

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Bewertung einer Standortverlagerung und Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in Tangerhütte

für die
MGR Immobilienverwaltung Eins Stiftung & Co. KG
Manfred-Roth-Str. 7
90766 Fürth
c/o NORMA Logistikzentrum Mittelelbe GmbH & Co. KG
z. Hd. Frau Gores
Wörmlitzer Str. 3
39126 Magdeburg

Ihre Ansprechpartner

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

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 22. Mai 2020

Inhaltsverzeichnis

- 1. Ausgangssituation und Zielsetzung 4**
- 2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... 5**
 - 2.1. Entwicklungstrends 5
 - 2.2. Distributionsstrukturen 6
 - 2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln 9
- 3. Projektplanung und Projektdaten..... 10**
- 4. Makrostandort Tangerhütte..... 12**
- 5. Mikrostandortanalyse 17**
 - 5.1. Verlagerungsstandort Alte Bahnhofstraße 17
 - 5.2. Standortvergleich mit dem Bestandsstandort in der Birkholzer Chaussee 19
- 6. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet 21**
- 7. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial 28**
- 8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen..... 31**
 - 8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3 31
 - 8.2. Landes- und Regionalplanung..... 33
- 9. Auswirkungsanalyse..... 35**
 - 9.1. Umsatzprognose..... 35
 - 9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen..... 37
 - 9.3. Einfügen des Vorhabens in die Versorgungsstruktur der Stadt Tangerhütte und städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung..... 40
 - 9.4. Auswirkungen durch das resultierende Verkehrsaufkommen 41
 - 9.5. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens / Auswirkungen auf die Ziele der Landes- und Regionalplanung..... 43
- 10. Fazit 44**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	5
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	6
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	7
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	8
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	9
Abbildung 6: Projektskizze Planvorhaben in der Bismarckstraße am Bahnhof in Tangerhütte	10
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2019	16
Abbildung 8: Verlagerungsstandort mit Verkehrsanbindung und Umfeld	17
Abbildung 9: Bestandsstandort mit Verkehrsanbindung und Umfeld	19
Abbildung 10: Ortskern Tangerhütte als faktischer zentraler Versorgungsbereich	24
Abbildung 11: Lebensmittelmärkte in der Stadt Tangerhütte	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose	15
Tabelle 2: Angebotsstrukturen im Stadtgebiet Tangerhütte nach Betriebsformen	22
Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Stadtgebiet Tangerhütte nach Standortstrukturen	26
Tabelle 4: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	30
Tabelle 5: Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet	30
Tabelle 6: Veränderung des Umsatzes bei Verlagerung auf Basis von Flächenproduktivitäten	35
Tabelle 7: Umsatzprognose des Verlagerungsvorhabens auf Basis der Abschöpfungsquote	36
Tabelle 8: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe	37
Tabelle 9: Berechnung des induzierten Verkehrsaufkommens	41

Kartenverzeichnis

Karte 1: Ortschaften von Tangerhütte	12
Karte 2: Zentrale Orte Regionaler Entwicklungsplan Altmark	13
Karte 3: Mikrostandort Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte	18
Karte 4: Stadträumliche Lage des Bestandsstandortes in der Birkholzer Chaussee	19
Karte 5: Regionale Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte	21
Karte 6: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Ortskern Tangerhütte	23
Karte 7: Lebensmittelmärkte im Kernort der Stadt Tangerhütte	25
Karte 8: Einzugsgebiet des Verlagerungsvorhabens innerhalb des Stadtgebietes von Tangerhütte	29

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Der bestehende NORMA-Markt an der Birkholzer Chaussee in der Stadt Tangerhütte soll geschlossen und durch einen Neubau an der Bismarckstraße am Bahnhof ersetzt werden. Zudem sollen ein Bäcker, ein Fleischer und eine Postfiliale das Angebot ergänzen. Für den Lebensmitteldiscounter ist es geplant, die Verkaufsfläche von gegenwärtig 608 m² auf 1.200 m² zu erhöhen.

Es wird beabsichtigt für das Vorhaben ein Sondergebiet auszuweisen. Somit unterliegt das großflächige Planvorhaben der planungsrechtlichen Beurteilung nach §11 Abs. 3 BauNVO. Danach dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch umliegender Kommunen und der wohnungsnahen Versorgung ausgehen.

In der Stadt Tangerhütte als Grundzentrum sind gemäß den Zielen des Landesentwicklungsplanes 2010 des Landes Sachsen-Anhalt großflächige Einzelhandelseinrichtungen ausschließlich der Grundversorgung zulässig, wenn diese in städtebaulich integrierter Lage vorrangig der Versorgung der eigenen Bevölkerung dienen.

Die Frage der potenziell schädlichen Auswirkungen einer großflächigen Einzelhandelsansiedlung kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Vorhabens, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche bewertet werden.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu bereits im Jahr 2017 eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt, das vorliegende Gutachten präzisiert die Projektplanung und aktualisiert umfassend die Angebots- und Nachfrageentwicklung. In vertiefter Form wird das Projekt hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen liegen in der Stadt Tangerhütte vor (Soziodemographie, 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?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung?

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

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

2.1. Entwicklungstrends

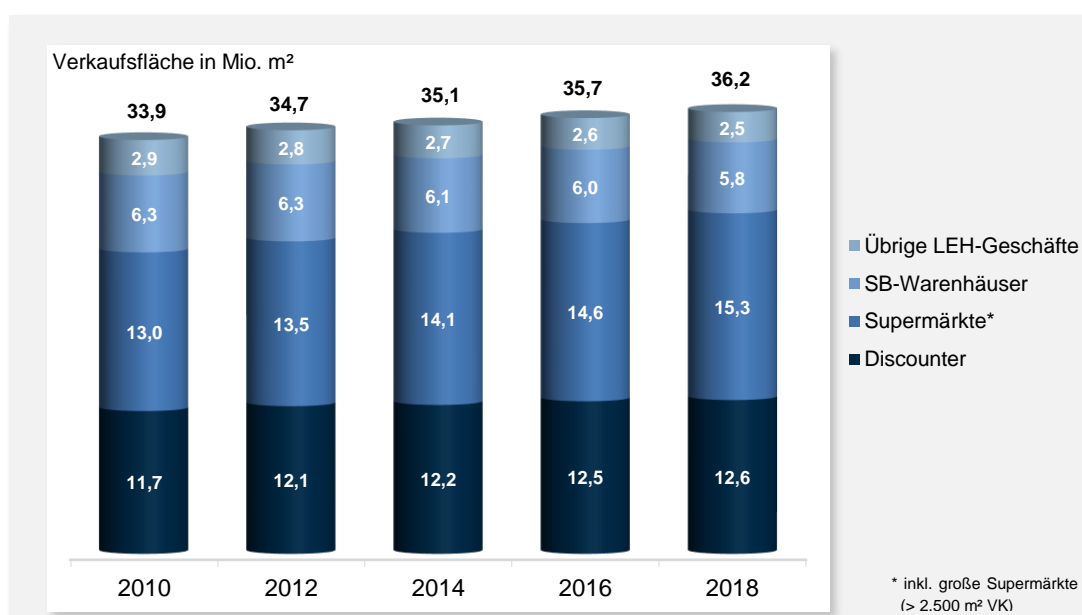
Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich auch geänderte Anforderungen an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdiensten. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).¹

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,41 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

¹ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen 2020

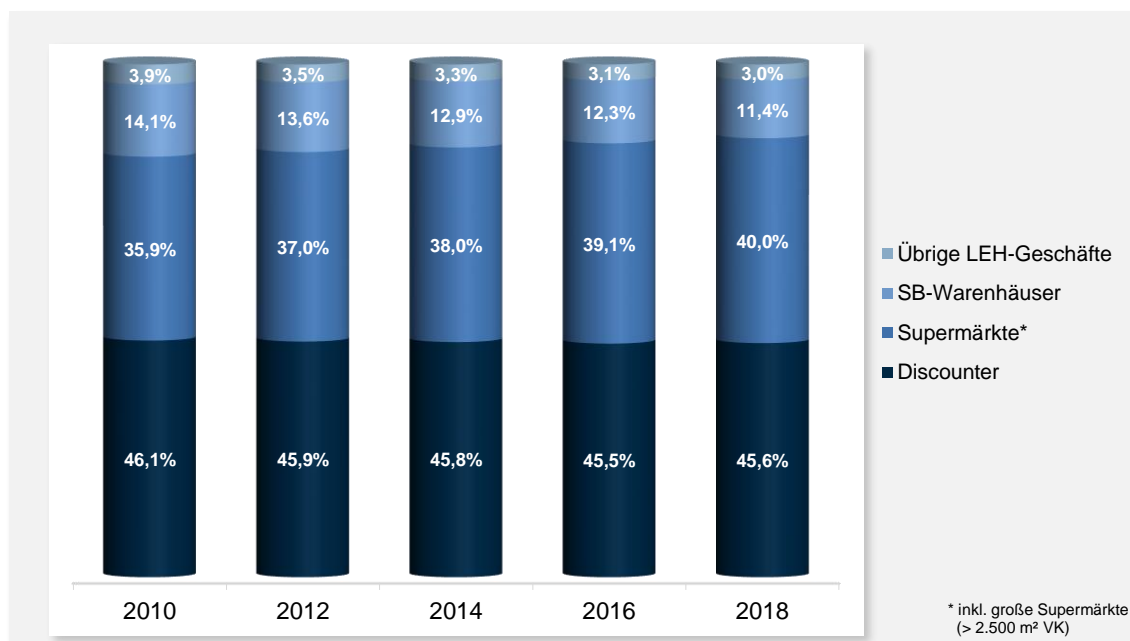
Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (+ 18 %) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 8 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und Discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.³ Der Convenience-Store „REWE to Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängi-

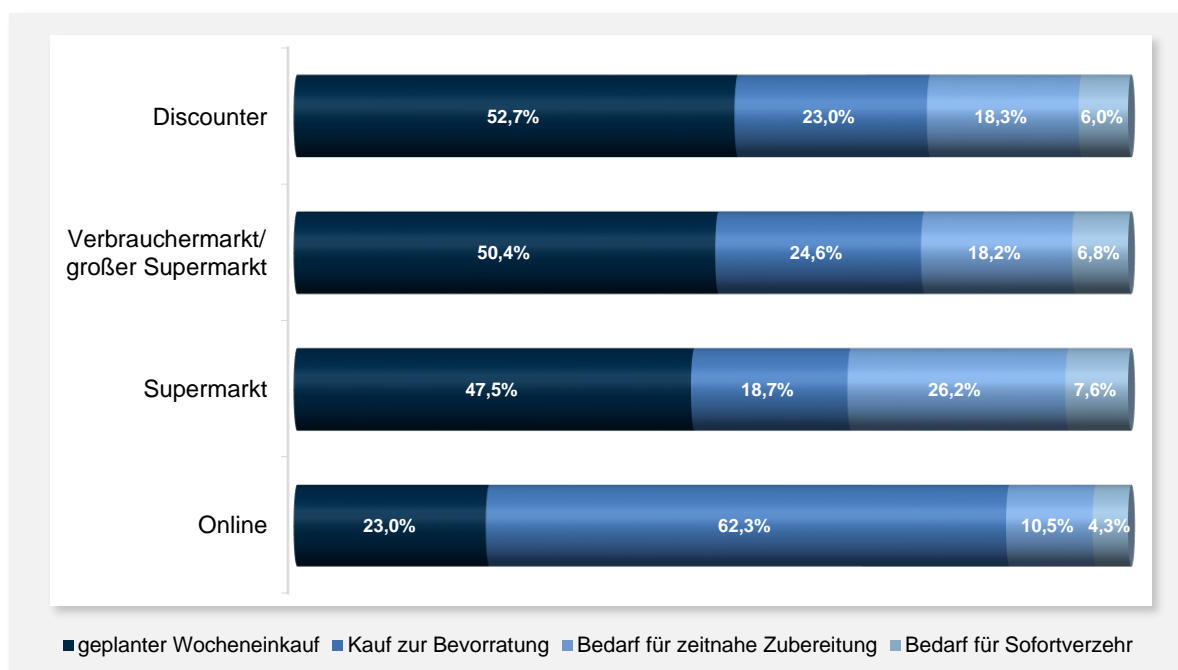
² Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

³ Ebenda, Stand: 2016

gen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte/große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

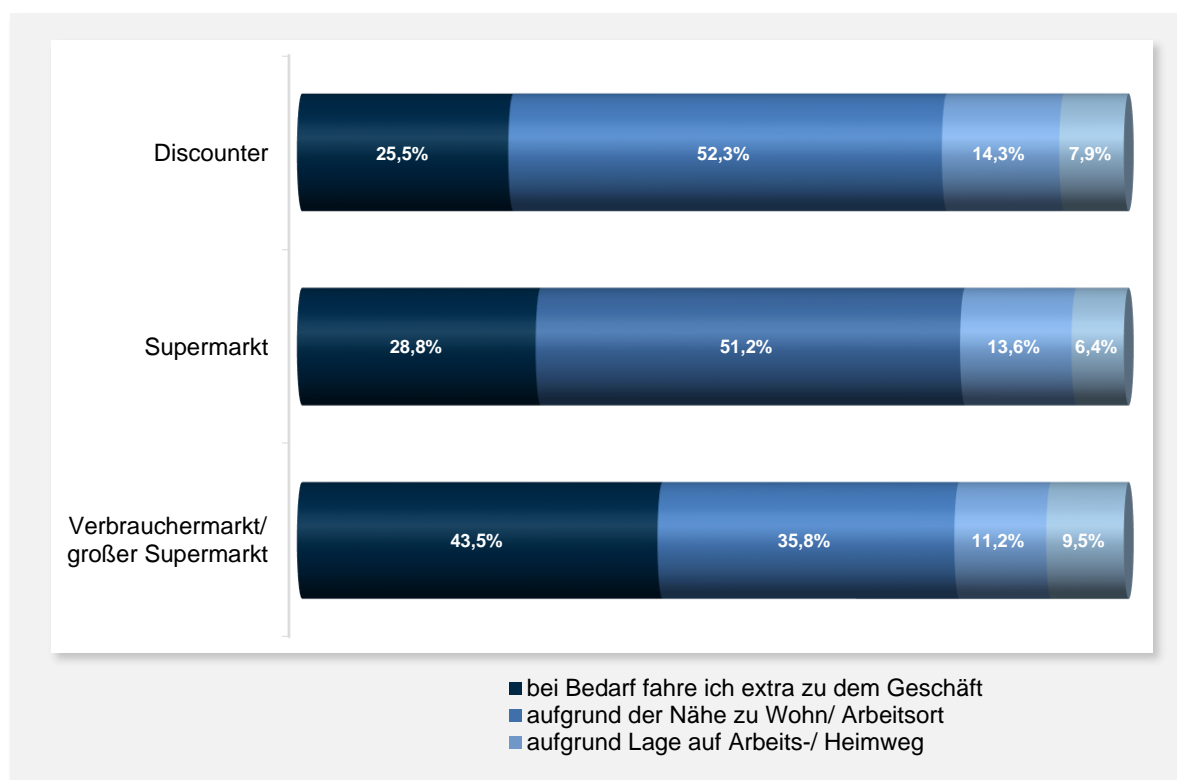
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen. Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher. Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

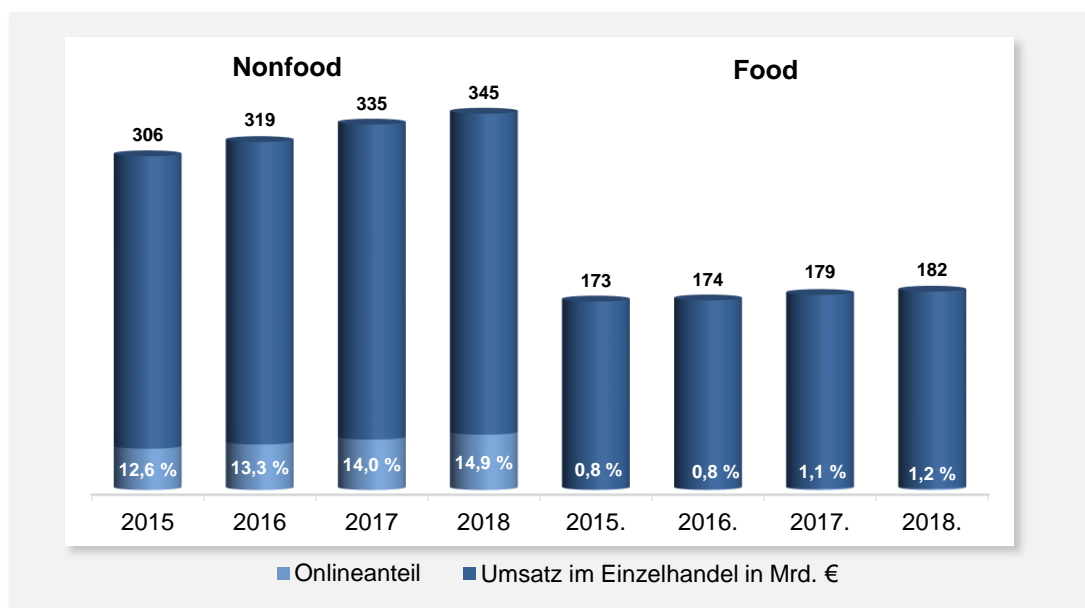
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2 %).⁴

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2020

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.⁵

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

⁴ Vgl. HDE-Online-Monitor 2020

⁵ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019

3. Projektplanung und Projektdaten

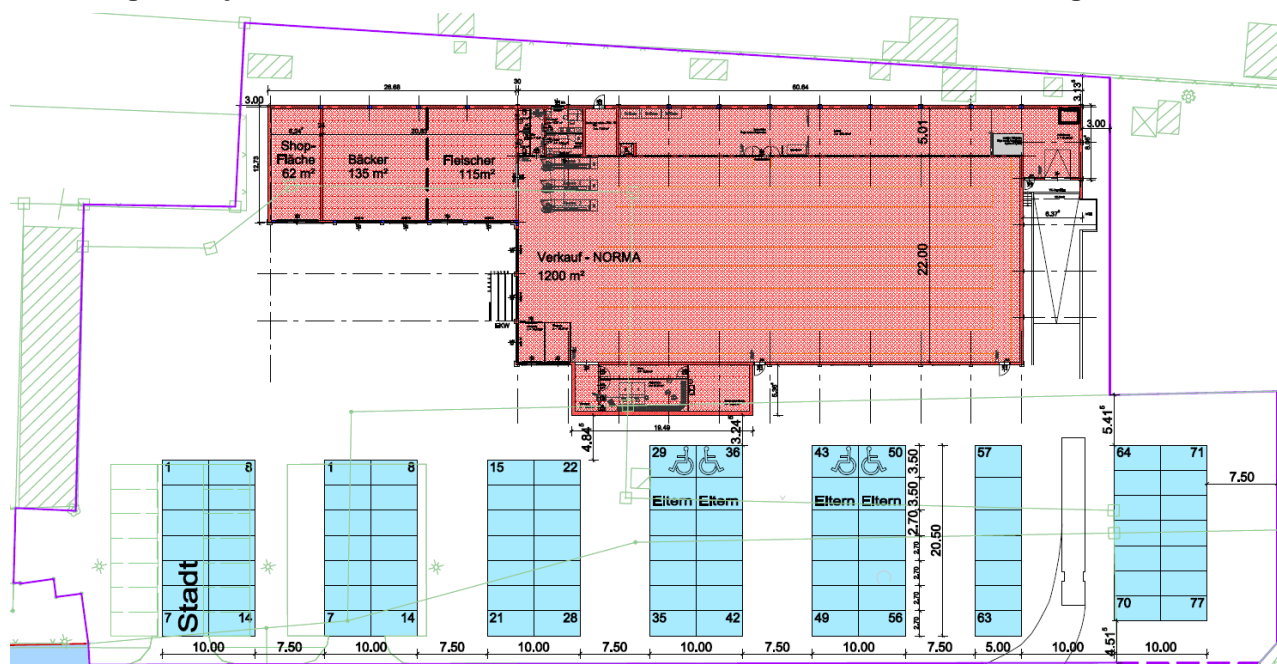
Aktuell erfüllt der Lebensmitteldiscounter NORMA in Tangerhütte hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung, der veralteten Immobilie und der Parkplatzsituation mit geringer Parkplatanzahl und einer unübersichtlichen Parkplatzanlage nicht die Voraussetzungen für eine mittel- bis langfristige Betreibung. Deshalb möchte die Firma NORMA den bestehenden Lebensmitteldiscounter in der Birkholzer Chaussee schließen und durch einen Neubau im Ortskern am Bahnhof in der Bismarckstraße ersetzen.

Die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters soll sich dabei von derzeit 608 m² auf ca. 1.200 m² erhöhen. Laut Planung ist für den Bäcker und den Fleischer zusammen eine Mietfläche von ca. 250 m² vorgesehen, hierbei ist zu erwarten, dass maximal 100 m² als einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche zur Verfügung stehen werden und zwischen beiden Verkaufsbereichen ein gemeinsamer Gastronomiebereich vorgesehen ist. Mit einer Postfiliale in der Shopfläche mit 62 m² wird zudem ein Dienstleister den Standort ergänzen.

Nach Angaben des Auftraggebers soll das Angebotskonzept des Lebensmitteldiscounters auch nach der Verkaufsflächenerweiterung vorrangig auf Lebensmittel sowie die Non-Food I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet sein, weshalb der Anteil an Non-Food II-Artikeln unterhalb von 10 % der Verkaufsfläche liegen wird.

Die geplanten 77 Parkplätze werden die Erreichbarkeit absichern. Einen Überblick zum Vorhaben gibt die folgende Abbildung:

Abbildung 6: Projektskizze Planvorhaben in der Bismarckstraße am Bahnhof in Tangerhütte



Quelle: Auftraggeber

Es ist festzuhalten, dass mit der im Zuge der Verlagerung einhergehenden Erweiterung des Lebensmittelmarktes einerseits einer allgemeinen Entwicklung mit technologischen und hygienischen Anforderungen des Gesetzgebers Rechnung getragen wird, andererseits soll die geplante Erweiterung der Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters zur Anpassung an marktfähige Konzepte genutzt werden. Im Vordergrund stehen eine bessere Warenpräsentation, großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, die zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen beitragen (siehe hierzu Abschnitt 2). Zudem sollen sich die Aufenthaltsqualität mit einer übersichtlicheren Immobilie und die Erreichbarkeit für die Bevölkerung verbessern.

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

- Umsatzbindung und -herkunft des Vorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Verlagerung und Erweiterung des Lebensmittelmarktes,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in Tangerhütte,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen der Stadt Tangerhütte.

4. Makrostandort Tangerhütte

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

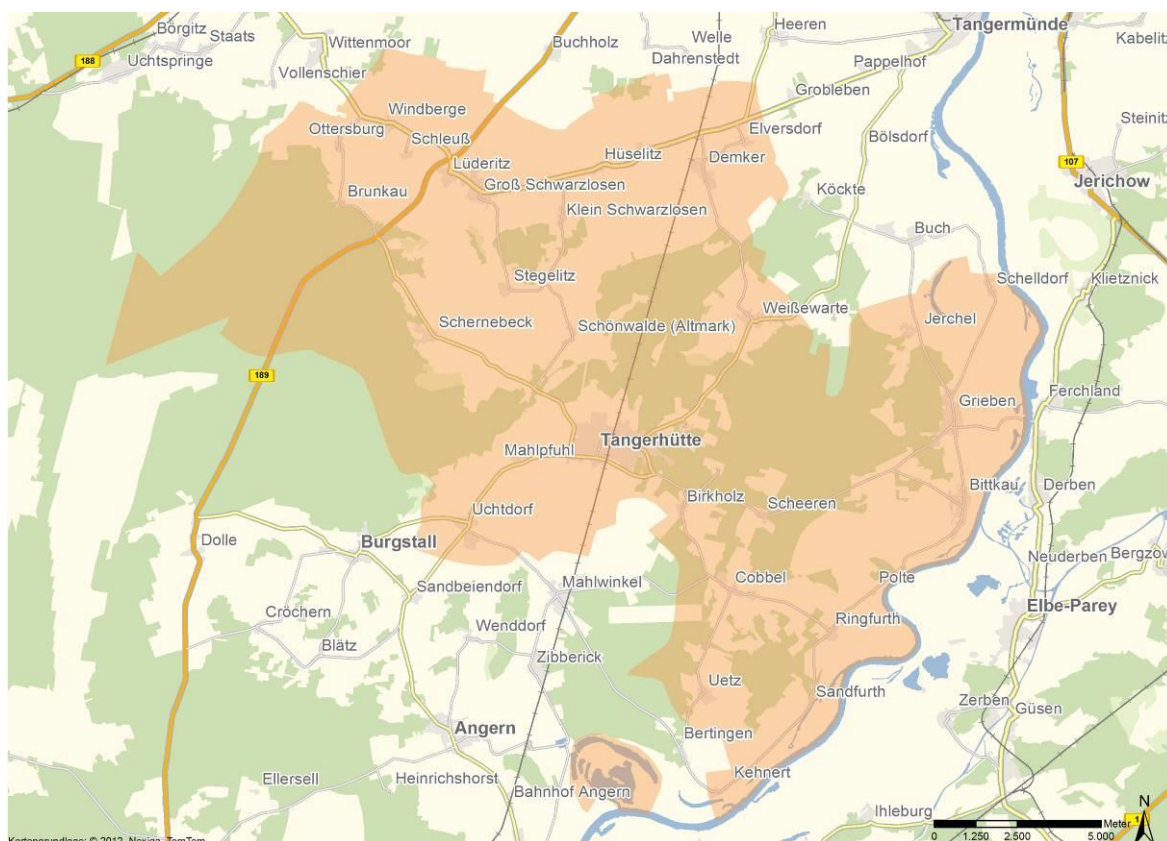
Zur grundsätzlichen Einordnung des Untersuchungsstandorts und des Projektvorhabens erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu Rahmenbedingungen der Stadt Tangerhütte und den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Tangerhütte liegt im nördlichen Bereich des Landes Sachsen-Anhalt im Landkreis Stendal. Sie liegt etwa 18 km südwestlich von Tangermünde, 25 km südlich von Stendal, 30 km nördlich von Wolmirstedt und 28 km nördlich von Burg (bei Magdeburg).

Nach der Auflösung der Verwaltungsgemeinschaft Tangerhütte-Land und der Neuordnung der Stadt im Jahr 2010 gliedert sich Tangerhütte in die 19 Ortschaften: Bellingen, Birkholz mit den Ortsteilen Scheeren und Sophienhof, Bittkau, Cobbel, Demker mit den Ortsteilen Bahnhof Demker und Elversdorf, Grieben, Hüselitz mit dem Ortsteil Klein Schwarzlosen, Jerchel, Kehnert, Lüderitz mit den Ortsteilen Groß Schwarzlosen und Stegelitz, Ringfurth mit den Ortsteilen Polte und Sandfurth, Schelldorf, Schernebeck, Schönwalde (Altmark), Tangerhütte mit den Ortsteilen Briest und Mahlpfuhl, Uchtdorf, Uetz, Weißewarte, Windberge mit den Ortsteilen Brunkau, Ottersburg und Schleuß. Sowohl in Bezug zur Einwohnerzahl als auch infrastrukturell stellt der Kernort Tangerhütte den absoluten Schwerpunkt der Stadt dar. Durch die zentrale Lage ist der Kernort sehr gut aus den weiteren Ortsteilen zu erreichen.

Karte 1: Ortschaften von Tangerhütte



Quelle: Nexiga GmbH, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse - Verlagerungsvorhaben Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte

Aus Einzelhandelssicht bildet folglich der Einzelhandelsbesatz im Ortskern des Ortsteils Tangerhütte das Versorgungszentrum für das gesamte Stadtgebiet. Der Projektstandort befindet sich innerhalb des Ortskerns von Tangerhütte.

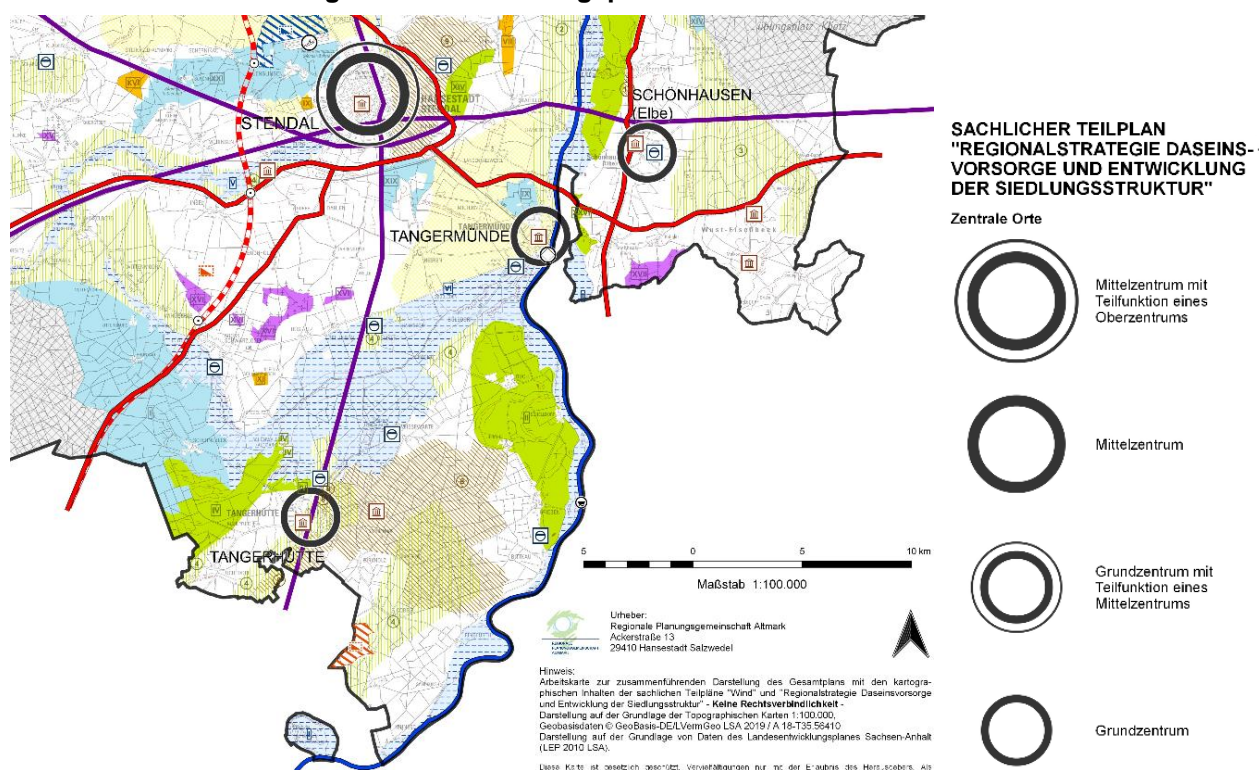
Eine Ableitung und planerische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung liegt für die Stadt Tangerhütte nicht vor. Grundlage der weiteren Auswirkungsanalyse bildet somit die Betrachtung faktischer zentraler Versorgungsbereiche, in diesem Sinne ist der Ortskern an der Bismarckstraße zwischen Rathaus und Penny-Markt einzustufen (siehe Karte 6). Charakteristisch für diesen Bereich ist die Fachgeschäftsstruktur verschiedener Branchen sowie Gastronomie- und Dienstleistungsangebote.

Die Bundesstraße B189 tangiert die Stadt Tangerhütte im westlichen Bereich und verbindet Tangerhütte mit Stendal und Magdeburg. An das Schienennetz der Deutschen Bahn ist die Stadt durch den Haltepunkt Tangerhütte im Ortskern angeschlossen. Von hier aus verkehren Züge in Richtung Magdeburg und Stendal.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Tangerhütte

Der Regionale Entwicklungsplan der Regionalen Planungsgemeinschaft Altmark ist aus dem Jahr 2005, jedoch wurde am 12.06.2019 der 1. Entwurf der Änderung und Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplans Altmark 2005 zur Anpassung an die Ziele des Landesentwicklungsplans 2010 des Landes Sachsen-Anhalt beschlossen. In diesem Entwurf wird die Stadt Tangerhütte als Grundzentrum ausgewiesen.⁶

Karte 2: Zentrale Orte Regionaler Entwicklungsplan Altmark



Quelle: Regionale Planungsgemeinschaft Altmark (2019): 1. Entwurf Regionaler Entwicklungsplan Altmark - Arbeitskarte

⁶ Regionale Planungsgemeinschaft Altmark (2019): 1. Entwurf der Änderung und Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplans Altmark 2005

Grundzentren übernehmen nach den Vorgaben des Landesentwicklungsplans wichtige Grundversorgungsfunktionen, im Ziel 35 ist festgelegt:

„Grundzentren sind als Standorte zur Konzentration von Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen sowie der gewerblichen Wirtschaft zu sichern und zu entwickeln. Sie sind in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs einzubinden.“⁷

Die Begründung zu diesem Ziel führt zu den Versorgungsfunktionen aus: *„Die Aufgabe der Grundzentren, deren Festlegung in den Regionalen Entwicklungsplänen erfolgt, ist es, den Grundbedarf für die Versorgung der Bevölkerung abzudecken. Ein Grundzentrum soll in der Regel mindestens 3.000 Einwohner (Grundlage: letzte statistische Bevölkerungszahl zu Beginn des Aufstellungsverfahrens) haben, um selbst das Potenzial für die notwendigen Einrichtungen der Daseinsvorsorge vorhalten zu können. Darüber hinaus sollen durch das Grundzentrum in der Regel mindestens 9.000 Einwohner (in der Regel in der Summe mindestens 12.000 Einwohner) versorgt werden. Die Erreichbarkeit aus dem Einzugsbereich soll in der Regel in 15 Minuten mit dem PKW und in 30 Minuten mit dem ÖPNV gewährleistet sein.*

Typische Versorgungseinrichtungen sind u.a. Sekundarschule, Arztpraxen und Apotheke, Gemeindeverwaltung, lokale Sporteinrichtungen, Handelseinrichtungen unter 1.200 m² Geschossfläche für die Grundversorgung, ÖPNV-Verbindung zum Mittelzentrum.“⁸

Um die Grundversorgung auch in ländlichen Gebieten weiter zu sichern, wird seitens der Landesplanung auch in Grundzentren die Möglichkeit eröffnet, großflächige Lebensmittelmärkte zu errichten: *„Die Ausweitung 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.“⁹*

Entsprechend dieser Einbindung der Stadt Tangerhütte in die regionale, zentralörtliche Gliederung werden Versorgungsfunktionen vor allem für die eigene Wohnbevölkerung übernommen. Diese Orientierung auf das eigene Stadtgebiet wird auch der raumordnerischen Bewertung des Verlagerungsvorhabens zugrunde gelegt.

Soziodemographische Daten

Die nachfolgenden Berechnungen im Gutachten basieren zur besseren Vergleichbarkeit auf der aktuell verfügbaren Datenbasis des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt. Gemäß dieser Grundlage leben zum Stichtag 30.06.202019 insgesamt 10.713 Einwohner in Tangerhütte.

⁷ Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Ziel Z 35

⁸ Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Begründung zu den Zielen Z 33 bis Z 35

⁹ vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Einwohnerentwicklung	Stadt Tangerhütte		Landkreis Stendal	
	abs.	Index	abs.	Index
31.12.2011	11.603	100,0%	118.268	100,0%
31.12.2012	11.379	98,1%	116.666	98,6%
31.12.2013	11.204	96,6%	115.471	97,6%
31.12.2014	11.086	95,5%	114.688	97,0%
31.12.2015	11.007	94,9%	115.262	97,5%
31.12.2016	10.884	93,8%	114.393	96,7%
31.12.2017	10.814	93,2%	113.186	95,7%
31.12.2018	10.718	92,4%	111.982	94,7%
30.06.2019	10.713	92,3%	111.546	94,3%
Prognose				
2030	9.497	81,8%	97.605	82,5%

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis des Zensus vom 9. Mai 2011 für die Jahre 2011 bis 30.06.2019, Bevölkerungsprognose für das Land Sachsen-Anhalt 2014-2030

Seit dem Jahr 2011 ist die Einwohnerzahl in der Stadt Tangerhütte um knapp 8% auf 10.713 Einwohner zurückgegangen. So wies die Stadt Tangerhütte im Jahr 2011 noch 11.603 Einwohner auf. Im Landkreis Stendal war der Bevölkerungsrückgang im Zeitraum zwischen 2011 und 2015 mit 5,7% geringer.

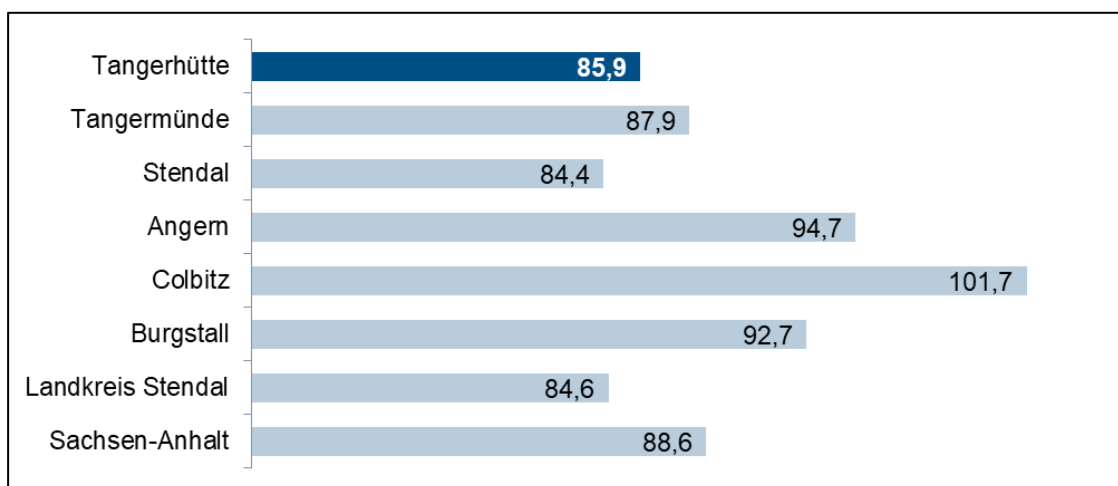
Gemäß der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose 2014 bis 2030 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt wird die Einwohnerzahl für die Gesamtstadt bis 2030 auf rd. 9.500 Einwohner sinken. Im Zeitraum vom 31.12.2011 bis zum Jahr 2030 entspricht dies einem Rückgang von 18,2%.

Gerade vor dem Hintergrund des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs, ist die Sicherung der Grundversorgung von besonders großer Bedeutung.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

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

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt) 2019


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

Die Stadt Tangerhütte erzielt mit 85,9 im regionalen Vergleich ein durchschnittliches Kaufkraftniveau, welches allerdings mit rd. 14 Prozentpunkten deutlich unter dem Bundesdurchschnitt 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. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Tangerhütte beträgt 1.256, demgegenüber sind 2.745 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein negativer Pendlersaldo von 1.489.¹⁰

Diese Pendlersituation ist Ausdruck der geringeren Stadtgröße ohne bedeutende Wirtschaftskraft und lässt entsprechende, einzelhandelsrelevante Kaufkraftabflüsse erwarten. Diese sind auch in der vorliegenden Auswirkungsanalyse von Bedeutung.

Fazit zum Makrostandort Tangerhütte:

- Grundzentrum mit Versorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- insgesamt rückläufige Bevölkerungszahl für die Stadt Tangerhütte, welche sich in den Prognosen bis 2030 fortsetzt,
- Kaufkraft fügt sich mit 85,9 in den regionalen Vergleich ein,
- negativer Pendlersaldo von 1.489 lässt Kaufkraftabflüsse erwarten,
- zur Sicherung der Grundversorgung in Grundzentren ist die Ansiedlung großflächiger Nahversorgungsbetriebe landesplanerisch möglich.

¹⁰ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2019, Bundesagentur für Arbeit

5. Mikrostandortanalyse

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

Nachfolgend wird neben der Bewertung des Verlagerungsstandortes auch ein funktionaler Vergleich mit dem Bestandsstandort in der Birkholzer Chaussee vorgenommen.

5.1. Verlagerungsstandort Alte Bahnhofstraße

Lage des Grundstücks und Nutzungsumfeld

Das Grundstück am Bahnhof in der Bismarckstraße befindet sich in integrierter Lage im Ortskern von Tangerhütte ca. 1,3 km westlich vom bisherigen Standort. Damit verlagert sich der Standort vom östlichen Ortsrand in das Stadtzentrum. Auf dem Grundstück existieren im Ist-Zustand Grünflächen. Das Umfeld des Planstandorts wird zunächst von der Lage am Bahnhof von Tangerhütte und der Bismarckstraße mit einem dichten Besatz aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen in den Erdgeschossen geprägt. In den oberen Etagen der Gebäude sind zunächst Wohnnutzungen vorhanden. Südöstlich befindet sich weiterhin eine Gießerei und östlich eine Kleingartenanlagen.

Innerörtliche Lage, Erreichbarkeit und Umfeld sind in Karte 3 nachzuvollziehen.

Abbildung 8: Verlagerungsstandort mit Verkehrsanbindung und Umfeld



Plangrundstück



Bahnhof Tangerhütte



Wohngebäude und Geschäftshäuser Bismarckstraße (ehemaliges Gebäude Rossmann)



Quelle: eigene Aufnahmen, Dezember 2017

Verkehrliche Situation

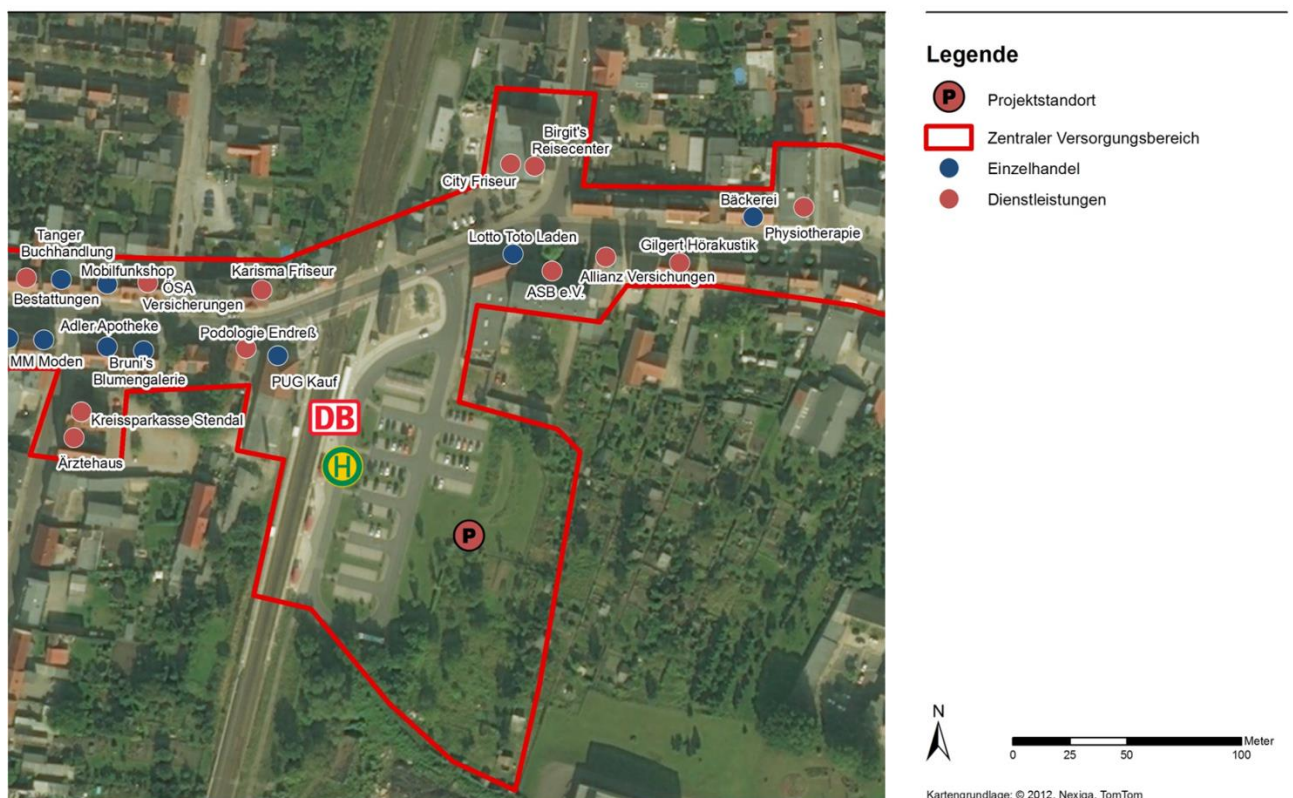
Der Planstandort zeichnet sich durch eine allumfassende, gute Erreichbarkeit aus, sowohl fußläufig als auch per Pkw und ÖPNV. Er befindet sich an der Bismarckstraße und kann von dieser sehr gut mit dem Pkw angefahren werden. Die geplanten 77 Parkplätze werden die Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr absichern.

Durch die zentrale Lage in der Stadt Tangerhütte mit Fußwegen an den umliegenden Straßen ist der Standort sehr gut fußläufig zu erreichen. Da direkt gegenüber der Bahnhof existiert und von dort aus auch Buslinien fahren, ist eine bestmögliche ÖPNV-Anbindung in der Stadt Tangerhütte gegeben. Somit ist der Markt auch mit dem ÖPNV auch aus umliegenden Ortschaften zu erreichen.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Der Verlagerungsstandort befindet sich im Ortskern von Tangerhütte, welcher aufgrund seines Bestandes von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben Versorgungsfunktionen für das Stadtgebiet und die umliegenden Ortsteile aufweist. Das Projektvorhaben mit einem Lebensmitteldiscounter, einem Fleischer und einem Bäcker würde die Versorgungsfunktion stärken und als wesentlicher Magnetstandort im Stadtzentrum von Tangerhütte fungieren. Durch die zentrale Lage in Tangerhütte mit Wohnbevölkerung im Umfeld kann der Standort im Gegensatz zum bisherigen Markt in der Birkholzer Chaussee auch wohnungsnaher Versorgungsfunktionen übernehmen. Einerseits wird damit die wohnungsnaher Versorgung aus dem direkten Umfeld verbessert und andererseits durch die bessere Erreichbarkeit die wohnortnahe Versorgung aus den weiteren Ortsteilen gestärkt (siehe Abschnitt 7 zum Einzugsgebiet).

Karte 3: Mikrostandort Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte



Quelle: Nexiga GmbH, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

5.2. Standortvergleich mit dem Bestandsstandort in der Birkholzer Chaussee

Der jetzige Standort des NORMA-Marktes befindet sich in der Birkholzer Chaussee am östlichen Ortsrand des Kernortes Tangerhütte. Direkt angrenzend an den bestehenden Lebensmitteldiscounter steht ein ehemaliger Getränkemarkt leer, was die begrenzte Attraktivität des Standorts zeigt. Westlich davon befinden sich eine Schwimmhalle, Sportplätze und das Landesbildungszentrum Tangerhütte. Südlich davon existieren Gebäude der Lebenshilfe für Behinderte e.V. Region Stendal. Wohngebäude gibt es im unmittelbaren Umfeld nicht.

Karte 4: Stadträumliche Lage des Bestandsstandortes in der Birkholzer Chaussee



Quelle: Nexiga GmbH, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Der NORMA-Markt in der Birkholzer Chaussee ist gerade vor dem Hintergrund der veralteten Immobilie, der unübersichtlichen Parkplatzanlage, dem mittlerweile fehlendem Getränkemarkt mittelfristig nicht mehr marktfähig. So besteht keine Erweiterungsmöglichkeit für den Lebensmitteldiscounter und der Parkplätze. Darüber hinaus gibt es im Umfeld wenig Bevölkerung und die Erreichbarkeit ist im Vergleich zu den weiteren Lebensmittelmärkten in Tangerhütte schlechter. Somit sind die wohnungsnahen und wohnortnahen Versorgungsfunktionen des Standorts gering. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist der Standort nicht zukunftsfähig.

Abbildung 9: Bestandsstandort mit Verkehrsanbindung und Umfeld



Veraltete Bestandsimmobilie

Ehemaliger Getränkemarkt

Schmale Parkplatzanlage vor dem Markt

Quelle: eigene Aufnahmen, Dezember 2017

Zwischenfazit zum Standortvergleich

- Der Verlagerungsstandort befindet sich im Kernort des Grundzentrums Tangerhütte in integrierter Lage im Ortskern von Tangerhütte. Im Gegensatz zum am Ortsrand befindlichen bestehenden Standort ist bei einer Verlagerung eine deutliche Verbesserung der städtebaulichen Struktur gegeben.
- Der Standort in der Bismarckstraße verfügt durch die geplanten Parkplätze, der Lage am Bahnhof und die fußläufige Erreichbarkeit durch die zentrale Lage im Gegensatz zum bestehenden Markt in der Birkholzer Chaussee über eine allumfassend sehr gute Erreichbarkeit.
- Am Verlagerungsstandort kann sich der Lebensmitteldiscounter mit modernem Konzept aufstellen. Somit ist es möglich den Lebensmitteldiscounter NORMA in der Stadt Tangerhütte zu sichern und zu qualifizieren.
- Das Projektvorhaben mit einem Lebensmittelmarkt, einem Bäcker, einem Fleischer und einer Postfiliale kann wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für den Kernort Tangerhütte und wohnortnahe Versorgungsfunktionen für die weiteren Ortsteile wahrnehmen.
- Von dem Verlagerungsvorhaben kann durch die Stärkung des Ortskerns die Fachhandelsstruktur profitieren.

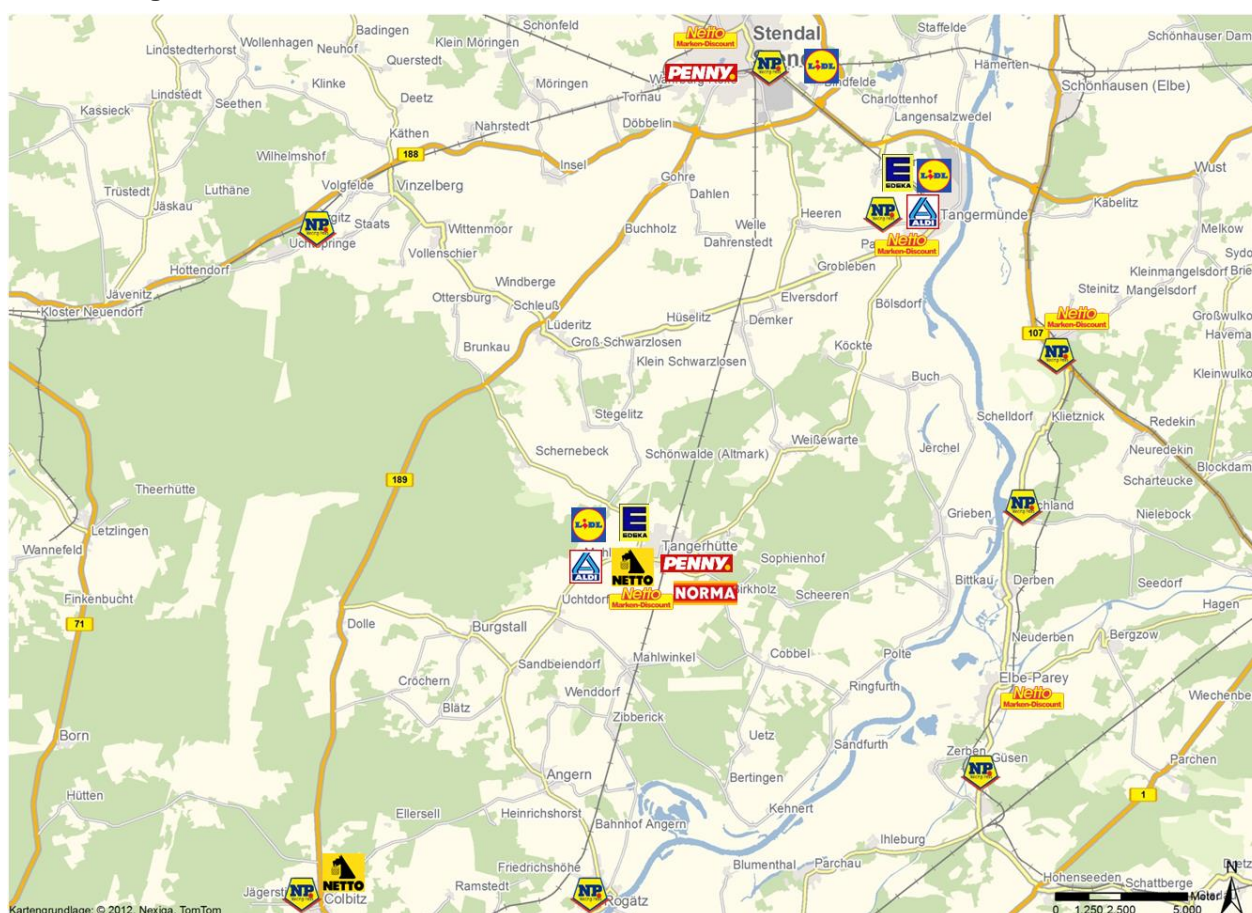
6. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet (vgl. Abschnitt 7) des Verlagerungsvorhabens bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment innerhalb der Stadt Tangerhütte und umliegender Gemeinden. Die Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Dezember 2017. Die Erhebung wurde per Onlinerecherche sowie in Abstimmung mit der Bauverwaltung Tangerhütte im März 2020 aktualisiert.¹¹

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

Die maßgebliche Wettbewerbssituation durch regionale Standorte der Lebensmittelmärkte ist in nachfolgender Karte 5 dargestellt. Neben den projektrelevanten Lebensmittelmärkten in der Stadt Tangerhütte sind zusätzlich die Märkte in den umliegenden Kommunen verortet.

Karte 5: Regionale Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte



Quelle: Nexiga GmbH, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

¹¹ Bauverwaltung Tangerhütte, Mail von Frau Klähn am 27.03.2020

Die weiteren Lebensmittelmärkte und die Entfernungen in die umliegenden Kommunen zeigen auf, dass mit den Städten Tangermünde (18 km entfernt), Stendal (25 km entfernt), Wolmirstedt (30 km entfernt), und Burg bei Magdeburg (28 km entfernt) keine direkten Wettbewerbsbeziehungen bestehen.

Der wettbewerbsrelevante Untersuchungsraum erstreckt sich sowohl aus Sicht der Standortverteilung, als auch der Ausrichtung auf örtliche Grundversorgungsfunktionen über das gesamte Stadtgebiet von Tangerhütte sowie in nördlicher Richtung bis Demker, in östlicher Richtung bis zur Elbe, in südlicher Richtung bis nach Angern und westlich bis nach Dolle.

In diesem sind derzeit 20 nahversorgungsrelevante Anbieter mit zusammen 6.400 m² Verkaufsfläche vertreten, welche einen Gesamtumsatz von rd. 29,2 Mio. € erzielen.

Nachfolgende Tabelle kennzeichnet die wettbewerbsrelevante Angebotsstruktur innerhalb des Einzugsgebietes (siehe Abschnitt 7). Im Schwerpunkt übernehmen die Lebensmitteldiscounter und der Supermarkt Edeka die Grundversorgungsfunktionen. Sie verfügen über einen Verkaufsflächenbesatz von ca. 6.000 m² und erzielen einen Umsatz von ca. 26,2 Mio. €.

Tabelle 2: Angebotsstrukturen im Stadtgebiet Tangerhütte nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf	darunter Nonfood II
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt und Discounter	5.988	26.210	22.340	2.060	290	1.520
Lebensmittelgeschäft	165	500	500			
Bäckerei / Fleischerei / Sonst. Lebensmittelgeschäfte	290	2.500	2.500			
gesamt	6.443	29.210	25.340	2.060	290	1.520

Quelle: BBE-Erhebung 2017, Aktualisierung 2020

Für eine Prüfung städtebaulich relevanter Auswirkungen des Vorhabens sind grundsätzlich zentrale Versorgungsbereiche vertieft zu betrachten. Eine planerische Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches liegt in der Stadt Tangerhütte nicht vor. Folglich ist zu prüfen, ob faktische zentrale Versorgungsbereiche identifiziert werden können. Dazu ist zunächst der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ näher zu betrachten:

Exkurs „Zentrale Versorgungsbereiche“:

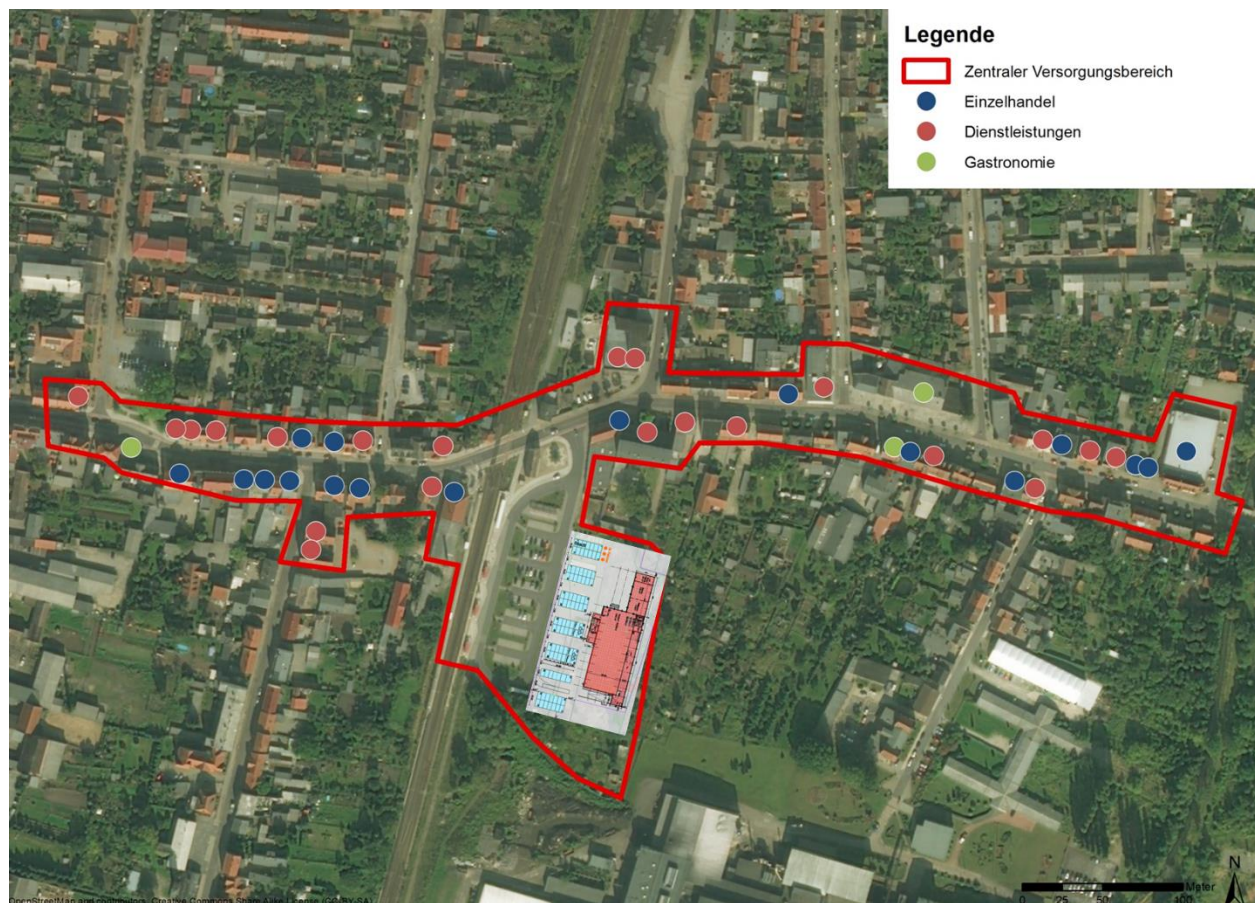
Grundsätzlich handelt es sich bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben bündelt ein zentraler Versorgungsbereich typischerweise auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Für einen zentralen Versorgungsbereich existiert keine Mindestgröße. Dem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer, verkehrsgünstig angebunden. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.¹²

¹² vgl. zum Begriff faktischer zentraler Versorgungsbereiche: Bundesverwaltungsgericht, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007

Auswirkungsanalyse - Verlagerungsvorhaben Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte

Auf Basis dieser Funktionszuweisung sowie der örtlichen Gegebenheiten wurde das Vorhandensein von zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Tangerhütte geprüft. Der Ortskern an der Bismarckstraße zwischen Rathaus und Penny-Markt kann in diesem Sinne als faktischer zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden. Die genaue Abgrenzung ist Karte 6 zu entnehmen.

Karte 6: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Ortskern Tangerhütte



Quelle: Nexiga GmbH, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Dieser **faktische zentrale Versorgungsbereich** wird zunächst durch kleinere Fachgeschäftsstrukturen geprägt, umfasst jedoch über 40 Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomiebetriebe. Bisheriger Magnetanbieter ist der Penny-Lebensmitteldiscounter im östlichen Bereich, insgesamt ergibt sich die Attraktivität des Ortskerns jedoch durch den Anbiertmix und die hohe städtebauliche Qualität. So sind u.a. drei Bäcker, ein Fleischer, das Bekleidungsgeschäft Ernsting's Family, eine Sparkasse, eine Volksbank und zwei Apotheken im Ortskern vorhanden. Durch den Bahnhof in zentraler Lage des Ortskerns ist eine sehr gute Anbindung gegeben. Mit dem Projektvorhaben direkt östlich am Bahnhof ist eine weitere Belebung der Innenstadt zu erwarten.

Die im zentralen Versorgungsbereich existierenden Lebensmittelanbieter sind als wettbewerbsrelevant im Sinne des Verlagerungsvorhabens einzustufen. Es ist dabei allerdings auch zu erwarten, dass durch die Belebung der Innenstadt mit einem modernen Lebensmittelmarkt auch die Anbieter profitieren können. Als Wettbewerber ist dabei der Penny-Lebensmitteldiscounter zu bewerten, der sich ebenfalls im Discountbereich positioniert. Dieser ist ca. 500 m entfernt und verfügt ebenfalls über einen Bäcker und Fleischer in der Vorkassenzonen. Der Markt hat eigene Parkplätze und weist eine hohe Kundenakzeptanz in der Stadt Tangerhütte auf.

Auswirkungsanalyse - Verlagerungsvorhaben Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte

Die weiteren Anbieter im zentralen Versorgungsbereich sind dem Lebensmittelhandwerk zuzuordnen und werden zunächst mit dem geplanten Bäcker und Fleischer am Projektstandort Wettbewerbsbeziehungen aufweisen. Der Lebensmitteldiscounter hat ein breiteres Sortiment, so dass sich nur bedingt Wettbewerbsverflechtungen ergeben.

Abbildung 10: Ortskern Tangerhütte als faktischer zentraler Versorgungsbereich



Quelle: eigene Aufnahmen, Dezember 2017

In der Karte 7 sind die weiteren wesentlichen Wettbewerber in der Stadt Tangerhütte abgebildet. Im Folgenden wird auf die wichtigsten Wettbewerbsstandorte näher eingegangen:

Durch die Standortverlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des NORMA-Lebensmittelmarktes werden sich die Wettbewerbsverflechtungen mit dem **LIDL-Markt** erhöhen. War der Lebensmitteldiscounter NORMA ehemals stärker auf das östliche Stadtgebiet mit einer Entfernung von 1,8 km zum LIDL-Markt ausgerichtet, ist er durch die Standortverlagerung nur noch 500 m vom LIDL entfernt. Der LIDL befindet sich westlich des Ortskerns an der Schönwalder Straße und ist stärker auf das nordwestliche Stadtgebiet ausgerichtet. Der Anbieter präsentiert sich mit typischem Konzept und ist über die Schönwalder Straßen und seinen Stellplätzen vor der Immobilie sehr gut zu erreichen.

Ebenfalls zielt der Lebensmitteldiscounter **Netto in der Rosa-Luxemburg-Straße** auf das westliche Stadtgebiet ab. Die Verkehrsfrequenz der Rosa-Luxemburg-Straße ist gering und er spricht durch die Nähe zum LIDL-Markt vergleichbare Kundengruppen an. Allerdings hat der Anbieter Netto im Vergleich zu LIDL eine geringere Kundenakzeptanz und Kopplungspotenziale im Umfeld fehlen, so dass der Standort im Vergleich zu den weiteren Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Tangerhütte weniger wettbewerbsfähig ist. Adäquat zum LIDL-Markt wird durch die Standortverlagerung des NORMA-Lebensmitteldiscounters die Wettbewerbsintensität ansteigen.

Karte 7: Lebensmittelmärkte im Kernort der Stadt Tangerhütte


Quelle: Nexiga GmbH, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Am westlichen Ortsrand ist mit dem **Vollsortimenter Edeka**, dem Bekleidungsfachmarkt KiK, dem Schuhfachmarkt ABC Schuhcenter, einer Apotheke, einem Floristen und weiteren ergänzenden Anbietern ein weiterer Versorgungsstandort vorhanden, der mit seiner Ausrichtung auf nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente mit dem Ortskern von Tangerhütte im Wettbewerb steht. Der Edeka-Markt ist mit zusammen ca. 1.600 m² der größte Lebensmittelmarkt, teilt sich jedoch auf zwei Flächen auf. Während in einem der beiden Märkte das typische Vollsortimentskonzept angeboten wird, ist der zweite Markt zunächst auf Drogeriewaren sowie Getränke ausgerichtet. Die Eingänge der beiden Märkte befinden sich in unmittelbarem Zusammenhang. Als einziger Vollsortimenter und Anbieter mit größerem Drogeriesortiment weist der Standort ein Alleinstellungsmerkmal auf. Da sich der Anbieter NORMA im Gegensatz zum Vollsortimenter Edeka stärker im Discountbereich positioniert, sind die Wettbewerbsbeziehungen zwischen den beiden Lebensmittelmärkten zunächst gering.

Mit dem Lebensmitteldiscounter **ALDI** und dem **Hybrid-Discounter Netto Marken-Discount** gibt es am südwestlichen Stadtrand zwei weitere Lebensmittelmärkte in der Straße der Jugend. Durch die unmittelbare Nähe der beiden Anbieter entfaltet der Standort mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.600 m² eine hohe Anziehungskraft. Beide Märkte präsentieren sich mit typischem Konzept und sind stärker auf das südwestliche Stadtgebiet und die weiteren Ortsteile ausgerichtet. Durch die Verlagerung und Erweiterung des NORMA-Marktes werden auch für diesen Standort die Wettbewerbsbeziehungen steigen.

Sonstige Anbieter, wie bspw. der kleine Lebensmittelmarkt in Angern, stehen aufgrund der Entfernung oder der unterschiedlichen Ausrichtung nur marginal bzw. nicht im Wettbewerb und werden deshalb nicht näher betrachtet.

Abbildung 11: Lebensmittelmärkte in der Stadt Tangerhütte


LIDL, Schönwalder Straße

Netto, Rosa-Luxemburg-Straße

Edeka, Neustädter Ring

Edeka, Getränke- und Drogeriemarkt

Netto Marken-Discount, Straße der Jugend

ALDI, Straße der Jugend

Quelle: eigene Aufnahmen, Dezember 2017

Umsatzstärkster Standort bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist der Standort von ALDI und Netto Marken-Discount in der Straße der Jugend, welcher mit 1.600 m² Verkaufsfläche und höheren Flächenleistungen im Vergleich zum Standort des EDEKA-Marktes einem Umsatz von 7,2 Mio. € erzielt. Am Standort des Edeka-Marktes wird ein Umsatz von 6,8 Mio. € erwirtschaftet. Der zentrale Versorgungsbereich von Tangerhütte verfügt im nahversorgungsrelevanten Bereich über einen Verkaufsflächenanteil von 13% und beim Umsatzanteil von 14%. Dies zeigt, dass der Standort im kurzfristigen Bedarfsbereich nicht das städtebauliche Gewicht wie in anderen Branchen hat. Mit dem Verlagerungsvorhaben könnte der zentrale Versorgungsbereich gestärkt werden. Der NORMA Bestandsstandort hat mit 608 m² die kleinste Verkaufsfläche aller Lebensmittelmärkte und erzielt auf Grund der veralteten Immobilie und begrenzten Standortqualität mit 2,2 Mio. € aktuell den geringsten Umsatz.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Stadtgebiet Tangerhütte nach Standortstrukturen

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf	darunter Nonfood II
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€
NORMA Bestandsstandort	608	2.190	1.860	120	30	180
ZVB Tangerhütte, Standort Penny	800	3.750	3.300	210	40	200
ZVB Tangerhütte, Sonstige Anbieter	50	380	380	0	0	0
Standort LIDL, Schönwalder Straße	840	4.520	3.880	280	40	320
Standort Netto, Rosa-Luxemburg-Straße	680	3.270	2.930	160	30	150
Standort ALDI/Netto, Straße der Jugend	1.600	7.240	6.270	410	70	490
Standort Edeka, Neustädter Ring	1.625	6.760	5.620	880	80	180
Sonstige	240	1.100	1.100	0	0	0
gesamt	6.443	29.210	25.340	2.060	290	1.520

Quelle: BBE-Erhebung 2017, Aktualisierung 2020

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Die nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen der Stadt Tangerhütte konzentrieren sich auf die Standorte der Lebensmittelmärkte.
- Der Ortskern als faktischer zentraler Versorgungsbereich wird durch Fachgeschäftsstrukturen geprägt. Mit dem Lebensmitteldiscounter Penny und ergänzenden Lebensmittelhandwerksbetrieben hat der Ortskern Nahversorgungsfunktionen, ist aber im Standortvergleich bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten untergeordnet.
- Als Hauptwettbewerber des Verlagerungsvorhabens sind die weiteren Lebensmittelmärkte in der Stadt Tangerhütte zu bewerten.

7. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

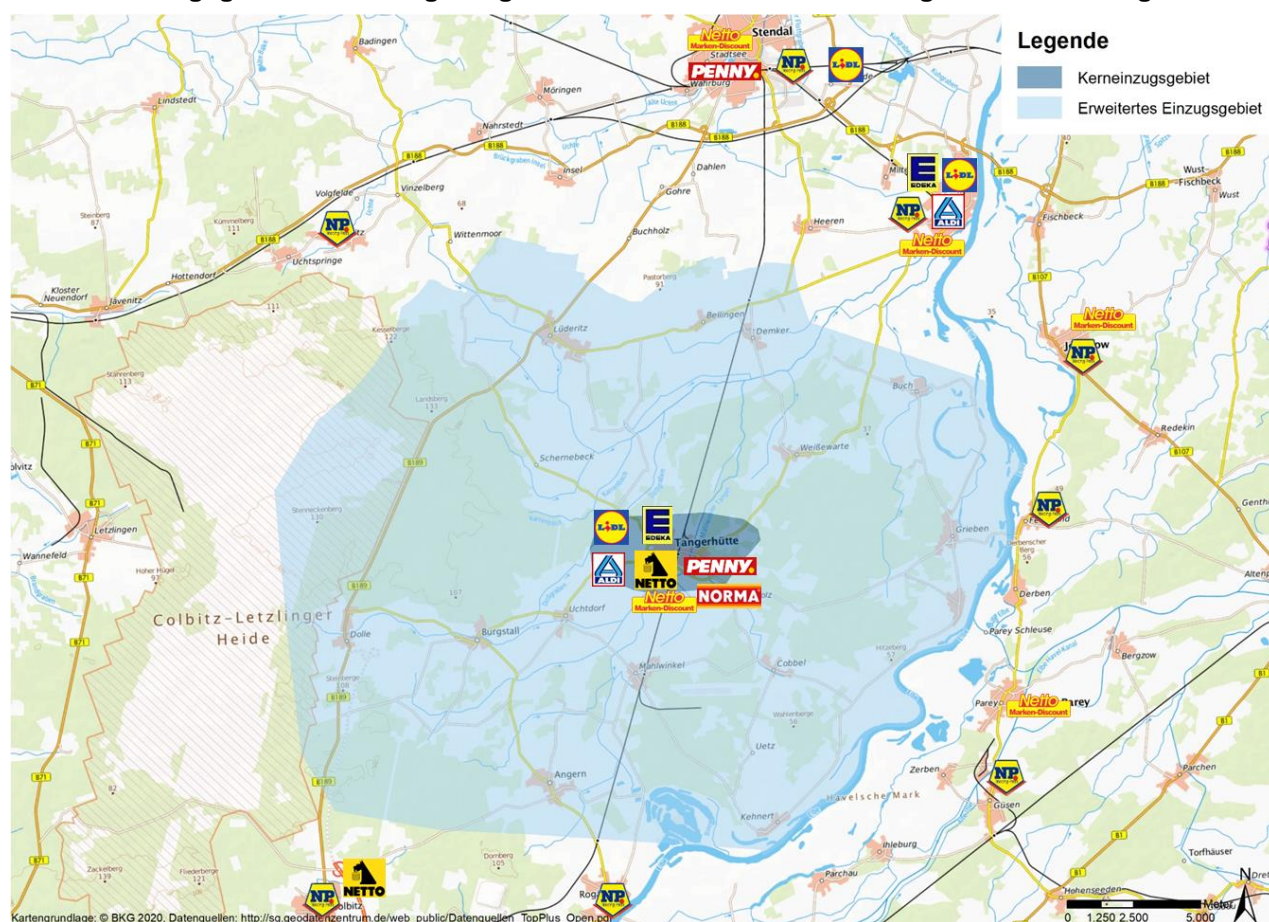
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes 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 sind das Angebot mit einem modernen Lebensmitteldiscounter, die Lage im Ortskern des Grundzentrums Tangerhütte sowie die regionale Wettbewerbssituation. Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst den Kernort von Tangerhütte. Neben der fußläufigen Erreichbarkeit berücksichtigt dies auch die gesamtstädtische Ausstrahlung des Vorhabens in Verbindung mit den weiteren Anbietern im faktischen zentralen Versorgungsbereich. Durch die geringe Entfernung der Bevölkerung zum Projektstandort ist aus diesem Bereich die höchste Kundenbindung zu erwarten.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet** erstreckt sich in nördlicher Richtung bis Demker, in östlicher Richtung bis zur Elbe, in südlicher Richtung bis nach Angern und westlich bis nach Dolle. Die Städte Tangermünde und Stendal verfügen selbst über zahlreiche Lebensmittelmärkte, so dass eine weitere Ausdehnung nach Norden nicht gegeben ist. Östlich begrenzt die Elbe das Einzugsgebiet und westlich der Truppenübungsplatz Altmark in der Colbitz-Letzlinger Heide. In den südlichen Städten Wolmirstedt und Burg (bei Magdeburg) gibt es ebenfalls Lebensmittelmärkte. Dem zu Folge ist eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes nicht möglich.

Karte 8: Einzugsgebiet des Verlagerungsvorhabens innerhalb des Stadtgebietes von Tangerhütte



Quelle: Nexiga GmbH, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Insgesamt leben im dargestellten Einzugsgebiet ca. 14.900 Einwohner, davon entfallen ca. 4.800 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet und ca. 10.050 Einwohner auf das erweiterte Einzugsgebiet. Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Das sortimentspezifische Kaufkraftniveau für die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf liegt leicht überdurchschnittlich zur generellen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Region. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

Wie aus der nachfolgenden Tabelle hervorgeht, ergibt sich bei ca. 14.900 Einwohnern im gesamten Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von ca. 37,8 Mio. €.

In der Warengruppendifferenzierung entfallen ca. 32,5 Mio. € auf Lebensmittel, ca. 4,6 Mio. € auf Drogeriewaren und ca. 0,8 Mio. € auf Heimtierbedarf.

Unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognose ist in den kommenden Jahren von einem stetig leicht rückläufigen Potenzial auszugehen.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	4.814	10.050	14.864
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	89,1 2.154 €	91,0 2.200 €	90,4 2.186 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Drogerie	86,0 303 €	87,5 308 €	87,0 306 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	89,2 50 €	90,5 51 €	90,1 50 €
	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotential			
Lebensmittel	10.371	22.114	32.485
Drogerie	1.457	3.095	4.553
Heimtierbedarf	240	509	750
gesamt	12.069	25.719	37.788

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsangaben

Der realisierte Umsatz der Nahversorgungsanbieter im Einzugsgebiet wird in nachfolgender Tabelle in Relation zum Nachfragepotenzial bewertet.

Tabelle 5: Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

	Nachfragepotenzial	Umsatz Angebotsstrukturen	Kaufkraftbindung	Saldo
	in T€	in T€	in %	in T€
Lebensmittel	32.485	25.340	78,0	- 7.145
Drogeriewaren	4.553	2.060	45,2	- 2.493
Heimtierbedarf	750	290	38,7	- 460
Einzugsgebiet gesamt	37.788	27.690	73,3	-10.098

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Berechnung: BBE Handelsberatung, März 2020

Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten. Über die drei nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf errechnet sich eine Bindungsquote von 73,3%, so dass sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 10,1 Mio. € ergibt. Wird die Kaufkraftbindung differenziert nach den nahversorgungsrelevanten Sortimenten betrachtet, bestehen für ein Grundzentrum geringe Bindungsquoten bei Drogeriewaren und Heimtierbedarf mit 45% bzw. 39%. So gibt es aktuell keinen Fachmarkt für Heimtierbedarf, keinen Drogeriemarkt und auch kein SB-Warenhaus mit größeren Verkaufsflächen in diesen Sortimentsbereichen, weshalb besonders bei diesen Sortimenten Kaufkraft abfließt. Bei Lebensmitteln beträgt die Bindungsquote ca. 78%. Dies stellt für ein Grundzentrum, was Versorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweist, ebenfalls einen unterdurchschnittlichen Wert dar. Es ist davon auszugehen, dass das Verlagerungsvorhaben mit einem modernen Lebensmitteldiscounter, Fleischer und Bäcker am Bahnhof im Ortskern von Tangerhütte eine erweiterte Zielgruppenansprache erreichen kann und damit ein Teil der bisherigen Kaufkraftabflüsse an das Grundzentrum Tangerhütte gebunden werden kann.

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 erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Für das Vorhaben soll ein Sondergebiet ausgewiesen werden, so dass das Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen ist.

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.¹³
- 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.

Mit einem Lebensmitteldiscounter mit 1.200 m² Verkaufsfläche ist das Vorhaben zweifellos großflächig.

Ob jedoch im konkreten Fall entsprechende Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu prüfen. Dabei sind hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Eine Abweichung von den laut Regelvermutung erwarteten Auswirkungen kann in betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.¹⁴ Betriebliche Besonderheiten, die

¹³ 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.

¹⁴ BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

beispielsweise auf ein schmales Warensortiment oder einer Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen begründet sein können, sind für Lebensmittelmärkte nicht zu erwarten.

Städtebauliche Besonderheiten können jedoch vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden bzw. sich idealerweise in einem zentralen Versorgungsbereich befindet und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

In wieweit im Rahmen des Planvorhabens städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, wird in Abschnitt 9 geprüft.

8.2. Landes- und Regionalplanung

Neben den baurechtlichen Vorgaben sind bei der Planung von Einzelhandelsnutzungen auch die Ziele der Landesplanung und Raumordnung gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt sowie der 1. Entwurf des Regionalen Entwicklungsplans Altmark der Regionalen Planungsgemeinschaft Altmark (2019) zu berücksichtigen. Die Stadt Tangerhütte wird im Regionalen Entwicklungsplan als Grundzentrum eingestuft.¹⁵

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

„Zur Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse ist es Aufgabe der Zentralen Orte, entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitzustellen, damit sich der Einzelhandel so entwickeln kann, dass die Bevölkerung (auch die nicht motorisierte) mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Dabei ist es die Aufgabe aller Zentralen Orte, in ihrem Verflechtungsbereich eine verbrauchernahe Grundversorgung zu sichern. Aufgrund des Einzugsbereiches von Einzelhandelsgroßprojekten sind diese an Ober- und Mittelzentren zu binden.

Die Entstehung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, überwiegend am Rand von Gemeinden, in den vergangenen Jahren gefährdet in zunehmendem Maße die Entwicklung der Innenstadtbereiche der Ober- und Mittelzentren.

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.“¹⁶

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

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

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

Z 48 Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte

- 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,*
- 2. sind städtebaulich zu integrieren,*
- 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,*

¹⁵ Regionale Planungsgemeinschaft Altmark (2019): 1. Entwurf Regionaler Entwicklungsplan Altmark - Arbeitskarte

¹⁶ vgl. Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3, Begründung

4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,

5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.

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

[...]

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.¹⁷

Im Regionalen Entwicklungsplan befinden sich bisher keine weiteren, im Rahmen vorliegender Analyse relevanten und über die Regelungen des Landesentwicklungsplans Sachsen-Anhalt 2010 hinausgehenden Festlegungen.

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen demnach gemäß Landes- und Regionalplanung:

- ausgeglichene Versorgungsstrukturen nicht beeinträchtigen, der Einzugsbereich des Einzelhandelsprojektes sollte den zugewiesenen Versorgungsfunktionen entsprechen (vergleiche Kongruenzgebot),
- eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (vergleiche Beeinträchtigerungsverbot),
- sind in städtebaulich integrierter Lage zu entwickeln (vergleiche Integrationsgebot)
- und können in Grundzentren angesiedelt werden, wenn sie der Grundversorgung dienen und keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche haben.

¹⁷ vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischerweise an sich binden kann.

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung des Verlagerungsvorhabens, wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die bestehenden, regionalen Standortstrukturen auf, berücksichtigt die aktuelle Kundenbindung in der Stadt Tangerhütte und die mit den Versorgungsfunktionen des Verlagerungsvorhabens zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Wie bereits erläutert, umfasst das Verlagerungsvorhaben einen neuen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche und einen Bäcker, Fleischer sowie eine Postfiliale. Die Postfiliale ist als Dienstleistungsbetrieb nicht dem Einzelhandel zuzuordnen. Für das Einzelhandelsvorhaben ist mit einem Gesamtumsatz von 4,15 Mio. € zu rechnen.

Tabelle 6: Veränderung des Umsatzes bei Verlagerung auf Basis von Flächenproduktivitäten

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m ²	€/m ²	in T€
NORMA - Bestand	608	3.600	2.190
NORMA - Plan	1.200	3.100	3.700
Bäckerei und Fleischerei - Plan	100	4.500	450
Gesamtvorhaben	+692		+1.960

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Im Vergleich zur aktuellen Verkaufsfläche wird sich die Verkaufsfläche um knapp 700 m² erhöhen.

Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) wird im „Worst-Case-Szenario“ aktuell von einer für diesen Mieter leicht überdurchschnittlichen Flächenproduktivität von 3.600 Euro/m² ausgegangen.¹⁸ Zukünftig wird bei einer Verlagerung des Standorts mit einer Flächenproduktivität von 3.100 Euro/m² gerechnet, was sich durch folgende Aspekte begründet:

¹⁸ Die Spannweite einer durchschnittlichen Flächenproduktivität des Anbieters Norma variiert stark zwischen Regionen. Bundesdurchschnittlich liegt der Wert bei 3.530 Euro/m² für den Anbieter Norma (vgl. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020, S. 31) Insbesondere in ländlichen Regionen sind die Flächenproduktivitäten um 15 % geringer. Unter Berücksichtigung der regionalen Kaufkraftsituation und einer deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des Marktes erscheint der angesetzte Durchschnittswert des bestehenden Marktes als bestmögliche Bewertungsbasis der geplanten Standortentwicklung.

Auswirkungsanalyse - Verlagerungsvorhaben Bismarckstraße in der Stadt Tangerhütte

- Bei der Verlagerung des Lebensmittelmarktes wird sich die Verkaufsfläche fast verdoppeln. So ist nicht zu erwarten, dass der Umsatz proportional zum Verkaufsflächenzuwachs ansteigt, da durch die Erweiterung zunächst die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen wird.
- Die Kaufkraft in der Stadt Tangerhütte ist mit 85,9 deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts.
- Das Einzugsgebiet des Lebensmittelmarktes ist auf die Stadt Tangerhütte sowie direkt angrenzende kleinere Gemeinden begrenzt und kann keine darüber hinausgehende Ausstrahlung erzielen.
- Streuumsätze sind nur in einem marginalen Umfang zu erwarten, da der Standort nicht an einer Bundesstraße liegt.
- Bei einem negativen Pendlersaldo ist davon auszugehen, dass Teile der Bevölkerung auch weiterhin Einkäufe am Arbeitsort oder auf ihrem Arbeitsweg erledigen, so dass Kaufkraftrückholungseffekte begrenzt sind.

Für die ergänzenden nahversorgungsrelevanten Fachgeschäfte (Lebensmittelhandwerk) auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 100 m² wird eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 4.500€/m² angesetzt. Vor dem Hintergrund, dass im Ortskern weitere Bäcker und Fleischer existieren, ist kein höherer Umsatz zu erwarten.

Insgesamt errechnet sich somit ein Mehrumsatz von knapp 2 Mio. €.

Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die zu erwartende Umsatzherkunft und somit über die Kundenbindung des Projektstandortes. Die prognostizierten Kundenbindungen unterstellen einen modernen Marktauftritt der Anbieter in einer modernen Immobilie sowie eine bessere Erreichbarkeit im Vergleich zum bestehenden Standort des NORMA-Marktes, die in den erwarteten Bindungsquoten dokumentiert sind.

Tabelle 7: Umsatzprognose des Verlagerungsvorhabens auf Basis der Abschöpfungsquote

Kundenherkunft	Kaufkraft- volumen Food + Nonfood I	Bindungsquote	Umsatz- erwartung
	in T€	in %	in T€
Kerneinzugsgebiet	12.069	13%	1.550
erweitertes Einzugsgebiet	25.719	9%	2.310
Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet	37.788	10%	3.860
Umsatzerwartung Nonfood II			290
Umsatzerwartung gesamt			4.150

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Es ist davon auszugehen, dass der Projektstandort ca. 13% von dem im Kerneinzugsgebiet verfügbaren Kaufkraftpotenzial für Food und Non-Food I-Sortimente (ca. 12,1 Mio. €) binden kann. Damit ist eine leistungsstarke, jedoch nicht dominante Marktstellung des Standorts gegeben. Somit resultieren knapp 1,6 Mio. € Umsatz aus dem Kerneinzugsgebiet.

Für das erweiterte Einzugsgebiet fällt die Bindungsintensität etwas geringer aus, was durch eine zunehmende Zeit-/Wegedistanz, die von den Kunden in Kauf genommen werden muss, zu begründen ist. Es ist davon auszugehen, dass Pendlerbeziehungen zwischen Tangerhütte und den weiteren Ortsteilen des Einzugsgebietes existieren. Darüber hinaus wird es auch einen Anteil an Pendlern geben, die eine Arbeitsstätte

in den umliegenden größeren Städten aufsuchen und sich sowohl wohnortnah in Tangerhütte als auch auf ihrem Arbeitsweg versorgen. So ist im erweiterten Einzugsgebiet für den Projektstandort insgesamt mit einer Bindungsquote von ca. 9% zu rechnen, woraus sich für die Food und Non-Food I-Sortimente ein Umsatz von rd. 2,3 Mio. € ergibt.

Darüber hinaus ist mit Non-Food II-Umsätzen von zusammen 0,3 Mio. € zu rechnen, was einem Umsatzanteil von knapp 8% beim NORMA-Lebensmitteldiscounter entspricht. Diese verteilen sich auf eine Vielzahl von Sortimenten wie z. B. Schreibwaren, Foto, Haushaltswaren, Schmuck und Spielwaren.

9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz bei einer Verkaufsflächenerweiterung auf die höchstzulässige Verkaufsfläche prognostiziert und damit die absatzwirtschaftliche Bedeutung des Projektstandortes als "Worst-Case-Szenario" abgeschätzt. Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben induzierten "Kannibalisierungseffekte" dargelegt: Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit einer Modernisierung des Standortes und einer Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Anbietern im Einzugsgebiet sowie die prognostizierte zusätzliche Rückgewinnung bisheriger Kaufkraftabflüsse. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so werden beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten jeweils mitberücksichtigt.

Tabelle 8: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I		Umsatzumverteilung durch NORMA	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	
Umverteilung innerhalb des Einzugsgebietes				
ZVB Tangerhütte, Standort Penny	3,6	3,0%	0,11	
ZVB Tangerhütte, Sonstige Anbieter	0,4	3,0%	0,01	
Standort LIDL, Schönwalder Straße	4,2	6,0%	0,25	
Standort Netto, Rosa-Luxemburg-Straße	3,1	4,5%	0,14	
Standort ALDI/Netto, Straße der Jugend	6,8	3,0%	0,20	
Standort Edeka, Neustädter Ring	6,6	2,0%	0,13	
Sonstige	1,1	0,0%	0,00	
Umsatzumverteilung durch Vorhaben			0,84	
Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen vor Ort (Lebensmittel, 10% der abgeflossenen Kaufkraft)			1,01	
Mehrumsätze Nonfood II-Sortimente			0,11	
Bestandsumsatz			2,19	
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			4,15	
Quelle: BBE-Berechnung 2020				

Wie aus der obigen Tabelle hervorgeht, ergibt sich der **Mehrumsatz einerseits durch die stärkere legitime Erschließung des Marktpotenzials des Grundzentrums Tangerhütte, andererseits aus der Umverteilung gegenüber bestehenden Angebotsstrukturen** im Einzugsgebiet.

Der Mehrumsatz des Planvorhabens kann rechnerisch vollumfänglich aus den bisherigen Abflüssen abgedeckt werden. Die tatsächliche Kaufkraftrückgewinnung wurde in einer vorsichtigen Bewertung der Modellrechnung aber auf ein Mindestmaß von lediglich 10% Prozent zusätzlicher Nachfragebindung begrenzt. Auch zukünftig sind bei einer Kaufkraftrückholung von rd. 1,0 Mio. € weiterhin verbleibende Abflüsse von ca. 9,1 Mio. € bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten aus dem Einzugsgebiet zu konstatieren.

Umverteilungseffekte konzentrieren sich vorrangig auf die Standorte der Lebensmittelmärkte, berühren aber in unterschiedlicher Stärke die Mehrheit der Anbieter.

Durch die Verlagerung des Vorhabens in den Ortskern Tangerhütte wird der **zentrale Versorgungsbereich** nachhaltig gestärkt, Wettbewerbsverflechtungen ergeben sich allerdings mit dem Lebensmitteldiscounter Penny im östlichen Bereich der Bismarckstraße und den Lebensmittelhandwerksbetrieben. Die Wettbewerbsintensität für den Penny-Markt wird sich durch die Standortverlagerung nicht grundsätzlich verstärken, da dieser durch die Lage des bestehenden Marktes im östlichen Stadtgebiet im aktuellen Zustand der Hauptwettbewerber für den Penny-Markt ist. Umverteilungseffekte ergeben sich somit nur durch die angestrebte Verkaufsflächenentwicklung am Verlagerungsstandort. Bei Umverteilungseffekten von 3% und einem prognostiziertem Umsatzrückgang von 0,11 Mio. € können für diesen wettbewerbsfähigen Anbieter existenzielle Wirkungen ausgeschlossen werden.

Dies gilt adäquat für die weiteren kleinflächigen Lebensmittelgeschäfte, die vor allem mit dem geplanten Bäcker und Fleischer im Wettbewerb stehen. Für diese wird ebenfalls eine Umverteilungsquote von 3% erwartet, so dass die Umverteilungen auf geringem Niveau bleiben.

Die höchsten Umverteilungseffekte sind für den **LIDL-Lebensmitteldiscounter** zu erwarten. Durch die Standortverlagerung steht der Anbieter aufgrund der deutlich geringeren Entfernung zum NORMA-Markt wesentlich stärker im Wettbewerb als in der Ist-Situation. So ist der Markt zukünftig nur noch 500 m entfernt. Insofern wird mit einer Umverteilungsquote von 6% gerechnet, woraus sich ein Umsatzrückgang für den Lebensmitteldiscounter von 0,25 Mio. € ergibt. Da es sich mit LIDL um einen überdurchschnittlich attraktiven Anbieter handelt, ist eine Schließung des Lebensmittelmarktes nicht zu erwarten.

Unweit vom LIDL-Markt befindet sich in der **Rosa-Luxemburg-Straße** westlich ein Lebensmitteldiscounter der Firma **Netto** mit einem Fleischer und einem Bäcker in der Vorkassenzzone. Durch die etwas größere Entfernung zum Verlagerungsstandort werden die relativen Umverteilungen mit 4,5% geringfügig geringer sein als beim LIDL-Markt. Somit wird ein Umsatzrückgang von 0,14 Mio. € durch das Verlagerungsvorhaben erwartet. Aus diesen Umverteilungen können mögliche existenzielle Wirkungen nicht abgeleitet werden.

Am westlichen Ortsrand existiert am **Neustädter Ring** mit **Edeka** der einzige Vollsortimenter im Stadtgebiet von Tangerhütte. Dieser steht mit einem Lebensmitteldiscounter grundsätzlich in einem geringen Maße im Wettbewerb. Bei einer Umverteilungsquote von 2% wird mit einem absoluten Umsatzrückgang von 0,13 Mio. € gerechnet. Für den Standort mit dem einzigen Vollsortimenter ist eine Schließung des Marktes nicht zu erwarten.

Der umsatzstärkste Standort bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Einzugsgebiet befindet sich mit **ALDI und Netto Marken-Discount an der Straße der Jugend** am südwestlichen Ortsrand. Durch die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung wird auch für diesen Standort die Wettbewerbsintensität steigen. Zudem positionieren sich beide Anbieter im Discountbereich. Insofern wird nach gutachterlicher Einschätzung mit einer Umverteilungsquote von 3% für den umsatzstärksten Standort im Einzugsgebiet gerechnet, woraus schädliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

Alle weiteren Anbieter im Einzugsgebiet werden aufgrund der Entfernung oder einer anderen Ausrichtung ebenfalls keine spürbaren Umsatzrückgänge verzeichnen müssen.

Für die Mehrumsätze bei Nonfood II-Sortimenten ist zu konstatieren, dass sich diese auf eine Vielzahl von Sortimenten aufteilen. Wesentliche Wettbewerbsüberschneidungen mit den flächengrößten Randsorti-

menten Spielwaren, Schreibwaren und Haushaltswaren sind im Ortskern von Tangerhütte nicht gegeben. So gibt es kein Geschäft mit diesen Sortimenten als Hauptsortiment, so dass sie nur als Randsortiment, wie z.B. in der Tanger-Buchhandlung, geführt werden.

Exkurs: Folgewirkungen des Leerstandes am Bestandsstandort

Der NORMA-Bestandsstandort weist in seiner derzeitigen Struktur gravierende Wettbewerbsnachteile auf, dem Standortvergleich von Projekt- und Bestandsstandort widmete sich die Auswirkungsanalyse im Abschnitt 5.2.

Der Bestandsstandort ist als veraltete Immobilie mit lediglich 608 m² Verkaufsfläche einzuschätzen, verfügt zudem über eine unübersichtliche Parkplatzanlage. Ein ehemaliger, bereits leerstehender Getränkemarkt ist als Indiz für diese Standortproblematik anzusehen. Innerhalb der im Abschnitt 6 dargelegten Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte und unter Berücksichtigung der angestrebten Entwicklung des faktischen zentralen Versorgungsbereiches nimmt der Bestandsstandort in der Perspektive die mit Abstand schwächste Wettbewerbsposition ein.

Eine Nachnutzung als Lebensmittelmarkt ist nur mit einer deutlichen Standortaufwertung realistisch, diese würde über den Bestandsschutz hinausgehen, die Stadt Tangerhütte hätte ein Mitspracherecht und könnte damit eine Nachnutzung des Standorts durch bspw. einen Lebensmittelmarkt verhindern.

Potenzielle Restriktionen zur Nachnutzung müssen hierbei die realistischen Nachnutzungsalternativen beachten, um einen dauerhaften Leerstand der Immobilien und infolgedessen einen städtebaulichen Missstand zu vermeiden. Perspektiven liegen stärker im gewerblichen Bereich, aber auch in der Kombination aus Handwerk und nicht-zentrenrelevantem Handel. Seitens der Stadt Tangerhütte bestehen zudem Bestrebungen, dass die Lebenshilfe für Behinderte e.V. Region Stendal im Rahmen ihres Erweiterungsbedarfes diese Objekte einbindet, deren Nutzungen könnte ebenfalls den Einzelhandel tangieren. Folglich sind über den Bestandsschutz hinausgehende Einzelhandelsnutzungen stets auf ihre Zentrenverträglichkeit zu prüfen, aber nicht generell auszuschließen.

9.3. Einfügen des Vorhabens in die Versorgungsstruktur der Stadt Tangerhütte und städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, inwiefern sich der Standort in integrierter Lage befindet, sich das Verlagerungsvorhaben in die städtebauliche Struktur einordnet und welche Auswirkungen die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte auf zentrale Versorgungsbereiche und die weiteren Nahversorgungsstandorte haben. Negative Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnah Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Nachfolgend ist zu bewerten, ob wettbewerbliche Effekte durch die Verlagerung des Marktes im Standortwettbewerb innerhalb von Tangerhütte zu städtebaulich relevanten Auswirkungen führen. Zusammenfassend kann dies ausgeschlossen werden, diese Aussage gründet sich im Einzelnen auf folgende Ergebnisse:

- Gerade in einer Stadt mit einer rückläufigen Einwohnerentwicklung ist die Sicherung der Nahversorgung und Stärkung des Ortskerns von hoher Bedeutung. Durch die Verlagerung des NORMA-Lebensmitteldiscounters vom östlichen Stadtrand mit geringer Wohnbevölkerung im Umfeld in den Ortskern von Tangerhütte kann der zentrale Versorgungsbereich gestärkt werden.
- Der Verlagerungsstandort zeichnet sich durch eine allumfassende, sehr gute Erreichbarkeit aus, sowohl fußläufig als auch mit dem Pkw und dem ÖPNV. So befindet sich der Bahnhof mit zusätzlicher Busanbindung direkt gegenüber vom geplanten Vorhaben. Dies stellt im Vergleich zum bisherigen Standort eine deutliche Verbesserung für die Bevölkerung von Tangerhütte dar, so dass der Lebensmittelmarkt seine Versorgungsfunktionen besser wahrnehmen kann.
- Bisher fließen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ca. 10,1 Mio. € aus dem Einzugsgebiet ab. Mit dem Verlagerungsvorhaben ist es partiell möglich bisher abfließende Kaufkraft zu binden.
- Durch den geplanten Neubau eines Lebensmittelmarktes mit ergänzendem Bäcker und Fleischer wird sich die Aufenthaltsqualität für den Kunden im Vergleich zum bisherigen Standort in der Birkholzer Chaussee in einer modernen Immobilie erhöhen. Das Verlagerungsvorhaben trägt damit zu einer Qualifizierung der Nahversorgung bei.
- Schädliche Auswirkungen auf die Lebensmittelmärkte Penny, LIDL, Netto, Edeka, Netto Marken-Discount und ALDI können durch das Vorhaben ausgeschlossen werden. Die Umverteilungsquoten bleiben für den Standort des LIDL-Marktes in der Schönwalder Straße (6% Umverteilungsquote), des Netto-Marktes in der Rosa-Luxemburg-Straße (4,5% Umverteilungsquote), des ALDI und des Netto Marken-Discounts (3% Umverteilungsquote), des Edeka am Neustädter Ring (2% Umverteilungsquote) und des Penny-Marktes im Ortskern (3% Umverteilungsquote) auf geringem Niveau, weshalb keine existenziellen Wirkungen abgeleitet werden können.
- Auf Grund der veralteten Immobilie, der geringen Einwohnerzahl im Umfeld, der begrenzten Flächenverfügbarkeit für eine Erweiterung und der schlechteren Erreichbarkeit ist nicht von einer Einzelhandelsnutzung am bestehenden Standort in der Birkholzer Chaussee auszugehen.
- Mit dem Verlagerungsvorhaben ist eine mittel- bis langfristige Sicherung der Grundversorgung in Tangerhütte verbunden. Bereits kurzfristig stellt das Vorhaben eine strukturelle Verbesserung der städtebaulichen Struktur dar, da Kaufkraft vom Ortsrand zukünftig im Ortskern gebunden wird, was gerade vor dem Hintergrund der negativen Bevölkerungsprognose von hoher Bedeutung ist. Schädliche Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO werden nicht induziert, sondern der Ortskern und die Nahversorgung durch das Vorhaben gestärkt.

9.4. Auswirkungen durch das resultierende Verkehrsaufkommen

Großflächige Einzelhandelsvorhaben können durch das zusätzlich induzierte Verkehrsaufkommen zu Belastungen der infrastrukturellen Ausstattung führen. Deshalb sind folgende Gesichtspunkte zu betrachten:

- die verkehrsmäßige Anbindung des Verlagerungsstandortes (vgl. Abschnitt 5),
- die Belastung des Straßennetzes durch zusätzliches Verkehrsaufkommen,
- sowie Voraussetzungen zur Aufnahme des ruhenden Verkehrs.

Aussagen hierzu sind durch die Ermittlung des mit dem Verlagerungsvorhaben potentiell induzierten Verkehrsaufkommens möglich. Zur Berechnung des Kundenverkehrsaufkommens hat sich eine Berechnungsmethode auf Grundlage der Umsatzprognose und eines durchschnittlichen Einkaufsbetrages je Kunde als praktikabel erwiesen. Die Berechnung ist zusammenfassend in nachfolgender Tabelle dargestellt, nachfolgend werden die einzelnen Rechenschritte und die zugrunde liegende Datenbasis erläutert.

Tabelle 9: Berechnung des induzierten Verkehrsaufkommens

	Bestandsmarkt	Planvorhaben
Umsatzprognose	2,19 Mio €	4,15 Mio €
durchschnittl. Einkaufsbetrag pro Kunde	17,19 €	17,19 €
Anteil zahlender Kunden	95%	95%
Anteil PKW-Kunden	95%	70%
Öffnungstage pro Jahr	300	300
mittlere Öffnungszeit pro Tag	13 h	13 h
Anzahl Gesamt-Kunden pro Tag	450	850
Anzahl PKW-Kunden pro Tag	430	600
Anzahl PKW-Kunden pro Stunde	33	46
An- und Abfahrten pro Stunde	66	92
mittlere Aufenthaltsdauer der Kunden	0,5	0,5
benötigte Stellplatzanzahl	17	23
<small>Quelle: Nielsen, zitiert in Statista: Bonsumme im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Betriebsformen 2015, Dossier Lebensmittelhandel in Deutschland (2017), BBE-Berechnung 2019</small>		
zu erwartende Öffnungszeiten	7:00 - 20:00 Uhr	7:00 - 20:00 Uhr

Berechnung: BBE Handelsberatung, März 2020

Der durchschnittliche Einkaufsbetrag pro Kunde ist für Lebensmitteldiscounter mit 17,19 Euro anzusetzen.¹⁹ Nur wenige Kunden besuchen den Markt ohne Kaufabschluss, bei ca. 95% der Kunden ist von einem Kaufabschluss auszugehen. Mit der angestrebten Kundenorientierung sowohl auf fußläufige Erreichbarkeit als auch eine sehr gute ÖPNV-Erreichbarkeit durch die Lage am Bahnhof mit Bus- und Zuganbindung ist zukünftig von einem deutlich geringeren Pkw-Kundenanteil im Vergleich zum bestehenden Markt von 70% auszugehen. Aktuell ist für den Bestandsmarkt der Pkw-Kundenanteil mit ca. 95% höher anzusetzen.

¹⁹ Quelle: EHI Retail Institute, Durchschnittliche Einkaufsbeträge im stationären Handel - Einkaufsbeträge nach Branchen 2018/2019.

In der Verknüpfung aus Umsatzprognose, durchschnittlichem Einkaufsbetrag sowie 300 Öffnungstagen pro Jahr bei einer durchschnittlichen Öffnungszeit von 13 Stunden²⁰ lassen sich die Auswirkungen auf den fließenden Verkehr mit der Berechnung in Tabelle 9 abschätzen.

Der zukünftige Lebensmittelmarkt mit Bäcker und Fleischer mit dem prognostizierten Maximalumsatz von ca. 4,15 Mio. € wird demnach täglich von durchschnittlich 850 Kunden besucht, wovon 600 Kunden mit dem Pkw kommen. Insgesamt ergeben sich bei einer Öffnungszeit von 13 Stunden ca. 46 Pkw-Kundenbesuche pro Stunde mit 92 Fahrzeugbewegungen (je eine Zu- und Abfahrt).

In der Bewertung ist zu berücksichtigen, dass das Kundenverkehrsaufkommen im Wochenablauf stärkeren Schwankungen unterliegt, bevorzugte Einkaufstage sind Freitag und Samstag. An diesen beiden Tagen liegt die Kundenfrequenz ca. 50% über den Durchschnittswerten, folglich bis zu 69 Pkw-Kunden pro Stunde.²¹ Im Vergleich mit der Bestandssituation ist folglich mit einer Zunahme um durchschnittlich 13 Pkw-Kunden pro Stunde, bzw. von 20 Pkw-Kunden pro Stunde in der Spitzenfrequenz, auszugehen.

Die Ermittlung eines Parkplatzbedarfes basiert auf der errechneten Kundenfrequenz pro Stunde und bezieht i.d.R. eine mittlere Verweildauer der Kunden ein. Ausgehend von der oben errechneten mittleren Pkw-Kundenfrequenz und einer mittleren Verweildauer der Kunden von ca. 30 Minuten errechnet sich überschlagsmäßig ein durchschnittlicher Bedarf von ca. 23 Parkplätzen für den Lebensmittelmarkt. Zur Spitzenfrequenz beträgt der Parkplatzbedarf bis zu 35 Stellplätze. Zusätzlich zu berücksichtigen sind Mitarbeiter-Parkplätze. Die geplante Stellplatzanzahl von 77 Parkplätzen deckt somit auch die Spitzenfrequenz ab und trägt zu einer Minimierung des Parksuchverkehrs bei.

²⁰ Aktuelle Öffnungszeit NORMA in Tangerhütte: Mo - Sa 7:00 Uhr bis 20:00 Uhr.

²¹ vgl. HDE: Verteilung der Umsätze im deutschen Einzelhandel auf die Wochentage im Jahr 2013 nach Branchen (in Prozent), unter www.handelsdaten.de

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

Im Regionalen Entwicklungsplan der Regionalen Planungsgemeinschaft Altmark ist die Stadt Tangerhütte als Grundzentrum klassifiziert.

Gemäß Ziel 52 des Landesentwicklungsplans Sachsen-Anhalt 2010 ist die Ausweisung von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel auch in Grundzentren möglich: *„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.“*²² Mit einem Lebensmittelmarkt und ergänzendem Bäcker sowie Fleischer ist das Vorhaben in besonderem Maße auf Nahrungs- und Genussmittel ausgerichtet. Die Anbieter führen zunächst nahversorgungsrelevante Sortimente, wobei der großflächige Lebensmittelmarkt weniger als 10% Non-Food II-Waren aufweist. Der Bäcker und der Fleischer führen nahezu ausschließlich Lebensmittel.

Aus den vorherigen Abschnitten wurde dabei deutlich, dass mit dem Verlagerungsvorhaben eine Sicherung und Aufwertung der Grundversorgung im Kernort verbunden ist. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Tangerhütte können ausgeschlossen werden. Vielmehr befindet sich der Verlagerungsstandort in zentraler Lage des faktischen zentralen Versorgungsbereichs von Tangerhütte, so dass dieser in hohem Maße gestärkt wird. Der Einzugsbereich ist dabei hauptsächlich auf das Grundzentrum selbst begrenzt, weshalb auch Ziel 47, nachdem *„der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprochen werden muss“*²³, erfüllt ist.

Die im Ziel 48 geforderte städtebauliche Integration liegt auf Grund der zentralen Lage im Ortskern von Tangerhütte ebenso idealtypisch vor wie die ÖPNV-Anbindung durch die Lage am Bahnhof mit zusätzlicher Busanbindung. Fußwege ermöglichen die Erreichbarkeit aus dem Umfeld. Durch die integrierte Lage des Verlagerungsstandortes wird der *„Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehr“* nur in begrenztem Maße zunehmen und *„zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen“*²⁴. Vielmehr kann der Verlagerungsstandort die Verkehrsbelastung deutlich besser aufnehmen als der bestehende Standort in der Birkholzer Chaussee.

Es ist festzuhalten, dass der Verlagerungsstandort im Kernort im Gegensatz zum Bestandsstandort, welcher sich am östlichen Stadtrand befindet, den faktischen zentralen Versorgungsbereich stärkt. Insgesamt werden damit die Ziele des Landesentwicklungsplans durch das Verlagerungsvorhaben untersetzt, so dass das Vorhaben mit dem Landesentwicklungsplan kompatibel ist.

²² vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

²³ vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

²⁴ vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.3 Großflächiger Einzelhandel, Z 46-52

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung eines Lebensmittelmarktes in Tangerhütte keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Verlagerungsstandort liegt in zentraler Lage im Ortskern der Stadt Tangerhütte und ist damit Teil des faktischen zentralen Versorgungsbereichs.
- Mit dem Verlagerungsvorhaben ist damit eine Stärkung des Ortskerns verbunden, was gerade vor dem Hintergrund einer negativen Bevölkerungsprognose von städtebaulich hoher Bedeutung ist.
- Durch die Lage direkt östlich vom Bahnhof und südlich der Bismarckstraße verfügt der Standort über eine allumfassend sehr gute Erreichbarkeit. So ist das Planvorhaben sowohl mit dem Pkw, dem ÖPNV als auch fußläufig sehr gut zu erreichen. Damit kann der Standort innerhalb des Ortskerns seine grundzentralen Versorgungsfunktionen wahrnehmen.
- Mit dem deutlich vergrößerten Lebensmitteldiscounter ist es möglich bisher aus dem Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft im Grundzentrum stärker zu binden. Darüber hinaus wird sich die Aufenthaltsqualität beim Lebensmittelmarkt in einer neuen Immobilie deutlich erhöhen, was zu einer Qualifizierung der Nahversorgung beiträgt.
- Die Umsatzprognose für das Verlagerungsvorhaben beträgt 4,15 Mio. €. Bei Bindungsquoten bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten für das Gesamtvorhaben von 13% im Kerneinzugsgebiet und 9% im erweiterten Einzugsgebiet kann eine dominante Stellung des Vorhabens ausgeschlossen werden.
- Eine Nachnutzung am bestehenden Standort in der Birkholzer Chaussee durch einen Lebensmittelmarkt kann sowohl aus objektseitigen als auch Standortgründen ausgeschlossen werden.
- Schädliche Auswirkungen auf den faktischen zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgung in der Stadt Tangerhütte können aus den errechneten Umverteilungen nicht abgeleitet werden. Vielmehr ist durch die Verlagerung eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs zu erwarten.
- Die Verkehrsbelastung wird durch das Verlagerungsvorhaben nicht wesentlich erhöht. Durch die bessere Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, dem Pkw und zu Fuß kann der Verlagerungsstandort die Verkehrsbelastung deutlich besser bewältigen als der Standort in der Birkholzer Chaussee.
- Gemäß dem aktuellen Entwurf des Regionalen Entwicklungsplans der Regionalen Planungsgemeinschaft Altmark ist Tangerhütte ein Grundzentrum. In Grundzentren sind großflächige Betriebe der Nahversorgung zulässig. Das Vorhaben ist mit allen weiteren Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Sachsen-Anhalt 2010 kompatibel und untersetzt diese sogar.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich das Verlagerungsvorhaben in die örtliche Struktur einordnet. Der Ortskern sowie die Nahversorgungsstrukturen der Stadt Tangerhütte werden damit insgesamt gestärkt und perspektivisch gesichert. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO können somit ausgeschlossen werden.

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
Gesamtleitung

Leipzig, 22. Mai 2020



i. V. Richard Engel
Projektleitung

Anhang, Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmitteldiscounter:

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

SB-Markt:

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

Supermarkt:

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

Verbrauchermarkt:

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

SB-Warenhaus:

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