Dieser Standort bildet heute den westlichen Rand des Zentrums, der ehemalige Kaufhallenstandort ist mit dem Möbelfachmarkt besetzt, der Gebäudekomplex umfasst auch gegenwärtig diverse Arztpraxen, Apotheken, weitere Gesundheitsdienstleister (Krankenkasse, Pflege, etc.) sowie mehrere Einzelhandelsanbieter. Das weitere Areal westlich der Dessauer Allee ist mit mehreren Gebäudekomplexen als Handels- und Dienstleistungsstandort bebaut, beginnend am Nordrand des B-Zentrums mit dem Penny-Lebensmitteldiscounter, anschließend die „Nordpassage“ sowie drei weiteren Büro- und Geschäftsgebäude. Bereits der Teilbereich des B-Zentrums westlich der Dessauer Allee bietet ein sehr breites Angebotsspektrum, insgesamt sind 35 Handels- und Dienstleistungsanbieter zzgl. der Arztpraxen vertreten. Einen wichtigen Schwerpunkt bildet der Dienstleistungsbereich mit Sparkasse, diversen Bankfilialen, Reisebüro, verschiedenen Versicherungen und Krankenkassen, Gesundheitsdienstleistungen, Frisör, Kosmetik, Schlüsseldienst, Textilpflege, aber auch Diskothek und Eiscafé.

Das **B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße** fungiert als Ortsteilzentrum für die Altstadt von Wolfen. Es erstreckt sich entlang der Leipziger Straße als straßenbegleitendes Zentrum und schließt zusätzlich die Bahnhofstraße sowie den Bahnhofstandort ein. Das ca. 3,7 km entfernte, weitläufige Zentrum ist als gewachsener Einzelhandelsstandort zu charakterisieren. Mit dem Lidl-Lebensmitteldiscounter und weiteren Lebensmittelhandwerksbetrieben übernimmt das Ortsteilzentrum wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Altstadt von Wolfen. Der Lidl-Markt präsentiert sich dabei als moderner Anbieter, mit ergänzenden Anbietern. Als wettbewerbsrelevant für künftige Entwicklungen in der Anhaltstraße sind insbesondere der Textildiscounter KiK und das Sportgeschäft Sporthaus Buchholz zu bewerten. Das Sporthaus Buchholz ist mit über 400 m² Verkaufsfläche der größte und umsatzstärkste Sportartikelanbieter im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen.

Die **C-Zentren Damaschkestraße** und **Holzweißig** sowie die weiteren **Nahversorgungslagen Krondorfer Straße, Steinfurther Straße, Leipziger Straße, Friedensstraße und Auenstraße** stehen aufgrund der Ausrichtung auf die Nahversorgung im direkten Umfeld nur geringfügig im Wettbewerb mit dem Projektstandort. Einzig bei einer Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters in Ergänzung zum SB-Warenhaus würden sich Wettbewerbsverflechtungen mit dem C-Zentrum Damaschkestraße und den Nahversorgungslagen Auenstraße und Friedensstraße ergeben.

Als Hauptwettbewerber des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße ist der **Muldepark Bobbau** zu bewerten. Das ca. 8 km entfernte **Einkaufszentrum „Muldepark“** liegt peripher zum Ortsteil Bobbau, somit auch am nördlichen Rand des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen, unmittelbar an der Bundesstraße B184. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 16.300 m² ist dieser Ergänzungsstandort flächengrößter, zusammenhängender Einzelhandelsstandort der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Der Branchenschwerpunkt liegt im Bereich Bauen-Wohnen-Einrichten, ca. 70% der Verkaufsfläche entfallen auf die Warengruppen Gartenbedarf, Heimwerker, Möbel, Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik, Haus- und Heimtextilien, GPK / Hausrat. Gemeinsam mit den beiden weiteren Baumärkten OBI und B1-Discount erzeugt der toom-Baumarkt einen hohen Wettbewerbsdruck auf den Standort in der Anhaltstraße, so dass bisher keine Nachnutzung für den ehemaligen Baumarkt am Standort in der Anhaltstraße gefunden werden konnte. Mit Medimax gibt es einen Elektronikfachmarkt am Standort, der ebenfalls für den Standort Anhaltstraße relevant sein könnte. Dies gilt ebenfalls für den Bekleidungsfachmarkt AWG, den Schuhfachmarkt Deichmann, den Zoofachmarkt Zoo & Co. und das Möbelhaus Boss. Mit einem Edeka-Center gibt es zudem einen Verbrauchermarkt, der im Wettbewerb mit dem real,- steht. Durch die Ausrichtung auf Fachmärkte und einer Ausrichtung auf das Stadtgebiet und darüber hinaus stehen die beiden Standorte in starken Wettbewerbsbeziehungen.

Der Standort **Wittener Straße** des Verbrauchermarktes Kaufland wurde im Einzelhandelskonzept als **Ergänzungsstandort** eingeordnet. Der Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von 4.670 m², zusammen mit anderen Konzessionären besteht eine Verkaufsfläche von ca. 6.350 m². Als wettbewerbsrelevant für mögliche Entwicklungsperspektiven am Standort Anhaltstraße sind der KiK-Bekleidungsfachmarkt und das Schuhgeschäft Meyer's Markenschuhe zu bewerten. Die Firma Kaufland strebt aufgrund des Stadtumbaus am Standort und des Bevölkerungsrückgangs in Wolfen-Nord eine Standortverlagerung an die Krondorfer

Straße an. Dabei wird der Kaufland-Verbrauchermarkt allerdings lediglich von kleineren Konzessionären ergänzt, so dass die Anbieter KiK, Ernsting's Family und Happy Markt entfallen. Die Wettbewerbsverflechtungen mit dem Ergänzungsstandort Anhaltstraße werden sich für das SB-Warenhaus durch die geringere Entfernung leicht erhöhen.

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. Der durch ein Kaufland SB-Warenhaus dominierte Standort steht bei einer Entfernung von ca. 3,1 km zunächst mit dem SB-Warenhaus real,- am Projektstandort im Wettbewerb. Mit dem Baumarkt B1 Discount schränkt der Standort die Entwicklungsperspektiven des Ergänzungsstandort Anhaltstraße hinsichtlich einer Baumarktnutzung ein. Weitere wettbewerbsrelevante Fachmärkte existieren nicht am Standort.

Abbildung 6: Ausgewählte Wettbewerbsstandorte des Vorhabens



Kaufland, Bismarckstraße



Muldepark Bobbau .



Rossmann, Takko, B-Zentrum Wolfen-Nord



Lidl, B-Zentrum Wolfen-Leipziger Str.



Kaufland, Ergänzungsstandort Wittener Str.



REPO, Ergänzungsstandort Röntgenstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2015

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. Aktuell befinden sich ein moderner Vollsortimenter der Firma Rewe und ein dm-Drogeriemarkt im Bau. Der Ergänzungsstandort befindet sich ca. 4 km vom Projektstandort entfernt, ist jedoch über die B100 schnell zu erreichen. 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 angesiedelt. 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. Gerade durch die stärkere Ausrichtung auf den kurzfristigen Bedarfsbereich mit einem modernen Rewe-Markt und einem dm-Drogeriemarkt erhöhen sich die Wettbewerbsverflechtungen mit dem

real,-SB-Warenhaus. Die weiteren Fachmärkte am Standort sind ebenfalls für den Projektstandort in der Anhaltstraße als potenzielle Mieter interessant, so dass Wettbewerbsverflechtungen gegeben sind.

Mit dem Sonderpostenmarkt REPO am **Ergänzungsstandort Röntgenstraße** und dem **Fachmarkt für Heimtextilien Hammer** in der Saarstraße gibt es zwei Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen. Diese stehen insbesondere mit den Anbietern Teppich Frick und Dänisches Bettenlager am Ergänzungsstandort Anhaltstraße im Wettbewerb.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Durch die Ausrichtung auf Fachmärkte stehen zunächst die Standorte mit einer stärkeren Fachmarktausrichtung im Wettbewerb, welche zudem eine gesamtstädtische Ausstrahlung bzw. über das Stadtgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion aufweisen.
- Insofern ist zunächst der Muldepark Bobbau als Hauptwettbewerber zu bewerten, welcher sowohl in Bezug zur Verkaufsflächendimensionierung als auch Umsatz der stärkste Standort in Bitterfeld-Wolfen ist und auf Fachmärkte ausgerichtet ist. Weiterhin bestehen stärkere Wettbewerbsbeziehungen mit den Ergänzungsstandorten Bismarckstraße und BiTZ, die ebenfalls auf Fachmärkte ausgerichtet sind. Während der Ergänzungsstandort Bismarckstraße stärker auf den kurzfristigen Bedarfsbereich ausgerichtet ist, spricht der Ergänzungsstandort BiTZ mit OBI als Magnetanbieter stärker den mittelfristigen Bedarfsbereich an.
- Die Wettbewerbsbeziehungen mit der Innenstadt von Bitterfeld sind durch die stärkere Ausrichtung auf Fachgeschäfte begrenzt, allerdings sind künftige Entwicklungen unter der Berücksichtigung der bestehenden Fachmärkte in der Innenstadt zu bewerten. Durch den höheren Fachmarktanteil im B-Zentrum Wolfen-Nord, sind stärkere Wettbewerbsverflechtungen des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße mit diesem zentralen Versorgungsbereich gegeben.

6. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

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 Anhaltstraße ist einerseits die zentrale Lage im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen an der Verbindung zwischen den Ortsteilen Bitterfeld und Greppin bzw. Wolfen, andererseits das SB-Warenhaus real,- als Magnetanbieter, welches in Verbindung mit den weiteren Anbietern ein Einzugsgebiet über das Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen hinaus generiert.

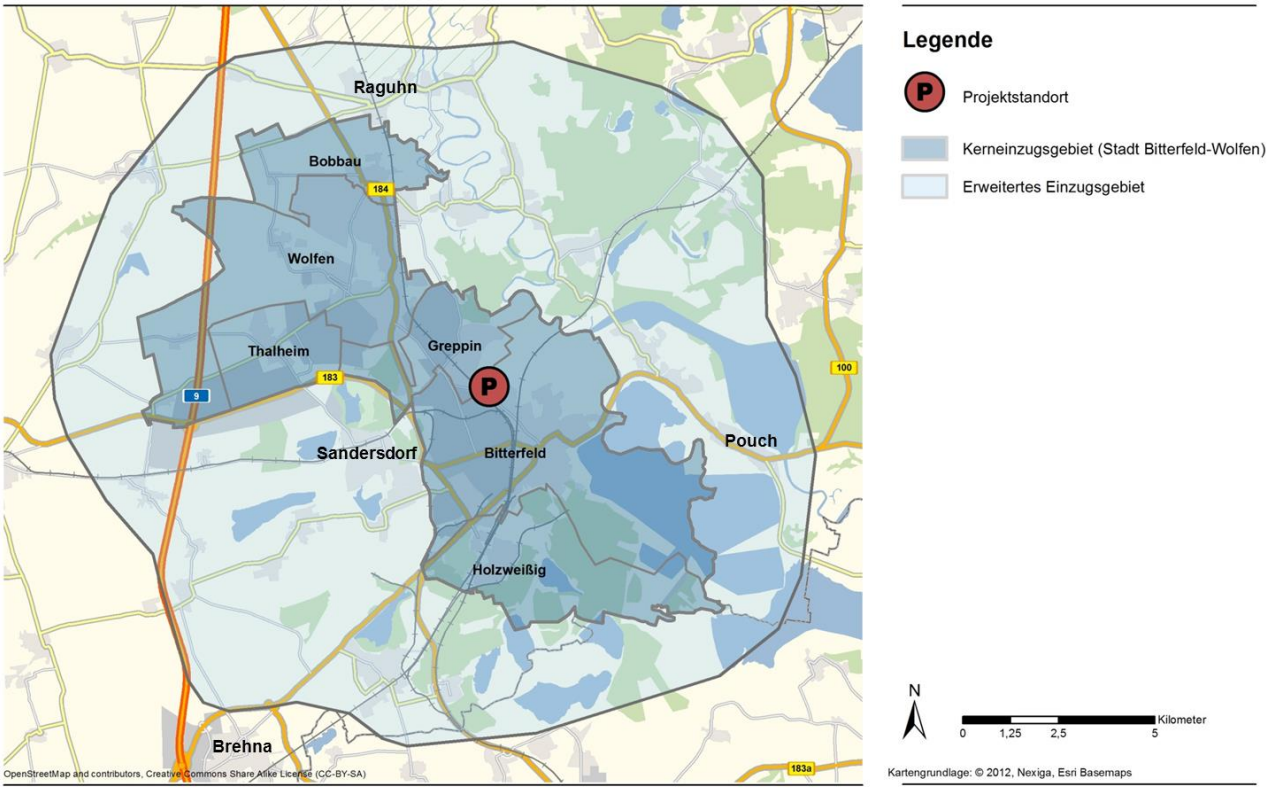
Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst das gesamte Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen. Der Standort ist durch die Lage an der Anhalter Straße für alle Bewohner der Stadt gut zu erreichen. Durch das Angebot vor Ort, welches aufgrund der Sortimentsausrichtung über den nahversorgungsrelevanten Bereich hinausgeht, wird eine hohe Eigenbindung im Stadtgebiet erreicht.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet** umfasst größtenteils den im Einzelhandels- und Zentrenkonzept definierten regionalen Verflechtungsbereich. Begrenzt wird das erweiterte Einzugsgebiet hauptsächlich durch die zentrale Lage zwischen den umgebenen Oberzentren Halle (Saale), Leipzig und Dessau-Roßlau sowie der Mittelzentren Delitzsch, Lutherstadt Wittenberg und Köthen (Anhalt). Somit liegt die Stadt in einem besonderen Spannungsfeld regionaler, bzw. überregionaler Einzelhandelsschwerpunkte. Ausnahmen des erweiterten Einzugsgebietes zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept bildet der Ausschluss der Ortschaften Zörbig und Brehna. Aufgrund der Entfernung zum Projektstandort und alternativen Angeboten, insbesondere in Brehna, ist nicht mit einer verstärkten Kundenorientierung zum Projektstandort zu rechnen.

Die exakte Abgrenzung ist in nachfolgender Karte dargestellt. Insgesamt leben ca. 71.100 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen bereits ca. 41.800 Einwohner auf das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet und weitere ca. 29.300 Einwohner[9] auf das erweiterte Einzugsgebiet.

[9] Nexiga GmbH (Stand 31.12.2013)

Karte 5: Einzugsgebiet des Projektstandortes in der Anhaltstraße



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (BBE Markt- und Strukturdaten) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Bundesdurchschnittliche Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung betragen für den überwiegend kurzfristigen Bedarf 3.708 €, für den überwiegend mittelfristigen Bedarf 1.387 € und für den überwiegend langfristigen Bedarf 1.110 €.

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

- für Produkte des überwiegend kurzfristigen Bedarfs im Kerneinzugsgebiet 140,7 Mio. Euro und im erweiterten Einzugsgebiet 102,4 Mio. Euro,
- für Produkte des mittelfristigen Bedarfs im Kerneinzugsgebiet 46,9 Mio. Euro und im erweiterten Einzugsgebiet 34,3 Mio. Euro,
- für Produkte des langfristigen Bedarfs im Kerneinzugsgebiet 37,7 Mio. Euro und im erweiterten Einzugsgebiet 27,5 Mio. Euro.

In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von ca. 383,7 Mio. Euro, davon entfallen ca. 225,2 Mio. Euro auf das Kerneinzugsgebiet (Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen) und 164,2 Mio. Euro auf das erweiterte Einzugsgebiet.

Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2015 in 1.000 € zu EVP (incl. MwSt.)	**Deutschland**	**Kerneinzugsgebiet Bitterfeld-Wolfen**	**Erweitertes Einzugsgebiet**	**Einzugsgebiet gesamt**
Einwohner		41.793	29.286	71.079
Kaufkraft		86,8	90,3	
Nahrungs- und Genußmittel	2.278	87.493	63.645	151.138
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	297	11.097	8.080	19.177
Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf/Gartenbedarf	249	9.058	6.603	15.661
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	662	24.928	18.147	43.074
PBS (privat)/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	222	8.090	5.897	13.987
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**3.708**	**140.666**	**102.371**	**243.038**
Bekleidung/Wäsche	504	16.788	12.280	29.068
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	126	4.192	3.066	7.258
Baumarkt-Sortiment i.e.S. (Tapeten/Farben/Lacke/Eisenw./Heimwerker/Autozubehör etc.)	485	17.266	12.596	29.863
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	96	3.254	2.378	5.632
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	49	1.601	1.172	2.774
Sportartikel/Fahrräder/Camping	127	3.757	2.763	6.519
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**1.387**	**46.858**	**34.257**	**81.114**
Teppiche/Gardinen/Deko/Bettwaren/Haus-, Tisch- u. Bettwäsche	83	2.917	2.129	5.047
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbelkäufe von Privatverbrauchern)	304	10.024	7.336	17.360
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	151	5.497	4.007	9.503
Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	287	10.027	7.321	17.348
Foto/Optik/Akustik	120	4.338	3.163	7.501
Uhren/Schmuck	56	1.594	1.174	2.768
sonstiges	109	3.280	2.410	5.690
Überwiegend langfristiger Bedarf	**1.110**	**37.678**	**27.540**	**59.527**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**6.205**	**225.202**	**164.168**	**383.680**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Dezember 2015

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. Insofern sind mögliche Entwicklungspotenziale für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße auch unter der Berücksichtigung des zukünftig rückläufigen Marktpotenzials zu bewerten. So sollte der Standort auch weiterhin ergänzende Versorgungsfunktionen insbesondere zur Bitterfelder Innenstadt aufweisen und keine dominante Marktstellung übernehmen.

7. Kaufkraftbindungsquoten des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im Stadtgebiet führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage (Tabelle 6). Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar.

Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen zusätzlicher Anbieter. Damit entsteht eine Grundlage für die Bewertung zur Umnutzung bestehender Flächen bzw. zum Entwicklungspotenzial einzelner Branchen. Die für Bitterfeld-Wolfen typische Angebotsstruktur dreier Zentren (Innenstadt Bitterfeld, Wolfen-Leipziger Straße, Wolfen-Nord) und den ergänzenden Fachmarktstandorten begründet die Gesamtausstrahlung der Stadt als Einzelhandelsstandort, ist zugleich aber auch zukünftigen Entwicklungsperspektiven zugrunde zu legen. Dabei kann es nicht um die einseitige Ausschöpfung von Marktchancen und Entwicklungspotenzialen gehen. Damit wäre die Attraktivität und Ausstrahlung der Gesamtstadt und somit letztlich deren Einzelhandelszentralität in Gefahr.

Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen

	Marktpotenzial Stadt Bitterfeld-Wolfen (T€)	*EH-Umsatz Stadt Bitterfeld-Wolfen* (T€)	*Kaufkraft-bindung* (%)	*Saldo Zu- u. Abfluß* (T€)
Nahrungs- und Genußmittel	87.493	104.350	119%	16.857
Drogerie / Parfümerie	11.097	12.280	111%	1.183
Blumen / Zoo / Gartenbedarf	9.058	12.420	137%	3.362
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	24.928	22.530	90%	-2.398
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	8.090	6.240	77%	-1.850
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**140.666**	**157.820**	**112%**	**17.154**
Bekleidung / Wäsche	16.788	16.515	98%	-273
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.192	5.800	138%	1.608
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	17.266	18.620	108%	1.354
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	3.254	5.815	179%	2.561
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.601	2.130	133%	529
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3.757	4.160	111%	403
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**46.858**	**53.040**	**113%**	**6.182**
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	2.917	6.440	221%	3.523
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	10.024	8.480	85%	-1.544
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.497	4.800	87%	-697
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	10.027	9.710	97%	-317
Foto / Optik	4.338	3.080	71%	-1.258
Uhren / Schmuck	1.594	610	38%	-984
Sonstiges	3.280	2.640	80%	-640
überwiegend langfristiger Bedarf	**37.678**	**35.760**	**95%**	**-1.918**
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	**225.202**	**246.620**	**110%**	**21.418**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Dezember 2015

Dem erzielten Umsatz der Einzelhandelsbetriebe in Bitterfeld-Wolfen in Höhe von rd. 246,6 Mio. Euro steht ein Nachfragevolumen von 225,2 Mio. Euro gegenüber. Aus diesem Verhältnis errechnet sich im Saldo eine Kaufkraftbindung von 110% (vgl. Tabelle 6). Dies entspricht einem saldierten Kaufkraftzufluss[10] von rd.

[10] Saldo aus Kaufkraftzuflüssen aus der Region und Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen

21,4 Mio. Euro in das Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen. Der errechnete Kaufkraftzufluss erklärt sich durch die Kommunen im Umfeld, welche nur über einen geringen Einzelhandelsbesatz verfügen, so dass sich die dortige Bevölkerung unter anderem in Bitterfeld-Wolfen versorgt. Andererseits bestehen mit den Oberzentren im Umfeld, einschließlich der bestehenden Pendlerbeziehungen zwischen Wohn- und Arbeitsort, auch Abflüsse in die umliegenden Städte. Diese Abflüsse sind zugleich eine Chance mit neuen Handelsanbietern für eine stärkere Bindung der Kaufkraft vor Ort.

Aus der vorstehenden Tabelle wird deutlich, dass die Kaufkraftbindung im Bitterfeld-Wolfener Einzelhandel der betrachteten Branchen bzw. Warengruppen differenziert zu bewerten ist.

Während im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich eine Bindungsquote von 112 % bzw. 113 % erreicht wird, ist die Bindungsquote im langfristigen Bedarfsbereich bei lediglich 95 %. Hieraus wird die mittelzentrale Funktion der Stadt Bitterfeld-Wolfen deutlich, welche zunächst Versorgungsfunktionen für den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich aufweist.

Der kurzfristige Bedarfsbereich wird durch die SB-Warenhäuser und einen hohen Besatz an weiteren Lebensmittelmärkten bestimmt, eine Bindungsquote von 119 % für Nahrungs- und Genussmittel ist als sehr gutes, nur begrenzt weiter steigerungsfähiges Ergebnis anzusehen, nicht zuletzt auch infolge eigenständiger Nahversorgungsstrukturen im regionalen Einzugsgebiet. Mit einem modernen Rewe-Markt am Ergänzungsstandort BiTZ wird sich das Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln weiter erhöhen.

Dies gilt adäquat für den Bereich Drogerie/Parfümerie, welcher aktuell von zwei Rossmann-Drogeriemärkten im A-Zentrum Bitterfeld und im B-Zentrum Wolfen-Nord sowie den Teilflächen der Lebensmittelmärkte, insbesondere der SB-Warenhäuser geprägt wird. Vor dem Hintergrund des kurz vor der Eröffnung stehenden dm-Drogeriemarktes am Ergänzungsstandort BiTZ wird der Bedarf innerhalb des Mittelzentrums Bitterfeld-Wolfen in diesem Sortimentsbereich bei einer bereits bestehenden Bindungsquote von 111 % (ohne dm-Drogeriemarkt dm) gedeckt.

Während es bei Blumen / Zoo / Gartenbedarf mit mehreren Heimtierfachmärkten, zwei Baumärkten, Blumengeschäften und Teilflächen der Lebensmittelmärkte eine Bindungsquote von 137 % erreicht wird, existieren in den Branchen pharmazeutisch, medizinisch, orthopäd. Artikel sowie Papier, Büro und Schreibwaren bei Bindungsquoten von 90 % bzw. 77 % leichte Abflüsse.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich gibt es außer bei Bekleidung / Wäsche keinen negativen Kaufkraftsaldo, besonders starke Zuflüsse ergeben sich bei Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel mit einer Bindungsquote von 179 %, Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente mit 134 % und Schuhe, Lederwaren mit 138 %. Ursächlich für die hohen Zuflüsse sind zum einen die SB-Warenhäuser und Sonderpostenmärkte, aber auch die Fachmärkte insbesondere bei Schuhen und Lederwaren. Dagegen sind im Saldo leichte Abflüsse bei Bekleidung / Wäsche zu konstatieren. Offensichtlich erreicht das bestehende Angebot nur ein bestimmtes Nachfragesegment sowohl örtlich als auch regional, stärker bedient wird das preisorientierte bis mittlere Marktsegment. Infolge fließt die gehobene, spezialisierte und individuellere Nachfrage überwiegend ab. Zuflüsse im mittelfristigen Bedarfsbereich gibt es weiterhin bei den zentrenrelevanten Sortimenten Sportartikel / Fahrräder / Camping und Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente.

Starke Zuflüsse im langfristigen Bedarfsbereich ergeben sich für Haus- und Heimtextilien, Innendeko und Bettwaren mit einer Bindungsquote von 221 % und Zuflüssen von ca. 3,5 Mio. Euro. Mit Teppich Frick und Dänisches Bettenlager am Ergänzungsstandort Anhaltstraße, einem weiteren Dänischen Bettenlager in Wolfen am Markt, einen Hammer-Fachmarkt für Heimtextilien in der Saarstraße in Wolfen sowie weiteren Sortimenten in den Baumärkten, weist diese Branche einen sehr hohen Besatz auf. Leichte Abflüsse ergeben sich bei Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation mit einer Bindungsquote von 97 %. Mit dem Elektronikfachmarkt Medimax im Muldepark Bobbau sowie EP: Würtele gibt es zwei wesentliche Anbieter dieser Branche. Zusätzliche Umsätze werden hauptsächlich innerhalb der SB-Warenhäuser generiert. In den weiteren Branchen des langfristigen Bedarfs bestehen im Saldo Abflüsse in die umliegenden Städte, welche Chancen für einen höheren Besatz innerhalb Bitterfeld-Wolfens aufzeigen. Bis auf die

Branchen Möbel und Elektro / Leuchten ist das Marktpotenzial allerdings gering, so dass in Hinblick des auf Fachmärkte ausgerichteten Ergänzungsstandorts Anhaltstraße nur begrenzte Potenziale bestehen.

In der Bewertung ist festzuhalten, dass die Bindungsquoten branchenspezifische Entwicklungsspielräume, die die regionale Bedeutsamkeit des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen und dessen Zentralität stärken können, gegeben sind. Unter Berücksichtigung der regionalen Lage von Bitterfeld-Wolfen und der Ausstrahlungskraft der Oberzentren Leipzig und Halle (Saale) sind die Entwicklungspotenziale gerade in Branchen mit höheren Fahrtzeitelastizitäten wie Bekleidung oder Unterhaltungselektronik jedoch begrenzt. Dennoch bestehen gerade aus dem erweiterten Einzugsgebiet Potenziale zur stärkeren Bindung der Kaufkraft im Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen. Im Abschnitt 9 werden, abgeleitet aus den errechneten Bindungsquoten, die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen nach Branchen aufgezeigt.

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. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Das Vorhaben liegt im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes (§ 30 BauGB). Für diesen wird ein Änderungsverfahren angestrebt. Demnach bemisst sich die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben nach den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

„*1. Einkaufszentren,*

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

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

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

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

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.[11]
- 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 Projektvorhabens an der Anhaltstraße ist dies unstrittig.

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 wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Dabei sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinsichtlich der Auswirkungen „*… insbesondere die Gliederung und Größe*

[11] 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

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.[12] 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).

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.

[12] BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

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.[13]

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.*“[14]

Die Zentrenstruktur der Stadt Bitterfeld-Wolfen wurde bereits im Abschnitt 3 dargelegt, projektrelevante Regelungen des Zentrenkonzeptes fasst nachfolgender Abschnitt 8.3 zusammen. Wechselwirkungen lassen sich mit den grundsätzlichen raumordnerischen Zielen bewerten[15], 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).

[13] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1, Z33 und Z36

[14] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3, Begründung

[15] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Ziele 48 - 50

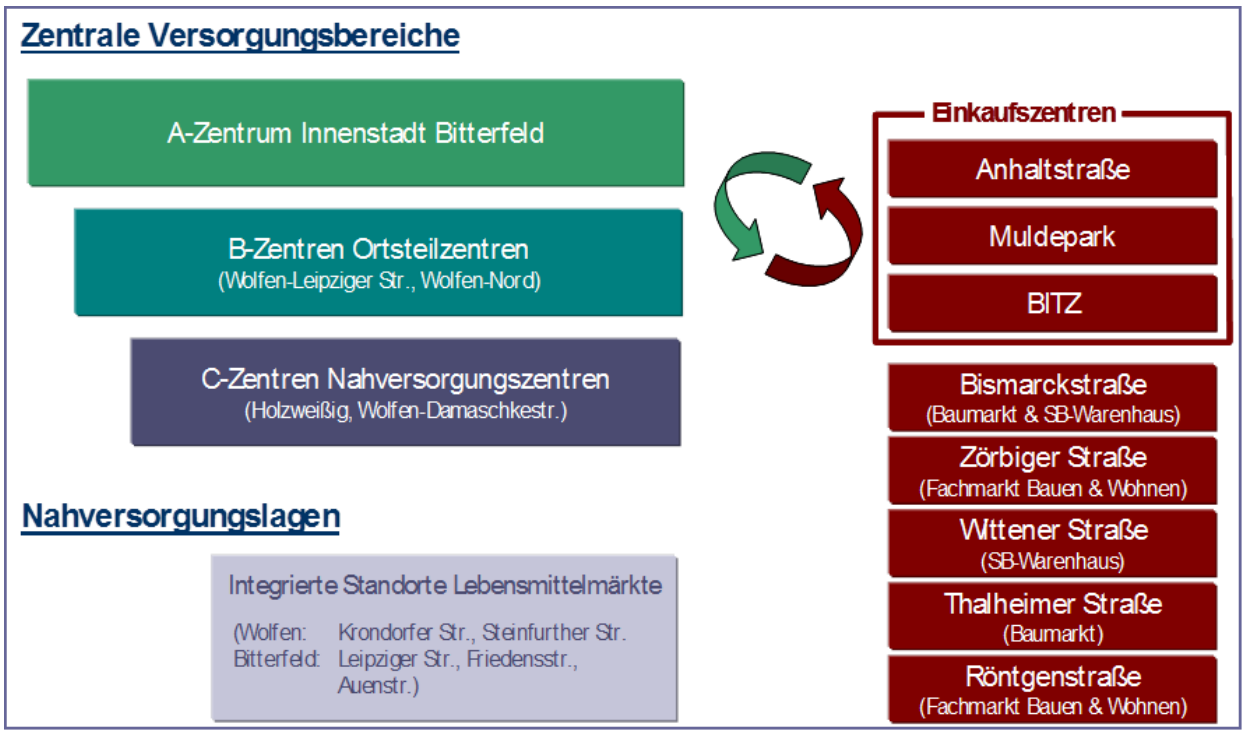
8.3. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen

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 durch ein hierarchisch gestuftes Netz von funktionsfähigen Versorgungszentren mit zusätzlichen integrierten Nahversorgungsstandorten und Ergänzungsstandorten für großflächigen Einzelhandel gewährleistet werden.

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 Nahversorgungslagen,
- sowie acht Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels.

Abbildung 7: 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 Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte, 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 ab.
- 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-Standorten.
- 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.[16]

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.

[16] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 54

Handlungsschwerpunkt 7:

- In bestehenden Ergänzungsstandorten des Einzelhandels werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen eingehalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.[17]

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden zudem für den **Ergänzungsstandort Anhaltstraße** folgende Aussagen getroffen:[18]

- bezüglich den Versorgungsfunktionen und der künftigen Ausrichtung:
  „Der Ergänzungsstandort übernimmt gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen, ist somit auch wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen. Er besitzt eine hohe Anziehungskraft für den autoorientierten Kunden. Auch zukünftig soll sich der Standort auf Nachfragesegmente konzentrieren, die von den zentralen Versorgungsbereichen nicht übernommen werden können, hierzu zählen Nachfragesegmente des autoorientierten Wochenbedarfs, gebunden durch das SB-Warenhaus, sowie Segmente der fachmarktorientierten Nachfrage. Ansiedlungen von Fachgeschäften, wie dies bereits durch das Baby-Paradies gegeben ist, sind auf Grundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vorrangig in das A-Zentrum zu lenken.“
- Erweiterungen des Standorts werden ausgeschlossen, Veränderungen der Sortimentszusammensetzung sind unter der Berücksichtigung des A-Zentrums möglich:
  „Die dominante Wettbewerbsstellung innerhalb der Einzelhandelsstrukturen führt jedoch zu der Empfehlung, die Gesamt-Verkaufsfläche nicht zu erweitern, zukünftige Entwicklungen sind nur in Abstimmung mit den Perspektiven des A-Zentrums möglich. Restriktionen betreffen insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente. […] Planungsrechtliche Festsetzungen sollten einerseits die aktuelle Fachmarktstruktur absichern, andererseits kleinteilige Fachgeschäftsstrukturen ausschließen. Zusätzliche Entwicklungspotenziale sind im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich denkbar.“

[17] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 110 ff.

[18] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 91 f.

9. Auswirkungsanalyse

Gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept tragen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zur Bindung der Kaufkraft an das Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen bei. Nachfolgend werden zunächst die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen aufgezeigt, um im Anschluss Entwicklungsperspektiven für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße ableiten zu können.

9.1. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen

Gemäß den Bevölkerungsprognosen ist einerseits von einer rückläufigen Nachfrageentwicklung sowohl in der Stadt Bitterfeld-Wolfen als auch im weiteren regionalen Einzugsgebiet auszugehen, andererseits werden die mittelzentralen Versorgungsfunktionen durch die Einzelhandelsstrukturen noch nicht ausreichend erschlossen. Die Stärkung des Mittelzentrums Bitterfeld-Wolfen als Einzelhandelsstandort kann über eine gezielte Stärkung der mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept beschlossenen Zentren- und Standortstruktur erfolgen. Der Ergänzungsstandort Anhaltstraße ist Teil dieser Zentren- und Standortstruktur mit definierter Funktionszuweisung für gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen, folglich auch ein Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Eine Stärkung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen ist branchenspezifisch abzuleiten aus den erreichten Bindungsquoten (siehe Abschnitt 7). Zu differenzieren ist zwischen Branchen, die bereits gegenwärtig eine weit überdurchschnittliche Nachfragebindung aufweisen, Branchen des kurzfristigen Bedarfs, in denen auch regional im Mittelbereich eine stärkere Eigenbindung besteht sowie Branchen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich mit verstärkt mittelzentraler Versorgungsfunktion, letztere unterliegen in unterschiedlichem Maße aber auch den Kaufkraftabflüssen in die Oberzentren Leipzig und Halle (Saale).

In diesem Sinne sind realistische Verkaufsflächenentwicklungen vorrangig dem Aspekt einer Optimierung gesamtstädtischer Angebotsstrukturen mit dem Ziel einer Weiterentwicklung der Zentralität der Stadt Bitterfeld-Wolfen unterzuordnen. Eine Ausschöpfung von Bindungschancen sollte weiterhin in Wechselbeziehung zu den Entwicklungsmöglichkeiten des A-Zentrums Innenstadt und den weiteren zentralen Versorgungsbereichen stehen.

Vor diesem Hintergrund errechnet sich in der Gegenüberstellung von Marktpotenzial und branchenspezifisch realistischer Zielkaufkraftbindung ein potenzielles Umsatzpotenzial der Stadt Bitterfeld-Wolfen gesamt und differenziert nach Warengruppen (vgl. Tabelle 7). Die Zielkaufkraftbindung bildet somit die detaillierte Steigerungsfähigkeit der Bindungschancen unter Berücksichtigung wesentlicher Einflussfaktoren (zentralörtliche Funktion, regionale Lage, Wettbewerbssituation etc.) ab.

Unter Zugrundelegung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten von Einzelhandelsanbietern der einzelnen Warengruppen in der Stadt Bitterfeld-Wolfen, lassen sich gesamtstädtischen Ansiedlungspotenziale für zusätzliche Verkaufsflächen quantifizieren. Diese Ergebnisse bilden einen ersten Richtwert, der im Rahmen eines konkreten Ansiedlungsvorhabens durch betreiber- und betriebsformenspezifische Bewertungen zu untersetzen ist.

Tabelle 7: Zielkaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Bitterfeld-Wolfen und resultierende Verkaufsflächenpotenziale

	Marktpotenzial Stadt Bitterfeld-Wolfen	*EH-Umsatz Stadt Bitterfeld-Wolfen*	*Kaufkraft-bindung*	*Zielkaufkraft-bindung*	*Zielumsatz*	*Differenz Umsatz Ist/Ziel*	*Flächen-leistung*	*Entwicklungs-potenziale Verkaufsfläche Gesamtstadt*
	(T€)	(T€)	(%)	(%)	(T€)	(T€)	€/m²	m²
Nahrungs- und Genußmittel	87.493	104.350	119%	125%	109.400	5.050	3.580	1.400
Drogerie / Parfümerie	11.097	12.280	111%	120%	13.300	1.020	2.950	300
Blumen / Zoo / Gartenbedarf	9.058	12.420	137%	150%	13.600	1.180	1.800	700
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	24.928	22.530	90%	100%	24.900	2.370	22.400	100
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	8.090	6.240	77%	100%	8.100	1.860	2.400	800
überwiegend kurzfristiger Bedarf	**140.666**	**157.820**	**112%**	**120%**	**169.300**	**11.480**		**3.300**
Bekleidung / Wäsche	16.788	16.515	98%	120%	20.100	3.585	2.250	1.600
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.192	5.800	138%	140%	5.900			
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	17.266	18.620	108%	130%	22.400	3.780	1.480	2.600
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	3.254	5.815	179%	180%	5.900			
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.601	2.130	133%	135%	2.200			
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3.757	4.160	111%	130%	4.900	740	1.940	400
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**46.858**	**53.040**	**113%**	**131%**	**61.400**	**8.360**		**4.600**
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	2.917	6.440	221%	221%	6.400			
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	10.024	8.480	85%	110%	11.000	2.520	960	2.600
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5.497	4.800	87%	120%	6.600	1.800	2.120	800
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	10.027	9.710	97%	120%	12.000	2.290	3.630	600
Foto / Optik	4.338	3.080	71%	100%	4.300	1.220	3.790	300
Uhren / Schmuck	1.594	610	38%	60%	1.000	390	8.130	50
Sonstiges	3.280	2.640	80%	100%	3.300	660	3.000	200
überwiegend langfristiger Bedarf	**37.678**	**35.760**	**95%**	**118%**	**44.600**	**8.840**		**4.550**
Summe	**225.202**	**246.620**	**110%**	**122%**	**275.300**	**28.680**		**12.450**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Wie aus der Tabelle 7 deutlich wird, sind die Entwicklungsspielräume für einen weiteren Verkaufsflächenzuwachs in den unterschiedlichen Branchen differenziert zu bewerten. Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** sind noch Entwicklungspotenziale für **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Drogerie/Parfümerie** ausgewiesen. Diese werden durch den aktuell im Bau befindlichen REWE-Supermarkt und den dm-Drogeriemarkt am Ergänzungsstandort BiTZ gebunden.

Mit 800 m² bei **PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** zeigen sich spezielle Fachhandelspotenziale sowohl für Schreibwaren aber auch insbesondere für den Buchhandel, aktuelle Angebotsstrukturen bauen vorrangig auf Mehrbranchenanbieter (Lebensmittelhandel, Nonfood-Discounter, etc.) auf. Die in der Warengruppe **Blumen / Zoo / Gartenbedarf** ausgewiesenen 700 m² Verkaufsfläche beziehen sich ausdrücklich auf einen Gartenfachmarkt, das Heimtiersortiment ist selbst mit Fachhandel (Zoo & Co. im Muldepark Bobbau, Tierparadies im BiTZ und Fressnapf am Ergänzungsstandort Anhaltstraße) bereits gut besetzt, während es einen spezialisierten Gartenfachhandel im Bestand im Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen bisher nicht gibt.

Entwicklungspotenziale für einen weiteren Fachmarkt im **mittelfristigen Bedarfsbereich** existieren bei Bekleidung/Wäsche, Baumarktsortimenten sowie Sportartikel / Fahrräder / Camping. Für **Bekleidung / Wäsche** liegt die aktuelle Bindungsquote sogar unter der saldierten Bedarfsdeckung der Stadt Bitterfeld-Wolfen, eine relevante mittelzentrale Versorgungsfunktion ist nicht zu konstatieren. Bereits die Bindungsquote von 138 % für Schuhe / Lederwaren, als vergleichbares innerstädtisches Leitsortiment, liegt 40 %-Punkte höher. Sicherlich ist insbesondere bei Bekleidung eine verstärkte Kundenorientierung auf die Oberzentren zu berücksichtigen, aktuell ist aber davon auszugehen, dass das mittelpreisige und gehobene Niveau überwiegend abfließt. Zumindest eine partielle Rückgewinnung dieser Abflüsse ist mit ergänzenden Angebotskonzepten speziell aus dem erweiterten Einzugsgebiet mit traditioneller Bindung an Bitterfeld-Wolfen zu erzielen, eine zukünftige Bindungsquote von ca. 120 % ist anzustreben. Hieraus ergibt sich bei einer durchschnittlichen Flächenleistung von 2.250 Euro/m² Verkaufsfläche ein zusätzliches Flächenpotenzial von 1.600 m² für Anbieter mit Bekleidung / Wäsche als Kernsortiment.

Nach der Schließung zweier Praktiker-Baumärkte im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen, konnte ein wesentlicher Teil der Umsätze der beiden Märkte von den weiteren bestehenden Betrieben gebunden werden. Entwicklungspotenziale sind eher ergänzend durch **DIY-relevante Fachmärkte** aufzugreifen. In Abhängigkeit der Fachmarktkonzeption ist ein Flächenpotenzial von ca. 2.500 m² Verkaufsfläche zu veranschlagen.

Potenziale bei **Sportartikel / Fahrräder / Camping** sind zunächst im Bereich Fahrrädern gegeben, die Sportartikel werden durch mehrere Sportfachgeschäfte, insbesondere dem Sporthaus Buchholz im Ortsteil Wolfen, abgedeckt. Ein bisher fehlender Fahrradfachmarkt kann jedoch zusätzliche Nachfragesegmente vor Ort erschließen.

Bis auf Haus- und Heimtextilien existieren in allen weiteren Branchen des **langfristigen Bedarfsbereichs** Entwicklungsspielräume im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen. Das aktuelle **Möbelangebot** konzentriert sich auf die beiden Mitnahmemärkte Möbel Boss im Muldepark und Möbel Mit im Zentrum-Wolfen-Nord. Entwicklungspotenziale für einen vergleichbaren Mitnahmemarkt bestehen auch in Bitterfeld, z.B. an der Anhaltstraße. Bei einer derzeit durchschnittlichen Flächenleistung von 960 Euro/m² ergibt sich eine potenzielle Verkaufsfläche von 2.600 m², diese Dimensionierung ordnet sich zugleich in die Wettbewerbsstrukturen ein.

Im Bereich **Consumer electronics** sind mit Medimax im Muldepark Bobbau und EP:Würtele in der Innenstadt zwei Fachmärkte im Stadtgebiet vorhanden. Weitere Umsätze werden in kleineren Fachgeschäften bzw. in den Rand-Sortimenten der SB-Warenhäuser generiert. Auch unter Berücksichtigung überregionaler Abflüsse (Ausstrahlung MediaMarkt / Saturn-Gruppe aus den Oberzentren) in diesen Warengruppen, ergeben sich zusätzliche Entwicklungsspielräume für einen weiteren gleichberechtigten Fachmarktstandort, mögliche Flächenpotenziale betragen bei Unterhaltungselektronik bis zu 600 m² und bei Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte ca. 800 m², zzgl. der Fotosortimente.

9.2. Ableitung der Entwicklungsperspektiven für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße

Der Ergänzungsstandort Anhaltstraße ist im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen mit einer ergänzenden Fachmarktfunktion zum A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld eingebunden. Im Sinne städtebaulicher Zielstellungen darf eine Weiterentwicklung keinesfalls zu schädlichen Verdrängungswirkungen gegenüber der Innenstadt einschließlich ihrer Entwicklungsperspektiven führen. Die spezialisierte und höherwertige Nachfrage ist den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere der Bitterfelder Innenstadt, vorzuhalten.

Ausgehend von dieser Prämisse erfolgt zunächst eine Zuordnung branchenspezifischer Entwicklungspotenziale für den Standort Anhaltstraße, welche in den nachfolgenden Abschnitten hinsichtlich ihrer wettbewerbsseitigen und städtebaulichen Wirkungen bewertet werten.

Die Zuordnung branchenspezifischer Entwicklungspotenziale baut im ersten Schritt auf die ermittelten Chancen einer zukünftigen gesamtstädtischen und regionalen Nachfragebindung auf.

In der nachstehenden Tabelle erfolgt auf Basis der Potenziale für die Gesamtstadt eine Zuordnung für den Standort Anhaltstraße nach städtebaulichen Kriterien.

Tabelle 8: Erschließung zusätzlicher Marktchancen durch den Ergänzungsstandort Anhaltstraße

	Entwicklungs-potenziale Verkaufsfläche Gesamtstadt	***Entwicklungs-potenziale Verkaufsfläche Anhaltstraße***
	m²	m²
nahversorgungsrelevante Sortimente		
Nahrungs- und Genußmittel	1.400	
Drogerie / Parfümerie	300	
zentrenrelevante Sortimente		
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	100	
Bekleidung / Wäsche	1.600	800
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	800	
GPK / Hausrat / Geschenkartikel		
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente		
Sportartikel / Fahrräder / Camping	400	400
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren		
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	600	400
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	800	550
Foto / Optik	300	200
Uhren / Schmuck	50	
nicht-zentrenrelevante Sortimente		
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	2.600	2.500
Blumen / Zoo / Gartenbedarf	700	700
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	2.600	2.500
Sonstiges	200	200
Summe	**12.450**	**8.250**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Grundsätzlich möglich ist eine Erschließung der nicht-zentrenrelevanten Nachfrage, bei zentrenrelevanten Warengruppen können jene Entwicklungen aufgegriffen werden, die in zentralen Versorgungsbereichen

räumlich oder funktional nicht umsetzbar sind. Die ausgewiesene Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten, zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgt gemäß der Bitterfeld-Wolfener Liste im Einzelhandels- und Zentrenkonzept.[19] Bei Überschneidungen in den Branchen (bspw. Blumen, Zoo, Gartenbedarf), wird die Zuordnung gemäß Relevanz für ein Fachmarktkonzept am Ergänzungsstandort Anhaltstraße vorgenommen.

Gerade bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist eine städtebaulich verträgliche Einbindung von Fachmärkten als ergänzende Versorgungsfunktion zum A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld gewährleistet. Für baumarktrelevante Sortimente und ebenso für Möbelsortimente decken die aus den Marktchancen ermittelten Flächenkapazitäten zugleich die maximale Flächenentwicklung von 2.500 m² am Standort Anhaltstraße ab. Diese Verkaufsflächendimensionierung ist für einen umfassenden Baumarkt sicherlich zu begrenzt, im Fokus stehen eher DIY-relevante Fachmärkte, wie z.B. ein Bad- und Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt, Fachmarkt für Bodenbeläge oder vergleichbare Anbieter. Ausgehend vom Möbelsortiment entspricht diese Verkaufsfläche, wie bereits dargelegt, einem vergleichbaren Mitnahmemarkt zu den bestehenden Anbietern Möbel-Boss und Möbel Mit.

Alternativ einzubinden ist als nicht-zentrenrelevanter Anbieter ein Gartenfachmarkt, die Marktchancen für eine maximale Verkaufsfläche von 700 m² zielen dabei eher auf einen regionalen Anbieter.

Entwicklungspotenziale im Bekleidungsbereich bestehen in der Bitterfelder Innenstadt zunächst bei Fachgeschäften im mittelpreisigen bis gehobenen Bereich. Perspektiven gerade in innerstädtischen Leitbranchen sind prioritär den zentralen Versorgungsbereichen vorbehalten. Zielgruppenspezifische Potenziale für einen Bekleidungsfachmarkt im Discountbereich, aufgrund der unterdurchschnittlichen Kaufkraft und ungenügenden Kaufkraftbindung aus dem erweiterten Einzugsgebiet, können jedoch als ergänzende Funktion an die Anhaltstraße gebunden werden. Ansiedlungen am Standort Anhaltstraße dürfen in diesem Sinne die verfügbaren Marktchancen nur anteilig erschließen. Die Modellrechnung „reserviert“ diesbezüglich mindestens 50 % der gesamtstädtischen Potenziale für die Zentren, insbesondere die Bitterfelder Innenstadt.

In Bitterfeld-Wolfen gibt es im Bestand keinen Fahrradfachmarkt, sondern nur einzelne Fahrradgeschäfte. Zur Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur werden diese betriebsformenspezifischen Entwicklungspotenziale, unter der folgenden Prüfung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, dem Ergänzungsstandort Anhaltstraße zugeordnet.

Im Elektronikbereich existieren mit Medimax im Muldepark Bobbau und mit EP:Würtele in der Innenstadt zwei Fachmärkte im Stadtgebiet. Der innerstädtische Fachmarkt hebt sich bereits durch das Angebotskonzept ab, dennoch sollte er weder durch einen überdimensionierten, neuen Wettbewerber dominiert noch durch eine verstärkte Nachfragebindung an der Anhaltstraße in seiner innerstädtischen Entwicklung beeinträchtigt werden. Funktionsteilung bedeutet auch in diesem zentrenrelevanten Sortimentsbereich ca. 1/3 der potenziell zusätzlichen Nachfragebindung für die Innenstadtperspektive zu „reservieren“. Somit ergibt sich eine summarische Gesamtverkaufsfläche von 1.150 m² bei einer maximalen Ausschöpfung der drei Branchenbereiche. Realistisch ist hingegen eine Gesamtverkaufsfläche von 1.000 m² Verkaufsfläche, bei einer branchenüblichen Sortimentsstruktur.

Darüber hinaus können in einem zweiten Schritt Neuansiedlungen am Standort Anhaltstraße aber auch durch Standortverlagerungen innerhalb des Einzelhandelsbesatzes der Stadt Bitterfeld-Wolfen erfolgen. Tragen derartige Standortverlagerungen zu einer Stärkung der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur bei, unter Beachtung der Priorität zentraler Versorgungsbereiche, so erfüllen diese auch die Zielvorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.[20]

Standortverlagerungen können als städtebaulich verträgliche Ansiedlungsalternative für die Anhaltstraße einbezogen werden, wenn sie nicht zu Lasten zentraler Versorgungsbereiche erfolgen und durch konkrete

[19] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, vgl. Leitziele im Abschnitt VII.2

[20] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, vgl. Leitziele im Abschnitt VI.2.1

Entwicklungen untersetzt sind. Ein allgemeiner Verweis auf potenzielle Verlagerung aus Streulagen ist nicht ausreichend. Ein konkretes Verlagerungsvorhaben leitet sich aus der bevorstehenden Schließung des bisherigen Ergänzungsstandortes Wittener Straße im OT Wolfen ab. Dieser Ergänzungsstandort gliedert sich in einen Verbrauchermarkt (Kaufland) als Magnetanbieter, ergänzt durch weitere Einzelhandelsanbieter entsprechend nachfolgender Tabelle.

Tabelle 9: Verlagerungsalternativen für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße

	aktueller Bestand Ergänzungsstandort Wittener Straße	*Verlagerung neuer Ergänzungsstandort Krondorfer Straße*	*Verlagerungs- / Entwicklungs-potenzial sonst. Stadtgebiet*
	m²	m²	m²
Kaufland-Verbrauchermarkt	**4.670**	**3.500**	
Konzessionäre / Vokassenzone	**188**	**250**	
Bäcker, Fleischer, Blumen, Mobilfunk etc.			
sonstige Anbieter	**1.485**		**1.485**
KiK	800		800
Happy Markt (Bekleidung / Textilien mit Randsortimenten)	420		420
Ernsting´s family	85		85
Meyer Schuhe	180		180
Summe	**6.343**	**3.750**	**1.485**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Der Verbrauchermarkt als Magnetanbieter plant eine Verlagerung innerhalb des Ortsteiles Wolfen an den Standort Krondorfer Straße. Dieses Verlagerungsvorhaben ist verbunden mit einer Verkaufsflächenreduzierung sowohl des Verbrauchermarktes selbst, als auch der ergänzenden Nutzungen. Am Planstandort entsteht ausschließlich ein neuer Verbrauchermarkt mit begrenzter Konzessionärsfläche / Vorkassenzone. Die übrigen Anbieter werden entweder geschlossen oder bedürfen einer Standortverlagerung. Der bisherige Ergänzungsstandort Wittener Straße wird vollständig aufgegeben, das bisherige Sondergebiet Einzelhandel wird zu einer Grünfläche zurückgebaut.[21]

Die bestehenden Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.500 m² können grundsätzlich an anderen Standorten im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen verlagert werden, aufgrund der ausschließlichen Zentrenrelevanz sind sie jedoch in die Zentren- und Standortstruktur gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept einzubinden.

Für den Textil-Discounter KiK wird eine Verlagerung zum Standort Anhaltstraße angestrebt.[22] Grundsätzlich fügt sich dieser Anbieter als discountorientiertes Fachmarktkonzept in die standortspezifischen Versorgungsfunktionen des Ergänzungsstandortes ein, wird jedoch gleichermaßen der nachfolgenden wettbewerblichen und städtebaulichen Bewertung unterzogen.

Neben den bisherigen branchen- bzw. betreiberspezifischen Ansiedlungsalternativen ist grundsätzlich auch ein Non-Food-Discounter in die Betrachtung einzubeziehen. Diese Betriebsform ist aufgrund eines sehr breiten und z.T. wechselnden Sortiments nicht durch warengruppenspezifische Bindungsquoten zu erfassen, sie ist vielmehr durch ein preisorientiertes Nachfragesegment gekennzeichnet. In der Stadt Bitterfeld-Wolfen gibt es aktuell vergleichbare Anbieter u.a. mit einem REPO-Markt im Ergänzungsstandort Röntgenstraße (OT Wolfen), dem Nonfood-Discounter TEDi am Ergänzungsstandort BiTZ (OT Bitterfeld), dem Nonfood-Discounter MäcGeiz in der Bitterfelder Innenstadt, einem Groschenmarkt in Solitärlage in der Saarstraße (OT Wolfen) und einem Happy-Markt am Ergänzungsstandort Wittener Straße (ebenfalls von Stand-

21 vgl. 4. Änderung des Flächennutzungsplans der Stadt Bitterfeld-Wolfen; Bereich Krondorfer Kreisel und Wittener Straße, Ortsteil Stadt Wolfen - Auslegungsbeschluss, 01.09.2015

22 Auskunft Auftraggeber

ortaufgabe betroffen). Sie sind mehrheitlich nicht in den Zentren eingebunden oder zumindest für die Zentrenentwicklung nicht prägend. Gerade vor dem Hintergrund der Wettbewerbsstruktur, der regional unterdurchschnittlichen Kaufkraft im Einzugsgebiet und der Aufgabe des Ergänzungsstandortes Wittener Straße sind verträgliche Entwicklungspotenziale einer vergleichbaren Betriebsform am Standort Anhaltstraße zu prüfen. Zugleich bestehen konkrete Ansiedlungsprüfungen für ein vergleichbares Kleinpreiswarenhaus am Standort Anhaltstraße.[23] Die konkreten Planungen werden in die nachfolgenden Modellrechnungen und Bewertungen eingebunden.

Aus dieser Aufstellung der Branchen- / Betreiber- und Flächenpotenziale können folgende alternative Fachmarktkonzepte abgeleitet werden, deren städtebauliche Auswirkungen in den folgenden Abschnitten untersucht werden:

- Gartenfachmarkt mit maximal 700 m² Verkaufsfläche
- Fachmarkt mit DIY-relevantem Sortiment mit maximal 2.500 m² Verkaufsfläche
- Möbelfachmarkt mit maximal 2.500 m² Verkaufsfläche
- Fahrradfachmarkt mit maximal 400 m²
- Elektronikfachmarkt mit maximal 1.000 m² Verkaufsfläche (darin Unterhaltungselektronik maximal 400 m² Verkaufsfläche)
- Fachmarkt für Bekleidung / Wäsche in der Spezifikation als Fach-Discounter mit maximal 800 m² Verkaufsfläche
- Non-Food-Discounter / Sonderpostenmarkt oder Kleinpreiswarenhaus mit maximal 1.500 m² Verkaufsfläche (davon max. 1/3 Bekleidung).

9.3. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Zentralitätssteigerung des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels und innerörtliche Wettbewerbseffekte stehen in einer unmittelbaren Wechselwirkung. Die Etablierung oder Weiterentwicklung leistungsfähiger Angebotsstandorte lässt grundsätzlich Wettbewerbseffekte gegenüber weniger profilierten und aus Kundensicht weniger attraktiven Angebotsstandorten erwarten, das Einzelhandels- und Zentrenkonzept gibt in diesem Sinne Entwicklungspräferenzen für eine hierarchisch gegliederte und städtebaulich geordnete Zentren- und Standortentwicklung vor.

Führen leistungsfähige Einzelhandelsstandorte zu einer stärkeren Nachfragebindung an das Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen, werden nicht nur die örtlichen Wettbewerbseffekte minimiert, eine zunehmende Kundenbindung bietet für die gesamten Angebotsstrukturen bessere Profilierungschancen. Im Umkehrschluss bewirkt eine zu geringe Zentralität jedoch entweder ein Verfehlen der Umsatzerwartungen im Projektvorhaben oder einen stark zunehmenden Wettbewerbsdruck gegenüber den örtlichen Angebotsstrukturen.

Nachfolgende Modellrechnung verknüpft in diesem Sinne die Erschließung zusätzlicher örtlicher und regionaler Potenziale sowie zu erwartende, innerörtliche Wettbewerbseffekte in einem „Worst-Case-Szenario“ für die oben abgeleiteten Fachmarktkonzepte.

Ausgangspunkt bildet für jedes potenzielle Fachmarktkonzept eine betriebsformenspezifische Einschätzung der Umsatzerwartung, ausgewiesen sind Flächenproduktivität und Gesamtumsatz. In Verbindung mit aktuellen Umsatzbindung am Standort Anhaltstraße kann für die jeweils betrachtete Warengruppe auch ein zukünftiger Gesamtumsatz ausgewiesen und folglich branchenspezifisch die Wettbewerbsstellung des Ergänzungsstandortes Anhaltstraße innerhalb der Zentren- und Standortstrukturen bewertet werden. In diesem Kontext geht die Modellrechnung als „Worst-Case-Szenario" von zu vernachlässigbaren Wettbewerbseffek-

[23] Auskunft Auftraggeber, Gespräche mit der Fa. Woolworth über eine potenzielle Verkaufsfläche von 1.500 m²

ten zwischen den Anbietern vor Ort (interner Wettbewerb am Standort Anhaltstraße) aus, so dass die errechneten Umverteilungseffekte gegenüber der weiteren Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen jeweils einem Maximalwert entsprechen, welcher in der Realität wahrscheinlich leicht unterschritten wird.

Wettbewerbseffekte resultieren aus einer Umorientierung bestehender Kundenströme, sie sind als Umsatzumverteilung in absoluter Größenordnung und relativ zum aktuellen Umsatzniveau der einzelnen Warengruppen dargestellt, gegliedert nach der Zentren- und Standortstruktur der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Die jeweilige Wirkung eines Fachmarktkonzeptes auf die anzustrebende Zentralitätssteigerung des Bitterfelder Einzelhandels wird in der Erschließung des örtlichen und regionalen Nachfragepotenzials sichtbar, abhängig von der Attraktivität des Gesamtstandortes und des jeweils individuellen Fachmarktkonzeptes aber auch von der zukünftigen Wettbewerbsstellung des neuen Anbieters. Die Ausweisung der Umsatzherkunft veranschaulicht dies in der Gegenüberstellung der Umsatzanteile aus innerörtlichen Umverteilungseffekten und zusätzlicher Nachfrageerschließung.

Schließlich können im Ergebnis der Modellrechnung verbleibende Entwicklungspotenziale für zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen werden, resultierend aus der Differenz gesamtstädtischer Entwicklungspotenziale (Abschnitt 9.1) und deren anteiliger Abschöpfung durch das jeweilige Fachmarktkonzept.

Tabelle 10: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für nicht-zentrenrelevante Fachmarktkonzepte

	Gartenmarkt			Fachmarkt DIY-Sortiment			Möbelfachmarkt		
Verkaufsflächendimensionierung	700 m²			2.500 m²			2.500 m²		
Flächenleistung als Fachmarktkonzept	1.200 €/m²			1.200 €/m²			960 €/m²		
Umsatzerwartung	**840 T€**			**3.000 T€**			**2.400 T€**		
aktueller Umsatz Standort Anhaltstraße	330 T€			460 T€			480 T€		
potenzieller Umsatz Standort Anhaltstraße	1.170 T€			3.460 T€			2.880 T€		
Verlagerungs- und Umverteilungseffekte in den Angebotsstrukturen der Stadt Bitterfeld-Wolfen									
			Umsatz-herkunft			Umsatz-herkunft			Umsatz-herkunft
Verlagerungseffekte									
Ergänzungsstandort Wittener Straße									
Umverteilungseffekte:									
Bestandsstrukturen A-Zentrum	430	1%	4	110			200		
B-Zentrum Wolfen-Nord	190			40			1.420	8%	114
B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße	100								
C-Zentrum Damaschkestraße									
C-Zentrum Holzweißig	150								
Ergänzungsstandort Muldepark	1.920	5%	96	5.470	4%	230	3.190	10%	319
Ergänzungsstandort Bismarckstraße	1.220	3%	37	3.210	2%	64	40		
Ergänzungsstandort BITZ	2.420	4%	97	5.660	3%	170	510	4%	20
sonstige Lagen	1.420	3%	43	3.610	1%	36	2.630	6%	145
Umsatzherkunft									
Umsatzherkunft - Erschließung örtliches und regionales Marktpotenzial			560 T€			2.500 T€			1.800 T€
Umsatzherkunft - Verlagerung von Bestandsstrukturen									
Umsatzherkunft - Umverteilung gegenüber Bestandsstrukturen			280 T€			500 T€			600 T€
Umsatzerwartung alternativer Nutzungen			**840 T€**			**3.000 T€**			**2.400 T€**
verbleibende Entwicklungspotenziale zentraler Versorgungsbereiche			**620 T€**			**1.280 T€**			**720 T€**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Der **Gartenmarkt**, der **Fachmarkt für DIY-relevante Sortimente** und der **Möbelmarkt** stehen als Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment nur in geringen Wechselwirkungen mit zentralen Versorgungsbereichen. Der Schwerpunkt der Umsatzerwartung basiert zudem auf der Erschließung zusätzlicher Marktchancen, daraus resultieren Umsatzanteile zwischen 67 % (Gartenmarkt) bis zu 83 % (Fachmarkt für DIY-relevante Sortimente). Diese Märkte würden zu einer deutlichen Zentralitätssteigerung beitragen, Umsatzanteile aus innerörtlichen Umverteilungseffekten nehmen folglich einen nachrangigen Anteil ein. Die Umsatzumverteilungen ergeben sich vorrangig mit weiteren Ergänzungsstandorten sowie Streulagen, sind folglich von geringerer städtebaulicher Relevanz. Besonders zu betrachten sind jedoch Effekte durch einen neuen Möbelmitnahmemarkt, diese konzentrieren sich stärker auf die beiden Hauptwettbewerber im B-Zentrum Wolfen-Nord sowie im Ergänzungsstandort Muldepark und können zu Umverteilungsquoten von 8 % bzw. 10 % führen. Existenzielle Gefährdungen oder eine städtebaulich relevante Beeinträchtigung des B-Zentrums Wolfen-Nord sind nicht zu erwarten. Die Wettbewerbsverflechtungen der beiden bestehenden Mitnahmemärkte untereinander sind sicherlich größer als ein potenzieller Wettbewerb mit dem Standort Anhaltstraße.

Insgesamt ordnen sich diese nicht-zentrenrelevanten Fachmärkte in die Funktionszuweisung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept ein.

Tabelle 11: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für zentrenrelevante Fachmarktkonzepte ohne Bekleidung

	Fahrradfachmarkt			Elektronikfachmarkt		
Verkaufsflächendimensionierung	400 m²			1.000 m²		
Flächenleistung als Fachmarktkonzept	1.250 €/m²			3.500 €/m²		
Umsatzerwartung	**500 T€**			**3.500 T€**		
aktueller Umsatz Standort Anhaltstraße	140 T€			1.220 T€		
potenzieller Umsatz Standort Anhaltstraße	640 T€			4.720 T€		
Verlagerungs- und Umverteilungseffekte in den Angebotsstrukturen der Stadt Bitterfeld-Wolfen						
			Umsatz-herkunft			Umsatz-herkunft
Verlagerungseffekte						
Ergänzungsstandort Wittener Straße						
Umverteilungseffekte:						
Bestandsstrukturen A-Zentrum	130	5%	7	3.790	6,5%	246
B-Zentrum Wolfen-Nord				60		
B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße				760	2%	15
C-Zentrum Damaschkestraße				20		
C-Zentrum Holzweißig						
Ergänzungsstandort Muldepark	110	5%	6	6.610	12%	793
Ergänzungsstandort Bismarckstraße	130	5%	7	850	2%	17
Ergänzungsstandort BITZ	20	5%	1	750	2%	15
sonstige Lagen	1.100	10%	110	790	2%	16
Umsatzherkunft						
Umsatzherkunft - Erschließung örtliches und regionales Marktpotenzial			370 T€			2.400 T€
Umsatzherkunft - Verlagerung von Bestandsstrukturen						
Umsatzherkunft - Umverteilung gegenüber Bestandsstrukturen			130 T€			1.100 T€
Umsatzerwartung alternativer Nutzungen			**500 T€**			**3.500 T€**
verbleibende Entwicklungspotenziale zentraler Versorgungsbereiche			**370 T€**			**2.910 T€**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Für den **Fahrradfachmarkt** und den **Elektronikfachmarkt** treten als zentrenrelevante Angebotskonzepte die Wettbewerbseffekte mit zentralen Versorgungsbereichen grundsätzlich stärker in den Vordergrund. Durch die Ausrichtung beider Anbieter auf zusätzliche Marktchancen und der aktuellen Wettbewerbssituation bleiben städtebauliche Wirkungen dennoch begrenzt.

In der Stadt Bitterfeld-Wolfen besteht bisher kein **Fahrradfachmarkt**, ein potenzieller Anbieter zielt auf bisher nicht angesprochene Nachfragesegmente. Rechnerisch kann die Umsatzerwartung des Marktes aus den bestehenden Marktchancen des Einzelhandels von Bitterfeld-Wolfen vollumfänglich abgeleitet werden, tatsächlich wird das Hinzutreten eines neuen attraktiven Anbieters aber auch zu Kundenumorientierungen führen. Letzteres wird auch durch die aktuelle Standortverteilung des bestehenden kleinteiligen Fahrradfachhandels gestützt, dieser findet sich mehrheitlich in Solitär- und Streulagen (Ausnahme: ein Anbieter in der Bitterfelder Innenstadt) und ist nicht in leistungsfähige Einzelhandelsstandorte eingebunden. Diese Anbieter an sonstigen Standorten müssen mit Umverteilungseffekten von bis zu 10% des aktuellen Umsatzniveaus rechnen, alle weiteren Wettbewerbseffekte (auch gegenüber der Bitterfelder Innenstadt) bleiben auf sehr geringem Niveau.

Mit Medimax im Muldepark Bobbau und einem EP-Fachmarkt in der Innenstadt von Bitterfeld-Wolfen sind bisher zwei Fachmärkte im Stadtgebiet ansässig, die bei einer Neuansiedlung eines **Elektronikfachmarktes** an der Anhaltstraße in einem unmittelbaren Wettbewerb stehen. Stärkere Wettbewerbseffekte sind für den Medimax im Muldepark Bobbau zu erwarten, insbesondere durch eine rückläufige Kundenbindung aus dem Ortsteil Bitterfeld. Die Modellrechnung weist eine Umverteilungsquote von bis zu 12 % aus. Demgegenüber sind Zentralitätsgewinne durch eine zukünftig bipolare Struktur mit einem Fachmarkt in der Innenstadt und einem Fachmarkt an der Anhaltstraße zu erwarten. Beide Standorte ergänzen sich im Angebotskonzept (EP-Fachmarkt mit spezialisiertem Sortiment) ohne einseitige Dominanz, führen gemeinsam zu einer höheren Eigenbindung der Nachfrage im Ortsteil und zu einer größeren branchenspezifischen Attraktivität für das regionale Einzugsgebiet. Bei einer Begrenzung eines Fachmarktes an der Anhaltstraße auf 1.000 m² verbleiben weitere Entwicklungsperspektiven (ca. 2,9 Mio. €) für den innerstädtischen Handel, um auf Wettbewerbseffekte (Umsatzumverteilung gegenüber der Innenstadt Bitterfeld ca. 246 T€ bzw. 6,5 %) reagieren zu können.

Für die Ansiedlung von **Fachmarktkonzepten mit Bekleidungssortimenten** sind verschiedene Einflussfaktoren zu beachten. Zum einen bestehen konkrete betreiberspezifische Ansiedlungsvorhaben, wobei Wettbewerbseffekte auch durch Anbieterverlagerung begrenzt werden können, zum anderen sind als innerstädtische Leitbranche differenziertere Abgrenzungen hinsichtlich Angebotskonzept / Genre erforderlich.

Für den Standort Anhaltstraße bestehen konkrete Planungen zur Einbindung eines Textil-Discounters (KiK) und eines Kleinpreiswarenhauses (Woolworth), beide Planvorhaben liegen der Modellrechnung zugrunde.

Für die Gesamtstadt Bitterfeld-Wolfen weist die Prognose einer realistischen Ziel-Kaufkraftbindung zusätzliche Marktchancen von ca. 3,6 Mio. Euro aus. Es ist in der aktuellen Angebotssituation davon auszugehen, dass vor allem preisorientierte Nachfragesegmente bereits gebunden werden, während das gehobene bis spezialisierte Angebot mehrheitlich abfließt. Die geringe Bindungsquote verdeutlicht aber zugleich, dass die regionale Ausstrahlung unabhängig vom Genre des Angebots unzureichend ist. Entwicklungsperspektiven des gehobenen und spezialisierten Angebotes, welches mit Themen wie Erlebniseinkauf verbunden ist, sind prioritär den zentralen Versorgungsbereichen vorbehalten, eine ergänzende Funktion des Standortes Anhaltstraße im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientiert eher auf preisorientierte Fachmarktkonzepte mit regionaler Kundenbindung. Die beiden zu prüfenden Angebotskonzepte sind genau dieser Funktionsteilung zuzuordnen.

Eine geplante Verlagerung des Textildiscounters KiK vom bisherigen Ergänzungsstandort Wittener Straße in Wolfen-Nord an die Anhaltstraße kann zunächst wettbewerbsneutral erfolgen. Zweifellos ist keine maßgebliche Zentralitätssteigerung durch diesen Anbieter, welcher bereits mehrere Filialen im Stadtgebiet betreibt, zu erwarten. Eine nicht auszuschließende zusätzliche Nachfrageabschöpfung (200 T€ bzw. 17 % des Planumsatzes) entsteht eher durch Partizipation an der zukünftigen Ausstrahlung des Ergänzungsstandortes Anhaltstraße. Die Verlagerung führt auch zu einer neuen Kundenorientierung auf die Standorte des Tex-

tildiscounters KiK im Stadtgebiet, aktuell bestehen Filialen in der Bitterfelder Innenstadt, im Ergänzungsstandort BiTZ, im B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße und jene zu verlagernde aus der Wittener Straße (Wolfen-Nord). Speziell die Wolfener Kundensegmente werden sich bei einer zukünftigen Standortalternative zwischen Leipziger Straße und Anhaltstraße neu formieren, im Saldo ist aber von der Verlagerung eines maßgeblichen Umsatzanteiles auszugehen (850 T€ bzw. 71 % des Planumsatzes). Gegenüber den beiden Filialen im Ortsteil Bitterfeld sind Wettbewerbseffekte nicht auszuschließen, insbesondere durch eine Umorientierung von Kunden aus angrenzenden Bitterfelder Wohnlagen oder aus dem Ortsteil Greppin. Wettbewerbseffekte gegenüber der Bitterfelder Innenstadt können dabei auch andere preisorientierte Anbieter betreffen (z.B. NKD), insgesamt bleiben die Effekte jedoch auf geringem Niveau. Der Umsatzanteil aus Umsatzumverteilung beläuft sich gemäß der Modellrechnung auf insgesamt 150 T€, davon resultieren ca. 100 T€ aus dem innerstädtischen A-Zentrum, dies entspricht 2% des innerstädtischen Umsatzes mit Bekleidung.

Tabelle 12: Modellrechnung zur Umsatzherkunft und Umsatzumverteilung für zentrenrelevante Fachmarktkonzepte mit Bekleidung

	Textil-Discounter			**Non-Food-Discounter / Sonderpostenmarkt / Kleinpreiswarenhaus** Sortimentsanteil Bekleidung (ca. 1/3 der Verkaufsfläche)			**Non-Food-Discounter / Sonderpostenmarkt / Kleinpreiswarenhaus** sonstige Sortimente (ca. 2/3 der Verkaufsfläche)		
Verkaufsflächendimensionierung	800 m²			500 m²			1.000 m²		
Flächenleistung als Fachmarktkonzept	1.500 €/m²			1.600 €/m²			1.000 €/m²		
Umsatzerwartung	**1.200 T€**			**800 T€**			**1.000 T€**		
aktueller Umsatz Standort Anhaltstraße	2.280 T€								
potenzieller Umsatz Standort Anhaltstraße	3.480 T€			800 T€			1.000 T€		
Verlagerungs- und Umverteilungseffekte in den Angebotsstrukturen der Stadt Bitterfeld-Wolfen									
			Umsatz-herkunft			Umsatz-herkunft			Umsatz-herkunft
Verlagerungseffekte									
Ergänzungsstandort Wittener Straße	1.350	63%	850						
Umverteilungseffekte:									
Bestandsstrukturen A-Zentrum	4.820	2%	100	4.820	1%	50	850	7%	60
B-Zentrum Wolfen-Nord	1.770			1.770			110	5%	10
B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße	1.180	2%	20	1.180	1%	10	90		
C-Zentrum Damaschkestraße	70			70					
C-Zentrum Holzweißig	130			130					
Ergänzungsstandort Muldepark	2.050			2.050					
Ergänzungsstandort Bismarckstraße	400			400					
Ergänzungsstandort BITZ	1.550	2%	30	1.550	1%	20	1.930	10%	190
sonstige Lagen	915			915			3.760	14%	540
Umsatzherkunft									
Umsatzherkunft - Erschließung örtliches und regionales Marktpotenzial			200 T€			720 T€			200 T€
Umsatzherkunft - Verlagerung von Bestandsstrukturen			850 T€						
Umsatzherkunft - Umverteilung gegenüber Bestandsstrukturen			150 T€			80 T€			800 T€
Umsatzerwartung alternativer Nutzungen			**1.200 T€**			**800 T€**			**1.000 T€**
verbleibende Entwicklungspotenziale zentraler Versorgungsbereiche			**2.665 T€**						**nicht ausweisbar**

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2016

Ein Kleinpreiswarenhaus ist im Angebotskonzept vergleichbar einem Nonfood-Discounter, jedoch mit höherem Bekleidungsanteil. Von diesen Betriebsformen unterscheidet sich ein Sonderpostenmarkt durch den stärkeren Wechsel im Sortiment, infolge der stärkeren Gewichtung auf Aktionsware und Sonderposten.

Gemeinsam steht für alle drei Betriebsformen die Sortimentsausrichtung auf umschlagstarke Artikel aus dem Hartwaren- und Textilbereich mit ausgeprägter Niedrigpreispolitik.

Der Modellrechnung liegen diese vergleichbaren Angebotskonzepte zugrunde, abgestimmt jedoch auf das konkrete Planvorhaben (Woolworth) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. einem Drittel für Bekleidung. Die Umsatzherkunft und die Wettbewerbseffekte werden differenziert nach dem Bekleidungssortiment und dem sonstigen Hartwarensortiment bewertet, sie sind in ihren Folgewirkungen auch sehr unterschiedlich einzuschätzen. Generell bildet ein neues Kleinpreiswarenhaus mit zusammen 1.500 m² Verkaufsfläche einen neuen Attraktivitätsschwerpunkt, ein neues Angebotskonzept mit ergänzender gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung. Vorrangig das Bekleidungssortiment lässt daraus auch eine zusätzliche Nachfrageabschöpfung erwarten, der Standort Anhaltstraße profiliert sich als discountorientierter Bekleidungsstandort. Neben dem bereits vor Ort ansässigen Takko-Markt, der geplanten Verlagerung des Discounters KiK wäre das Bekleidungssortiment von Woolworth das dritte preisorientierte Angebotskonzept vor Ort. Die Modellrechnung weist für dieses Bekleidungssortiment Umsatzanteile von 90 % aus zusätzlicher Nachfragebindung und von 10 % aus Umsatzumverteilungseffekten gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbsstandorten in der Bitterfelder Innenstadt, im B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße und im Ergänzungsstandort BiTZ aus. Betroffen sind die bereits genannten Textildiscounter, jedoch nur mit geringen Umverteilungsquoten von maximal 1 % des aktuellen Umsatzniveaus.

Wichtig zur Bewertung der Wettbewerbseffekte gegenüber zentralen Versorgungsbereichen ist die summarische Betrachtung der Wirkungen im Bekleidungssortiment durch beide Anbieter. Es zeigen sich jedoch auch bei dieser Betrachtung nur geringe Umverteilungsquoten von jeweils ca. 3 %, diese auch nur in den drei nächstgelegenen Wettbewerbsstandorten (A-Zentrum Bitterfelder Innenstadt, B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße, Ergänzungsstandort BiTZ). Für die zentralen Versorgungsbereiche verbleiben ausreichende Marktpotenziale für eine eigenständige Weiterentwicklung. Die zusätzliche Nachfrageabschöpfung durch Anbieter an der Anhaltstraße beschränkt sich auf 920 T€, verbleibende Entwicklungsperspektiven für die zentralen Versorgungsbereiche sind demgegenüber mit 2,7 Mio. € zu veranschlagen. Die gehobenen bis spezialisierten Nachfragesegmente werden durch den Standort Anhaltstraße in dieser Anbieterkonstellation nicht berührt.

Anders sind die Wettbewerbseffekte des Kleinpreiswarenhauses für die sonstigen Hartwarensortimente zu bewerten. Als neues Angebotskonzept und der insgesamt steigenden Standortattraktivität ist sicherlich auch in diesen Sortimentsbereichen mit einer zusätzlichen Nachfrageabschöpfung zu rechnen. Vergleichbare Angebotskonzepte in diesen Hartwarensortimenten bieten aber bereits mehrere Nonfood-Discounter im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen, mit denen das neue Kleinpreiswarenhaus in direkte Wettbewerbsbeziehungen eintritt. Die Modellrechnung unterscheidet zwischen einem maximalen Umsatzanteil von 200 T€ (20 %) aus zusätzlicher Nachfrageabschöpfung und 800 T€ (80 %) aus innerörtlichen Wettbewerbseffekten. Überdurchschnittlich betroffen sind sicherlich Anbieter wie der Sonderpostenmarkt REPO und der Groschenmarkt (enthalten in der Kategorie sonstige Standorte), infolge ihrer jeweiligen Solitärlage im südlichen Stadtgebiet von Wolfen mit geringer Entfernung zur Anhaltstraße. Betroffen sind sicherlich auch vergleichbare Nonfood-Discounter wie Mäc Geiz in der Bitterfelder Innenstadt oder TEDi im Ergänzungsstandort BiTZ, diese jedoch bereits mit geringeren Umverteilungsquoten. Insgesamt ist mit den Wettbewerbseffekten gegenüber Nonfood-Discountern keine städtebauliche Relevanz verbunden.

9.4. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe 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 wohnungsnahe Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17. Dezember 2009 (BVerwG 4 C 2.08)[24] 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.

Die BBE Handelsberatung vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass der Ergänzungsstandort Anhaltstraße mit den ermittelten Fachmärkten in städtebaulich geordnete Bahnen gelenkt werden kann, die sogar zu einer Verbesserung der räumlichen Angebotsstrukturen für das Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen beitragen. Hierfür sprechen folgende Argumente:

- Der Standort wurde im Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Ergänzungsstandort eingeordnet. Mit den genannten Fachmärkten kann der Standort stärker die Ergänzungsfunktion im Fachmarktbereich zum innerstädtischen A-Zentrum wahrnehmen.
- Die Stadt Bitterfeld-Wolfen ist durch eine wechselseitige Standortstruktur geprägt. Die Ergänzungsstandorte tragen gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen maßgeblich zur mittelzentralen Kaufkraftbindung bei. Bestehende Entwicklungspotenziale des Mittelzentrums (siehe Tabellen 7 und 8) werden diesem Wechselspiel zugeordnet, ausgewiesene Nachfragesegmente im Fachmarktbereich können maßgeblich vom Ergänzungsstandort Anhaltstraße gebunden werden.
- Die Verkaufsfläche am Ergänzungsstandort Anhaltstraße soll sich hierbei nicht erhöhen. Vielmehr ist vorgesehen, bestehende Leerstände mit Entwicklungspotenzialen der Gesamtstadt zumindest im Fachmarktbereich in der Anhaltstraße wiederzubeleben.
- Die ermittelten Fachmärkte berücksichtigen hierbei die ergänzenden Versorgungsfunktionen des Standorts zur Innenstadt. Als Sicherheitspuffer wurden hierbei im Sinne eines „Worst-Case-Szenarios“ Entwicklungspotenziale der Innenstadt für Bekleidungsgeschäfte und Elektrogeschäfte vorgehalten.
- Entwicklungspotenziale im Fachmarktbereich in der Bitterfelder Innenstadt sind nach der Nicht-Realisierung der Goitzsche-Arkaden stark begrenzt. Die Modellrechnung berücksichtigt dennoch zukünftige Entwicklungsperspektiven des zentralen Versorgungsbereichs.
- Aus den ermittelten Umsatzumverteilungen auf bestehende Strukturen können hierbei keine existenziellen Wirkungen abgeleitet werden.

[24] 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.

- Es ist somit festzuhalten, dass mit dem Bebauungsplanänderungsverfahren die Chance besteht, die Vorgaben aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept planungsrechtlich am Standort abzusichern. Auf die Kompatibilität der potenziellen Fachmärkte mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird in Abschnitt 9.6 näher eingegangen.

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

Grundsätzlich ist in der Stadt Bitterfeld-Wolfen als Mittelzentrum die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zulässig. Bei einer Nutzung der bestehenden Verkaufsflächen wird auch weiterhin dem Verflechtungsbereich von Bitterfeld-Wolfen entsprochen.[25]

Die Regelungen des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010 zielen dabei explizit auf den Schutz zentraler Versorgungsbereiche. Vor dem Hintergrund der bestehenden Entwicklungspotenziale der Stadt Bitterfeld-Wolfen und der Berücksichtigung der Entwicklungsperspektiven der Innenstadt Bitterfelds können keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche festgestellt werden. Der Standort wird mit den Nutzungen auch weiterhin ergänzende Fachmarktfunktionen zum A-Zentrum Innenstadt erfüllen.

Der Ergänzungsstandort nimmt eine zentrale Lage im Bitterfeld-Wolfener Stadtgebiet ein und weist auch Kennzeichen eines teilintegrierten Standorts auf. So befindet er sich in einem unmittelbaren baulichen Siedlungszusammenhang mit dem Ortsteil Bitterfeld und es existiert eine Bushaltestelle in fußläufiger Erreichbarkeit.

Innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 ist der Ergänzungsstandort Anhaltstraße Teil der städtebaulich anzustrebenden Zentren- und Standortstruktur mit einer definierten, ergänzenden Funktionszuweisung. Diese angestrebten Funktionen werden durch die geprüften, alternativen Fachmarktnutzungen untersetzt.

In Ziel 50 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010 wird deutlich gemacht, dass Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten nicht zu Lasten von zentralen Versorgungsbereichen vorgenommen werden sollen.[26] Die vorliegende Auswirkungsanalyse verdeutlicht, dass zentrale Versorgungsbereiche weder im Bestand noch in den Entwicklungsperspektiven beeinträchtigt werden, eine verbrauchernahe Versorgung wird durch die geprüften Fachmarktkonzepte nicht berührt.

Bei der Nutzung der bestehenden Immobilien ohne Erweiterung der Verkaufsflächen, würden durch die Lage an einer Ausfallstraße keine unverträglichen Verkehrsbelastungen entstehen, damit entspricht der Standort dem Ziel 48.[27]

Insgesamt ist von einer Kompatibilität mit den landesplanerischen Zielsetzungen auszugehen.

[25] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Ziel 47

[26] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Ziel 50

[27] vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Ziel 48

9.6. Einbindung des Vorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Auf die Funktionszuweisung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße wurde bereits mehrfach verwiesen. Er übernimmt gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktionen und ist somit wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Die wechselseitige Standortentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und der Ergänzungsstandorte wird in Handlungsschwerpunkt 3 im Einzelhandels- und Zentrenkonzept verdeutlicht:

„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.“[28]

Zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße Nachfragesegmente gebunden werden, welche nicht in den zentralen Versorgungsbereichen umsetzbar sind:

„Auch zukünftig soll sich der Standort auf Nachfragesegmente konzentrieren, die von den zentralen Versorgungsbereichen nicht übernommen werden können, hierzu zählen Nachfragesegmente des autoorientierten Wochenbedarfs, gebunden durch das SB-Warenhaus, sowie Segmente der fachmarktorientierten Nachfrage. Ansiedlungen von Fachgeschäften, …, sind auf Grundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vorrangig in das A-Zentrum zu lenken.“[29]

Weiterhin wird die Empfehlung ausgesprochen, die Gesamtverkaufsfläche nicht zu erweitern und Nutzungsänderung in Abstimmung der Perspektiven des A-Zentrums zu bewerten:

„Die dominante Wettbewerbsstellung innerhalb der Einzelhandelsstrukturen führt jedoch zu der Empfehlung, die Gesamt-Verkaufsfläche nicht zu erweitern, zukünftige Entwicklungen sind nur in Abstimmung mit den Perspektiven des A-Zentrums möglich. Restriktionen betreffen insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente. […] Planungsrechtliche Festsetzungen sollten einerseits die aktuelle Fachmarktstruktur absichern, andererseits kleinteilige Fachgeschäftsstrukturen ausschließen. Zusätzliche Entwicklungspotenziale sind im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich denkbar.“[30]

Unter Berücksichtigung der wechselseitigen Entwicklungsperspektiven der Innenstadt und des Ergänzungsstandorts Anhaltstraße konnten Fachmärkte differenziert nach Branchen und maximalen Verkaufsflächenangaben ermittelt werden, welche mit den Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts kompatibel sind und nach gutachterlicher Empfehlung gemäß Handlungsschwerpunkt 7 im Bebauungsplanänderungsverfahren planungsrechtlich abgesichert werden sollten:

„In bestehenden Ergänzungsstandorten des Einzelhandels werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen eingehalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.“[31]

[28] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 112

[29] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 88

[30] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 88

[31] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 115

10. Fazit: Planungsrechtliche Empfehlung

Zur planungsrechtlichen Absicherung des Vorhabens wird eine betriebstypenbezogene verträgliche Handelsentwicklung mit festgesetzter Verkaufsflächenobergrenze empfohlen.

Das Sondergebiet 1 mit dem SB-Warenhaus kann als einheitliches Fachmarktzentrum aufgefasst werden mit einer zulässigen Gesamtverkaufsfläche[32], die den aktuellen Bestand umfasst und durch die abschließenden Flächenplanungen zu konkretisieren ist. Diese Gesamtverkaufsfläche wird im Bebauungsplan festgesetzt, innerhalb derer sind die geprüften, alternativen Fachmarktkonzepte zulässig. Zentrenrelevante Fachmarktkonzepte sind einzeln zu benennen mit Branche, Betriebstyp und maximaler Verkaufsfläche.

Das Sondergebiet 2 umfasst den benachbarten Fachmarktkomplex, mit den getrennten Baukörpern kann keine vorhabenbezogene Gesamtverkaufsfläche definiert werden, eine gebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenze ist unzulässig.[33] In diesem Sondergebiet können die einzelnen Fachmärkte aus dem Bestand planungsrechtlich festgesetzt werden, weitere Entwicklungsperspektiven wurden im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse nicht geprüft.

Nachfolgende Tabelle strukturiert die möglichen Festsetzungen für beide Sondergebiete, das Sondergebiet 1 spiegelt zugleich die untersuchten Entwicklungsperspektiven wider. Diese sehen aber ausschließlich die Nutzung des bestehenden Gebäudekomplexes und somit keine räumlichen Erweiterungen vor. Einzeln aufzuführen sind alle zulässigen Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß der Bitterfeld-Wolfener Liste.

Tabelle 13: Verträgliche Handelsentwicklungen am Ergänzungsstandort Anhaltstraße

Anbieter	maximale Verkaufsfläche
Sondergebiet 1 (mit SB-Warenhaus):	
SB-Warenhaus	6.300 m²
einschließlich Konzessionäre in der Vorkassenzone	
alternative Fachmarktkonzepte:	
ein Fahrradfachmarkt	400 m²
ein Elektronikfachmarkt	1.000 m²
ein Fachmarkt für Bekleidung in der Spezifikation als Fach-Discounter	800 m²
ein Kleinpreiswarenhaus / Sonderpostenmarkt / Nonfood-Discounter	1.500 m²
Sondergebiet 2 (Fachmarktkomplex):	
ein Fachmarkt für Bekleidung in der Spezifikation als Fach-Discounter	500 m²
ein Fachmarkt für Schuhe	1.000 m²
ein Fachmarkt für Haus- und Heimtextilien	700 m²
ein Fachmarkt für Haus- und Heimtextilien	1.600 m²
ein Fachmarkt für Tiernahrung	550 m²

Empfehlung BBE Handelsberatung, Februar 2016

Die zentrenrelevanten Fachmärkte sind neben Branche und maximaler Verkaufsfläche auch durch den Betriebstyp Fachmarkt gekennzeichnet. Für Bekleidungsfachmärkte und Kleinpreiswarenhaus / Sonderpos-

[32] maximale Gesamtverkaufsfläche von 12.440 m² im Sondergebiet 1 gemäß städtebaulichem Vertrag zwischen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, der PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG als Eigentümer und real,- SB-Warenhaus GmbH als Vorhabenträger vom Juni / Juli 2014

[33] vgl. Urteil BVerwG 4 CN 3.07 vom 3. April 2008, Leitsatz: Die durch Bebauungsplan erfolgte Festsetzung einer baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsflächenobergrenze zur Steuerung des Einzelhandels in einem Sondergebiet ist mangels Rechtsgrundlage unzulässig.

tenmarkt / Nonfood-Discounter beziehen sich die Festsetzungen ausdrücklich auf diese discountorientierten Betriebsformen. Folglich sind diese Betriebsformen in der Begründung zu den Festsetzungen zu definieren, folgende bundesweit übliche Begriffssystematik wird empfohlen:

(Quelle: Definitionen zur Einzelhandelsanalyse - Definitionen für die Beurteilung von Einzelhandelsimmobilien und Geschäftslagen sowie für die Erstellung von Einzelhandelsanalysen, Auswirkungsgutachten und kommunalen Einzelhandelskonzepten, herausgegeben von der gif Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V., April 2014)

- Unter einem **Discounter**, Diskonter oder Diskontgeschäft versteht man eine Einzelhandelsbetriebsform, bei der ein auf hohen Lagerumschlag ausgerichtetes enges Warenangebot des Massenbedarfs preisaggressiv bei vergleichsweise geringer Personalintensität angeboten wird. Auf Dienstleistungen wird in der Regel verzichtet. Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und platzsparende Präsentation der Waren sind weitere Merkmale. Discounter bevorzugen eine Dauerniedrigpreispolitik. Fachdiscounter beschränken ihr Sortiment auf einzelne Branchen (z.B. Textilien).
- Ein **Non-Food-Discounter** ist ein Selbstbedienungsfachgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel aus dem Hartwaren- und / oder Textilbereich konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.
- Beim **Kleinpreiswarenhaus** oder Kleinpreisgeschäft handelt es sich um eine Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem auf niedrige, „kleine“ Preise besonderer Wert gelegt wird und dessen Sortiment sich aus Erzeugnissen zahlreicher Branchen zusammensetzt.
- Ein **Sonderpostenmarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft, in dem zu niedrigen Preisen Artikel (Restposten) als Sonderposten angeboten werden. Da solche Sonderposten nur bis zum jeweiligen Ausverkauf im Sortiment geführt werden können, wechselt das Sortiment relativ häufig. Ein Restposten- oder Sonderposten-Fachmarkt ist damit ein discountorientierter Fachmarkt, der nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet.

Alternativ zu den zentrenrelevanten Fachmärkten können Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sein, sie stellen keine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Grundversorgung dar und bedürfen innerhalb bestehenden Baustrukturen keiner Festlegung einer zulässigen Verkaufsfläche. Wichtig ist jedoch die Steuerung der zentrenrelevanten Randsortimente, die sich den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes unterordnen muss. Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind alternativ zu den oben genannten zentrenrelevanten Fachmärkten zulässig, sofern sie die Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (vgl. Handlungsschwerpunkt 6) einhalten.[34]

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse wurden jedoch die branchenspezifischen Entwicklungspotenziale untersucht. Hierbei konnten drei Fachmärkte abgeleitet werden, welche den Standort Anhaltstraße aufwerten könnten:

- Gartenfachmarkt mit maximal 700 m² Verkaufsfläche
- Baumarkt mit maximal 2.500 m² Verkaufsfläche
- Möbelfachmarkt mit 2.500 m² Verkaufsfläche

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass diese planungsrechtlichen Empfehlungen den Bestand und die Entwicklungsperspektiven unter Beachtung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere der Innenstadt Bitterfeld, berücksichtigen. Die Ergänzungsfunktion zur Innenstadt Bitterfeld wird damit gestärkt und die Möglichkeit eröffnet, die bisher aus dem Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen

[34] Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, Abschnitt VIII, Handlungsschwerpunkt 6, S. 114

in die umliegenden Städte abfließende Kaufkraft zu binden. Schädliche Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bitterfeld-Wolfen sowie auf die verbrauchernahe Versorgung können dabei durch die ergänzende Fachmarktstruktur nicht festgestellt werden. Damit ist das Vorhaben im Sinne einer Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur auch mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen kompatibel.

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

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dr. Ulrich Kollatz

i. V. Richard Engel

Leipzig, 23. Februar 2016

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 Fachmarktagglomeration