



Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung und Erweiterung eines Penny-Lebensmittelmarktes in der Stadt Tangerhütte, Breite Straße

AUFTRAGGEBER: Penny-Markt GmbH, Teltow

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, den 17.12.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

Tel 0351 / 21 67 273 / Fax 0351 / 80 23 895
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung und Vorhabenplanung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	6
2.1 Bauleitplanung – Baunutzungsverordnung	6
2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt	7
3. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel	7
4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung	9
II. Konzentrationsgebot	12
1. Makrostandort Tangerhütte	12
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	14
III. Integrationsgebot	15
1. Mikrostandort Breite Straße	15
1.1 Standortumfeld und Integration	15
1.2 Erschließung und Erreichbarkeit	17
1.3 Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens	18
1.4 Fazit zum Mikrostandort	20
2. Bewertung des Integrationsgebotes	20
IV. Kongruenzgebot	22
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	22
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	25
3. Umsatzprognose für den verlagerten und erweiterten Penny-Markt	25
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	27
V. Beeinträchtigungsverbot	28
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	28
1.1 Angebotssituation innerhalb des Einzugsgebietes	28
1.2 Zentraler Versorgungsbereich Tangerhütte	30
1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation	32
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	32
2.1 Methodik	32
2.2 Umsatzumverteilungen	33
2.3 Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens	35

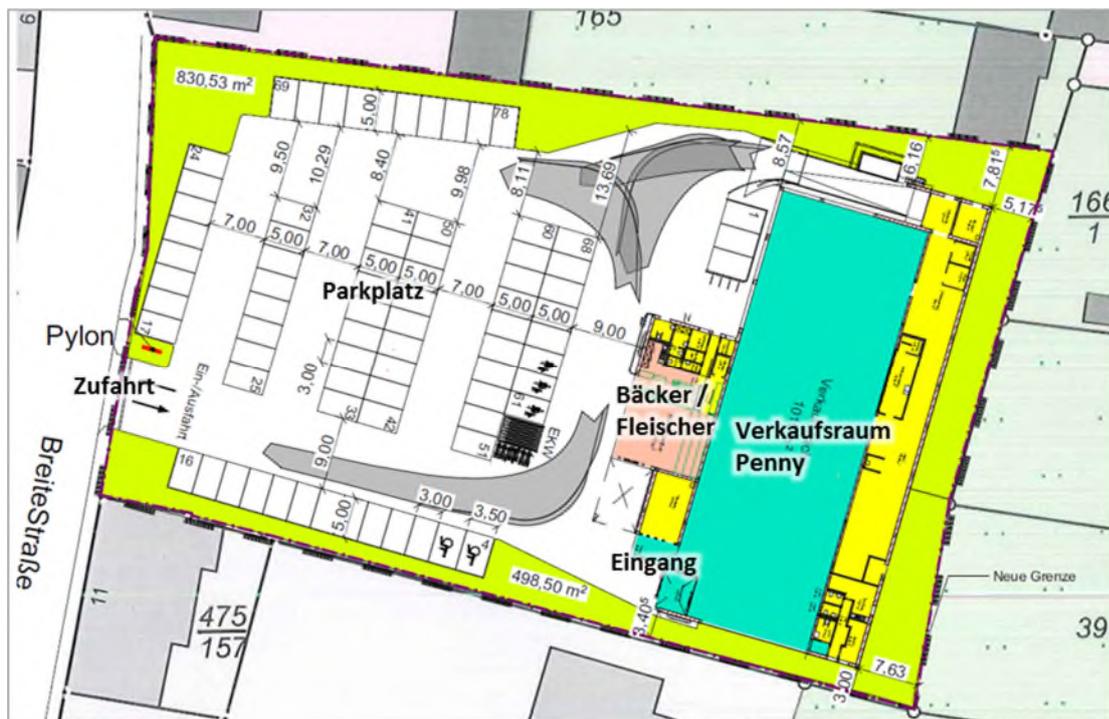
2.4	Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur	35
2.5	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	37
3.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	37
VI.	Weitere Aspekte	39
1.	Weitere Bebauungsplanverfahren in Tangerhütte	39
2.	Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes Tangerhütte	39
3.	Nachnutzungsperspektiven des Bestandsobjektes von Penny in der Bismarckstraße	40
VII.	Fazit der Auswirkungsanalyse	42

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenplanung

Die Fa. Penny-Markt GmbH betreibt derzeit in der **Stadt Tangerhütte** am Standort Bismarckstraße 57 eine Lebensmittelmarkt-Niederlassung. Da an diesem Standort kein langfristiger Verbleib gesichert ist bzw. der Standort aus Betreibersicht nicht den heutigen Anforderungen an einen modernen Lebensmittelmarkt entspricht, soll der **Penny-Markt an den Standort Breite Straße 5 – 9 verlagert** werden. Hier ist eine Neuordnung des derzeit u. a. durch einen Raiffeisen-Baumarkt belegten Standortbereiches geplant, wobei für Penny ein moderner **Marktneubau mit ca. 1.150 m² Verkaufsfläche (VK)** inkl. Bäckerei/Fleischerei entsteht.

Abbildung 1: Lageplanentwurf, Penny Breite Straße 5 – 9



Quelle Lageplanentwurf: Auftraggeber, GMA-Bearbeitung 2021

Die heute von **Penny** am Bismarckstraße 57 belegte Immobilie ist nach gutachterlicher Einschätzung in ihrer heutigen Form nicht mehr für die Nachnutzung durch einen modernen Lebensmittelmarkt geeignet. Eine Wiederbelebung der Immobilie ohne wesentliche Umbauten oder gar einen Neubau ist daher nicht zu erwarten, so dass das Vorhaben von Penny faktisch als Verlagerung zu werten ist.¹

Die Realisierung des Vorhabens soll im Zuge der **Ausweisung des Areals als Sondergebiet** erfolgen, wobei der Markt mit ca. 1.150 m² VK (inkl. Bäckerei/Fleischerei) als großflächiger Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VK) gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen ist. Entsprechend sind bei der Untersuchung insbesondere Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in Tangerhütte bzw. in umliegenden Gemeinden zu untersuchen.

¹ Zur grundsätzlichen Nachnutzungsperspektive vgl. Kapitel VI.3.

Weiterhin sind bei der Prüfung auch die **Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen-Anhalt** zu berücksichtigen. Anhand der raumordnerischen Anforderungen (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot) gliedert sich die nachfolgende Untersuchung (vgl. Kapitel II - V.).

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und allgemeinen Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel
- Beschreibung des Makrostandortes Tangerhütte
- Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Breite Straße“
- Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Tangerhütte und Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Darstellung und Bewertung wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- Bewertung des Vorhabens gem. den Zielen der Raumordnung
- Einordnung des Vorhabens in den Kontext weiterer Bebauungsplanverfahren in Tangerhütte und der Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Tangerhütte (vgl. Kapitel VI.).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Februar 2021 sowie erneut im Dezember 2021 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels durchgeführt. Zudem erfolgte eine Begehung relevanter Einzelhandelslagen im Einzugsgebiet sowie eine Begehung des Planstandortes. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechts- und Planungsrahmen

2.1 Bauleitplanung – Baunutzungsverordnung

Nach **§ 11 Abs. 3 BauNVO** und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für Neuansiedlungen bzw. Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche² in der Regel die **Festsetzung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes** erforderlich. **Im Vordergrund stehen dabei mögliche Auswirkungen auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.**

² Gemäß aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt

Neben den Instrumentarien der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch **landes- und regionalplanerische Regelungen**. Demnach gelten für großflächige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich folgende wesentliche Maßgaben (vgl. Landesentwicklungsplan (LEP) 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Kapitel 2.3 – Großflächiger Einzelhandel):

- ▀ **Konzentrationsgrundsatz:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind grundsätzlich nur in Ober- und Mittelzentren und ausnahmsweise, sofern sie ausschließlich der Grundversorgung dienen und unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches, auch in Grundzentren.
- ▀ **Kongruenzgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen, d.h. der Einzugsbereich des Vorhabens darf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune nicht wesentlich überschreiten.
- ▀ **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen, d. h. sie sind in bestehende Siedlungsgebiete und ÖPNV-Netze zu integrieren und sollen Nähe zu Wohnstandorten aufweisen.
- ▀ **Beeinträchtungsverbot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihrer zentralen Versorgungsbereiche ausüben. Zudem darf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt werden.

Neben den Vorgaben der Landesplanung Sachsen-Anhalt sind auch die Regelungen der **Regionalplanung** zu berücksichtigen. Die Stadt Tangerhütte zählt zur regionalen Planungsgemeinschaft Altmark. Der **Regionale Entwicklungsplan Altmark** aus dem Jahr 2005 (REP Altmark 2005) sowie auch der 1. Entwurf zur Fortschreibung (Stand 12.06.2019) enthalten keine Regelungen zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Die „Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplanes Altmark 2005 um den **sachlichen Teilplan Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur**“ enthält in Ergänzung des bestehenden Regionalen Entwicklungsplans Altmark die Festlegung und Abgrenzung der Zentralen Orte. Der **Kernort Tangerhütte ist dabei als Grundzentrum** ausgewiesen. Der Planstandort von Penny an der Breite Straße ist innerhalb des gemäß Beikarte 17 räumlich definierten Zentralen Ortes gelegen.

3. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel

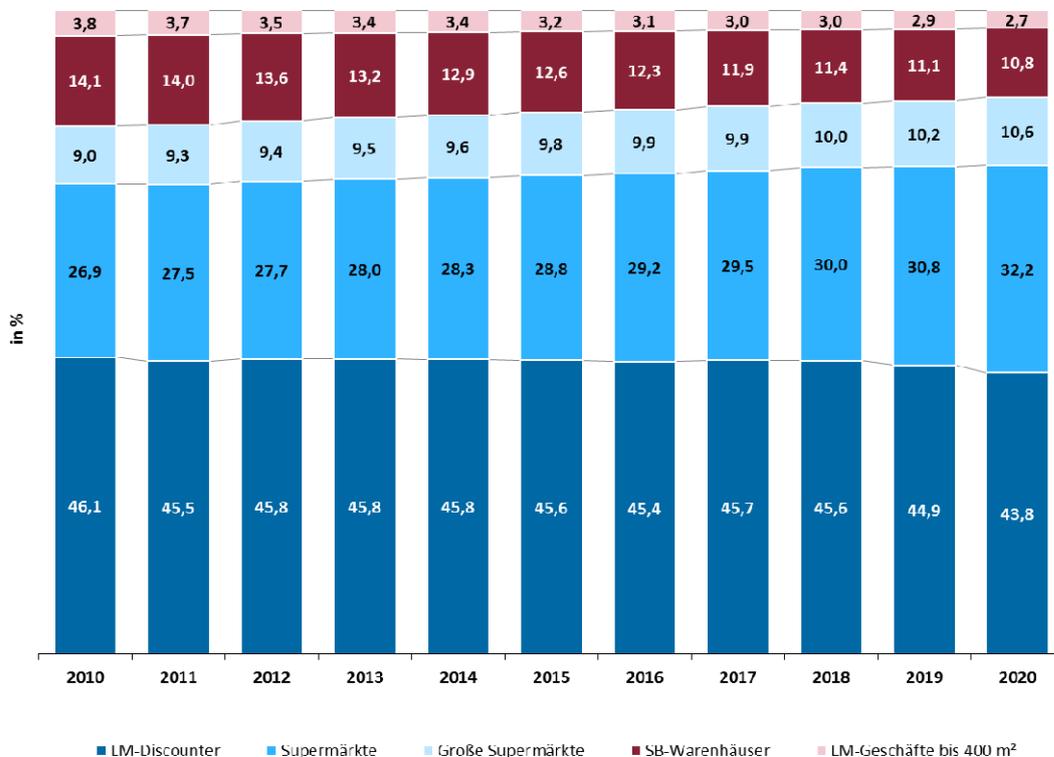
Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf (vgl. Abbildung 2). Er ist Umsatzgarant selbst in der sich aktuell vollziehenden Corona-Pandemie. Im Jahr 2019 sind die Umsätze auf rd. **166,0 Mrd. €** gestiegen, was einem Anteil von etwa 31 % am gesamten Einzelhandelsumsatz entspricht.³ Die Umsatzentwicklung verläuft weiterhin deutlich positiv: In den Jahren 2009 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs um ca. 28 %.⁴ Hinter dem Wachstum steckt eine zunehmende Qualitätsorientierung der Konsumenten. Hinzu kommen immer neue Er-

³ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78.

⁴ Quelle: ebd., S. 64; GMA-Berechnungen 2022.

nahrungstrends (Superfoods, vegetarische, vegane, Gluten- und Laktose freie Produkte, nachhaltig produzierte und regionale Erzeugnisse, Fair Trade, Biolebensmittel etc.), für die der Kunde bereit ist mehr Geld auszugeben.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2021, GMA-Darstellung 2022

Auch die Verschiebung von **Marktanteilen** und unterschiedliche Entwicklung zwischen den einzelnen Betriebstypen ist prägendes Element im Lebensmittelhandel. Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 44 % den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 43 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 11 %.⁵ Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert.

Hinsichtlich der Anzahl der Betriebsstätten⁶ belegen der EDEKA-Verbund (rd. 11.200 Märkte), die REWE Group (rd. 10.700 Märkte) und die Schwarz-Gruppe (Lidl mit rd. 3.200 Filialen, Kaufland mit ca. 670 Filialen) die ersten Plätze. Von den Discountern weist der zur EDEKA-Gruppe gehörende Netto Marken-Discount mit rd. 4.270 bundesweit die meisten Filialen auf, gefolgt von Lidl (rd. 3.200 Filialen), Aldi Nord (rd. 2.230 Filialen), **Penny (rd. 2.180 Filialen)**, Aldi Süd (rd. 1.920 Filialen) und Norma (rd. 1.310 Filialen).

Die Bedeutung des **Onlinehandels** ist im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor gering. Während alle Nonfood-Branchen zusammen mittlerweile einen Onlineanteil von knapp 16 % am gesamten Einzelhandel erreichen, bleibt der Onlinehandel im Lebensmittelbereich bislang ein

⁵ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen 2022.

⁶ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): handelsdaten.de (Onlinedatenbank; Stand 2019).

Nischengeschäft. Nach Angaben des HDE lag der Onlineanteil am Gesamtumsatz mit Lebensmitteln 2019 bei lediglich 1,4 %.⁷

4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung der Projektplanung und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden nachfolgend zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

- /// Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutannahmen und Windfang.⁸ Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.
- /// Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:
 - **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
 - Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.⁹
- /// Für die Einordnung der verschiedenen **Betriebstypen** wird in vorliegender Untersuchung auf die Definitionen des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI) zurückgegriffen:¹⁰

Kleines Lebensmittelgeschäft

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

Lebensmitteldiscounter

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

Supermarkt

⁷ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland (2020): Online-Monitor 2020, S. 8. Der Marktanteil wird maßgeblich durch Wein- und Feinkostversender mitbestimmt.

⁸ Vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

⁹ Ebd.

¹⁰ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 361 f.

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

Großer Supermarkt

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

- Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt sogar rd. 25.000 Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 805 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.035 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.309 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl (2016)					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2020.

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Die Firma **Penny** betreibt derzeit rund 2.150 Filialen in ganz Deutschland¹¹. Der durchschnittliche Umsatz einer Penny-Filiale beträgt derzeit ca. 3,7 – 3,8 Mio. € (brutto), die durchschnittliche Größe ca. 727 m² VK. Es ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von ca. 5.170 € je m² VK. Damit bleibt Penny sowohl größen- als auch umsatzmäßig deutlich unter den Leistungskennzahlen der Branchenführer Aldi und Lidl im deutschen Lebensmitteldiscount.¹²

Wesentliche Ursachen für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz der Penny-Märkte liegen in ihrem standardisierten Sortiment (etwas über 2.000 Artikel, **im Wesentlichen Artikel des Grundbedarfs** in eingeschränkter Sortimentsbreite und -tiefe), dem Discounter-üblichen niedrigen Preisniveau und der ökonomischen, übersichtlichen Sortiments- und Ladengestaltung. Der Angebotsschwerpunkt liegt klar im Lebensmittelbereich (rund 85 % der Umsätze). Zum übrigen ständigen Sortiment gehören nahversorgungsrelevante Nonfood-

¹¹ Quelle: www.penny.de/ueber-uns; abgerufen am 16.12.2021.

¹² Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021, Bergisch Gladbach 2020, S. 31; Angaben für 2019.

Artikel (Drogeriewaren / Kosmetik, Haushaltskleinartikel, Heimtiernahrung und Zeitschriften). Hinzu kommen wöchentlich wechselnde Aktionsartikel, hauptsächlich aus den Bereichen Lebensmittel und Nonfood II (z. B. Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren, Textilien).

Im hart umkämpften Wettbewerb der Discounter versucht sich Penny – besonders in dicht besiedelten Städten – als **Nachbarschaftsmarkt** zu profilieren, wozu auch besondere Maßnahmen der Kundenbindung beitragen sollen (z. B. individuelle Namensgebung jeder Filiale, Bonuspunkte für Stammkunden, Ansprache-Aktion „Willkommen Nachbarn“). Penny versteht sich als Bestandteil des jeweiligen Viertels und will sich mit lokalen, sozialen und ökologischen Projekten im direkten Umfeld seiner Märkte engagieren¹³.

Penny-Märkte sind Filialen, deren Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem **standardisierten Sortiment** und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen.

Auch für die geplante **Penny-Filiale in Tangerhütte am Standort Breite Straße** ist die vorgenannte Einstufung zutreffend. Ziel des geplanten Neubaus mit ca. 1.150 m² VK ist es, durch eine optimierte Warenpräsentation und eine großzügige Gestaltung des Verkaufsraums, die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Gegenüber dem Bestandsmarkt mit ca. 800 m² VK können mehr Regalflächen in bequemer Greifhöhe, größere Verkehrs- und Gangflächen und mehr Übersichtlichkeit des Raums geschaffen werden, was vor dem Hintergrund der allgemeinen demografischen Entwicklung und nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie (Abstand halten) zu sehen ist. Auch dem Personal erleichtern größere Verkehrs- und Gangflächen eine ökonomische Bewirtschaftung. Wesentliche Sortimentserweiterungen sind mit diesem Schritt jedoch nicht verbunden. Diese verbieten sich schon aufgrund der deutschlandweiten Beschickung und Werbung. Es bleibt bei dem Markt in Tangerhütte, Breite Straße bei dem betreibertypischen Sortimentsspektrum, welches auch die anderen Penny-Filialen in der Region anbieten.

Anhand der obigen Daten kann der Penny-Markt in Tangerhütte, Breite Straße als Anbieter eingeordnet werden, dessen Angebotsschwerpunkt – umsatz- und flächenbezogen – eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt. Das Kernsortiment des Penny-Marktes bilden Nahrungs- und Genussmittel, die mind. 80 – 85 % der Verkaufsfläche einnehmen. Diese sind als Waren des täglichen Bedarfs und somit als nahversorgungsrelevant einzustufen. Auch das bei Penny angebotene Kernsortiment an Nonfood I-Waren (Drogeriewaren, Hygiene- und Pflegeartikel / Kosmetik, Reinigungs- und Waschmittel sowie Tiernahrung; sog. „Nearfood“) ist den Waren des täglichen Bedarf zuzuordnen (im Sinne des Berichts der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“); ihr Anteil beläuft sich auf bis zu ca. 10 % der Verkaufsfläche. Insgesamt wird in typischen Penny-Märkten – und somit auch in der Filiale in Tangerhütte, Breite Straße – mind. 90 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt. **Der Anteil von nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt sowohl im Bestand als auch in der angestrebten Größe weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche. Somit ist der Penny-Markt in Tangerhütte, Breite Straße eindeutig als Nahversorger einzuordnen.**

¹³ Quelle: <https://www.Rewe-group.com/de/unternehmen/vertriebslinien/penny>, abgerufen am 24.02.2021

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Tangerhütte

Die **Stadt Tangerhütte** liegt im nördlichen Teil des Bundeslandes Sachsen-Anhalt im Landkreis Stendal und zählt gegenwärtig rd. 10.570 Einwohner.¹⁴ Seitens der Regionalplanung ist Tangerhütte als Grundzentrum eingestuft.¹⁵ Vor diesem Hintergrund kommt der Stadt im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen sowohl eine eigengemeindliche als auch eine gewisse überörtliche Versorgungsfunktion zu. Der nächstgelegene Zentrale Ort höherer Stufe ist das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Stendal (ca. 25 km nördlich; vgl. Karte 1).

Die **Siedlungsstruktur** von Tangerhütte wird seit Mai 2010 im Rahmen der Einheitsgemeinde Stadt Tangerhütte aus 19 Ortschaften, 32 Ortsteilen und 6 Wohnplätzen gebildet. Darüber hinaus wird das Stadtgebiet überwiegend durch agrarisch genutzte Flächen, Waldgebiete sowie die Niederungen bzw. Auen der Elbe und der Tanger geprägt.

Die **Einwohnerentwicklung** von Tangerhütte verlief in den vergangenen Jahren negativ. So nahm die Einwohnerzahl seit dem Zensus 2011 um ca. 1.100 Einwohner (- ca. 9,4 %) ab.¹⁶ Nach der 7. regionalisierten Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes wird zukünftig mit einem weiteren Bevölkerungsrückgang zu rechnen sein. Demnach beträgt die Bevölkerungszahl im Jahr 2030 in Tangerhütte nur noch rd. 9.560 Einwohner, was gegenüber dem Basisjahr der Prognose (2019) einem Rückgang von rd. 10,7 % entspräche.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Tangerhütte für den Individualverkehr ist als durchschnittlich zu bezeichnen. So ist die Kernstadt Tangerhütte u. a. über Landes- und Kreisstraßen an die umliegenden Kommunen angeschlossen. Die Bundesstraße B 189 verläuft durch das nordwestliche Gemeindegebiet (u. a. Ortsteil Lüderitz) und stellt die Anbindung u. a. nach Wolmirstedt und Stendal her. Mit der Fertigstellung der Bundesautobahn A 14 (Magdeburg – Schwerin) erhält auch Tangerhütte im Bereich Lüderitz eine Anschlussstelle, so dass sich die überregionale Anbindung der Stadt weiter verbessert. Die Anbindung der Ortsteile sowie z. T. Umlandgemeinden erfolgt des Weiteren über Landes-, Kreis- und Gemeindestraßen.

Im **ÖPNV** ist Tangerhütte u. a. im Schienenverkehr durch Regionalverbindungen nach Magdeburg, Wittenberge und Stendal erreichbar. Weiterhin verkehren regionale Buslinien in die umliegenden Gemeinden und stellen die Erreichbarkeit der Tangerhütter Ortschaften bzw. Ortsteile her.

Die **Einzelhandelsstruktur** von Tangerhütte wird durch mehrere Standortbereiche bzw. Solitärstandorte von größeren Einzelhandelsbetrieben geprägt:

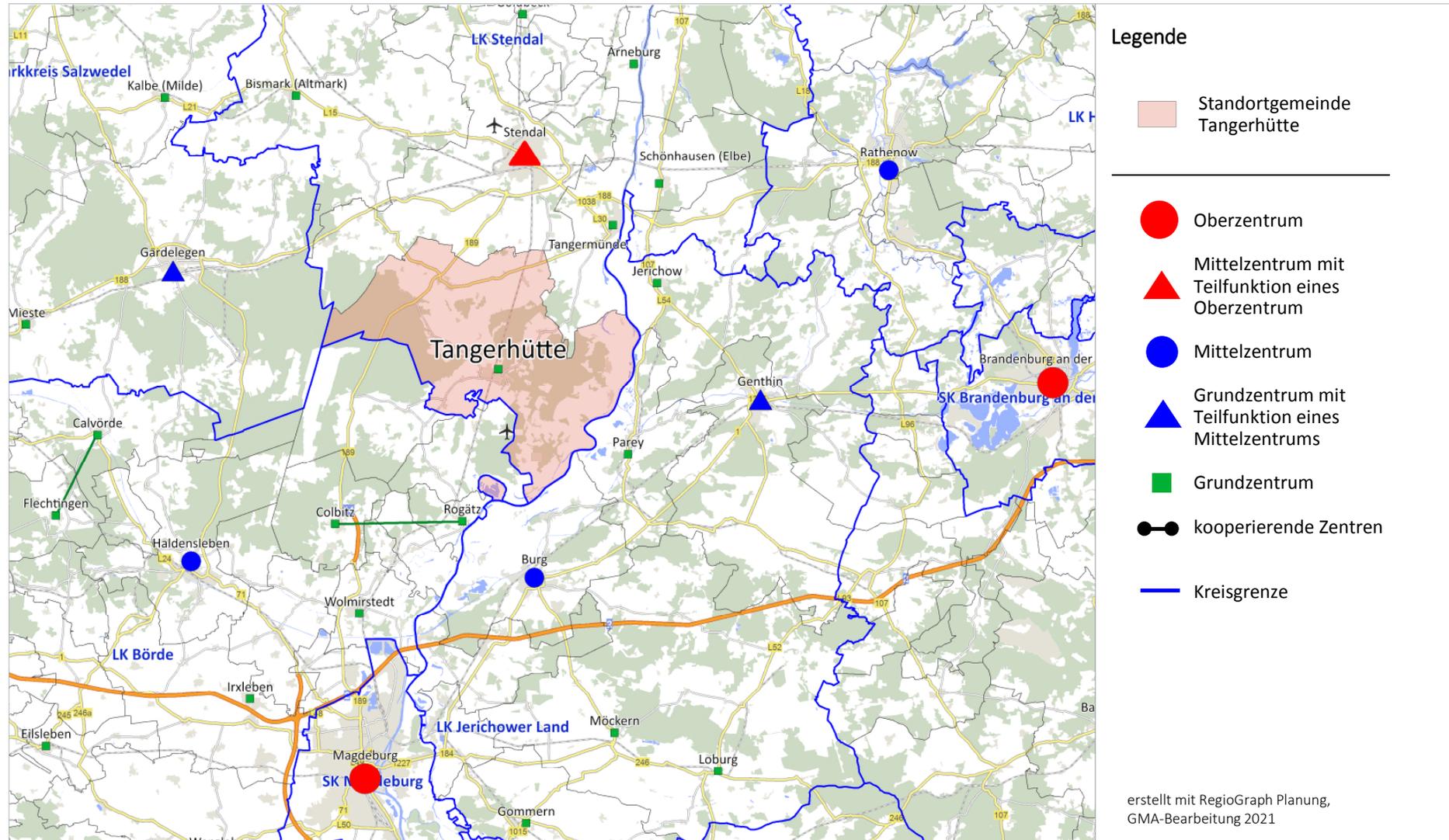
- /// Eine bedeutende Versorgungslage ist der **Standortbereich Neustädter Ring** im westlichen Kernstadtgebiet an der Landesstraße L 53. Hier sind neben dem Magnetbetrieb Edeka Arnds (inkl. Getränke- und Drogeriemarkt) auch Fachgeschäfte und Fachmärkte für Schuhe, Bekleidung, Blumen, Spiel- und Schreibwaren und Büromöbel vorhanden. Eine Apotheke, eine Bankfiliale sowie Imbissangebote runden das Angebot ab.

¹⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 30.06.2021.

¹⁵ Vgl. Ergänzung des regionalen Entwicklungsplan Altmark 2005 (REP Altmark 2005) um den sachlichen Teilplan „Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur“, genehmigt am 23.04.2018 durch die Oberste Landesentwicklungsbehörde.

¹⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Einwohner am 09.05.2011: ca. 11.670.

Karte 1: Lage der Stadt Tangerhütte und zentralörtliche Struktur in der Region



Die **Hauptgeschäftszone Bismarckstraße** stellt den gewachsenen Versorgungskern der Stadt dar. Hier sind im westlichen Teil bandartig im Abschnitt von Breite Straße / Schönwalder Straße bis zur stadtquerenden Bahnstrecke mehrere, ausschließlich kleinteilige Fachgeschäfte vorhanden (u. a. Lebensmittelhandwerk, Blumen, Apotheke, Buchhandlung). Auch das Rathaus und komplementäre Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleister, Ärzte) sind hier ansässig. Der Geschäftsbesatz erstreckt sich auch auf den östlichen Teil der Bismarckstraße zwischen Bahnstrecke und dem Fluss Tanger. Hier ist der Geschäftsbesatz bereits ausgedünnt, wobei mit dem Objekt des heutigen Penny-Marktes an der Bismarckstraße 57 der östliche Abschluss markiert wird. Der gesamte Bereich der Bismarckstraße kann als **faktischer zentraler Versorgungsbereich der Stadt** gesehen werden, wobei der abgegrenzte Bereich aus städtebaulich-funktionaler Sicht auch den Lidl-Markt an der Schönwalder Straße und perspektivisch auch den neuen Penny-Standort an der Breite Straße umfasst.¹⁷

Des Weiteren sind im Kernstadtgebiet **solitär gelegene Standorte von Lebensmittelmärkten** vorhanden: Aldi / Netto (Straße der Jugend), Netto dansk (Rosa-Luxemburg-Straße), Norma (Birkholzer Chaussee¹⁸). Weiterhin sind einzelne **kleinteilige Fachgeschäfte** im Stadtgebiet vorhanden. Die dörflichen Ortsteile verfügen mit Ausnahme von Lüderitz (PUG-Markt) nur vereinzelt über ergänzende Angebote im Bereich der Nahversorgung.

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob Tangerhütte unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zulässig ist (Konzentrationsgebot). Maßgeblich hierfür ist Ziel 52 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010:

Z 52 *Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung 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 [...].“*

Das Konzentrationsgebot erlaubt großflächige Einzelhandelsvorhaben, die ausschließlich der Grundversorgung dienen, unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches auch in Grundzentren.

Da der Planstandort von Penny an der Breite Straße im Grundzentrum Tangerhütte liegt, **wird das Konzentrationsgebot erfüllt, sofern auch das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden.**

Der Planstandort liegt des Weiteren innerhalb des räumlich abgegrenzten Bereiches des Zentralen Ortes Tangerhütte.¹⁹

¹⁷ In diesem Zusammenhang ist auf weitere Bebauungsplanverfahren in Tangerhütte und das aktuell in Aufstellung befindliche Einzelhandelskonzept für die Stadt Tangerhütte hinzuweisen (vgl. Kapitel VI).

¹⁸ Für den Norma-Markt ist eine Verlagerung benachbart zum Bahnhof Tangerhütte geplant (vgl. Kapitel VI.1).

¹⁹ vgl. „Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplanes Altmark 2005 um den sachlichen Teilplan Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur“, Beikarte 17

III. Integrationsgebot

Für die Prüfung des Integrationsgebotes ist die detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrliche Erreichbarkeit, städtebauliches Gefüge, Lage zu den Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort Breite Straße

1.1 Standortumfeld und Integration

Der **Untersuchungsstandort** befindet sich im zentralen Teil des Kernstadtgebietes der Stadt Tangerhütte. Der Standortbereich wird aktuell durch einen Raiffeisen-Baumarkt, einen Pflegestützpunkt des Arbeiter-Samariterbundes (ASB) sowie die Firmen Ribbe & Pollock Elektro GbR bzw. Hertel Fußböden und Service belegt, die im Zuge des Planvorhabens den Standort verlassen. Die ein- bis zweigeschossigen Bebauungsstrukturen werden in diesem Zusammenhang beseitigt, wobei der Marktneubau von Penny im rückwärtigen Teil entsteht. Die zugehörigen Kundenstellplätze entstehen vorgelagert zur Breite Straße hin. Im Standortumfeld sind folgende Nutzungen vorhanden (vgl. Abbildung 3):

Abbildung 3: Umfeldnutzungen Planstandort Penny, Breite Straße



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA, GMA-Kartierung und Bearbeitung 2021

- / **Östlich** der Penny-Liegenschaft grenzen überwiegend wohngenutzte Grundstücke, welche von der Breitscheidstraße erschlossen werden, an. Während die Wohnbebauung straßenbegleitend ausgeprägt ist, sind rückwärtig diffuse Hinterhofbebauung bzw. Nebengasse vorhanden. Weiterhin bestehen hier Gärten und Grünflächen.
- / **Südlich**, beidseitig der Breite Straße, setzen sich derartige diffuse Bebauungsstrukturen gleichermaßen fort. Neben Wohnnutzungen sind hier u. a. als Gewerbebetriebe eine Heißmangel, ein Versicherungsbüro sowie vereinzelt häusliche Gewerbe anzutreffen.

- Westlich, jenseits der Breite Straße, grenzen ebenfalls vergleichbare diffuse Bebauungsstrukturen in Richtung Magdeburger Straße und Rosa-Luxemburg-Straße, an.
- Nördlich des Penny-Standortes schließen sich die **Bebauungsstrukturen im Bereich Bismarckstraße** an. Die **Luftliniendistanz beträgt hier weniger als 100 m**. Diesbezüglich ist die verkehrliche Anbindung sowohl per Pkw als auch zu Fuß über die Breite Straße in rd. 100 m hergestellt. Hier sind im Kreuzungsbereich Rosa-Luxemburg-Straße zunächst ein Asia-Imbiss bzw. an der Bismarckstraße das Einrichtungsgeschäft LaLou Style sowie eine Spielhalle vorhanden. Hier ist aktuell der Auftakt zum faktischen zentralen Versorgungsbereich der Stadt Tangerhütte zu sehen, wobei ca. 60 m nördlich auf das Grundstück des Lebensmittelmarktes Lidl inkl. Bäckerei Kerkow hinzuweisen ist. Dieser fungiert maßgeblich als Magnetbetrieb für die Hauptgeschäftslage im Bereich Bismarckstraße (vgl. Kapitel V.1.2).



Planstandort Penny, Breite Straße



Wohnnutzungen Breite Straße südlich



Kreuzungsbereich Breite Straße / Bismarckstraße



Lidl-Standort ca. 200 m nördlich von Penny



Kreuzungsbereich Rosa-Luxemburg-Straße mit Planstandort (gelbe Postboxen)



derzeitige Nutzungen am Planstandort



Aktuelle Zufahrt zum Planstandort



Planstandort, Blick zur Breiten Straße

GMA-Aufnahmen 2021

Zusammenfassend sind neben Wohnnutzungen v. a. nördlich auch gewerbliche Nutzungen im Standortumfeld von Penny vorhanden, so dass gemischte Nutzungsstrukturen zu konstatieren sind. Aus **städtebaulicher und versorgungsstruktureller** Sicht handelt es sich um einen für die Wohnbevölkerung **fußläufig sehr gut erreichbaren Standort**, der sich zudem in **Randlage der Hauptgeschäftszone von Tangerhütte** befindet bzw. dieser faktisch zugehören wird (vgl. Kapitel V.1.2). Die Lage, u. a. direkt angrenzend an Wohnbebauung, die fußläufige Erreichbarkeit und der ÖPNV-Anschluss in ca. 250 – 300 m (Bushaltestelle „Rathaus“) sprechen des Weiteren dafür, dass ein **städtebaulich integrierter Standort** vorliegt.

1.2 Erschließung und Erreichbarkeit

Aktuell erfolgt die **Grundstückerschließung** des am Areal ansässigen Raiffeisen-Baumarktes bzw. der anderen gewerblichen Nutzungen (ASB-Station, Ribbe & Pollock Elektro GbR, Hertel Fußböden und Service) an der Breiten Straße 5 – 9 über die verkehrlich nur mäßig belastete Breiten Straße, die als innerstädtische Verbindungs- und Erschließungsstraße zu charakterisieren ist. Zum einen übernimmt sie Erschließungsfunktionen für die angrenzenden Wohngrundstücke; zum anderen verbindet sie die südlich des Stadtkerns von Tangerhütte verlaufende Straße der Jugend (Landesstraße L 31) mit der Stadtmitte bzw. der Hauptgeschäftszone Bismarckstraße bzw. verläuft weiter durch das nördliche Kernstadtgebiet (Schönwalder Straße). Insgesamt ergänzt die Breiten Straße somit das Hauptstraßennetz in Tangerhütte.

Die **Zufahrt zum Penny Grundstück** wird sowohl für den Kunden- als auch den Lieferverkehr von der Breiten Straße eingerichtet. Diesbezüglich befindet sich der Penny-Markt in Nahlage zum Kreuzungsbereich von Breiten Straße / Rosa-Luxemburg-Straße / Bismarckstraße. Die Zu- und Abfahrt ist aufgrund der mäßigen Verkehrsbelastung der Breiten Straße aus allen Richtungen problemlos möglich bzw. aktuell uneingeschränkt erlaubt. Eine separate Linksabbiegerspur ist nicht vorhanden und aus Sicht eines störungsfreien Verkehrsflusses auch nicht erforderlich. Die Einsehbarkeit der Zufahrt ist aus beiden Fahrtrichtungen gewährleistet, wobei ein entsprechender Pylon bzw. eine Beschilderung geplant ist. Es ist eine übersichtliche Verkehrssituation zu konstatieren. Das Stellplatzangebot kann mit 78 Stellplätzen als ausreichend eingestuft werden. Die Gesamtsituation stellt sich aktuell als nicht konfliktrichtig dar.

Weiterhin ist der **Standort gut zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad** aus den direkt angrenzenden Wohngebieten zu erreichen. Straßenbegleitende Gehwege entlang der Breiten Straße bzw. der Rosa-Luxemburg-Straße, Bismarckstraße und Schönwalder Straße ermöglichen den Bewohnern der umliegenden Wohnbereiche einen sicheren Zugang zum Standort. Der **Anschluss an**

den ÖPNV ist über die Bushaltestelle „Rathaus“ (Linien 920, 922, 923, 924, 925) gewährleistet. Sie befindet sich ca. 250 – 300 m entfernt in der Bismarckstraße.

1.3 Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens

Neben der **betrieblichen Charakterisierung des Penny-Marktes als Nahversorger**, welche sich in erster Linie auf das Warenangebot bezieht, wird deutlich, dass der schon langjährig an der Bismarckstraße bestehende Standort von Penny mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² einen wichtigen strukturprägenden Anbieter zur Sicherung der Nahversorgung in Tangerhütte darstellt. Diese Funktion wird er auch nach seiner Verlagerung an den Standort Breite Straße erfüllen können, wobei er zentraler in den Siedlungs- bzw. Einwohnerschwerpunkt der Kernstadt rückt. So können zukünftig rd. 70 – 80 % der Einwohner aus der Stadt Tangerhütte den Penny-Markt grundsätzlich in max. 800 m auch fußläufig erreichen.

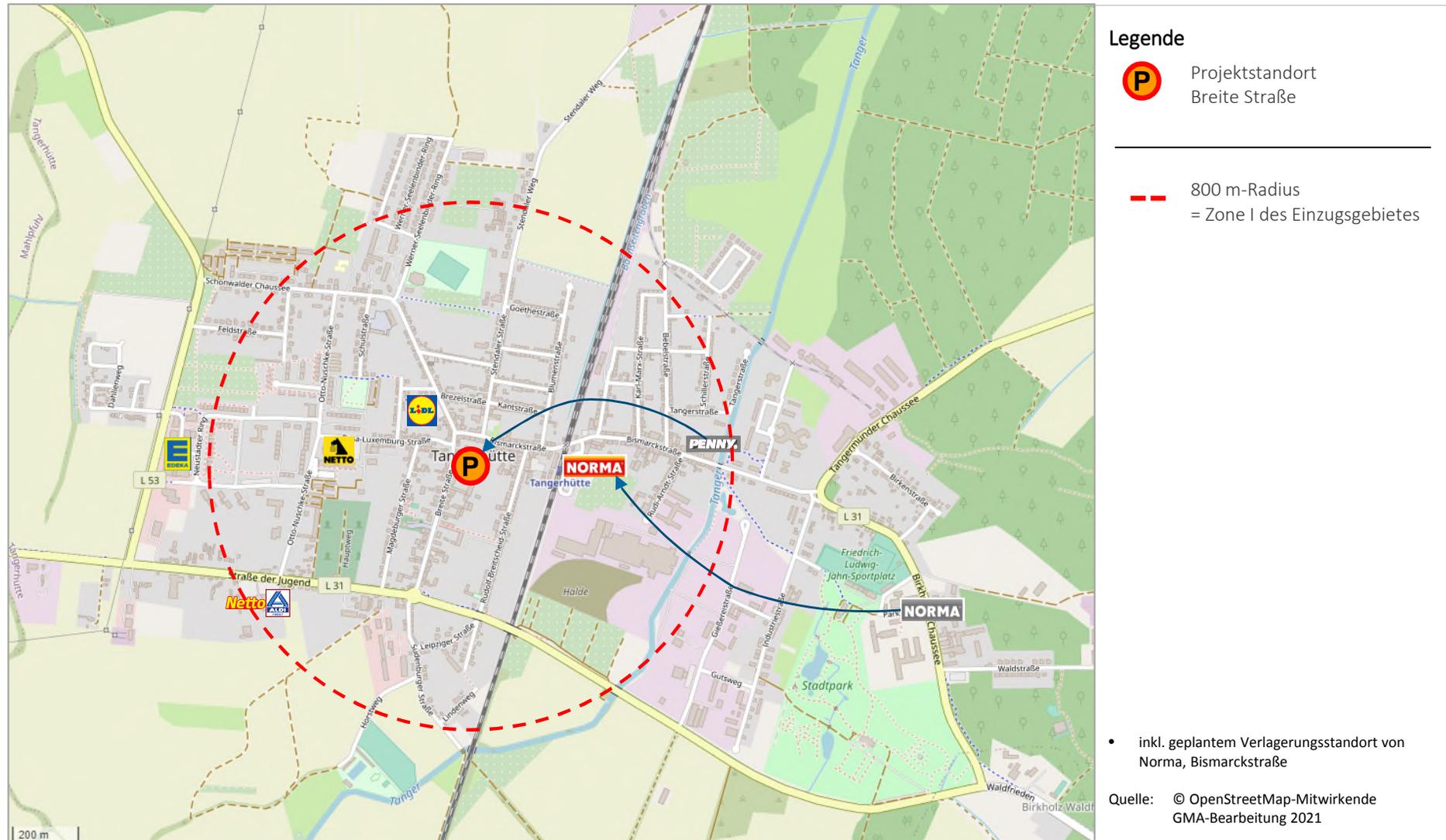
Dem neuen Penny-Standort an der Breite Straße kommt daher aufgrund seiner Lage in funktionaler Zuordnung zu Wohngebieten eine wichtige **fußläufige Nahversorgungsfunktion** zu. In einem ca. 800 m-Radius (=Zone I des Einzugsgebietes) ist in allen Himmelsrichtungen ein zusammenhängender Gebäudebesatz bzw. ein baulich verdichteter Siedlungszusammenhang festzustellen, wobei Wohnnutzungen stark vertreten sind. Die verbrauchernahe Versorgungsfunktion wird durch die hohe Zahl der in fußläufiger Entfernung lebenden Wohnbevölkerung unterstrichen. So leben im ca. 800 m-Radius um den Standort aktuell rd. 3.600 Einwohner (vgl. Kapitel IV.1. und Karte 2).

Insgesamt stellt der Penny-Standort an der Breite Straße eine gut zu erreichende Nahversorgungsmöglichkeit für die Kernstadt Tangerhütte dar. Des Weiteren verfügt der Standort über eine ÖPNV-Anbindung an Stadt- und Regionalbuslinien. Des Weiteren ist der Standort in Randlage der Hauptgeschäftszone von Tangerhütte gelegen bzw. wird dem faktischen zentralen Versorgungsbereich zukünftig zugehörig sein (vgl. Kapitel V.1.2).

Aus versorgungsstruktureller Sicht können die **wesentlichen Eigenschaften** des Standortes wie folgt zusammengefasst werden:

- /// **Lage im zentralen Siedlungsbereich** der Kernstadt Tangerhütte
- /// überwiegend **wohnbebaute Grundstücke** angrenzend an die Penny-Liegenschaft
- /// hohe Zahl an **Wohnbevölkerung** im fußläufigen 800 m-Radius von ca. 3.600 Einwohnern
- /// **verschiedene Nutzungen** im Standortumfeld, neben Wohn- auch Gewerbenutzungen im näheren und weiteren Standortumfeld
- /// **Randlage im Bereich der Hauptgeschäftszone Tangerhütte** (vgl. Kapitel V.1.2)
- /// Standort ist durch **Handelsfunktion** vorgeprägt (Raiffeisen-Baumarkt)
- /// **Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad** für die Wohnbevölkerung aus den angrenzenden Wohnbereichen gewährleistet
- /// **Anbindung an den ÖPNV** gewährleistet
- /// **gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw.**

Karte 2: 800 m-Radius der fußläufigen Nahversorgung und projektrelevante Wettbewerbsstrukturen



1.4 Fazit zum Mikrostandort

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es sich aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht um einen für die Wohnbevölkerung gut erreichbaren Standort handelt. So ist davon auszugehen, dass der Penny-Markt am geplanten Standort Breite Straße zukünftig den überwiegenden Umsatzanteil mit Kaufkraft aus der im Nahbereich ansässigen Wohnbevölkerung erwirtschaften kann (vgl. Kapitel IV.3.).

Darüber hinaus befindet sich der Penny-Standort in Randlage der Hauptgeschäftszone von Tangerhütte. Die Distanz zur Bismarckstraße beträgt weniger als 100 m, so dass grundsätzlich noch fußläufige Kundenaustauschbeziehungen möglich sind. Somit kann er als **Teil des faktischen zentralen Versorgungsbereichs von Tangerhütte**, vergleichbar zum Lidl-Standort, gesehen werden (vgl. Kapitel V.1.2).

Aus versorgungsstruktureller Sicht handelt es sich um einen für die Wohnbevölkerung gut erreichbaren Standort, der im zusammenhängend bebauten Siedlungsgebiet positioniert ist. Er ist für weite Teile des zentralen Kernstadtgebietes fußläufig gut zu erreichen und wird hier **wichtige Nahversorgungsfunktionen** übernehmen. Insgesamt werden rd. 3.600 Einwohner im fußläufigen Nahbereich angesprochen, was die besondere Versorgungsbedeutung unterstreicht. Der überwiegende Umsatzanteil wird dabei mit Kaufkraft aus den 800 m- Nahbereich erwirtschaftet werden (vgl. Kapitel IV.3).

Die Verlagerung und Erweiterung auf ca. 1.150 m² VK inkl. Bäckerei/Fleischerei dient der **langfristigen Wettbewerbsfähigkeit des Penny-Marktes**. Mit der Umsetzung des Vorhabens wird der Penny-Markt an das aktuelle Marktlayout angepasst, so dass er auch heutigen Kunden- und betrieblichen Anforderungen entspricht.

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Dem Integrationsgebot gemäß Landesentwicklungsplan 2010 Sachsen-Anhalt liegen Ausführungen in den Zielen 48 und 49 zugrunde:

Z 48 (2,4) „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte

2. sind städtebaulich zu integrieren, [...]
4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,

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.“

Basierend auf der Bewertung des Standortes sowie den landesplanerischen Vorgaben ist der Standort an der Breiten Straße vor dem Hintergrund des Integrationsgebotes wie folgt zu bewerten:

- Der **Planstandort** befindet sich im zentralen Kernstadtgebiet von Tangerhütte im baulich verdichteten Siedlungszusammenhang. Die Nutzungsstrukturen im Standortumfeld sind von Wohnnutzungen bzw. auch gewerblichen Nutzungen geprägt. Über Fußwege ist der

Standort aus den angrenzenden Wohnbereichen zu erreichen. Die verbrauchernahe Versorgungsfunktion wird durch die hohe Zahl der in fußläufiger Entfernung lebenden Wohnbevölkerung unterstrichen. So leben im ca. 800 m-Radius um den Standort aktuell rd. 3.600 Einwohner.

- /// Darüber hinaus befindet sich der Penny-Standort in Randlage der Hauptgeschäftszone von Tangerhütte. Die Distanz zur Bismarckstraße beträgt weniger als 100 m, so dass grundsätzlich noch fußläufige Kundenaustauschbeziehungen möglich sind. Somit kann er als **Teil des faktischen zentralen Versorgungsbereichs von Tangerhütte** gesehen werden (vgl. Kapitel V.1.2).²⁰
- /// Der Standort befindet er sich **innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Ortes Tangerhütte** gemäß Beikarte 17 des „sachlichen Teilplan Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur“.
- /// Schließlich verfügt der Standort grundsätzlich über eine **Anbindung an den ÖPNV** sowie einen Anschluss an das bestehende Fußwegenetz.

Zusammenfassend ist ein städtebaulich integrierter Standort zu attestieren. Somit lässt sich festhalten, dass das **Integrationsgebot gemäß LEP Sachsen-Anhalt erfüllt** wird.

²⁰ Das Einzelhandelskonzept Tangerhütte befindet sich aktuell in Aufstellung, vgl. Kapitel VI.2.

IV. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes sowie die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den Penny Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

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

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

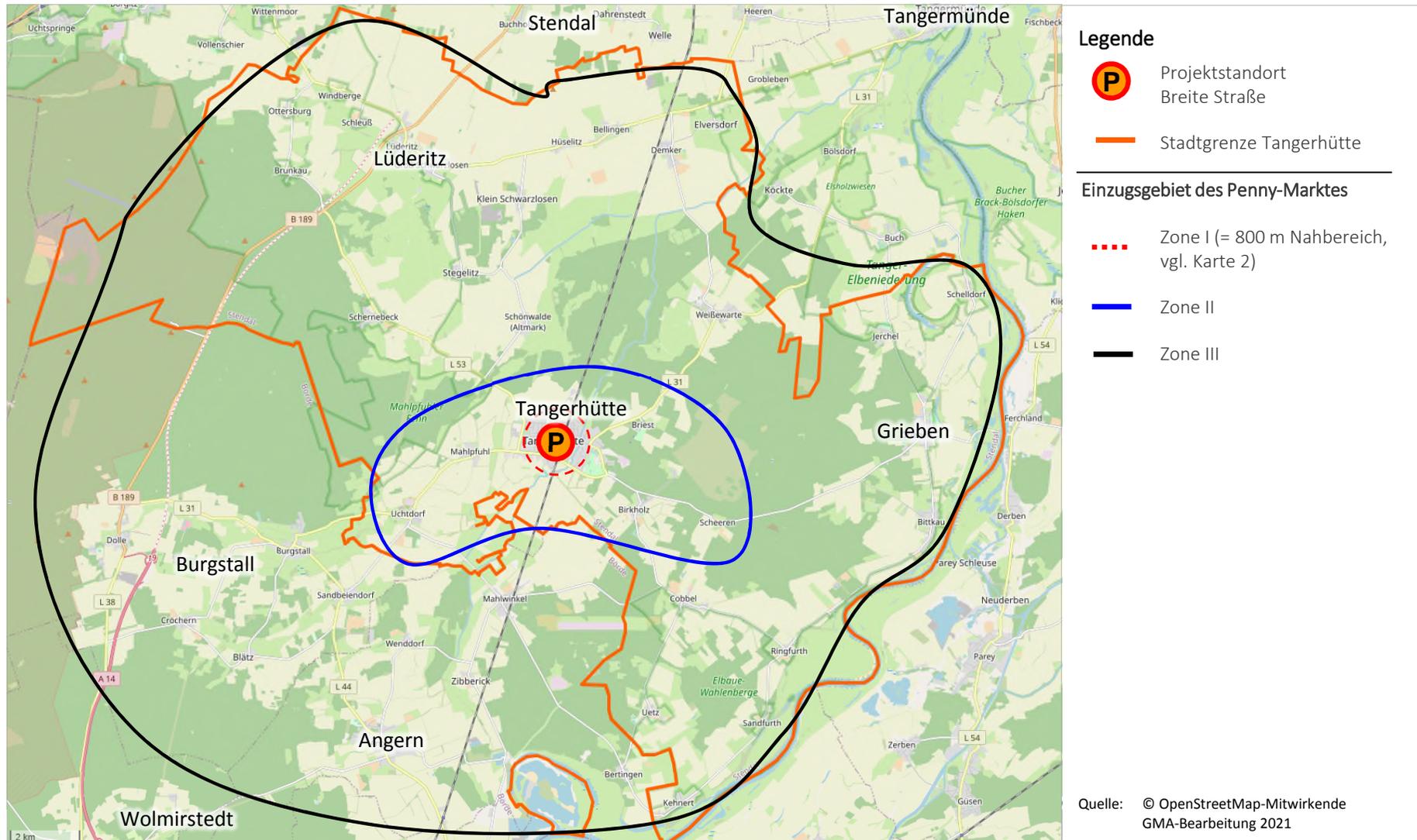
- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, städtebauliche und naturräumliche Zäsuren)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Geh- bzw. Fahrzeitisochronen
- Filialnetz des Betreibers, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Tangerhütte und der Region (u. a. Wolmirstedt, Tangermünde, Rogätz).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Penny Lebensmittelmarkt am Standort Breite Straße **folgendes Einzugsgebiet** abgrenzen (vgl. Karte 3):

■ Zone I:	fußläufiger 800 m-Radius	ca. 3.600 Einwohner
■ Zone II:	übrige Siedlungsbereiche der Kernstadt, Tangerhütte inkl. Mahlpfuhl, Briest, Ortsteile und Wohnplätze Uchtdorf, Birkholz, Scheeren, Schönwalde	ca. 1.780 Einwohner
■ Zone III:	übrige Ortsteile der Stadt Tangerhütte, Gemeinden Burgstall und Angern	ca. 8.630 Einwohner
■ Einzugsbereich insgesamt		ca. 14.010 Einwohner.²¹

²¹ Quelle Einwohnerzahlen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 30.06.2021, Berechnung der Einwohnerzahlen auf Ortsteil- und Straßenabschnittsebene mit WIGeoGIS nach Geomarkets (GfK-Daten, Stand: 01.01.2020).

Karte 3: Einzugsgebiet des Penny-Marktes am Standort Breite Straße in Tangerhütte



Durch den erweiterten Penny-Markt am Standort Breite Straße wird ein **Einzugsgebiet** erschlossen, welches sich auf das gesamte Stadtgebiet von Tangerhütte und die südlich angrenzenden Gemeinden Burgstall und Angern erstreckt.

- **Zone I** umfasst dabei einen ca. 800 m Radius, der für das konkrete Vorhaben in Tangerhütte einer noch akzeptablen Distanz i. S. einer fußläufigen Erreichbarkeit entspricht.²² Dies ist v. a. auf die gute fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den umliegenden Wohnbereichen der Kernstadt Limbach zurückzuführen. Weite Teile der Kernstadt befinden sich innerhalb des fußläufigen Nahbereichs.
- **Zone II** umfasst darüber hinaus die übrigen Siedlungsbereiche der Kernstadt Tangerhütte inkl. der Ortsteile Briest und Mahlpfuhl sowie die Ortsteile Schönwalde, Uchtdorf und Birkholz inkl. zugehöriger Wohnplätze. Auch hier sind überwiegend Einkaufsorientierungen auf den Tangerhütter Einzelhandel und somit auch auf den Planstandort Penny zu erwarten. Grundsätzlich sind hier noch nicht motorisierte verkehrliche Erreichbarkeiten (zu Fuß, Fahrrad) möglich, gleichwohl die Pkw-Erreichbarkeit von entscheidender Bedeutung ist.
- **Zone III** umfasst darüber hinaus die weiteren, zumeist dörflich geprägten Ortschaften und Ortsteile der Stadt Tangerhütte von der Elbe im Osten bis zur Colbitz-Letzlinger Heide im Westen. Sowohl die Elbe als auch die Waldgebiete stellen hier eine topografisch-naturräumliche Zäsur dar, wobei Tangerhütte das traditionelle Versorgungszentrum ist. Nach Norden wird das Einzugsgebiet durch den Einzelhandelsplatz Tangermünde bzw. die Stadt Stendal begrenzt. Südlich zählen darüber hinaus auch die Gemeinden Burgstall und Angern zur Zone III, die über keine eigenen qualifizierten Nahversorgungsstrukturen verfügen. So ist auch hier Tangerhütte der nächstgelegene Einkaufsort mit leistungsfähigen Lebensmittelmärkten. Südlich begrenzt der Wolmirstedter Einzelhandel das Einzugsgebiet.

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet einen Bereich von ca. 10 – 12 km um den Planstandort in Tangerhütte. Dabei ist auf die nur geringe Siedlungsdichte im Bereich der ländlichen Altmark und Börde hinzuweisen, wobei die zumeist dörflichen Ortschaften nicht über die notwendige Mindesteinwohnerzahl bzw. Tragfähigkeit für einen eigenen Lebensmittelmarkt verfügen. Lediglich Lüderitz und Angern weisen hier ein kleinere Lebensmittelgeschäfte (PUG, Schröters Dorfladen) auf.

Der geplante Penny-Neubau wird sowohl wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere von Tangerhütte in fußläufiger Distanz erfüllen, als auch Grundversorgungsbedeutung für das ländliche Umland übernehmen. Diesbezüglich kommt dem Einzelhandel des Grundzentrums Tangerhütte eine wichtige Versorgungsfunktion für die ortsansässige Bevölkerung sowie die Einwohner im Umland zu. Dieses Einzugsgebiet erschließt der bestehende Penny-Markt an der Bismarckstraße in Teilen schon heute, so dass davon auszugehen ist, dass eine überwiegende „Mitnahme“ der bisherigen Kunden zu erwarten sein wird.

²² In der Terminologie des „Leitfadens zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“ kann davon ausgegangen werden, dass die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 – 15 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Distanz von 700 – 1.000 m. Hier ist auf die Besonderheiten des jeweiligen Standortes einzugehen.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Bei der **Kaufkraftberechnung** gehen außer den Einwohnerzahlen auch aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte mit ein, die mit dem örtlichen Kaufkraftniveau gewichtet werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.370 €. Hiervon entfallen ca. 2.445 € auf Nahrungs- und Genussmittel.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt in Tangerhütte mit einem Wert von 86,6 unter dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0).²³ Auch die weiteren zwei Gemeinden des Einzugsgebietes weisen unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern auf (Burgstall: 93,8, Angern: 96,0).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 30,4 Mio. €**. Davon entfallen auf

/// Zone I ca. 7,6 Mio. €,

/// Zone II ca. 3,8 Mio. €

/// Zone III ca. 19,0 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Penny bei ca. 15 %.

3. Umsatzprognose für den verlagerten und erweiterten Penny-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁴ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der **Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung** eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch

²³ Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

²⁴ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird nachfolgend ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den erweiterten Penny-Markt mit rd. 1.150 m² VK (inkl. Bäckerei/Fleischerei) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁵

Tabelle 2: Umsatzerwartung des erweiterten Penny-Marktes in Tangerhütte

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	7,6	23 - 24	1,8	0,3	2,1	50 - 51
Zone II	3,8	13 - 14	0,5	0,1	0,6	14 – 15
Zone III	19	5 - 6	1,0 - 1,1	0,2	1,2 - 1,3	30
Einzugsgebiet	30,4	11	3,3 - 3,4	0,6	3,9 - 4,0	95
Streumsätze			0,1 - 0,2	< 0,1	0,2	5
Insgesamt			3,5	0,6 - 0,7	4,1 - 4,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Penny ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2021; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Penny-Markt mit ca. 1.150 m² (inkl. Bäckerei/Fleischerei) VK nach gutachterlicher Einschätzung eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 4,1 – 4,2 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,6 – 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (v. a. Drogeriewaren und andere nahversorgungsrelevante Sortimente).

Im **fußläufigen Nahbereich des 800 m-Radius** wird ein Marktanteil von ca. 23 – 24 % erreicht. Damit wird die Versorgungsbedeutung von Penny für die verbrauchernahe Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung deutlich. **Etwa 50 – 51 % des Lebensmittelumsatzes können aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden.**

Jedoch erfüllt der Standort in Anbetracht der zentralen Lage im Stadtgebiet bzw. der Nahlage zur Hauptgeschäftszone von Tangerhütte auch eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt bzw. das Umland (**Zone II und III**). Hier liegt der erzielbare Marktanteil bei nur noch ca. 13 – 14 % bzw. 5 – 6 %. **Streumsätze** von außerhalb des Einzugsgebietes sind nur in geringem Maße (ca. 5 % des Umsatzes), u. a. durch Pendler zu erwarten.

Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet von Penny sowie den in Tangerhütte bestehenden leistungsstarken Wettbewerbern nicht zu erwarten.²⁶ Die prognostizierte Umsatzleistung stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens dar (**Worst-case-Ansatz**).

²⁵ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

²⁶ So liegt die durchschnittliche Flächenleistung des Betreibers Penny bei rd. 5.170 € / m² VK (vgl. Kapitel I.4). Der für das Vorhaben von Penny inkl. Bäckerei/Fleischerei in Tangerhütte ermittelte Wert von ca. 3.600 € / m² VK stellt dennoch Maximalwert dar.

4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das **Kongruenzgebot** besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass dessen Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP Sachsen-Anhalt 2010 Ziel 47 und 48):

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 (1) „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten.“

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** wie folgt bewerten:

- Die Stadt Tangerhütte ist gemäß Regionalplan Altmark 2005 / Sachlichem Teilplan 2017 als Grundzentrum ausgewiesen. Damit hat die Stadt wichtige **Grundversorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung** zu erfüllen.
- Das **Einzugsgebiet** für den Penny-Markt umfasst zunächst das gesamte Stadtgebiet Tangerhütte. Hier leben rd. 10.570 Einwohner. Faktisch zählen auch die südlich und südwestlich gelegenen Umlandgemeinden Angern und Burgstall, die über keine eigenen großformatigen Lebensmittelmärkte verfügen, zum Einzugsbereich von Tangerhütte bzw. zum Penny-Einzugsgebiet, gleichwohl beide Gemeinden bereits zur Planungsregion Magdeburg zählen.
- Aus dem **Stadtgebiet Tangerhütte** selbst werden dabei rd. 82 % (rd. 3,2 Mio. €) und damit der deutlich überwiegende Teil des Projektumsatzes erwirtschaftet.
- Weitere ca. 13 % des Umsatzes stammen aus **Angern und Burgstall**. Lediglich rd. 5 % des des Umsatzvolumens fließen in Form von **Streuumsätzen** von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu.²⁷
- Damit wird der **deutlich überwiegende Teil des Umsatzes** mit Kaufkraft aus der Standortgemeinde Tangerhütte erwirtschaftet.

Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

²⁷ Rundungsdifferenzen möglich.

V. Beeinträchtungsverbot

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die **Angebots- und Wettbewerbssituation in Tangerhütte** bzw. im Einzugsgebiet darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet wurde von der GMA im Februar 2021 durch eine **aktuelle Vor-Ort-Erhebung** der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe untersucht. Eine erneute Überprüfung fand im Dezember 2021 statt. Als Wettbewerber für Penny gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder – ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser / Große Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Angebotssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Die projektrelevante Angebotssituation innerhalb des Einzugsgebietes wird im Wesentlichen durch die hier ansässigen Lebensmittelmärkte geprägt. **Innerhalb von Tangerhütte** sind neben dem bestehenden Penny-Markt, Bismarckstraße, folgende strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) zu nennen (vgl. Karte 2):

Lidl, Schönwalder Straße: integriert gelegener, durchschnittlicher Discountmarkt in Randlage der Hauptgeschäftszone Bismarckstraße, sowohl Nahversorgungs- als auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion, ergänzt durch Bäckerei Kerkow, Fahrdistanz zu Penny, Breite Straße, ca. 150 – 200 m.



Netto dansk, Rosa-Luxemburg-Straße: integriert gelegener, durchschnittlicher Nahversorgungsstandort für die umliegenden, z. T. verdichteten Wohngebiete, im Wesentlichen fußläufige Nahversorgungsfunktion und bedingt gesamtstädtische Versorgungsbedeutung, Bäckerei und Fleischerei im Vorkassenbereich, Fahrdistanz zu Penny, Breite Straße, ca. 400 m.



Aldi, Straße der Jugend: Discountmarkt im Bereich der südlichen Ortstangente, durchschnittlicher Marktauftritt im Verbund mit Netto Marken-Discount, im Wesentlichen gesamtstädtische Versorgungsbedeutung, Fahrdistanz zu Penny, Breite Straße, ca. 800 m.



/// **Edeka Arnds**, Neustädter Ring: großflächiger und leistungsfähiger Supermarkt, einziger Lebensmittelvollsortimenter der Stadt inkl. Getränkemarkt und Drogerieabteilung, wesentlicher Bestandteil der Handelslage Neustädter Ring (auch Schuhe, Bekleidung, Apotheke, Spiel- / Schreibwaren, Blumen), gesamtstädtische bzw. partielle Nahversorgungsfunktion, trotz älterem Immobilienkonzept mangels Systemwettbewerb und den Agglomerationseffekten gut durch die Kunden akzeptiert, Fahrdistanz zu Penny, Breite Straße, ca. 1.000 m.²⁸



/// **Netto Marken-Discount**, Straße der Jugend: durchschnittlicher Discountmarkt im Standortverbund mit Aldi, vergleichbare Lage und Versorgungsbedeutung wie Aldi, Fahrdistanz zu Penny, Breite Straße, ca. 900 m.



/// **Norma**, Birkholzer Chaussee: nicht mehr zeitgemäßes Discountobjekt am westlichen Ortsrand der Kernstadt, keine wesentliche Nahversorgungsbedeutung, **geplanter Ersatzneubau am Bahnhof Tangerhütte** mit ca. 1.200 m² VK, das Vorhaben soll mittels vorhabenbezogenem Bebauungsplan „Norma, Bismarckstraße“ realisiert werden, wobei die entsprechenden Beschlüsse durch den Stadtrat gefasst worden sind.²⁹ **Das Vorhaben wird in seiner geplanten Neuaufstellung somit als projektrelevanter Wettbewerber für das Penny berücksichtigt** (vgl. auch Kap. VI.1).



Neben den genannten Lebensmittelmärkten sind darüber hinaus kleinere **Lebensmittelfachgeschäfte in Lüderitz und Angern** vorhanden, welche hier die Grundversorgung verbessern. Gleichwohl wirken die Anbieter nicht über den jeweiligen Nahbereich hinaus, so dass nur eine eingeschränkte Wettbewerbsrelevanz für Penny festzustellen ist. Weiterhin sind vereinzelt **kleinteilige Lebensmittelbetriebe** (u. a. Lebensmittelhandwerk, Tankstellenshop, Spezialanbieter) innerhalb des Einzugsgebietes vorhanden, welche die Nahversorgungsstrukturen ergänzen.

Insgesamt trifft der verlagerte Penny-Markt innerhalb von Tangerhütte auf mehrere Hauptwettbewerber i. S. von strukturprägenden Lebensmittelmärkten (> 400 m² VK), so dass davon auszugehen ist, dass die erzielbaren Marktanteile trotz der Erweiterung auf einem moderaten Niveau verbleiben und nur etwas gesteigert werden können. Die genannten Lebensmittelmärkte überlagern das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes Penny und sind daher primär von Wettbewerbswirkungen betroffen.

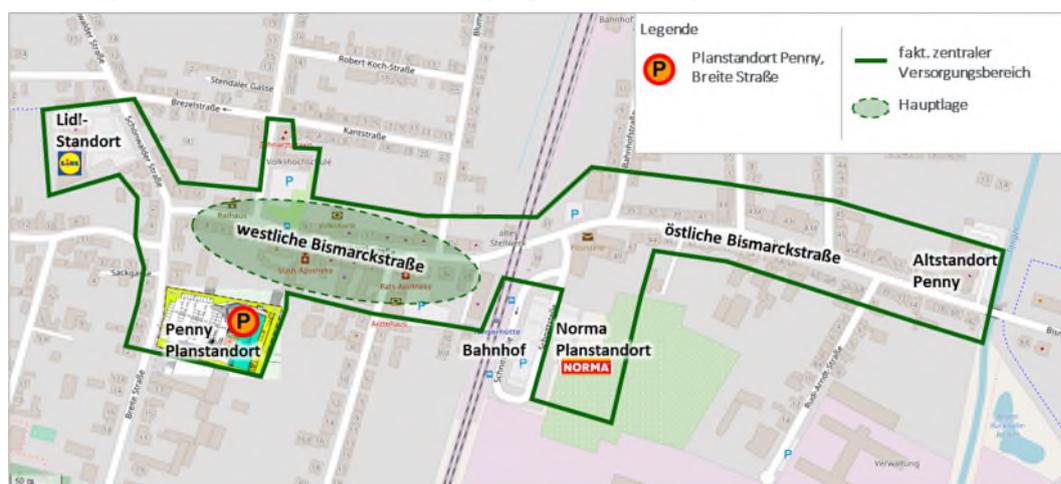
²⁸ Für den Standort Otto-Nuschke-Straße ist die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters geplant. Das Bebauungsplanverfahren dazu läuft. Mit dem Vorhaben geht faktisch die Verlagerung des örtlichen EDEKA-Marktes einher. Da bisher kein kommunaler Beschluss zum Vorhaben (Bebauungsplan, Einzelhandelskonzept) vorliegt, wird der EDEKA-Markt in seiner heutigen Form berücksichtigt (vgl. Kapitel VI.1).

²⁹ Beschluss vom 03.02.2021.

1.2 Zentraler Versorgungsbereich Tangerhütte

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen. Als Anhaltspunkte können hierfür – falls vorliegend – Einzelhandels- und Zentrenkonzepte herangezogen werden; Tangerhütte hat aktuell (noch) kein derartiges Konzept.³⁰ Statt einer städtebaulich begründeten Einzelhandelssteuerung durch die Stadt Tangerhütte sind daher die rechtlichen Vorgaben der BauNVO als Bewertungsmaßstab für das Vorhaben heranzuziehen. **Daher ist anhand der Verhältnisse vor Ort zu prüfen, inwiefern ein faktischer zentraler Versorgungsbereich in der Stadt Tangerhütte vorliegt** (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Faktischer zentraler Versorgungsbereich Tangerhütte



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA, GMA-Bearbeitung 2021.

Die **Hauptgeschäftslage** von Tangerhütte ist im Bereich der **westlichen Bismarckstraße** im Abschnitt zwischen Breite Straße / Schönwalder Straße und stadtkreuzender Bahnstrecke zu sehen. Hier ist die höchste Nutzungsdichte aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie sowie öffentlichen und Gesundheitseinrichtungen vorhanden. Neben Einzelhandelsgeschäften (u. a. Apotheken, Buchhandlung, Einrichtung / Hausrat, Mode, Mobilfunk), konsumnahen Dienstleistungen (Frisör, Kosmetik), Gesundheitsangeboten (Arztpraxen, medizinische Dienstleistungen) sind auch gastronomische Angebote (Restaurant, Imbiss), ein Hotel, das Rathaus, die Volkshochschule usw. hier verortet. Darüber hinaus dehnt sich der Geschäftsbereich mit einer geringeren Nutzungsdichte auch auf die **östlich der Bahnstrecke liegenden Strukturen entlang der Bismarckstraße** aus, wobei dieser bis zur Tanger im Westen reicht. Hier markiert der heute bestehende Penny-Markt den Abschluss. Ferner sind hier u. a. Fachgeschäfte für Uhren / Schmuck, Hörakustik, Foto, Kiosk / Lotto bzw. auch komplementäre Angebote vorhanden. Insgesamt weist der Bereich eine vergleichsweise große Ausdehnung auf, so dass eine zusammenhängende Erlebbarkeit bzw. ein fußläufiger Kundenaustausch erschwert ist.

³⁰ Die Stadt Tangerhütte lässt aktuell ein Einzelhandelskonzept erarbeiten. Ein Entwurf liegt noch nicht vor (vgl. Kapitel VI.2).

Seit der Aufgabe des Rossmann-Marktes (Bismarckstraße 36) verbleibt einzig **Penny**, Bismarckstraße 57 als größerer Magnetbetrieb im Einzelhandel, wobei dieser im Zuge des Planvorhabens an die Breite Straße verlagert wird. Da die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs über den unmittelbaren Nahbereich hinaus stark vom Vorhandensein derartiger leistungsfähiger frequenzerzeugender Einzelhandelsangebote abhängt, wird nach gutachterlicher Einschätzung auch die Standortlage **Lidl, Schönwalder Straße 5 / 7** dem westlichen Bereich des ZVB als zugehörig gesehen. Diese befindet sich nur ca. 50 – 100 m vom Kreuzungsbereich Bismarckstraße / Schönwalder Straße entfernt, wobei hier eine Spielhalle und eine leerstehende Bäckerei Brückenfunktion übernehmen.

Gleiches ist mit Bezug auf den Standort des geplanten **Penny-Standortes an der Breite Straße 5 – 9** zu konstatieren. So bildet das Fachgeschäft LaLou Style den Abschluss der Bismarckstraße, gleichwohl im Kreuzungsbereich Breite Straße / Rosa-Luxemburg-Straße ein Asia-Imbiss und eine Spielhalle vorhanden ist. Insgesamt ist somit auch der Penny-Standort von der Bismarckstraße in rd. 100 m fußläufig erreichbar, so dass grundsätzlich noch ein funktionaler Zusammenhang attestiert werden kann (vgl. Abbildung 3 und 4). Die zusammenhängende Erlebbarkeit bzw. der fußläufige Austausch mit der **Hauptgeschäftslage** westliche Bismarckstraße ist im Rahmen der örtlichen Verhältnisse somit gegeben.



Beginn Bismarckstraße im Westen



westliche Bismarckstraße



Penny Bestandsmarkt, östliche Bismarckstraße



Bahnhof Tangerhütte

GMA-Aufnahmen 2021

Somit sind **sowohl Lidl als auch der geplante Penny-Markt als Randlage des zentralen Versorgungsbereichs zu sehen**, gleichwohl die fußläufige Anbindung nicht optimal ist. Im Rahmen der mikroörtlichen Verhältnisse, der Nutzungsmischung und -dichte, den baulichen Strukturen, der Positionierung der Erdgeschoss-Ladenlokale und der Lage von größeren Einzelhandelsbetrieben mit Magnetfunktion bestehen somit Anhaltspunkte, dass der zentrale Versorgungsbereich hier partiell über die Bismarckstraße hinausreicht und beide Standorte einschließt.

Insgesamt ist der faktische zentrale Versorgungsbereich als bedeutende Geschäftslage der Stadt zu charakterisieren, wobei mit den geplanten Entwicklungen um Penny und Norma eine Konzentration auf den zentralen und westlichen Abschnitt der Bismarckstraße zu konstatieren ist. Gleichwohl die fußläufigen Austauschbeziehungen nicht optimal sind und der Geschäftsbesatz Lücken aufweist, umfasst der zentrale Versorgungsbereich zukünftig neben Lidl, Schönwalder Straße auch die Lebensmittelmarkt-Standorte des geplanten Penny-Marktes, Breite Straße, sowie des geplanten Norma-Marktes am Tangerhütter Bahnhof.

1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

Mit nachfolgender Tabelle wird die **Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet im Nahrungs- und Genussmittelbereich** dargestellt.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

Lage / Zone des Einzugsgebietes	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)*	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Anbieter in der Kernstadt Tangerhütte **	6.370	91	23,7	90
<i>davon im fakt. ZVB Tangerhütte**</i>	<i>2.185</i>	<i>31</i>	<i>8,4</i>	<i>32</i>
<i>davon in sonstigen Lagen in Zone I</i>	<i>4.185</i>	<i>60</i>	<i>15,3</i>	<i>58</i>
Anbieter in Zone II und III	660	9	2,5	10
Anbieter im Einzugsgebiet insgesamt**	7.030	100	26,2	100

* Umsatz aufgeteilt: hier nur Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln

** ohne Penny-Bestandsmarkt, Bismarckstraße 57; inkl. Neubau Norma, Bismarckstraße mit ca. 1.200 m² VK

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und -Berechnung 2021

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Mit der Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- Die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und

- der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Die Bewertung der möglichen Auswirkungen des verlagerten und erweiterten Penny-Lebensmittelmärktes erfordert eine **Prüfung des Gesamtvorhabens**. Dementsprechend wird in dieser Auswirkungsanalyse das Vorhaben des erweiterten Penny-Marktes mit ca. 1.150 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei/Fleischerei) bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben betrachtet.

Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der **bereits in Tangerhütte bestehende Markt am Standort Bismarckstraße 57 zu berücksichtigen**, wobei im Zuge der Verlagerung davon auszugehen ist, dass ein erheblicher Teil des heute erwirtschaftenden Umsatzes auch an den neuen Standort mitgenommen werden kann. So ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen des langjährig ansässigen Bestandsmarktes bereits abgearbeitet sind bzw. die Einzelhandelssituation sich also darauf eingestellt hat.

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die **Bewertung des Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens des Penny-Marktes** in Tangerhütte werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen **folgende Annahmen** getroffen:

- Der **Penny-Markt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.150 m² (inkl. Bäckerei/Fleischerei) eine **Umsatzleistung von ca. 4,1 – 4,2 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 3,5 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,6 – 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass **Penny in Tangerhütte bereits langjährig am Standort Bismarckstraße 57 ansässig** und von den Kunden akzeptiert ist. Derzeit erwirtschaftet der Markt nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 3,0 – 3,1 Mio. €**. Davon entfallen ca. 2,6 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,4 – 0,5 Mio. € auf Nichtlebensmittel.
- Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Tangerhütte generiert und auch durch den verlagerten Markt zum überwiegenden Teil gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.³¹ Die GMA rechnet hier in der Modellannahme von **ca. 80 % Umsatzmitnahme, was ca. 2,4 – 2,5 Mio. € entspricht** (davon ca. 2,0 – 2,1 Mio. € für Lebensmittel)³². Daraus folgt, dass die bereits heute bestehende Verkaufsfläche vom

³¹ Eine Nachnutzung der heutigen Penny-Fläche am Standort Bismarckstraße 57 durch einen anderen Lebensmittelmarkt-Betreiber ist nicht als realistisch einzustufen (vgl. Kapitel VI.3).

³² Dabei ist zu konstatieren, dass die verbleibenden ca. 20 % des Penny-Umsatzes (ca. 0,6 – 0,7 Mio. €) am Markt frei werden und den verbleibenden Wettbewerbern bzw. dem neuen Norma-Markt zur Verfügung stehen werden. Diese zusätzlichen Umsätze führen entsprechend beim Wettbewerb zu Umsatzzuwächsen, so dass diese gleichzeitig ein höheres Kompensationspotenzial gegenüber wettbewerblichen Veränderungen haben.

Markt absorbiert bzw. der Bestandsumsatz zu 80 % als umverteilungsneutral einzustufen ist.³³

- / Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Penny-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 1,7 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. **Davon entfallen ca. 1,4 – 1,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.**
- / Der generierte Umsatz wird in Form von **Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten** betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte und erst nachgeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemarkte, Lebensmittelhandwerker).

Im Detail sind für den geplanten Penny-Markt (inkl. Bäckerei/Fleischerei) folgende **Umsatzumlenkungen im Einzugsgebiet** zu erwarten:

Tabelle 4: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €* in Mio. €	Umsatzum- verteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	Umsatzmitnahme bestehender Penny-Markt	-	2,0 – 2,1	-
	Umsatzumverteilungen in der Kernstadt Tangerhütte	23,7	1,4	6
	▪ davon Anbieter im ZVB Tangerhütte	8,4	0,6	7 - 8
	▪ davon Anbieter in sonstigen Lagen in Zone I	15,3	0,8	5
	Umsatzumverteilungen in Zone II und III	2,5	< 0,1	n. n.
	Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet insgesamt	26,2	1,4 – 1,5	5 - 6
	Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	-	3,5	-
Nichtlebens- mittelbereich	Umsatzmitnahme bestehender Penny-Markt	-	0,4	-
	▪ Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	-	0,2 – 0,3	n. n.
	Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	-	0,6 – 0,7	-
Umsatz erweiterter Penny-Markt insgesamt		-	4,1 – 4,2	-

* ohne Bestandsumsatz des Penny-Marktes, Bismarckstraße 57

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2021, ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

³³ Im Sinne des Worst-Case Ansatzes wurde der umverteilungswirksame Umsatz des Vorhabens vollständig innerhalb von Tangerhütte umverteilt. Gleichwohl ist damit zu rechnen, dass durch den modernen Neubau von Penny eine gewisse Kaufkraftrückholung von bisher aus dem Einzugsgebiet abfließender Kaufkraft zu erwarten sein wird.

2.3 Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzzumlenkungen im Untersuchungsraum sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch das Vorhaben von Penny zu erwarten:

- /// Durch die geplante Verlagerung bzw. Verkaufsflächenerweiterung im Zuge des Neubaus von Penny (inkl. Bäckerei/Fleischerei) am Standort Breite Straße in Tangerhütte werden bei einem derzeitigen Umsatz der betroffenen Wettbewerber im **gesamten Einzugsgebiet** i. H. v. ca. 26,2 Mio. €³⁴ ca. 1,4 – 1,5 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln umverteilt, was einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von ca. 5 – 6 % entspricht³⁵. Aus dem Planvorhaben von Penny resultieren demnach nur moderate wettbewerbliche Effekte.
- /// Die **höchsten Umsatzzumverteilungen** werden dabei zum einen gegenüber den **räumlich nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkten** zu erwarten sein. Diese sind Lidl (Schönwalder Straße), Netto dansk (Rosa-Luxemburg-Straße) und der als marktwirksam angesetzte Neubau von Norma am Bahnhof (Distanz jeweils unter 600 m). Des Weiteren sind die Wettbewerber, welche ein vergleichbares Betriebskonzept ausweisen stärker betroffen. Dies sind im Falle von Penny **andere Lebensmitteldiscounter**, wobei neben den drei genannten Anbietern u. a. auch Filialen von Netto Marken-Discount und Aldi zu nennen sind (vgl. Kapitel III.1.1).
- /// Insgesamt ist aufgrund der moderaten Höhe der Umsatzzumverteilungseffekte von ca. 6 % gegenüber Anbietern in Tangerhütte **keine Bestandsgefährdung eines der strukturprägenden Betriebe** zu erwarten. Dies gilt sowohl für Märkte innerhalb des faktischen zentralen Versorgungsbereiches (Lidl, Neubau Norma; Umsatzzumverteilung max. 7 – %) als auch in sonstigen Lagen in Tangerhütte.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumverteilungen in Höhe von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern innerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

2.4 Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur

Die vorangegangene Analyse der Umverteilungswirkungen bei bestehenden Wettbewerbern hat deutlich gemacht, dass das Vorhaben am Standort Breite Straße in **Tangerhütte keine erheblichen Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand und die Nahversorgungsstrukturen**

³⁴ Bereinigte Umsatzleistung, d. h. ohne Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten; ohne Umsatz des Penny-Bestandsmarktes, Breite Straße.

³⁵ Ca. 1,2 – 1,3 Mio. € entsprechen dem umverteilungswirksamen Mehrumsatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich, der durch das Vorhaben zu erwarten ist, wobei der Bestandsumsatz des schon heute etablierten Penny-Marktes an der Bismarckstraße zu ca. 80 % „mitgenommen“ werden kann und als umverteilungsneutral anzurechnen ist.

nach sich ziehen wird. Zwar werden die größeren Lebensmittelmärkte als direkte Wettbewerber in Tangerhütte Umsatzeinbußen verzeichnen, jedoch ist nicht mit negativen betrieblichen Auswirkungen zu rechnen.³⁶

Mit dem **Neubau von Penny an der Breite Straße** rückt der Markt stärker in den Siedlungsschwerpunkt der Kernstadt, wobei auch weiterhin eine Zugehörigkeit zur Hauptgeschäftszone bzw. zum fakt. ZVB zu konstatieren ist. Das fußläufig erreichbare Einwohnerpotenzial ist hier deutlich höher als am Altstandort in der Bismarckstraße 57. Somit wird der Penny-Standort aufgrund seiner integrierten Lage zukünftig eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für das fußläufige Einzugsgebiet des 800 m-Radius (rd. 3.600 EW) übernehmen. Der Marktneubau und die damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung auf eine für heutige Discountmärkte typische Größenordnung dient somit dem langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit dieses Anbieters in Tangerhütte. Gleichzeitig werden andere Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet nicht gefährdet. **Insofern wirkt sich das Vorhaben nicht negativ auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich bzw. darüber hinaus aus.**

Ein Wesentlicher weiträumiger Kaufkraftabzug von außerhalb des Einzugsgebietes ist in Anbetracht der geringen Höhe des zusätzlich erwirtschafteten Umsatzes von ca. 1,4 – 1,5 Mio. € (=worst-case) nicht zu erwarten. Dieser wird überwiegend gegenüber dem Wettbewerb in Tangerhütte wirksam.

Außerhalb des Einzugsgebietes werden Umsatzumverteilungen kaum nachweisbar sein bzw. sich gegenüber zahlreichen Wettbewerbern u. a. in Tangermünde, Stendal und Wolmirstedt verteilen, so dass auch einzelne Betriebsaufgaben in Folge der Penny-Erweiterung sicher auszuschließen sind. Zudem ist in Anbetracht der regionalen Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur nicht davon auszugehen, dass ein wesentlicher überörtlicher Kaufkraftabzug durch das Penny-Vorhaben erfolgt.

Lediglich in gewissem Maße kann bisher aus Tangerhütte bzw. dem Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft verstärkt in der Standortgemeinde Tangerhütte gebunden werden, so dass sich die Kaufkraftbindung innerhalb des Einzugsgebietes erhöht.³⁷ Nicht zuletzt aufgrund des nur geringen Streukundenanteils von ca. 5 % werden potenzielle Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes nicht nachweisbar sein, so dass Betriebsaufgaben und damit Funktionsstörungen in den umliegenden Städten sicher auszuschließen sind. Mit Blick auf Tangerhütte bzw. das Einzugsgebiet ist aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der nicht zu erwartenden Betriebsaufgabe eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes zu verneinen, **dass auch weniger mobile Bevölkerungsgruppen Einschränkungen bei einer auch nicht motorisierten Erreichbarkeit von Nahversorgern hinnehmen werden müssen. Eine Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen sowohl innerhalb als auch außerhalb des Einzugsgebietes ist sicher auszuschließen.**

³⁶ Negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung wären dann zu erwarten, wenn durch das Planvorhaben ein strukturprägender Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Sortimentschwerpunkt derart im Bestand gefährdet ist, dass im Falle eines Marktaustrittes eine räumliche Versorgungslücke bei der fußläufigen wohnortnahen Versorgung entsteht.

³⁷ I. S. des worst case-Ansatzes wird diese Erhöhung der Kaufkraftbindung zunächst nicht als umverteilungswirkungsmildernd bei den Umsatzumverteilungsberechnungen einbezogen.

2.5 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Bei der Bewertung möglicher Auswirkungen auf den faktischen zentralen Versorgungsbereich von Tangerhütte ist dessen Abgrenzung und Ausdehnung vor dem Hintergrund der besonderen städtebaulichen Strukturen zu berücksichtigen. Auch die aktuellen Einzelhandelsvorhaben sind zu berücksichtigen. So zählen aus GMA-Sicht sowohl Lidl (Schönwalder Straße) als auch der geplante Penny-Standort (Breite Straße) zum faktischen zentralen Versorgungsbereich Tangerhütte. Ferner ist die geplante Ansiedlung von Norma am Bahnhof Tangerhütte anzuerkennen, wobei von einer Marktwirksamkeit im Zuge der Wirkungsanalyse ausgegangen wurde.

Grundsätzlich werden die wesentlichen wettbewerblichen Effekte gegenüber den in Tangerhütte ansässigen Lebensmittelmärkten auftreten. Kleinteilige Lebensmittelanbieter (u. a. Lebensmittelhandwerker, Obst und Gemüse) innerhalb des Stadtgebietes bzw. im zentralen Versorgungsbereich werden nur untergeordnet tangiert. Mit Bezug auf die in Tabelle 4 dargelegten Umsatzumverteilungseffekte liegen diese mit ca. 7 – 8 % gegenüber dem ZVB Tangerhütte auf einem geringen Niveau. Mit Blick auf den Lidl-Markt ist aufgrund der Höhe der Umsatzumverteilungen nicht mit einer vorhabeninduzierten Betriebsaufgabe zu rechnen. Auch für den Neubau von Norma wird dieser als moderner Marktneubau keine substantielle Beeinträchtigung erfahren. Auch ist nicht zu befürchten, dass das Norma-Vorhaben nicht realisiert werden wird bzw. kurz nach Eröffnung bereits wieder schließt. Somit ist ein Wegfall eines der Magnetbetriebe im faktischen zentralen Versorgungsbereich Tangerhütte auszuschließen.

Ungeachtet dessen würde auch Penny als dem Bereich zugehörig die Bedeutung als Magnetbetrieb weiterhin erfüllen.

Insgesamt werden durch das Vorhaben keine Anbieter im zentralen Versorgungsbereich gefährdet. Damit sind keine Verschlechterung der Anbieterstruktur und **keine städtebaulich relevanten Auswirkungen (Leerstände, Beeinträchtigungen des Stadtbilds usw.) im zentralen Versorgungsbereich Tangerhütte zu erwarten. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die Innenstadt i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO sind hier sicher auszuschließen.**

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf. In Bezug auf die Landesplanung sind hier v. a. Ziel 48 und 52 zu beachten (LEP Sachsen-Anhalt 2010):

Z 48 (3) Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden, [...]

Z 52 Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung 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 [...].“

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Planvorhaben am Standort Breite Straße hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- // Das **Planvorhaben dient der Grundversorgung**, da das Sortiment des erweiterten Penny-Marktes schwerpunktmäßig Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst (vgl. Kapitel I.4).
- // Mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6 % in Einzugsgebiet resultieren aus dem Planvorhaben von Penny nur geringe wettbewerbliche Effekte. Der Anhaltswert von ca. 10 %, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten sind, wird deutlich unterschritten. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen kann eine **Gefährdung** der ansässigen Lebensmittelanbieter und damit **der wohnortnahen Versorgung im Einzugsgebiet daher sicher ausgeschlossen** werden (vgl. Kapitel V.2.4).
- // Gegenüber Anbietern im **zentralen Versorgungsbereich Tangerhütte** liegt die Umsatzumverteilungsquote mit max. 7 – 8 % auf einem verträglichen Niveau. Es sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf dessen Funktionalität zu erwarten (vgl. Kapitel V.2.5).
- // **Außerhalb der Stadt Tangerhütte** bzw. des Einzugsgebietes sind durch das Vorhaben keine nachweislichen Umsatzumverteilungen zu erwarten. Insgesamt sind somit keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Umland (u. a. Angern, Burgstall) bzw. zentrale Versorgungsbereiche (u. a. Tangerhütte, Wolmirstedt) oder das zentralörtliche Gefüge absehbar.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Weitere Aspekte

1. Weitere Bebauungsplanverfahren in Tangerhütte

Im Stadtgebiet Tangerhütte sind aktuell weitere Entwicklungsabsichten im Lebensmitteleinzelhandel bekannt. Diese weisen unterschiedliche Planungsstände bzw. perspektivische Realisierungszeiträume auf.

Zum einen ist auf die **geplante Verlagerung von Norma** vom Standort Birkholzer Chaussee benachbart zum Bahnhof Tangerhütte hinzuweisen. So soll hier ein moderner Norma-Discounter auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² direkt in Nahlage zur Bismarckstraße entstehen. Der neue Standort würde faktisch zum zentralen Versorgungsbereich zählen und die Hauptgeschäftslage hier arrondieren. Nach der Verlagerung von Penny vom derzeitigen Bestandsstandort Bismarckstraße 57 würde der neue Norma-Markt weiterhin frequenzerzeugender Betrieb für die östliche Bismarckstraße fungieren.

Weiterhin ist die **Verlagerung des schon heute in Tangerhütte ansässigen EDEKA-Marktes vorgesehen**. Dazu soll am Standort Otto-Nuschke-Straße auf dem Areal der Turnhalle des ehemaligen Gymnasiums Tangerhütte die Ausweisung eines **Sondergebiets Einzelhandel** erfolgen. Dafür liegt ein Aufstellungsbeschluss für einen entsprechenden Bebauungsplan vor. Ein Planentwurf besteht hingegen noch nicht. Das Vorhaben wird daher nicht im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse zum Penny-Projekt berücksichtigt.

Grundsätzlich ist das Vorhaben im Rahmen der Aufstellung eines entsprechenden Bebauungsplans als Neuansiedlung zu bewerten, wenngleich damit faktisch die Verlagerung des schon heute in Tangerhütte ansässigen EDEKA-Marktes einhergeht. Aktuell ist der Bestandsmarkt von EDEKA Arnds am Neustädter Ring 78 auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 m² (inkl. Getränkemarkt und Drogerieabteilung) ansässig. Da das Objekt nicht mehr den heutigen Betreiberanforderungen gerecht wird (u. a. Verkaufsflächengröße, Objektsituation) stellt die Errichtung eines neuen modernen Marktgebäudes an der Otto-Nuschke-Straße somit einen Ersatzneubau dar. **Der heute am Standort Neustädter Ring bestehende EDEKA-Markt wird in seiner heutigen Form bei der Wettbewerbsdarstellung einbezogen.**

2. Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes Tangerhütte

Die Stadt Tangerhütte lässt derzeit ein **kommunales Einzelhandelskonzept** erarbeiten. Neben den Leitlinien zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung werden darin auch Aussagen zu räumlichen Schwerpunktsetzungen und zur Zulässigkeit bzw. zum Ausschluss bestimmter Sortimente (Sortimentsliste) in bestimmten Lagen (u. a. zentrale Versorgungsbereiche) getroffen. Mit dem Beschluss des Konzeptes durch den Stadtrat der Stadt Tangerhütte sind die darin getroffenen Festlegungen als Orientierungsrahmen und Handlungsanleitung für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in der Stadt zu berücksichtigen und als Grundlage für die zukünftige Bauleitplanung heranzuziehen.

Das aktuelle Projektvorhaben von Penny und die damit verbundene Bauleitplanung basieren derzeit nicht auf diesem Einzelhandelskonzept, da dessen Beschlussfassung absehbar zeitlich erst nach dem Bebauungsplanverfahren zum Standort Penny, Breite Straße erfolgt. Entspre-

chend ist es **zunächst nicht als Bewertungsgrundlage** heranzuziehen. So erfolgt u. a. die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Tangerhütte im vorliegenden Gutachten auf Basis der faktischen Gegebenheiten bzw. unter Einbezug und Anerkennung der geplanten Norma-Ansiedlung am Bahnhof.

Ungeachtet dessen ist davon auszugehen, dass auch der Planstandort von Penny dem planerischen zentralen Versorgungsbereich Tangerhütte zugehörig sein würde. Das Vorhaben wird seitens der Stadt Tangerhütte unterstützt, so dass nach gutachterlicher Auffassung und in Abwägung der örtlichen Strukturen eine Lage im zentralen Versorgungsbereich absehbar ist.

3. Nachnutzungsperspektiven des Bestandsobjektes von Penny in der Bismarckstraße

Eine Nachnutzung der heutigen Penny-Fläche am Standort Bismarckstraße 57 durch einen anderen Lebensmittelmarkt-Betreiber ist als kaum realistisch einzustufen. So ist der Standort bzw. die Einzelhandelsfläche zwar grundsätzlich marktfähig aber in Anbetracht der leistungsfähigen Wettbewerbsalternativen – nicht zuletzt durch den geplanten Marktneubau von Penny sowie die an der Bismarckstraße avisierte Neuerrichtung eines 1.200 m² großen Norma-Lebensmitteldiscounters – aus wirtschaftlicher Sicht nicht zu begründen.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist daher die Nachnutzung des Altstandortes Bismarckstraße 57 durch **einen anderen Lebensmittelmarkt wie folgt einzuordnen:**

- Ein möglicher Lebensmittelmarkt-Nachnutzer der Altimmobilie an der Bismarckstraße 57 würde im direkten Wettbewerb mit dem Neubau von Penny und auch dem neuen Norma-Markt stehen, die in jedem Falle die attraktiveren Einkaufsoptionen sind. Die erzielbare Marktdurchdringung des Nachnutzers ist vor diesem Hintergrund nur gering.
- Für den **Nachnutzer** wäre damit **nur eine geringe Umsatzprognose zu treffen**. Dieser Umsatz müsste gegenüber mehreren neuen Lebensmittelmärkten in Tangerhütte erwirtschaftet werden. Dies dürfte nicht in einem Maße gelingen, mit dem ein wirtschaftlicher Betrieb möglich ist.
- Ungeachtet dessen sind auch **im (modellhaften) Falle einer möglichen Nachnutzung des Altobjektes durch einen anderen** Lebensmittelmarkt-Betreiber **keine negativen Folgeeffekte durch den Penny-Neubau** an der Breiten Straße i. S. der rechtlichen Anforderungen zu erwarten. Auch unter der Annahme, dass das Penny-Vorhaben als komplette Neuansiedlung gewertet würde, sind keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung oder die Funktion zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten. So würde u. a. durch den neuen Norma-Markt weiterhin die verbrauchernahe Versorgung im zentralen/östlichen Kernstadtgebiet gewährleistet werden. Ferner verbleiben insg. drei leistungsfähige Lebensmittelmärkte innerhalb des faktischen zentralen Versorgungsbereiches Tangerhütte, so dass **keine substantielle Beeinträchtigung bzw. ein Funktionsverlust** im Hinblick auf die **Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches bei Nahrungs- und Genussmitteln** eintritt.

Zusammenfassend ist eine Nachnutzung der Altfläche von Penny durch einen Lebensmittelmarktbetreiber in der heutigen Form kaum realistisch. Allerdings würde selbst in diesem Fall keine andere Einschätzung des Penny-Vorhabens zu treffen sein. Auch bei Nachnutzung des Altstandortes von Penny sind keine versorgungsstrukturellen, städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen innerhalb oder außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten

Grundsätzlich sind mögliche typische Nachnutzer derartiger Flächen u. a. im Bereich der Non-food-Discounter, im Bekleidungssegment oder bei Angeboten mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt (z. B. Klein-Baumarkt, Möbelanbieter) zu finden. Auch gewerbliche Nutzungen aus dem Nichteinzelhandelsbereich sind denkbar.

VII. Fazit der Auswirkungsanalyse

Mit dem geplanten Neubau des Penny-Lebensmittelmarktes am Standort Breite Straße in Tangerhütte werden **keine schädlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Tangerhütte oder zentralörtlicher Versorgungsbereiche** in anderen Orten ausgelöst. **Auch werden keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO auftreten.**

Penny ist in der Tangerhütter Versorgungsstruktur langjährig etabliert. Der geplante Neubau im Zuge der Verlagerung mit ca. 1.150 m² VK (inkl. Bäckerei/Fleischerei) dient der Anpassung an aktuelle Kunden- und Logistikanforderungen und damit auch einer langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. Zudem werden bei dem auf ca. 1.150 m² VK erweiterten Markt die Sortimentsbreite und -struktur des Anbieters nicht wesentlich verändert. Der Lebensmittelmarkt weist hinsichtlich seines Sortimentes eine hohe Nahversorgungsfunktion auf. Der Großteil des Sortiments ist als Nahversorgungsgüter für den täglichen Bedarf einzustufen.

Aus dem Vorhaben sind insgesamt nur geringe Auswirkungen auf andere Anbieter abzuleiten. Versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Folgen sind nicht absehbar. Es werden keine bodenrechtlichen Spannungen ausgelöst.

Die Umverteilungsquote liegt im Einzugsbereich deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, der als Orientierungswert für schädliche städtebauliche Auswirkungen herangezogen werden kann. Die Funktionsfähigkeit des faktischen zentralen Versorgungsbereiches Tangerhütte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsgebiet werden nicht beeinträchtigt. Vielmehr stellt der Standort, der v. a. Nahversorgungsfunktion für das zentrale Kernstadtgebiet, erfüllt, eine integrierte Nahversorgungsmöglichkeit für die umliegenden Wohnquartiere dar.

Außerhalb der Stadt Tangerhütte bzw. des Einzugsgebietes sind durch das Vorhaben keine nachweislichen Umsatzumverteilungen zu erwarten. Insgesamt sind somit keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Umland (u. a. Angern, Burgstall) absehbar.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Tangerhütte und zentralörtliche Strukturen der Region	13
Karte 2:	800 m-Radius der fußläufigen Nahversorgung und projektrelevante Wettbewerbsstrukturen	19
Karte 3:	Einzugsgebiet des Penny-Marktes am Standort Breite Straße in Tangerhütte	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2:	Umsatzerwartung des erweiterten Penny-Marktes in Tangerhütte	26
Tabelle 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	32
Tabelle 4:	Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lageplanentwurf, Penny Breite Straße 5 – 9	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020	8
Abbildung 3:	Umfeldnutzungen Planstandort Penny, Breite Straße	15
Abbildung 4:	Faktischer zentraler Versorgungsbereich Tangerhütte	30