



Auswirkungsanalyse in Vorbereitung des Bebauungsplanverfahrens „Einzel- handel am Krondorfer Kreisel“ in Bit- terfeld-Wolfen, Stadtteil Wolfen

Auftraggeber: GPM Gewerbeprojektmanagement e. K.

Projektleitung: Dr. Stefan Holl

Dresden, am 19.06.2020 / Teilaktualisierung 05.03.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 2167273
Telefax: 0351 / 8023895
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Projektverlauf und Planung	4
2. Darlegung des Rechtsrahmens	5
2.1. Bauleitplanung	5
2.2. Landesplanung und Regionalplan Anhalt-Bitterfeld-Wolfen	6
2.2.1 Landesplanung Sachsen-Anhalt	6
2.2.2 Regionaler Entwicklungsplan Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg	7
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.1. Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.2. Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	9
4. Daten zur Planung	11
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	14
1. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen	14
2. Einzelhandelsstrukturen in Bitterfeld-Wolfen	16
3. Mikrostandort Krondorfer Straße	18
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	24
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	24
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	29
IV. Projektrelevante Angebotssituation	30
1. Angebotssituation im Einzugsgebiet	30
2. Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebiets	34
3. Bewertung der bestehenden Großen Supermärkte und SB-Warenhäuser	35
V. Beurteilung möglicher Auswirkungen	38
1. Umsatzprognose mit dem Marktanteilsmodell	38
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen für den Großen Supermarkt	39
3. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen	40
VI. Kompatibilität mit den Zielen der Landesplanung	42

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Projektverlauf und Planung

Im Juli 2017 erteilte die GPM Gewerbeprojektmanagement e. K. der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“ in Bitterfeld-Wolfen, Stadtteil Wolfen.

- /// Die Ausgangslage stellt sich wie folgt dar: Mit dem ursprünglichen Bebauungsplan „Verbrauchermarkt Krondorfer Straße“ sollten die planungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung eines **Vollsortimenters** mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.500 m² geschaffen werden.¹ Das Bebauungsplanverfahren wurde jedoch zunächst nicht fortgeführt, so dass lediglich eine Entwurfsfassung vom Januar 2016 bestand.²
- /// In einem zweiten Schritt sollten 2017 die wesentlichen Festsetzungen im **Bebauungsplanverfahren „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“ (BP 08-2017wo)** konkretisiert werden.³ 2017 war vorgesehen, das **E-Center** vom Standort Muldepark in Bobbau an den Planstandort am Krondorfer Kreisel zu **verlagern**.⁴ Edeka hat Mitte 2018 seine Umzugsabsichten revidiert.
- /// Aktuell wird vom Vorhabenträger die Umsetzung des Kauflandes in Wolfen auf dem Standort mit rd. 4.200 m² (inkl. Mall und Konzessionärsfläche) verfolgt.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage war die im November / Dezember 2018 aktualisierte Auswirkungsanalyse zu ergänzen und folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Beschreibung des Makrostandortes Bitterfeld-Wolfen unter besonderer Berücksichtigung der Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2017
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Krondorfer Straße“
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale

¹ Vgl. hierzu Billigung des Bebauungsplanentwurfs Nr. 05/2015wo „Verbrauchermarkt Krondorfer Straße“ im beschleunigten Verfahren nach § 13a BauGB durch Stadtrat Bitterfeld-Wolfen am 16.03.2016.

² Diese sah die Festsetzung eines sonstigen Sondergebietes mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandel“ vor. Demnach waren im Plangebiet großflächige Einzelhandelsbetriebe (Vollsortimenter) mit einer Verkaufsfläche > 800 m² bis max. 3.500 m² zzgl. einer Vorkassenzone mit Konzessionärsflächen bis max. 250 m² sowie zugehörig Stellplätze und Nebenanlagen bzw. Garagenanlagen zulässig.

³ Die Verkaufsfläche für den Vollsortimenter sollte max. 3.500 m² betragen.

⁴ Hierfür hat die GMA Ende 2017 eine Auswirkungsanalyse erstellt. In dieser wurde der mögliche Umzug der Fa. Edeka an den Planstandort Krondorfer Kreisel unterstellt.

- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Bitterfeld-Wolfen und Darstellung der Wettbewerbssituation
- /// Darstellung und Bewertung wettbewerblicher, städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen der Planung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Mai 2020 eine erneute Begehung des Standortes, der zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere auch der Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser, vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) und der Stadt Bitterfeld-Wolfen sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Darlegung des Rechtsrahmens

2.1. Bauleitplanung

Das Vorhaben ist sondergebietspflichtig, demnach ist für die Beurteilung der Zulässigkeit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:⁵

- „1. Einzelhandelszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der 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 insbesondere schädliche Umwelt-einwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

⁵ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird)?⁶
2. Sind die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen zu erwarten (was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist; Regelvermutung)?⁷

2.2. Landesplanung und Regionalplan Anhalt-Bitterfeld-Wolfen

2.2.1 Landesplanung Sachsen-Anhalt

Mit Bezug auf die Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten führt der Landesentwicklungsplan (LEP) Sachsen-Anhalt 2010 im Kapitel 2.3 „Großflächiger Einzelhandel“ u. a. aus:

- Z 46** „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einzelhandelszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. [...]“
- Z 47** Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.
- Z 48** Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
 2. sind städtebaulich zu integrieren,
 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.
- Z 49** Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einzelhandelszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.
- Z 50** Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einzelhandelszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten

⁶ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

⁷ Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.

- Z 52** Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ist neben den Ober- und Mittelzentren auch in Grundzentren unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches zulässig. Ausschließlich der Grundversorgung dienen großflächige Einzelhandelsbetriebe, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst. Voraussetzung ist die Anpassung des grundzentralen Systems durch die Regionalen Planungsgemeinschaften an die Kriterien im Landesentwicklungsplan.“

Die Festlegung der zentralörtlichen Funktion von Bitterfeld-Wolfen erfolgt in Ziel 37 LEP 2010.

2.2.2 Regionaler Entwicklungsplan Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg

Der **Regionale Entwicklungsplan Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg** aus dem Jahr 2005 gibt die Ziele des LEP Sachsen-Anhalt 2010 im Wesentlichen ebenfalls wieder. Im **sachlichen Teilplan „Daseinsvorsorge“ vom 26.07.2014** werden⁸

„die Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Siedlungsstruktur [...] und zum Öffentlichen Personennahverkehr [...]“ konkretisiert. Dabei ist „Um gleichwertige Lebensverhältnisse in allen Teilräumen des Landes zu erreichen, [...] die Daseinsvorsorge unter Beachtung des demografischen Wandels generationenübergreifend langfristig sicherzustellen. Es sind insbesondere die Voraussetzungen dafür zu schaffen, einer immer älter werdenden Bevölkerung gesellschaftliche Teilhabe zu gewährleisten. Eine in Umfang und Qualität angemessene Versorgung mit Infrastrukturangeboten und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge ist [...] insbesondere in den Zentralen Orten zu sichern und zu entwickeln.“ Darüber hinaus kann „in dünn besiedelten Räumen [...] von den Kriterien abgewichen werden, wenn Erreichbarkeit und Tragfähigkeit nicht in Übereinstimmung zu bringen sind. Dieses ist im Einzelfall zu begründen, wobei der Erreichbarkeit das höhere Gewicht beizumessen ist, um gleichwertige Lebensbedingungen auch im ländlichen Raum mit geringer Siedlungs- und Einwohnerdichte sicherstellen zu können.“⁹

Im sachlichen Teilplan „Daseinsvorsorge – Ausweisung der Grundzentren in der Planungsregion Anhalt – Bitterfeld - Wittenberg“ ist die räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes des Mittelzentrums Bitterfeld- Wolfen festgelegt.

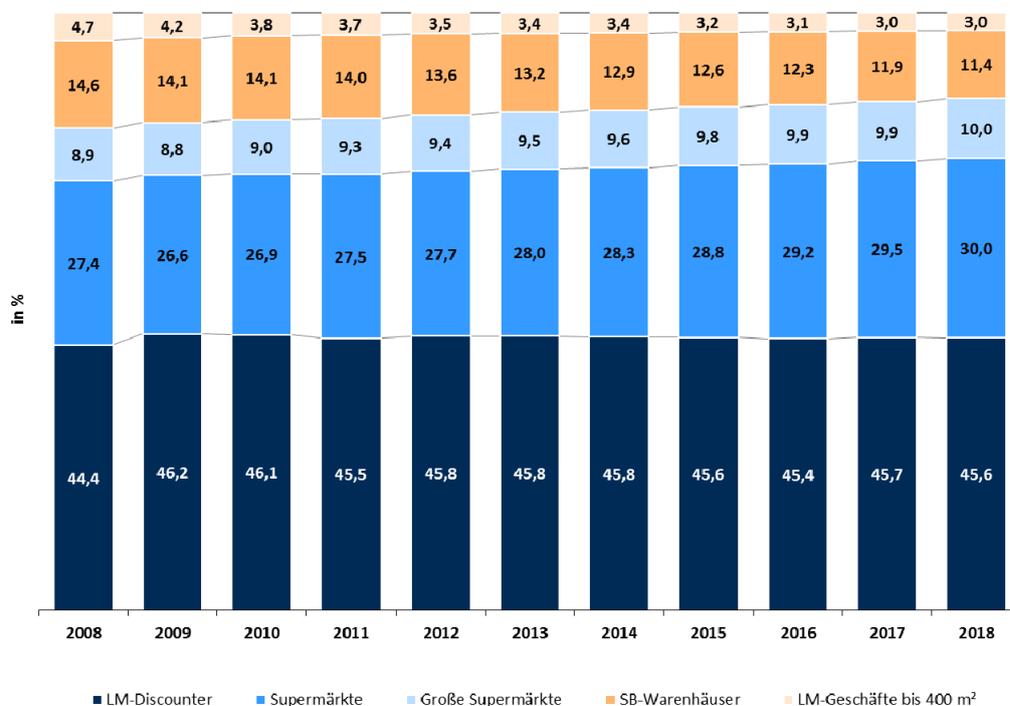
⁸ Mit dem Inkrafttreten des Regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg mit den Planinhalten „Raumstruktur, Standortpotenziale, technische Infrastruktur und Freiraumstruktur“(REP A-B-W) wurde der Regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg vom 07. Oktober 2005 im Zuständigkeitsbereich der Regionalen Planungsgemeinschaft Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg aufgehoben.

⁹ Quellen: sachlicher Teilplan „Daseinsvorsorge – Ausweisung der Grundzentren in der Planungsregion Anhalt – Bitterfeld – Wolfen“ vom 27.06.2014;Seiten 3 und 4.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter, Supermärkte und Große Supermärkte seit 2006 ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäft rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 - 2018



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2020

Gerade die aktuelle Corona-Krise verdeutlicht, wie wichtig ein für Kunden gut erreichbares Grundversorgungsangebot vor Ort ist.

3.1. Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:¹⁰

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment¹¹ anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II¹² führt.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Verbrauchermärkte bzw. Große Supermärkte die Zielgruppenansprache in erster Linie über ihre Sortimentskompetenz vornehmen und über ein breites und tiefes Sortiment verfügen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von knapp 3.500 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen zwischen 2.500 und 3.500 m² angestrebt werden. **Aufgrund der verwendeten Definition des EHI wird im Folgenden der Begriff „Großer Supermarkt“ übernommen.**

3.2. Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

¹⁰ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 317.

¹¹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹² Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 780 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.027 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer niedrigeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfoodbereichs ausdrückt (max. 15 %).

Weiterhin bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinzelhandel hin zu stärker erlebnisorientiertem Einzelhandel. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.).

Bei der Frage nach dem Sortiment des geplanten Großen Supermarktes ist zunächst das Warenangebot genauer zu beschreiben. Hierbei sind grundsätzlich folgende Sortimente zu unterscheiden:

- /// Food
- /// Nonfood I
- /// Nonfood II

Das Kernsortiment des geplanten Großen Supermarktes (Food) ist zweifellos als Warenangebot des täglichen Bedarfs bzw. als nahversorgungsrelevantes Sortiment einzustufen.

Hinsichtlich der geplanten Nonfoodflächen ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei Nonfood I¹³ (Synonym: Nearfood) ebenfalls um nahversorgungsrelevante Sortimente des täglichen Bedarfs handelt, die in allen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels (und damit auch im geplanten Lebensmittelmarkt) zum Kernsortiment gehören. Daher ordnet der Lebensmitteleinzelhandel diese Sortimente i. d. R. dem Food-Bereich zu.

¹³ Lt. EHI (handelsdaten aktuell 2014, S. 319) handelt es sich bei Nonfood I um Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Im Bericht der Arbeitsgruppe `Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO`¹⁴ wird darauf hingewiesen, dass das Warenangebot des Lebensmitteleinzelhandels zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung gehört, soweit es sich um Produkte des täglichen Bedarfs handelt.¹⁵ Aus dem Bericht geht in diesem Zusammenhang hervor, dass die sog. Nonfood I-Sortimente zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung gehören. Drogerieartikel gehören demnach nicht zum Nonfood-Bereich, sondern zum sog. Trockensortiment¹⁶. Hieraus kann geschlossen werden, dass unter Nonfood i. e. S. **ausschließlich** sog. Nonfood II-Sortimente zu subsumieren sind. **Dem entsprechend wird in vorliegender Analyse unter Nonfood das Nonfood II-Sortiment verstanden.**

4. Daten zur Planung

Fa. GPM ist mit der Fa. Kaufland über eine Umsetzung des Bestandsmarktes aus der Wittener Straße an den Standort Krondorfer Kreisel¹⁷ einig. Demzufolge wird im Rahmen vorliegender Studie eine Schließung des Kaufland-Standortes Wittener Straße bei einer Neueröffnung mit ca. 4.200 m² Verkaufsfläche (inkl. Mall und Konzessionärsfläche¹⁸) untersucht. Nach der Betriebstypennomenklatur des EHI handelt es sich um einen „Großen Supermarkt“.¹⁹ Im Bebauungsplan soll weiter geregelt werden, dass im räumlich eng abgegrenzten Plangebiet bis zu zwei Betriebe mit jeweils 1.500 m² Mindestverkaufsfläche zulässig sind. Aufgrund des Flächenfensters ist aus gutachterlicher Sicht ausgeschlossen, dass mehrere Betriebe mit jeweils 4.200 m² / 3.500 m² zulässig sind und angesiedelt werden können. Eine Ansiedlung von zwei Märkten wäre schon wirtschaftlich am Markt nicht darstellbar, auf den entstehenden Wettbewerbsdruck sei der Vollständigkeit halber hingewiesen.

Im Folgenden wird unterstellt, dass die Vorkassenzone rund 300 m² VK umfasst²⁰.

¹⁴ In seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) schließt sich das Bundesverwaltungsgericht den Ergebnissen des Berichtes an.

¹⁵ Vgl. Bericht der Arbeitsgruppe `Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO, S. 27.

¹⁶ Vgl. ebenda, S. 12.

¹⁷ Bereits in der Analyse 2017 hat die GMA auf die strukturellen Defizite dieses Marktes hingewiesen. Ob sich die Fa. Kaufland für einen Umzug entscheidet, stand zum Zeitpunkt der Fertigstellung des Berichtes noch nicht fest.

¹⁸ In der Summe wird es durch die Schließung von Kaufland in Wolfen zu einer Verkaufsflächenreduzierung in Bitterfeld-Wolfen kommen. Da es sich beim Bestandsort um ein Eigentumsobjekt handelt, ist eine Handelsnutzung auszuschließen.

¹⁹ Da für den B-Plan nunmehr der Begriff „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“ benutzt wird, ist eine Diskussion, ob es sich hier um ein (SB-)Warenhaus oder reinen Verbrauchermarkt handelt, nicht zielführend. Aus fachlicher Sicht handelt es sich nach beim Begriff „Verbrauchermarkt“ um eine Betriebsbezeichnung, die mit der Novellierung 1968 in die BauNVO als Betriebstyp, der auf einer großen Verkaufsfläche Verbraucher überwiegend mit Lebensmitteln versorgt, aufgenommen wurde. Bereits die folgende BauNVO (1977) verwendet den Begriff nicht weiter und spricht von „sonstigen großflächigen Einzelhandelsbetrieben“ mit Hinblick auf Verkauf an „letzte Verbraucher“.

²⁰ Eine endgültige Festsetzung der Konzessionärsangebote ist erst zu einem sehr späten Zeitpunkt der Planung vorgesehen.

Bei dem geplanten Großen Supermarkt kann auf Basis von **Durchschnittswerten** von der folgenden **Verkaufsflächenaufteilung** ausgegangen werden:

/// Food	90 %
/// Nonfood	10 %. ²¹

Die genauen Umsätze schwanken je nach Betreiber, dennoch sind alle am Markt operierenden Anbieter in Deutschland beim Betriebstyp Großer Supermarkt zunehmend auf Lebensmittel und Nonfood-I-Sortimente orientiert. Der Anteil der Nonfood II-Sortimente (klassische Randsortimente / Aktionswaren) am Umsatz und an der Fläche stagniert hingegen oder ist je nach Betreiber langjährig rückläufig.²² In vergleichbaren Objekten werden folgende Warengruppen mit folgender maximalen Verkaufsflächen angeboten²³

/// Drogeriewaren (Körperpflege, Papierhygiene, Reinigungs- und Pflegemittel, Haarpflege, Mundpflege)	≤ 150 m ²
/// Waschmittel, Putzmittel, -zubehör	≤ 50 m ²
/// OTC-Sortiment, Gesundheits- und Fitnessprodukte	≤ 50 m ²
/// Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	≤ 50 m ²
/// Tiernahrung, -hygiene	≤ 50 m ²
/// Bücher, Papier, Schreibwaren	≤ 50 m ²
/// Haushaltsartikel, Glas- / Porzellan / Keramik	≤ 50 m ²
/// Textil, Schuhe, Sportartikel	≤ 100 m ²
/// Elektro, Medien, Foto, Beleuchtung	≤ 50 m ²
/// Autozubehör, Fahrradzubehör, Bau- und Heimwerker	≤ 50 m ²
/// Sonstige Sortimente	≤ 50 m ² .

Die genannten Verkaufsflächen sind als „Obergrenze“ zu verstehen. Mit Annahme des Drogerie-sortiments, das im Wesentlichen als Nearfood mit betrachtet werden kann, sind auch die Wirkungen der „sonstigen Sortimente“ selbst im Fall einer Neuansiedlung empirisch nicht mehr nachweisbar.

Bei „Übersiedlung“ von Kaufland erfolgt eine „Übernahme“ der „Altverkaufsflächen“ und „Alt-Umsätze“ auch an den neuen Standort; diese Umsätze werden nicht „neu“ wirksam, sondern sind am Markt „abgearbeitet“. Außerhalb des Kassenbereichs und des Großen Supermarkt sind nach unserem Kenntnisstand keine weiteren Verkaufsflächen geplant. Für die Randsortimente ist nach dem Entwurf des Bebauungsplans vom November 2020 weiter ausgeführt.²⁴

²¹ **Nur Nonfood II.** Gem. EHI „Bandbreite der Verkaufsfläche der Großen Supermärkte im Nonfood II (2011)“ liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche bei 225 m² (Bandbreite 150 – 300 m²). Die durchschnittliche Verkaufsfläche der von der EHI untersuchten Fläche der Großen Supermärkte betrug 3.100 m², so dass sich ein durchschnittlicher Anteil von rd. 7,3 % für Nonfood II ergibt.

²² Die aktuelle Corona-Pandemie wird zu einer weiteren Verlagerung der Käufe preisgünstiger Nonfood-Gebrauchsartikel in Onlinekanäle führen.

²³ Quelle: GMA-Marktbeobachtung, EHI 2020, S. 88.

²⁴ Nach dem Entwurf des Bebauungsplans ist für die hier zulässigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Anteil der zentren- und nahversorgungsrelevanten Nebensortimente auf eine Verkaufsfläche je Einzel-

„Zulässig sind:

1. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten und mit einer Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb von maximal 4.200 m². Der Anteil der zentren- und nahversorgungsrelevanten Nebensortimente darf dabei eine Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb von maximal 150 m² nicht überschreiten. Zentren- und nahversorgungsrelevante (Neben-)Sortimente bestimmen sich gemäß nachstehender ortsspezifischer „Bitterfeld-Wolfener Sortimentenliste“ (Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2017)...“

Dort wird folgende Sortimentierung aufgezeigt:

Übersicht 1: „Bitterfeld-Wolfener Sortimentsliste“

nahversorgungsrelevante Sortimente
Lebensmittel, Getränke
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik
Zeitungen / Zeitschriften
Blumen
Apotheken
nahversorgungsrelevante Sortimente
zentrenrelevante Sortimente
Zoologischer Bedarf, Lebende Tiere
Medizinische und orthopädische Artikel
Bücher, Papier, Schreibwaren / Büroorganisation
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
Unterhaltungstechnik, Computer, Elektrohaushaltswaren
Foto, Optik
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände
Musikhandel
Uhren, Schmuck
Spielwaren, Bastelbedarf
Sportartikel
Fahrräder und -zubehör

Quelle: BBE: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Bitterfeld-Wolfen 2017

handelsbetrieb von maximal 150 m² beschränkt. Modellhaft könnte nach der Festsetzung bis zu fünf großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 840 m² die Möglichkeit sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans anzusiedeln, um die maximal zulässige Verkaufsfläche von 4.200 m² auszuschöpfen. Bei einer Verkaufsfläche von 801 m² würde der Anteil eines Nebensortiments mit maximal 150 m² bei 19 % liegen. Bei Ansiedlung von fünf großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die jeweils für sich den Anteil des Randsortiments von 150 m² ausschöpfen, lägen die zulässigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente bei einer Verkaufsfläche von insgesamt 750 m². Dies wird durch die Beschränkung auf bis zu 2 Betriebe wirkungsvoll verhindert. In Gegensatz zur Umsetzung eines Kauflandes mit rund 4.200 m² Verkaufsfläche (inkl. Mall und Konzessionsfläche), ist diese theoretische Möglichkeit schon bei Gutachtenserstellung aus folgenden Gründen nicht betrachtet worden: 1. Bei einer Verkaufsfläche von bis zu 150 m² je Randsortiment sind die Einzelwirkungen innerhalb der empirischen Nachweisgrenze. 2. Eine Summierung der Wirkungen wird in der Praxis aus folgenden Gründen nicht stattfinden können: Eine Summenwirkung setzt gleiche Sortimente voraus. Demzufolge müssten fünf Großflächenanbieter (größer 800 m² VK) ihren Marktauftritt so abstimmen, dass eine gemeinsame Marktwirkung erreicht wird. Dies wäre bei fünf gleichen Outlets am Standort für die GMA nur mit Lebensmitteleinzelhandel vorstellbar. 3. Die Summenwirkung in den Randsortimenten würde jedoch durch Wettbewerbswirkungen am Standort teilweise neutralisiert. Die GMA schließt eine solche Angebotskonstellation sicher aus

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen

Bitterfeld-Wolfen liegt im Ballungsraum Leipzig-Halle in der Metropolregion Mitteldeutschland. Die Stadt ging aus Fusion der beiden Städte Bitterfeld und Wolfen 2007 hervor und ist im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt als Mittelzentrum ausgewiesen. Bitterfeld-Wolfen liegt etwa 32 km nordöstlich von Halle (Saale) und ca. 38 km nördlich von Leipzig. Das nächstgelegene Oberzentrum in Sachsen-Anhalt ist Dessau-Roßlau in rd. 25 km Entfernung. Die Landeshauptstadt Magdeburg befindet sich in einer Entfernung von ca. 90 km in nordwestlicher Richtung.

Mit rd. **38.475 Einwohnern**²⁵ ist Bitterfeld-Wolfen die größte Stadt im Landkreis Anhalt-Bitterfeld und die sechsgroßte Stadt im Land Sachsen-Anhalt. Die Daten des Statistischen Landesamtes weichen von den statistischen Daten der Stadt Bitterfeld-Wolfen ab. Von der Stadt wird ein Bevölkerungsstand zum 31.11.2019 von 39.401 Einwohnern mit Hauptwohnsitz angegeben.²⁶

Nach einer der **Prognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt** ist zukünftig mit einem Bevölkerungsrückgang in Bitterfeld-Wolfen zu rechnen sein, im Jahr 2025 beträgt die Bevölkerung in Bitterfeld-Wolfen nur noch rund 37.140 Einwohner, was gegenüber dem Jahr 2019 einem weiteren Rückgang von rd. 3 – 4 % entspräche.²⁷

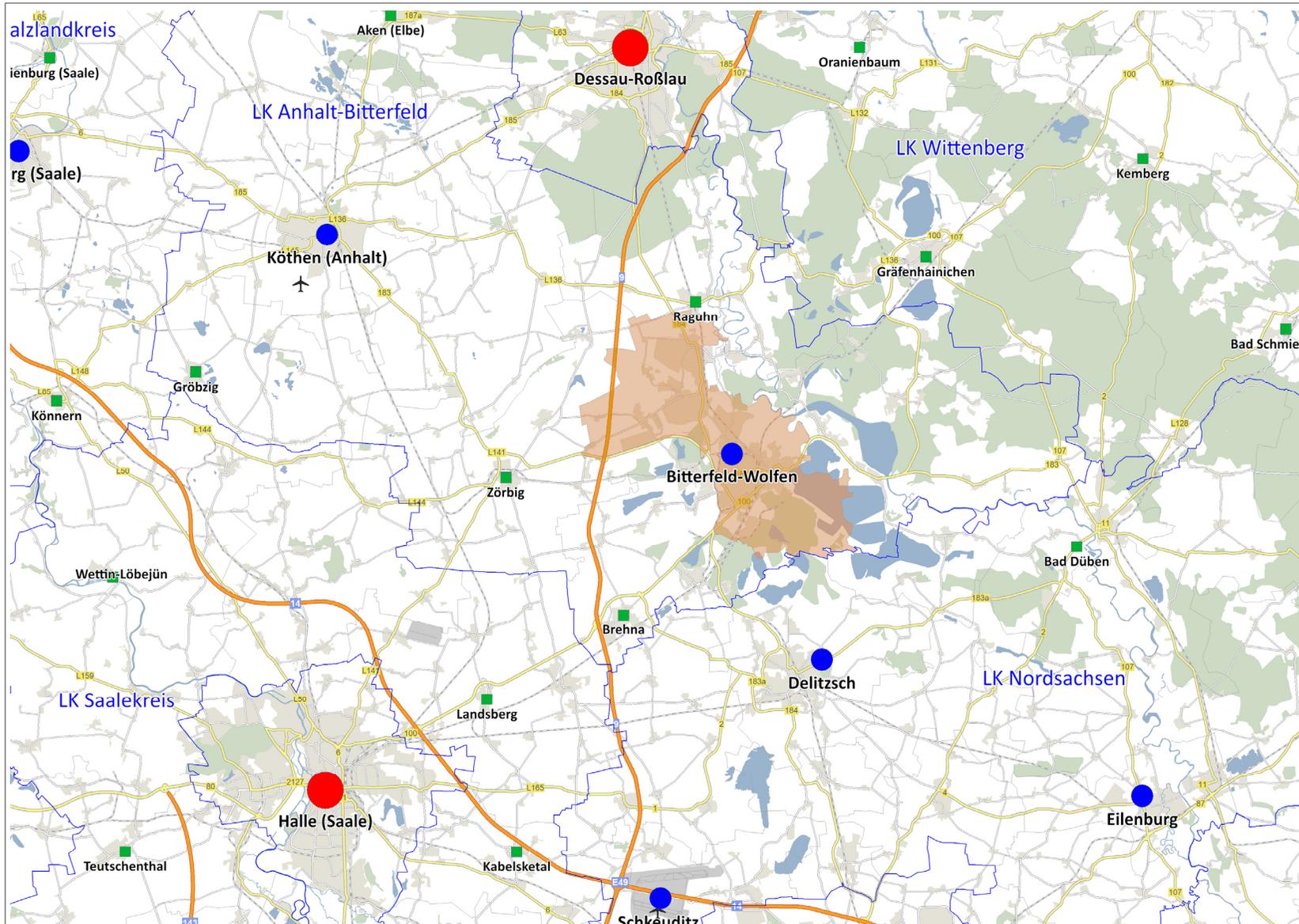
Die **Siedlungsstrukturen** der Stadt Bitterfeld-Wolfen sind stark vom wirtschaftlichen Erbe als Chemie- und Braunkohlestandort geprägt; für die Stadt ist eine disperse Siedlungsstruktur festzustellen. Die neun Ortsteile reihen sich überwiegend in Nord-Süd-Richtung aneinander. Nach der Fusion der Städte Bitterfeld und Wolfen sowie der Gemeinden Greppin, Holzweißig und Thalheim im Jahr 2007 war Anfang 2009 die Eingemeindung der Gemeinde Bobbau im Norden des Stadtgebiets zu verzeichnen. Im Wesentlichen bildet der Ortsteil Bitterfeld (zusammen mit Holzweißig) den südlichen Teilbereich des Stadtgebiets. Er wird durch den Chemiapark in nördlicher Richtung vom Stadtteil Wolfen (inkl. Greppin, Thalheim und Bobbau) getrennt.

²⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Datenstand: 31.12.2018.

²⁶ Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen, Einwohner nach Ortsteilen, in: Statistische Kurzinformationen, veröffentlicht am 16.01.2020.

²⁷ Quelle: Statistisches Landesamtes Sachsen-Anhalt, 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose 2014 bis 2030.

Karte 1: Lage von Bitterfeld-Wolfen und zentralörtliche Struktur in der Region



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

Die mit Abstand bevölkerungsstärksten Ortsteile der Stadt Bitterfeld-Wolfen sind die (frühere) Stadt Wolfen mit rd. 15.700 Einwohnern und die Stadt Bitterfeld mit 14.800 Einwohnern. Siedlungsstrukturell abgegrenzt sind insbesondere die Ortsteile Reuden, Rödgen und Zschepkau sowie der Ortsteil Holzweißig. Insbesondere Reuden, Rödgen und Zschepkau weisen insgesamt eine Einwohnerzahl von deutlich unter 1.000 Menschen auf haben einen stark dörflichen Charakter.

Tabelle 2: Bevölkerung mit Hauptwohnsitz in Bitterfeld-Wolfen nach Ortsteilen

Ortsteil	Bevölkerung (Hauptwohnsitz)
Bobbau	1.430
Greppin	2.240
Holzweißig	2.739
Reuden	601
Rödgen	220
Stadt Bitterfeld	14.842
Stadt Wolfen	15.713
Thalheim	1.489
Zschepkau	127

Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen, Stand 31.12.2019

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Doppelstadt ist insgesamt als gut zu bewerten. So ist Bitterfeld-Wolfen über die B 100, B183 und B184 sowie über mehrere Anschlussstellen an die A 9 zu erreichen. Bitterfeld-Wolfen ist an das Regional- und Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn angebunden. Für den öffentlichen Personennahverkehr stellt der Regionalverkehrs Bitterfeld-Wolfen (RVB) zahlreiche Buslinien bereit.

2. Einzelhandelsstrukturen in Bitterfeld-Wolfen

Für den **Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen** können analog zur Siedlungsstruktur disperse Einzelhandelslagen festgestellt werden:

-  Eine wichtige gesamtstädtische Versorgungsaufgabe übernimmt die **Innenstadt Bitterfeld**. Die Einzelhandelsstruktur ist dabei durch kleinteiligen Geschäftsbesatz sowie durch eine uneinheitliche Attraktivität des Einzelhandelsangebots geprägt. So wechseln sich Anbieter im mittel- bis höherpreisigen Niveau mit Geschäften aus dem niedrigpreisigen Sortiment ab. Die Innenstadt von Bitterfeld hat keine großflächigen Frequenzbringer; durch Sanierungsmaßnahmen konnte die Aufenthaltsqualität etwas gesteigert werden. Flankiert wird das Einzelhandelsangebot durch zahlreiche Dienstleistungs- und gastronomische Betriebe.

- /// Das **Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße** übernimmt als straßenbegleitendes Zentrum entlang der Leipziger Straße im Stadtteil Wolfen vorwiegend stadtteilbezogene Versorgungsfunktionen. In diesem Bereich dominieren neben dem Lebensmittel-discounter Lidl und Fachmärkten kleinteilige Fachgeschäfte, welche durch Dienstleistungsangebote und ein Ärztehaus ergänzt werden.
- /// Ein weiteres Ortsteilzentrum befindet sich im Ortsteil **Wolfen (Wolfen-Nord)** im Kreuzungsbereich der Verkehrsachsen Dessauer Allee und Straße der Chemiewerker. Das Zentrum übernimmt dabei überwiegend eine Versorgungsfunktion im Grundbedarfsbereich mit ergänzendem Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier sind Edeka, Aldi und Penny sowie ein Rossmann Drogeriefachmarkt wesentliche Magnetbetriebe.
- /// Als größere Einzelhandelsstandorte sind darüber hinaus die Einzelhandelszentren „**Anhaltstraße**“ mit dem real-SB-Warenhaus und weiteren Fachmärkten, der „**Muldepark**“ im Stadtteil Bobbau (E-Center, MediMax, Toom Baumarkt) sowie das **Einzelhandelszentrum BITZ** (OBI, Aldi, Deichmann etc.) inkl. dem benachbarten Rewe Markt und dem Drogeriemarkt zu nennen.
- /// Des Weiteren ist auf **zwei Kaufland Standorte** mit großräumiger Bedeutung (Bitterfeld, Bismarckstraße und Wolfen, Wittener Straße) hinzuweisen.
- /// Die Standortstrukturen werden ergänzt durch mehrere stadtteilbezogene Nahversorgungslagen (z. B. Krondorfer Straße und Steinfurther Straße) und sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen hat die bestehenden Einzelhandelsstrukturen 2017 erneut von der BBE überprüfen lassen. Im Konzept wird der Planstandort Krondorfer Kreisel als „Ergänzungsstandort Verbrauchermarkt“²⁸ benannt.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen führt die BBE 2017 aus:

„Für den neuen Ergänzungsstandort befindet sich aktuell der Bebauungsplan „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“ (BP 08-2017wo) in Aufstellung (Aufstellungsbeschluss durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen vom 01.11.2017). Die Zulässigkeit konzentriert sich ausschließlich auf einen Verbrauchermarkt in einer Größendimensionierung, die letztlich eine Verlagerung eines bisher peripheren Standortes ermöglicht.“

Zur planungsrechtlichen Umsetzung der zugewiesenen Versorgungsfunktion sind folgende Empfehlungen zu berücksichtigen:

- Ausweisung eines Sondergebietes für einen Verbrauchermarkt mit maximal 3.500 m² Verkaufsfläche zzgl. maximal 250 m² für Konzessionäre (Einzelhandel und Dienstleistung in der Vorkassenzonen),

²⁸ Der Begriff „Verbrauchermarkt“ stammt aus der BauNVO 1968 und wurde dort bereits 1977 nicht weiter verwandt. Im Folgenden wird der Begriff „Großer Supermarkt“ für das Vorhaben verwandt, der B-Plan heißt zutreffend „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“.

- Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit insbesondere gegenüber den beiden B-Zentren im Ortsteil Stadt Wolfen, diese kann erreicht werden durch Verlagerung eines bestehenden Verbrauchermarktes ohne Nachnutzung des Bestandsstandortes für Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente oder bei Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes bei gleichzeitiger Standortaufgabe eines bestehenden Verbrauchermarktes in mindestens gleicher Größendimensionierung.
- Zulässigkeit eines Verbrauchermarktes folglich geknüpft an städtebaulicher Bedingung (gemäß BauGB § 9 Abs. 2) der Verlagerung / Funktionsaufgabe an einem der beiden peripheren Bestandsstandorte.²⁹

3. Mikrostandort Krondorfer Straße

Der **Planstandort** bzw. der Geltungsbereich des Bebauungsplans „Einzelhandel am Krondorfer Kreisel“ liegt im Ortsteil Wolfen im statistischen Gebiet Krondorf. Derzeit ist auf dem Plangebiet ein Garagenhof vorhanden. Das **direkte Standortumfeld** des Plangebietes ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Karte 2):

- Westlich schließen sich mehrgeschossige Wohnblöcke in Zeilenbauweise an das Plangebiet an. Ebenfalls überwiegend von Wohnnutzungen geprägt ist der Bereich südlich der Krondorfer Straße – getrennt von einer Grünanlage und von weiteren Garagen. Östlich des unmittelbar angrenzenden Kreisverkehrs im sog. Musikerviertel überwiegt ebenfalls mehrgeschossige Wohnbebauung.
- Östlich der Verbindungsstraße, die das Plangebiet abgrenzt, befinden sich gewerbliche Nutzungen, u. a. ein Autohaus (Ford Söllner), eine Tankstelle (GO) sowie eine McDonalds-Filiale. Unmittelbar anschließend an der Krondorfer Straße im Übergang zu weiteren mehrgeschossigen Wohnblöcken ist ein Netto Marken-Discounter angesiedelt, der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen als Nahversorgungslage dargestellt ist.
- Nördlich an das Plangebiet, beiderseits der Verbindungsstraße befinden sich Kleingartengrundstücke. Nordwestlich des Planareals ist ferner noch auf eine Grundschule sowie Sportanlagen zwischen den Kleingartengrundstücken und dem westlich angrenzenden Wohngebiet an der Goethestraße hinzuweisen.

Das **weitere Standortumfeld** wird im Westen beiderseits der Krondorfer Straße ebenso wie im Süden Richtung Reudener Straße bzw. Thalheimer Straße vorwiegend von Wohnnutzungen geprägt, wobei südlich der Reudener Straße auch ein größeres Friedhofsareal besteht. Auch östlich im weiteren Verlauf der Krondorfer Straße in Richtung der Altstadt von Wolfen befinden sich Wohnnutzungen, die jedoch hier bereits teilweise in Einzelhausbebauung übergehen.

²⁹ BBE, S. 76.

Nach Norden gehen die Kleingartenanlagen Richtung Wolfen-Nord in Grünflächen über (vgl. Karte 3). Ferner ist im Nordwesten auf das Freizeitbad Woliday Wolfen, ein Gewerbeareal südlich der Reudener Straße (Am Mühlfeld), in dem sich auch ein Gymnasium befindet, hinzuweisen. Weiter südlich (südlich der Thalheimer Straße) befinden sich gewerblich genutzte Areale.

Der Standort ist als zu entwickelnder Ergänzungsstandort im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen verankert, aufgrund der umliegenden Wohngebiete wird er jedoch insbesondere Nahversorgungsfunktionen übernehmen. Er ist gemeinsam mit dem Netto-Markt als integrierte Lage zu bewerten, worauf auch die Ausweisung des im Umfeld vorhandenen Netto-Marktes als integrierte Nahversorgungslage hindeutet; für den Ausweis eines zentralen Versorgungsbereichs fehlt es allein an weiteren kleinteiligen Nutzungen und einer städtebaulichen Verbundsituation.

Die nächst gelegenen zentralen Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind das Ortsteilzentrum (B-Zentrum) Wolfen-Nord (Entfernung ca. 1,8 km), das C-Zentrum Nahversorgungszentrum Damaschkestraße (Entfernung ca. 900 m) sowie das B-Zentrum Ortsteilzentrum Wolfen – Leipziger Straße³⁰ (Entfernung ca. 1,3 km).³¹

Foto 1: Projektstandort



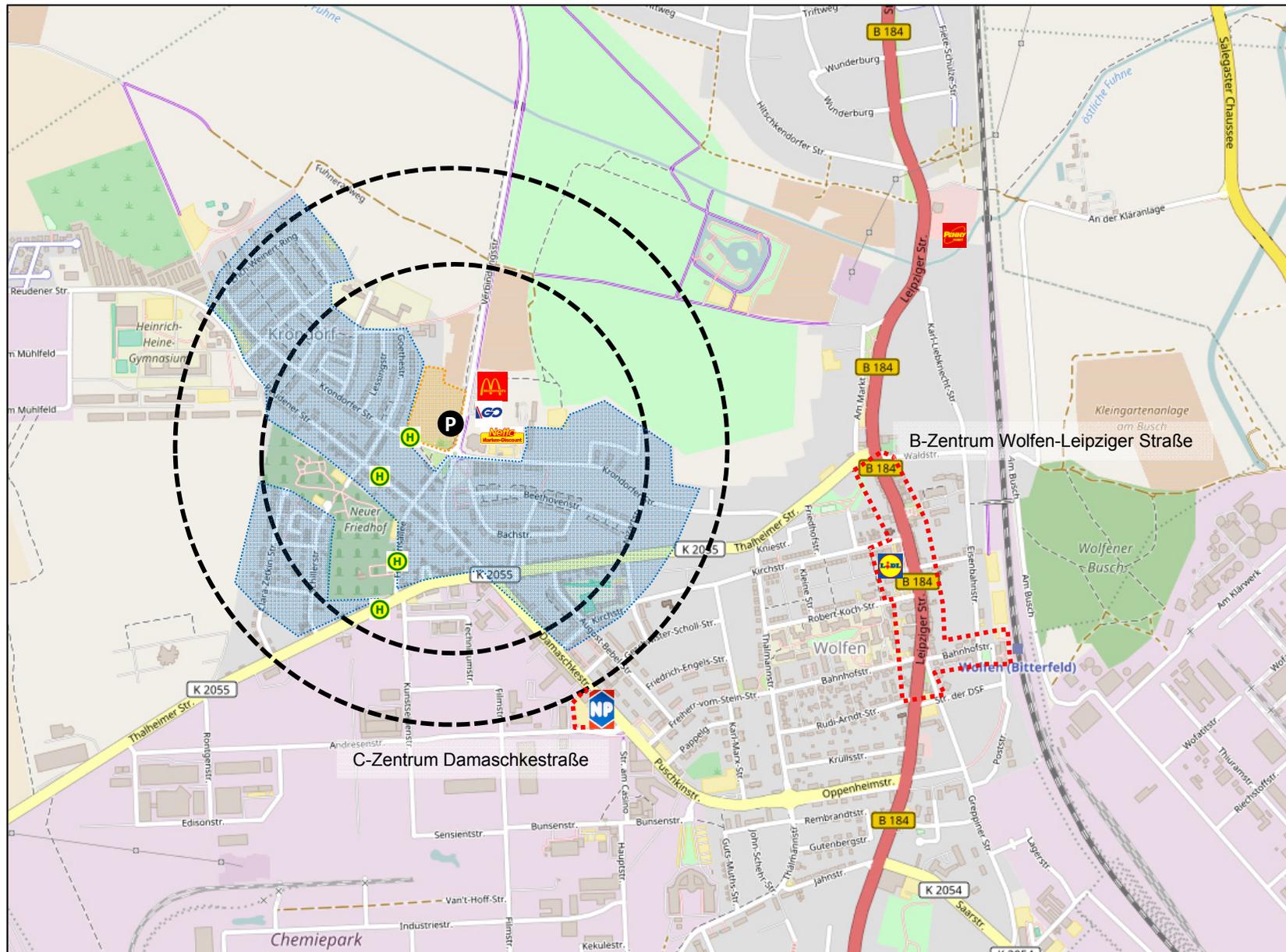
Foto 2: derzeitige Nutzung des Standortes



³⁰ Hier kann eine Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Wolfen, Leipziger Straße diskutiert werden. Da im Folgenden die Darstellung wirtschaftlicher Wirkungen durch Ansiedlung auf Betriebsebene erfolgt, ist diese Diskussion entbehrlich.

³¹ Entfernungangaben Luftlinie.

Karte 2: Plangebiet und Umfeldnutzungen



Legende

- Planstandort
- überw. Wohnnutzung
- fußläufiger Nahbereich (500m, 700m)
- zentraler Versorgungsbereich (gem. Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009)
- Plangebiet
- Bushaltestelle

Quelle:GMA-Bearbeitung 2017;
vgl. hierzu auch Abbildung 10 aus BE 2017, S. 42

Foto 3: Wohngebäude und Bushaltestelle im westlichen Standortumfeld (Krondorfer Straße)



Foto 4: Netto-Markt an der Krondorfer Straße



Foto 5: Gewerbliche Nutzungen östlich Verbindungsstraße



Foto 6: Blick nach Osten Richtung Kreisverkehr und Krondorfer Straße



Foto 7: Grünanlage und Wohnbereiche südlich des Plangebietes

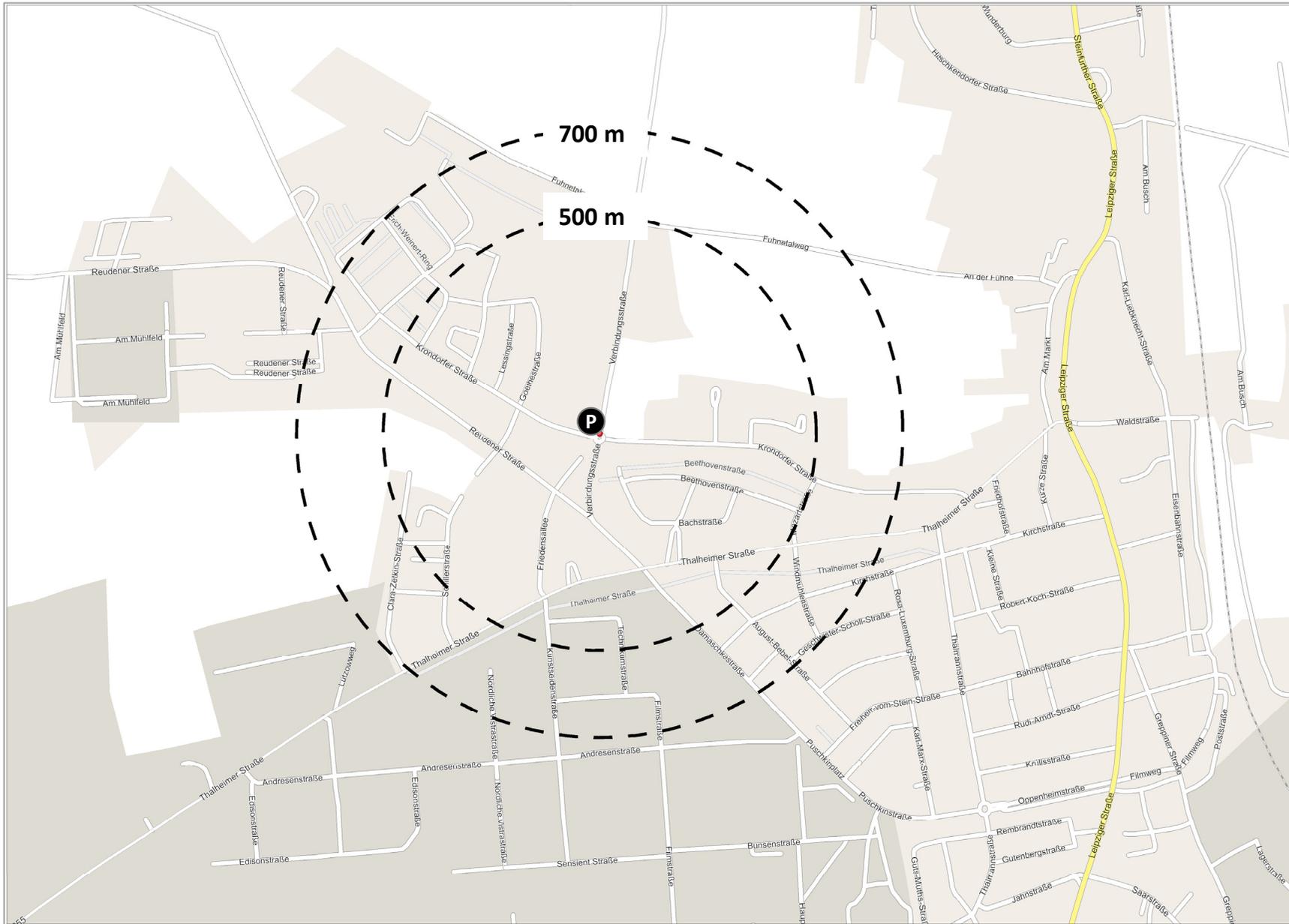


Foto 8: Garagen südlich des Plangebietes



GMA-Aufnahmen 2017

Karte 3: 500- und 700-m-Radius um Planstandort



500-m-Radius = ca. 2.500EW
 700-m-Radius = ca. 1.400EW
 gesamt = ca. 3.900 EW

Für den Standortverbund Netto und Großer Supermarkt ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Eine fußläufige Erreichbarkeit kann unter Berücksichtigung der spezifischen Standortsituation und der aktuellen Wettbewerbsverteilung am Planstandort bei einer Entfernung von bis zu 700 m³² angenommen werden. Sowohl die unmittelbar an den Standortbereich westlich und südlich angrenzende Wohnbebauung als auch die im weiteren Umfeld östlich und westlich des Plangebietes vorhandenen Wohngebiete befinden sich in fußläufiger Entfernung zum Standort. So leben allein im 500 m-Radius um den Standort rd. 2.500 Einwohner und im 700 m-Radius weitere 1.400 Einwohner.³³ Mit der rd. 150 m entfernt gelegene Nahversorgungslage Krondorfer Straße sind Austauscheffekte erwarten. Aus den umliegenden Wohngebieten besteht eine gute fußläufige Verbindung an den Standort durch straßenbegleitende Geh- und Fahrradwege.

Unter Berücksichtigung der zuvor bereits geschilderten Siedlungsstruktur kann die **Erreichbarkeit** des Standortes für den motorisierten Individualverkehr als sehr gut betrachtet werden. Der Standort ist aufgrund seiner Lage an der Krondorfer Straße und der Verbindungsstraße gut mit dem Pkw aus den umliegenden Wohngebieten, aber auch aus Wolfen-Nord, erreichbar.

Von besonderer Bedeutung für die Nahversorgungsfunktion des Standortes ist auch die **Anbindung an den ÖPNV**. So befindet sich direkt am Plangebiet die Bushaltestelle Wolfen, Goethestraße, die eine Verbindung an den lokalen Busverkehr herstellt und von mehreren Buslinien bedient wird (Linien 401, 406, 407, 412, 413). Somit ist auch eine im Rahmen der ortsüblichen Verhältnisse gute Erreichbarkeit des Standortes für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen festzuhalten.

³² Die Bezirksregierung Köln geht in ihrem Merkblatt „Regelungen für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung“ von einem fußläufigen Einzugsbereich von 700 Metern aus. In der Fachliteratur werden entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert. Diese liegen bei rd. 10 Minuten bzw. zwischen 500 und 1.000 Metern.

³³ Damit ist der fußläufige Einzugsbereich größer als die von der BBE 2017 – bezogen auf Kaufland, Wittener Straße und Bismarckstraße oder auch real sowie Edeka (Siebenhausener Straße) ausgewiesenen fußläufigen Einzugsgebiete. Die GMA greift bei ihren Analysen regelmäßig auf individuelle Bewertung der Erreichbarkeitsradien unter besonderer Berücksichtigung der bestehenden Angebotsituation – in diesem Fall für Lebensmitteleinzelhandel – zurück. Der deutliche Einwohnerschwerpunkt im 500 m-Radius unterstreicht die Nahversorgungsfunktion; der 700 m-Radius hat eher nachrichtlichen Charakter.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den geplanten bzw. verlagerten Großen Supermarkt mit einer Verkaufsfläche³⁴ von ca. 3.900 m² kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung der Planung zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einzelhandelsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kunden-Einzelhandelsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen / Gehzeitisochronen
- /// Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einzelhandelsalternativen in Bitterfeld-Wolfen und den umliegenden Städten und Gemeinden (vgl. Kapitel V.)
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Bitterfeld-Wolfen und der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den geplanten bzw. verlagerten Großen Supermarkt am Standort „Krondorfer Straße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

³⁴ Ohne Vorkassenbereich mit Konzessionärszone. Dort sind weitere 300 m² VK geplant, die bei Vergleichsobjekten regelmäßig durch Lebensmittelhandwerk, ausländische Feinkost, Imbiss oder Zeitschriften / Tabak belegt werden. Ein Verkaufsflächen- oder Sortimentskonzept lag zum Zeitpunkt der Erstellung der Analyse nicht vor.

Zone	Stadt- / Ortsteile	Einwohner
Zone I	Bitterfeld-Wolfen: Teile des Ortsteils Stadt Wolfen, OT Reuden und OT Thalheim	13.000 ³⁵
Zone II	Bitterfeld-Wolfen: Teile des Ortsteils Stadt Wolfen, OT Bobbau, Greppin, Rödgen und Zschepkau	9.000 ³⁶
Zone III	Stadt Raguhn-Jeßnitz: OT Raguhn, Jeßnitz und Altjeßnitz	7.150 ³⁷
Einzugsgebiet		29.150

Das perspektivische Einzugsgebiet für den Planstandort Krondorfer Straße umfasst in **Zone I (Naheinzugsgebiet)** Teile des Ortsteils Stadt Wolfen. Insbesondere sind hier die statistischen Gebiete Altstadt, Krondorf, Musikerviertel sowie Wolfen-West anzusprechen. Dem Naheinzugsgebiet können aus dem Ortsteil Stadt Wolfen auch noch die südlichen Bereiche von Wolfen-Nord und von Steinfurth zugeordnet werden. Ferner umfasst das Naheinzugsgebiet auch noch die Ortsteile Reuden und Thalheim.

Zone II (erweitertes Einzugsgebiet) umfasst im Ortsteil Stadt Wolfen v. a. die nördlichen Bereiche von Wolfen-Nord und Steinfurth sowie Wolfen-Süd. Zudem gehören zum erweiterten Einzugsgebiet auch die Ortsteile Bobbau, Greppin, Rödgen und Zschepkau. In Zone II wird die Marktdurchdringung etwas niedriger ausfallen als in Zone I. Als **Ferneinzugsgebiet (Zone III)** können zudem noch die zur Stadt Raguhn-Jeßnitz gehörenden Ortsteile Raguhn, Jeßnitz und Altjeßnitz hinzugezogen werden. Hier wird der Marktanteil nochmals geringer sein als in Zone II. Die räumliche Ausdehnung in nördliche Richtung berücksichtigt den Umstand, dass für diese Kunden das bestehende Kaufland in Wolfen-Nord eine von zwei bevorzugten Großflächen beim Einkauf von Gütern des täglichen Bedarfs darstellen dürfte.

Das gesamte Einzugsgebiet wird v. a. durch folgende **naturräumliche und städtebauliche Zäsuren** eingegrenzt: Nach Westen bildet die A 9 eine wesentliche Zäsur zur Abgrenzung des Einzugsgebietes. Nach Süden bilden die weitläufigen Industriegebiete (Solar Valley), Chemiapark sowie die sich südlich anschließenden Grünbereiche mit der Förstergrube, der Grube Hermine und dem sich anschließenden weiteren Bereiche des Chemiaparks zwischen der B 183 / B 184 und der Anhaltstraße eine städtebauliche Zäsur. Nach Osten stellen der Verlauf der Mulde sowie der Salegaster Forst eine wesentliche Zäsur dar. Im Nordosten bilden die weitläufigen Waldgebiete sowie die Kleckewitzer Heide eine naturräumliche Zäsur. Nach Norden sind Entfernungsparameter in den dünn besiedelten Raum zwischen Bitterfeld-Wolfen und Dessau-Roßlau ausschlaggebend für die Abgrenzung des gesamten Einzugsgebietes.

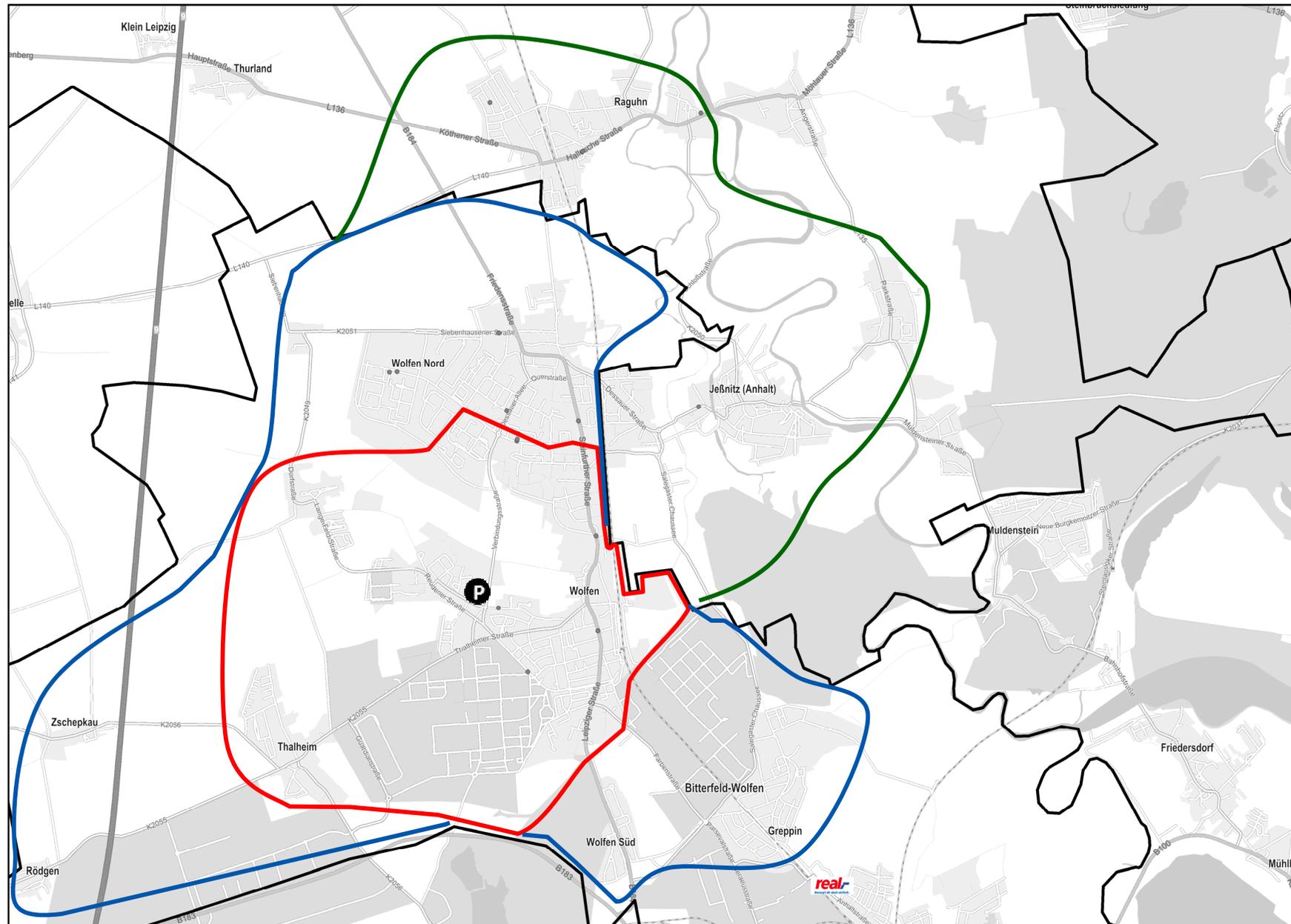
³⁵ Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen, Datenstand: 31.12.2019.

³⁶ ebenda

³⁷ Quelle: Stadt Raguhn-Jeßnitz, Stand: 04.12.2018, Werte gerundet.

Darüber hinausgehende Kundenzuführungseffekte an den Standort werden im Rahmen von Streukundeneffekten abgebildet. Die möglichen Streuumsätze werden im Rahmen der Marktanteilsberechnung zur Umsatzprognose adäquat berücksichtigt werden.

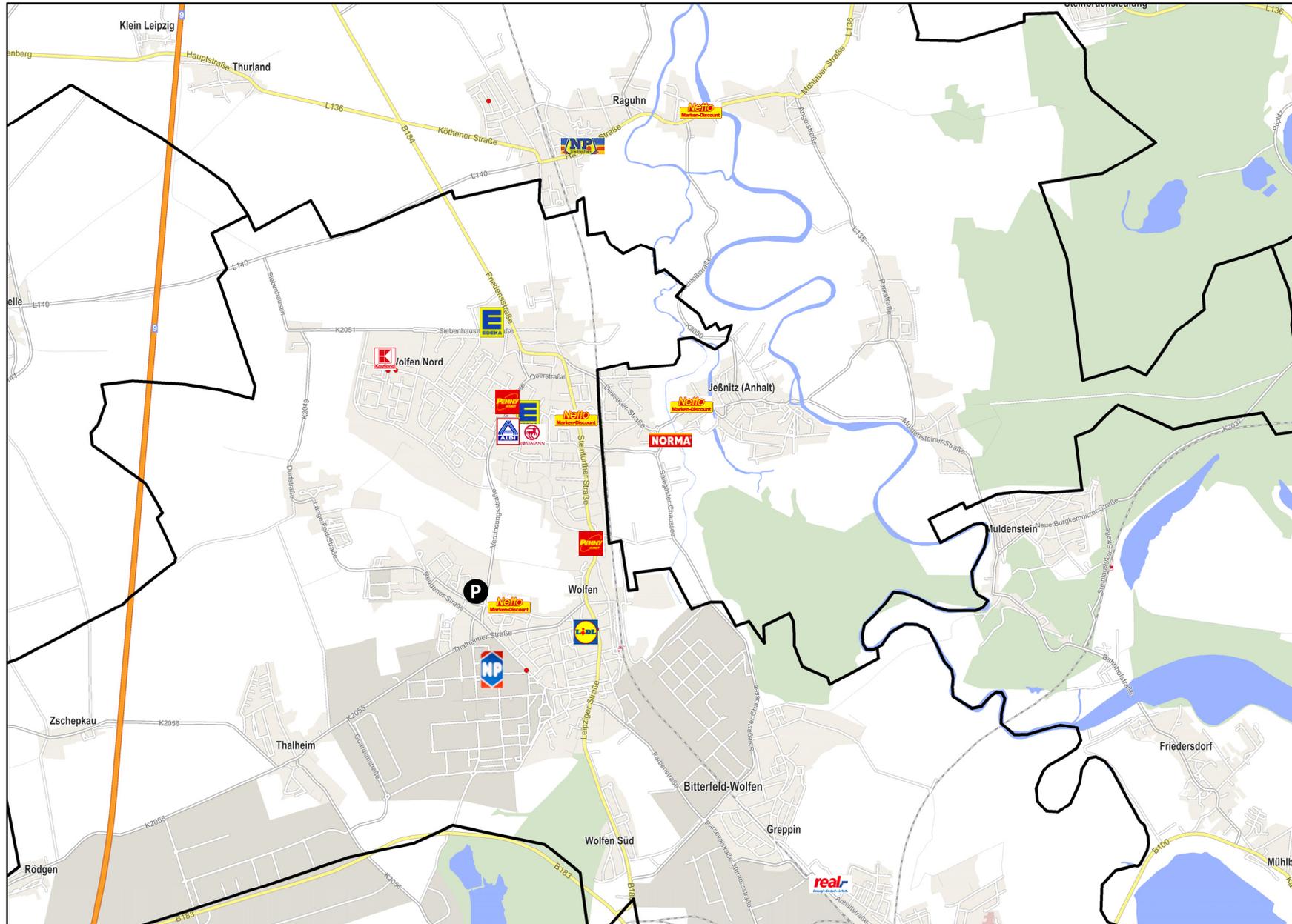
Karte 4: Einzugsgebiet des geplanten Großen Supermarktes im Ortsteil Wolfen



- Legende**
- P** Planstandort
 - Zone I
 - Zone II
 - Zone III

Quelle: erstellt mit RegioGraph
Planung; GMA-Bearbeitung 2017

Karte 5: Angebotssituation im Untersuchungsraum



Legende

P Planstandort

Quelle: erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035.³⁸

Bezogen auf die konkrete Planung im Ortsteil Wolfen, dessen Sortimentsschwerpunkt im Food/Nonfood-I-Bereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.651 €.³⁹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau⁴⁰ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bitterfeld-Wolfen bei 82,8 (PLZ 06766) und 88,2 (PLZ 06803) und damit auf einem deutlich unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In Raguhn-Jeßnitz ist das Kaufkraftniveau mit 91,8 ebenfalls als unterdurchschnittlich einzustufen. Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Food und Nonfood I** damit auf ca. **67,6 Mio. €**. Davon entfallen auf

/// Zone I:	ca. 28,9 Mio. €
/// Zone II:	ca. 21,3 Mio. €
/// Zone III:	ca. 14,4 Mio. €

Zusätzlich werden bei Großen Supermärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Durchschnitt bei ca. 10 %.

³⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

³⁹ Inkl. Nonfood I (Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung).

⁴⁰ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

IV. Projektrelevante Angebotssituation

1. Angebotssituation im Einzugsgebiet

Für die Prüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen ist die Angebots- und Wettbewerbssituation für die Planung im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Hiervon ausgehend lassen sich die durch die Planung zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Zur Bewertung der Einzelhandelsituation in Bitterfeld-Wolfen und im Umland wurde von der GMA im Mai 2020 eine erneute Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für den geplanten bzw. zu verlagernden Großen Supermarkt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelvollsortimenter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einzelhandelsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche Betriebe (Supermärkte, Große Supermärkte / SB-Warenhäuser) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

Im **Einzugsgebiet (Zone I und II)** sind im **Lebensmitteleinzelhandel** folgende strukturprägende Anbieter anzuführen:⁴¹

- /// **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Krondorfer Straße 123, ca. 760 m² VK; 3 Kassen, ausreichende Stellplätze, durchschnittliche Kundenakzeptanz
- /// **NP**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Damaschkestraße 2a, ca. 700 m² VK; Lage im C-Zentrum Damaschkestraße; 2 Kassen, neu eröffnet mit wenig Investitionen, ausreichende Parkplätze, Leerstände im Umfeld
- /// **Lidl**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Leipziger Straße 83 – 89, ca. 980 m² VK; Lage im B-Zentrum Wolfen – Leipziger Straße; 3 Kassen, guter Gesamteindruck, Standortverbund mit KiK, ausreichende Stellplätze
- /// **Penny**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Steinfurther Straße 128, ca. 710 m² VK; 2 Kassen, Standortverbund mit Frito-Getränkemarkt, ausreichendes Stellplatzangebot
- /// **Aldi**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Comeniusstraße 40, ca. 1.000 m² VK; Lage im B-Zentrum Wolfen-Nord; 4 Kassen, neues Objekt, im Standortverbund mit Edeka
- /// **Edeka Schaaf**, Supermarkt, Wolfen, Comeniusstraße 40, ca. 1.400 m² VK; Lage im B-Zentrum Wolfen-Nord; 4 Kassen, guter Gesamteindruck, im Standortverbund mit Aldi, Rossmann

⁴¹ Es ist darauf hinzuweisen, dass aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit nur die strukturprägenden Anbieter namentlich genannt werden. In die folgenden Berechnungen sind jedoch auch sonstige relevante Anbieter, wie z. B. Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker und Fleischer), Getränkemärkte oder Drogeriemärkte mit ihren Verkaufsflächen und relevanten Umsatzanteilen einbezogen worden.

- / **Penny**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Fritz-Weineck-Straße 16, ca. 700 m² VK; Lage im B-Zentrum Wolfen-Nord; 3 Kassen, durchschnittlicher Gesamteindruck
- / **Kaufland**, Großer Supermarkt, Wolfen, Wittener Straße 28, ca. 4.750 m² VK; Lage im Einzelhandelsergänzungsstandort Wittener Straße, 8 Kassen, noch akzeptable Kundenakzeptanz, stark modernisierungsbedürftig (wird verlagert)
- / **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Wolfen, Steinfurther Straße 37, ca. 680 m² VK; integrierte Nahversorgungslage Wolfen – Steinfurther Straße, Wohngebietsversorger
- / **Edeka**, Großer Supermarkt, Bobbau, Friedensstraße 75b, ca. 3.330 m² VK (inkl. Getränkemarkt); Lage im Einzelhandelsergänzungsstandort Muldepark; 6 Kassen, guter Gesamteindruck und gute Kundenakzeptanz

Die Fa. Netto hat zwischenzeitlich den Standort Wittener Straße 15 mit ca. 760 m² VK im Umfeld des Verlagerungsvorhabens Kaufland aufgegeben. Eine Wiederbelegung erscheint aktuell kaum vorstellbar.

Neben den genannten Betrieben sind darüber hinaus weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter, Getränkemarkte sowie zahlreiche Bäckereien und Fleischereien in Zone I und II vorhanden. Insgesamt ist aktuell im Bereich Food des Lebensmitteleinzelhandels eine **Gesamtverkaufsfläche von rd. 18.000 m² in Zone I und II** angesiedelt. Insgesamt erwirtschaften die o. g. Betriebe einen jährlichen **Gesamtumsatz Food- und Nonfood I-Bereich von ca. 60 - 61 Mio. €**.⁴²

In **Zone III** des Einzugsgebiets (Raguhn-Jeßnitz) sind vier größere Lebensmittelanbieter zu nennen:

- / **Norma**, Lebensmitteldiscounter, Jeßnitz-Center, Wolfener Straße 26b, ca. 700 m² VK; Standortverbund mit Bäckerei, Metzgerei.
- / **NP Discount**, Lebensmitteldiscounter, Hallesche Straße 51a, ca. 530 m² VK
- / **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Mühlstraße 9, ca. 710 m² VK
- / **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Vor dem Halleschen Tor 36, ca. 770 m² VK.

Neben den o. g. Betrieben ist auf mehrere Bäcker und Fleischer hinzuweisen. Insgesamt sind in Zone III rd. 3.100 m² Verkaufsfläche und eine Umsatzleistung von **rd. 9,0 – 10,0 Mio. € im Food- und Nonfood I-Bereich** vorzufinden.

Im Einzugsgebiet des geplanten Kauflandes befinden sich mehrere zentrale Versorgungsbereiche sowie Einzelhandelsergänzungsstandorte. Nachfolgende Tabelle stellt abschließend die Verkaufsflächen und Umsatzverteilung nach Lagen dar.

⁴² Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood II).

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz ⁴³	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
B-Zentrum Leipziger Straße	1.150	6	5,0 – 5,5	7 – 8
B-Zentrum Wolfen-Nord	3.100	15	14,0 – 15,0	21
C-Zentrum Damaschkestraße	900	4 – 5	3,0 – 3,5	5 – 6
NVL Kronendorfer Straße	800	4	2,5 – 3,0	4
NVL Steinfurther Straße	700	3 – 4	2,5 – 3,0	3
Einzelhandelsergänzungsstandort EKZ Wittener Straße	4.800	24 – 25	14,0 – 14,5	20 – 21
Einzelhandelsergänzungsstandort EKZ Muldepark	3.350	17	10,5 – 11,0	15 – 16
Sonstige Lagen	1.500	8	5,5 – 6,0	8
Raguhn-Jeßnitz	3.100	16	9,5 – 10,0	14
Summe	19.500	100	69,0 – 70,0	100

GMA 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich), 2020 überprüft

Zusammenfassend ist eine hohe Wettbewerbsintensität feststellbar. Dies wird anhand der sog. Ausstattungskennziffer (m² VK / 1.000 EW) deutlich, die im Einzugsgebiet mit rd. 675 m² VK / 1.000 EW, v. a. auch vor dem Hintergrund rückläufiger Bevölkerungs- und damit auch Kaufkraftpotenziale sowie dem unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveau als überdurchschnittlich zu bewerten ist.

Aus Gutachtersicht ist der Lebensmitteleinzelhandel im Untersuchungsgebiet flächendeckend verortet und fallweise ein konstitutionelles Merkmal zentraler Versorgungsbereiche in Bitterfeld-Wolfen. Daher werden die im Einzugsgebiet liegenden Zentren im Folgenden nochmals bewertet:

Ortsteilzentrum (B-Zentrum) Wolfen-Nord:

- / Der **zentrale Versorgungsbereich B-Zentrum Wolfen-Nord** befindet sich in zentraler Wohngebietslage des überwiegend durch verdichtete Wohngebieten in Platten- bzw. Blockbauweise geprägten Wohngebietes. Der Standortbereich umfasst die gewerblich genutzten Immobilien mit zugehörigen Parkplatz beidseitig der Dessauer Allee nördlich der Straße der Chemiarbeiter.
- / Im östlichen Bereich befindet sich eine Fachmarktimmobilie, die derzeit den Supermarkt Edeka Schaaf, einen Rossmann-Drogeriemarkt sowie den Bekleidungsanbieter Takko und den Leerstand Aldi (verlagert) umfasst. Auch eine Apotheke sowie eine Bäckerei sind vorhanden.

⁴³ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood II).

- /// Westlich angrenzend befindet sich ein Neubau des Lebensmitteldiscounters Aldi, welcher aus der Fachmarktimmobilie am Standort verlagert hat. Die nördlich angrenzende Fläche wird u. a. durch einen Wochenmarkt genutzt.
- /// Westlich der Dessauer Allee befinden sich mehrere kleinere Gebäudekomplexe, die zahlreiche Einzelhandelsbetriebe aller Branchen (u. a. Uhrmacher / Juwelier, Optiker, Lebensmittelhandwerker, Obst, Gemüse, Buchladen) sowie Dienstleistungsanbieter (u. a. Friseur, Kosmetik) sowie Arztpraxen und Büronutzungen umfasst.
- /// Nach Norden in Richtung Fritz-Weineck-Straße schließt der Lebensmittelmarkt Penny samt Parkplatzareal die Standortlage des zentralen Versorgungsbereiches ab. Angebunden ist das Zentrum durch die zentrale Bushaltestelle Wolfen-Nord, Dessauer Allee, die von mehreren Stadtbuslinien angefahren wird.

Mit insgesamt drei Lebensmittelmärkten, einem Drogeriemarkt sowie zahlreichen kleinteiligen Betrieben unterschiedlicher Branchen und dem ergänzenden Komplementärbesatz, ist von einem leistungsfähigen und ausstrahlungskräftigen Zentrum auszugehen, in welches handelsseitig investiert wurde. Durch die zentrale Lage inmitten des Wohngebietes fungiert der Standort als bedeutender Nahversorgerstandort für Wolfen-Nord.⁴⁴

Ortsteilzentrum (B-Zentrum) Wolfen – Leipziger Straße

- /// Das als B-Zentrum ausgewiesene Ortsteilzentrum umfasst den Gebäudebesatz beidseitig der Nord-Süd-Achse Leipziger Straße im Abschnitt zwischen Thalheimer Straße / Waldstraße im Norden und Rudi-Arndt-Straße / Straße der DSF im Süden sowie die östliche Bahnhofstraße.
- /// Einziger Magnetbetrieb ist der Lidl Lebensmitteldiscounter im Bereich Kirchstraße / Robert-Koch-Straße. Hier sind auch der Bekleidungsanbieter Kik sowie eine Fleischerei ansässig. Der übrige straßenbegleitende Geschäftsbesatz der Leipziger Straße ist dagegen kleinteilig geprägt. Einzelhandelsseitig sind hier weitere Anbieter verschiedener Branchen ansässig, wobei der Standortbereich auch vereinzelt den Charakter einer Streulage aufweist.
- /// Zahlreiche Dienstleistungsanbieter (u. a. Nagelstudio, Friseur, Physiotherapie) ergänzen den Besatz. Auch Ärzte und Gastronomiebetriebe sind vorhanden. Dagegen sind in nördlichen und südlichen Randbereichen vermehrt ausgedünnte Einzelhandelsbesätze bzw. auch Leerstände festzuhalten. Insgesamt erfüllt das B-Zentrum nur eingeschränkt seine Stadtteil- bzw. Quartiersversorgungsfunktion. V. a. im Dienstleistungsbereich liegen die Stärken.

⁴⁴ Selbst für den derzeit nicht absehbaren Fall eines Ausscheidens einer der Magnetanbieter im Lebensmittelsektor bliebe der zentrale Versorgungsbereich vorhanden.

- Problematisch stellt sich der langgestreckte Geschäftsbereich dar, der einige Lücken im Geschäftsbesatz aufweist. Als wesentlicher Ankerpunkt ist der Lidl Lebensmitteldiscounter auszuweisen, der für weite Bereiche von Wolfen Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann. Für diesen Markt ist aber von einer stabilen wirtschaftlichen Situation auszugehen.⁴⁵

Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) Damaschkestraße

Der ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen die frühere Gewerbeimmobilie des Aldi Lebensmitteldiscounters im Kreuzungsbereich der Damaschkestraße und Andresenstraße, in der sich aktuell ein NP etabliert hat.⁴⁶

2. Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebiets

Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die Angebotsstrukturen in den südlichen Ortsteilen von Bitterfeld-Wolfen zu beachten. Hier sind folgende strukturprägende Anbieter hinzuweisen:

- Edeka**, Supermarkt, An der alten Molkerei, ca. 1.600 m² VK
- Kaufland**, SB-Warenhaus, Bismarckstraße, ca. 6.000 m² VK; Lage im Einzelhandelsergänzungsstandort Bismarckstraße
- real**, SB-Warenhaus, Anhaltstraße, ca. 5.800 m² VK; Lage im Einzelhandelsergänzungsstandort EKZ Anhaltstraße. Kurz- bis mittelfristig ist für diese Standortlage eine Umstrukturierung zu erwarten. Selbst ein Marktaustritt von real liegt im Bereich denkbaren Alternativen.
- Rewe**, Supermarkt, Brehnaer Straße, ca. 1.600 m² VK; Lage im Einzelhandelsergänzungsstandort BITZ.

Neben den genannten Anbietern ist in im südlichen Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen ein flächendeckendes ausdifferenziertes Angebot im Lebensmittelbereich rund um die Schwelle der Großflächigkeit vorzufinden. Weiter sind dort nahezu flächendeckende Lebensmittelstandorte aus allen Betriebstypensegmenten (u. a. Getränkemärkte, Bäcker, Fleischer) vorhanden.

Relevant für den Planstandort ist v. a. das **real SB-Warenhaus (Ergänzungsstandort EKZ Anhaltstraße)**, welches – zwischen Bitterfeld und Wolfen gelegen – ansatzweise gesamtstädtische Versorgungsfunktionen übernimmt und mit seinem Einzugsgebiet auch den Ortsteil Stadt Wolfen

⁴⁵ Aufgrund der aktuellen Ausstattung kann der Standort u. E. faktisch nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden.

⁴⁶ Aufgrund der aktuellen Ausstattung kann der Standort u. E. faktisch nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden.

abdeckt. Dieser Standort verfügt über rd. 5.800 m² **aktive** VK und erzielt einen Umsatz von knapp 20 Mio. €, davon entfallen etwa 70 % auf Food- und 30 % Nonfood I-Sortimente.⁴⁷

3. Bewertung der bestehenden Großen Supermärkte und SB-Warenhäuser

Aufgrund der geplanten Größenordnung des Großen Supermarktes von 3.900 m² VK⁴⁸ tritt dieser primär in einen Wettbewerb zu den bestehenden Großflächen des Lebensmitteleinzelhandels (= Systemwettbewerber) in Bitterfeld-Wolfen. Da es bei der vorgesehenen „neuen“ Verkaufsfläche von 3.900 m² (ohne Konzessionäre) ggü. dem Altstandort (der mit ca. 4.800 m² Verkaufsfläche aufgelassen wird) zu einer Verkaufsflächenminderung von rd. 900 m² VK kommt, sind keine wesentlichen Eingriffe in den Wettbewerb zu erwarten. Trotzdem werden im Folgenden die Großen Supermärkte und SB-Warenhäuser hinsichtlich ihrer Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit bewertet.

E-Center Muldepark Bobbau

- /// Der Muldepark liegt nördlich von Wolfen-Nord im Ortsteil Bobbau und stellt einen peripheren Standort nördlich des Siedlungsgebietes dar. Das Einzelhandelszentrum liegt westlich der Bundesstraße B 184 (Wolfen-Dessau) und besteht im Wesentlichen aus drei Gewerbekomplexen.
- /// Zentral liegt der Große Supermarkt E-Center, welcher vorgelagert eine innenliegende Mall aufweist. Hier sind u. a. AWG Mode, MäcGeiz, Z & Co. ansässig. Östlich davon liegt der Möbelanbieter Möbel Boss und Media Max. Nach Westen schließt das gemeinsame Parkplatzareal durch toom-Baumarkt ab. Mehrere kleinteilige Anbieter im Bereich Nahversorgung ergänzen das Einzelhandelszentrum.
- /// Das Einzugsgebiet des Muldeparks umfasst neben Bobbau und Wolfen-Nord die nördlichen Umlandgemeinden in Richtung Dessau, u. a. Raguhn-Jeßnitz (Anhalt). Insgesamt besitzt der Standort eine hohe Ausstrahlungskraft und ist durch seinen Anbieter bzw. Sortimentsmix als markt- und leistungsfähig einzustufen. Mit rd. 2.750 m² VK (ohne Getränkemarkt) ist das E-Center als marktfähig einzustufen.
- /// Allerdings zeigen sich v. a. im Außenbereich auch Mängel, die einen Sanierungsbedarf offenlegen.

⁴⁷ Nach Informationen der Stadt Bitterfeld-Wolfen ist planungsrechtlich aber eine Verkaufsfläche von insgesamt 10.000 m² gesichert, hiervon 6.300 m² für real und 1.000 m² für einen Getränkemarkt.

⁴⁸ Ohne Vorkassenzone.

Foto 9: E-Center, Außenansicht

GMA-Aufnahmen 2017

Foto 10: E-Center, Innenansicht

Einzelhandelszentrum Anhaltstraße / real-Center, Bitterfeld

- / Der Ergänzungsstandort befindet sich zwischen den Ortsteilen Greppin und dem südlich liegenden Kernort Bitterfeld an der Anhaltstraße. Das als Fachmarktzentrum zu charakterisierende Einzelhandelszentrum befindet sich am Nordrand der Siedlungsbebauung der „Anhaltsiedlung“. Der nördliche Gebäudekomplex wird durch das SB-Warenhaus real inkl. kleinerer Anbieter und Sonderpostenmarkt geprägt.
- / Die ehemalige Praktiker-Immobilie steht als großflächiger Leerstand angegliedert daneben.
- / Südlich liegt eine Fachmarktimmoblie, die derzeit durch die Fachmärkte Takko, Siemes Schuhcenter, Frick Fachmarkt für Wand und Boden, Dänisches Bettenlager sowie Fressnapf belegt wird.
- / Insgesamt ist der Standort als flächenmäßig bedeutender Fachmarktstandort mit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet auszuweisen.
- / Die Standortlage weist erhebliche Defizite im Hinblick auf die Erreichbarkeit auf. Als sanierungsbedürftig ist die real-Immobilie inkl. des Praktiker-Baumarktes einzustufen, die als kaum mehr marktfähig einzustufen ist. Der Leerstand von Praktiker kann als Indiz für die eingeschränkte Gesamtattraktivität des Standortbereiches gewertet werden.

Foto 11: real, Außenansicht

GMA-Aufnahme 2017

Kaufland SB-Warenhaus, Bismarckstraße, Bitterfeld

- /// Der gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Ergänzungsstandort ausgewiesene Standort des Ankermieters Kaufland umfasst im Wesentlichen das ehemalige Industriegebäude im Kreuzungsbereich Bismarckstraße und Wiesenstraße. Hier ist auf zwei Ebenen das rd. 6.000 m² VK große SB-Warenhaus inkl. einiger Vorkassenbetriebe ansässig.
- /// Südlich liegt in der Röhrenstraße ein Baumarkt, welcher funktional nur einen eingeschränkten Zusammenhang aufweist.
- /// Neben der Versorgungsfunktion für den gesamten Bereich des südlichen Stadtgebietes von Bitterfeld übernimmt der Standort auch Nahversorgungsfunktion für die Bitterfelder Innenstadt. Durch die verkehrsgünstige Lage an der Bundesstraße B 100 ist die Erreichbarkeit als gut einzustufen. Darüber hinaus erschließt der Standort auch insbesondere nach Süden ein überörtliches Einzugsgebiet.
- /// Insgesamt ist trotz der atypischen Kaufland-Immobilie von einer hohen Kundenakzeptanz auszugehen, sodass der Standort insgesamt als markt- und leistungsfähig einzustufen ist. Allerdings entspricht die Immobilie nicht mehr uneingeschränkt modernen Branchenstandards.

Foto 12: Kaufland, Außenansicht Bismarckstraße



GMA-Aufnahme 2017

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die drei im Wettbewerb zum Vorhaben stehenden Großflächen des Lebensmitteleinzelhandels in Bitterfeld-Wolfen alle Anfang bis Mitte der 1990er Jahre eröffnet wurden und damit bereits über 20 Jahre am Markt sind und mehr oder weniger starke Defizite hinsichtlich ihres Standortes bzw. hinsichtlich ihres Marktauftritts aufweisen. Das real SB-Warenhaus weist wie der Verlagerungsstandort Kaufland keinen modernen Auftritt mehr auf und dürfte auch hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung nur eine unterdurchschnittliche wirtschaftliche Auslastung aufweisen. Das E-Center im Muldepark sowie der Kaufland-Standort in der Bismarckstraße sind nach gutachterlicher Einschätzung deutlich leistungsfähiger.

V. Beurteilung möglicher Auswirkungen

Bei Nichtwiederbelegung von Kaufland in der Wittener Straße wird überschlägig eine Verkaufsfläche im Lebensmittelsektor von ca. 4.800 m² „vom Netz“ genommen; trotz des neuen Kauflandes am Standort Krondorfer Kreisel bedeutet dies ein Minus von ca. 900 m² Verkaufsfläche zuzüglich der dort betriebenen Konzessionärsfläche. In Folge würde der Großteil des Umsatzes wettbewerbsneutral vom Standort Wittener Straße an den Standort Krondorfer Kreisel überführt.

1. Umsatzprognose mit dem Marktanteilsmodell

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des umzusiedelnden Großen Supermarktes wird das Marktanteilkonzept verwandt.⁴⁹

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung lässt sich anhand des Marktanteilkonzeptes ebenfalls die Umsatzherkunft des Großen Supermarktes darstellen.

Folgende Umsatzprognose lässt sich vor diesem Hintergrund für den geplanten bzw. verlagerten Großen Supermarkt mit rd. 3.900 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:⁵⁰

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Großer Supermarkt mit 3.900 m² VK)

Zonen	Kaufkraft F / NF I* in Mio. €	Markt- anteil F / NF I in %	Umsatz F / NF I in Mio. €	Umsatz NF II** in Mio. €* in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz- herkunft in %
Zone I	28,9	30	8,7	1,1	9,8	60
Zone II	21,3	20	4,3	0,5	4,8	30
Zone III	14,4	7 – 8	1,1	0,1	1,2	7 – 8
Einzugsgebiet	67,6	19 – 20	14,1	1,6	15,8	97 – 98
Streuumsätze			0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	2 – 3
Insgesamt			14,4	1,6 – 1,7	16,1 – 16,2	100

Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood II) wird mit durchschnittlich 10 % angesetzt. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Food- und Nonfood I-Bereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

* F = Food, NF I = Nonfood I

** NF II = Nonfood II

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

⁴⁹ Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

⁵⁰ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Für den neuen Großen Supermarkt errechnet sich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 16,1 – 16,2 Mio. €. Hiervon entfallen ca. 14,4 Mio. € auf den Food- und Nonfood I-Bereich und ca. 1,6 – 1,7 Mio. € auf den Nonfood II-Bereich. Für die Konzessionärszone wird bei einer Verkaufsfläche von rd. 300 m² pauschal ein Umsatz von ca. 0,8 – 1,0 Mio. € angesetzt; der Lebensmittelumsatz (bereinigt um Nonfood II) beläuft sich insgesamt auf 14,0 – 14,2 Mio. €.

Die Marktanteilsbetrachtung zeigt die Marktposition des am Krondorfer Kreisel geplanten Großen Supermarktes auf.

Insgesamt ergibt sich ein Gesamtmarktanteil von rund 20 %. Die hieraus abgeleitete Flächenproduktivität für den verlagerten Großen Supermarkt beträgt max. 4.150 € / m² VK. Sie liegt damit etwa auf dem Durchschnitt für Große Supermärkte.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen für den Großen Supermarkt

Zur Ermittlung der durch den Großen Supermarkt ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert. Dabei handelt es sich um eine worst-case-Betrachtung, die unterstellt, dass das neue Kaufland aufgrund hoher Attraktivität trotz geringer Verkaufsfläche eine Umsatzausweitung ggü. dem Bestand aufweisen wird.⁵¹

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Für die Neuansiedlung am Standort Krondorfer Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

⁵¹ Die bereits erzielten Umsätze von Kaufland in Wolfen-Nord sind bereits am Markt „abgearbeitet“ und lösen keine „neue“ Umsatzverteilung aus.

Tabelle 5: Umsatzumverteilungen (Food und Nonfood I)

Umsatzumverteilungen nach Lagen	Umverteilung in Mio. €	Umsatz Bestand in Mio. €	Umverteilung anteilig in %
Umsatzverlagerung Kaufland an Standort Krondorfer Kreisel	0,0	14,0 – 14,5	
Zonen I und II des Einzugsgebiets			
B-Zentrum Wolfen, Leipziger Straße (Lidl)	0,2 – 0,3	5,0 – 5,5	5 – 6
B-Zentrum Wolfen-Nord (Aldi, Edeka, Penny)	0,5 – 0,6	14,0 – 15,0	4
C-Zentrum Damaschkestraße (NP)	0,1 – 0,2	3,0 – 3,5	4 – 5
NVL Krondorfer Straße (Netto)	0,1 – 0,2	2,5 – 3,0	5 – 6
NVL Steinfurther Straße (Penny)	0,1 – 0,2	2,5 – 3,0	5 – 6
Ergänzungsstandort Muldepark (Edeka)	0,5 – 0,6	10,5 – 11,0	5
Sonstige Lagen	0,5	5,5 – 6,0	8 – 9
Insgesamt Zonen I und II	2,1	59 – 60	3 – 4
Zone III des Einzugsgebiets			
Raguhn-Jeßnitz	0,1 – 0,2	9,5 – 10,0	1 – 2
außerhalb des Einzugsgebietes (real)*	0,5	---	---
Streuumsätze	0,1 – 0,2	< 0,1	k. A.
Insgesamt	3,0 – 3,5	---	---

* Inkl. weiterer Betriebe im EKZ Anhaltstraße

- - - Ausweisung nicht sinnvoll

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu den möglichen Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) können folgende versorgungsstrukturelle bzw. städtebauliche Auswirkungen bei Umsetzung der Planung am Standort Krondorfer Straße erwartet werden:

Im Rahmen einer Verlagerung würde der größte Teil der Umsatzleistung gegenüber den Wettbewerbern im Einzugsgebiet verschoben werden, auch würde ein Teil des Umsatzes gegenüber den Wettbewerbern außerhalb des Einzugsgebietes (z. B: real SB-Warenhaus inkl. weiterer Betriebe am Ergänzungsstandort Anhaltstraße, welches maßgeblich auch den Stadtteil Wolfen abdeckt, umverteilt werden. Im Durchschnitt liegt die Umsatzumverteilungsquote in **Zone I und II** (Bitterfeld-Wolfen) bei ca. 3 – 4 %. Damit wird der Anhaltswert von 10 %, ab dem versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind, deutlich unterschritten.⁵²

52

Bei den Nonfood II-Sortimenten wird auf eine Darstellung der Wirkung verzichtet, da diese mit einer Gesamtumsatzleistung (neu) von max. 0,4 Mio. € Wirkung auslösen, die nach Einzelsortimenten deutlich unterhalb der empirischen Nahversorgungsgrenze liegen. Gleiches gilt für eine nicht zielführende Analyse der Kleinflächen im Vorkassenbereich.

Außerhalb der Stadt bzw. des Einzugsgebietes ist mit folgenden Wirkungen zu rechnen:

- /// Gegenüber den Wettbewerbern bzw. den Versorgungslagen in der Stadt **Raguhn-Jeßnitz (Zone III)** liegen die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte auf einem sehr geringen Niveau. Eine Beeinträchtigung der Versorgung der Bevölkerung im Stadtgebiet von Raguhn-Jeßnitz kann vollständig ausgeschlossen werden. Städtebauliche Auswirkungen durch Schließungen und Funktionsverluste von Nahversorgungsstandorten sind nicht zu erwarten.
- /// Weitere Umsatzumverteilungseffekte sind gegenüber **real an der Anhaltstraße** als Systemwettbewerber zu erwarten. Der Standort ist nicht optimal am Markt platziert. Gleichwohl wären im Fall einer Betriebsaufgabe hieraus keine nennenswerten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen abzuleiten.

In den Gebieten **Krondorf, Musikerviertel, Wolfen-West sowie im Bereich der Altstadt ist eine deutliche Verbesserung der Versorgungssituation an einem integrierten Standort** zu erwarten. Dies ist insbesondere auch vor dem Hintergrund zu sehen, als dass in diesem Bereich bisher lediglich Lebensmitteldiscounter vorhanden sind und somit die Ansiedlung eines Vollsortimenters auch eine **qualitative Verbesserung der Versorgung** der Bevölkerung darstellen würde. **Insgesamt sind keine Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO verbunden.**

VI. Kompatibilität mit den Zielen der Landesplanung

Abschließend ist zu prüfen, ob die Planung kompatibel mit den Zielen der Landesplanung in Sachsen-Anhalt ist. Maßgeblich hierfür sind die Ziele 46, 47 und 48 des LEP Sachsen-Anhalt 2010:

- /// Dabei ist zunächst zu bewerten, ob die Stadt Bitterfeld-Wolfen unter landes- und regionalplanerischen Kriterien zur Ansiedelung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs geeignet ist (Z 46). Da Bitterfeld-Wolfen die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums übernimmt, **wird Ziel 46 erfüllt.**
- /// Ziel 47 erfordert, dass die Verkaufsfläche und das Warensortiment dem Verflechtungsbereich der Standortkommune entsprechen sollen. Das Einzugsgebiet des geplanten bzw. verlagerten Großen Supermarktes umfasst im Wesentlichen Teile des Stadtgebiets von Bitterfeld-Wolfen. Darüber hinaus liegt die Stadt Raguhn-Jeßnitz teilweise ebenfalls im Einzugsgebiet. Rd. 87 – 88 % des Umsatzes werden aus dem Stadtgebiet generiert. Lediglich max. 2 – 3 % des Umsatzvolumens fließen in Form von Streuumsätzen und ca. 7 – 8 % aus Raguhn-Jeßnitz an den Standort zu. **Die Planung ist dementsprechend kongruent mit Ziel 47.**
- /// Die Ansiedlung bzw. Verlagerung eines Lebensmittelvollsortimenters soll an einem städtebaulich integrierten Standort erfolgen (Z 48). Mit seiner Lage an der Krondorfer Straße, umgeben von Wohnbebauung, ist der Standort als integriert zu bezeichnen. Der verlagerte Große Supermarkt lässt keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung von Bitterfeld-Wolfen oder dem Umland erwarten. Der Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Bitterfeld-Wolfen wird – wie zuvor dargelegt – nicht überschritten. Der Standort verfügt ferner über eine Anbindung an den ÖPNV in fußläufiger Entfernung und ist sowohl zu Fuß als auch mit dem Fahrrad über ein entsprechendes Wegenetz gut zu erreichen. **Ziel 48 wird daher erfüllt.**

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Bitterfeld-Wolfen und zentralörtliche Struktur in der Region	15
Karte 2: Plangebiet und Umfeldnutzungen	20
Karte 3: 500 – und 700 m-Radius um den Planstandort	22
Karte 4: Einzugsgebiet des geplanten Großen Supermarktes im Stadtteil Wolfen	27
Karte 5: Angebotssituation im Untersuchungsraum	28
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	10
Tabelle 2: Bevölkerung mit Hauptwohnsitz in Bitterfeld-Wolfen nach Ortsteilen	16
Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	32
Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Großer Supermarkt mit 3.900 m ² VK)	38
Tabelle 5: Umsatzumverteilungen (Food und Nonfood I)	40
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 - 2018	8
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Projektstandort	19
Foto 2: derzeitige Nutzung des Standortes	19
Foto 3: Wohngebäude und Bushaltestelle im westlichen Standortumfeld (Krondorfer Straße)	21
Foto 4: Netto-Markt an der Krondorfer Straße	21
Foto 5: Gewerbliche Nutzungen östlich Verbindungsstraße	21
Foto 6: Blick nach Osten Richtung Kreisverkehr und Krondorfer Straße	21
Foto 7: Grünanlage und Wohnbereiche südlich des Plangebietes	21
Foto 8: Garagen südlich des Plangebietes	21
Foto 9: E-Center, Außenansicht	36
Foto 10: E-Center, Innenansicht	36
Foto 11: real, Außenansicht	36
Foto 12: Kaufland, Außenansicht Bismarckstraße	37