Der Stadtteil

M A G D E B U R G –

A L T E N E U S T A D T

als Standort für einen Lebensmittelvollsortimenter

GMA-Untersuchung im Auftrag der
Landeshauptstadt Magdeburg

Projektbearbeitung:
Dipl.Kfm. Thomas Ködel
Projektleitung:
Dr. Stefan Holl

Gesamtverantwortung:
Dipl.Kfm. Paul Vogels

V o r b e m e r k u n g

Im Februar 2005 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Ludwigsburg den Auftrag der Landeshauptstadt Magdeburg zur Erarbeitung einer Analyse zu den möglichen wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in der Rogätzer Straße im Stadtteil Alte Neustadt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Analyse standen der GMA u.a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes sowie Angaben des Auftraggebers und ergänzende sekundärstatistische Quellen zur Verfügung. Als Datenbasis diente die im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsbestandes der Landeshauptstadt Magdeburg Ende 2004 erhobenen Arbeitsstätten, die im Rahmen einer intensiven Standortbesichtigung durch einen Mitarbeiter der GMA im März nochmals überprüft wurden.

Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben und mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und ausgewertet.

Eine Vervielfältigung oder Weitergabe dieses Berichts an Dritte bedarf der schriftlichen Zustimmung der GMA bzw. des Auftraggebers.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Ludwigsburg

Ludwigsburg, im April 2005
KOE wym

I N H A L T S V E R Z E I C H N I S

			Seite
Vorbemerkung			
Inhaltsverzeichnis			
I	**GRUNDLAGEN**		1
	1.	Aufgabenstellung	1
	2.	Definitionen und ausgewählte Marktdaten	2
II	**STANDORT, EINZUGSGEBIET UND KAUFKRAFT**		6
	1.	Makrostandort Magdeburg	6
	2.	Mikrostandort Rogätzer Straße	7
	3.	Einzugsgebiet und Bevölkerung	11
	4.	die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	13
III	**DIE OBJEKTRELEVANTE ANGEBOTSSITUATION**		14
	1.	Objektrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet	14
	2.	Objektrelevante Angebotssituation in angrenzenden Stadtgebieten	15
IV	**BEWERUNG DER MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN**		17
	1.	Umsatzerwartung	17
	2.	Die wirtschaftlichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen	18
	2.1	Die Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens	18
	2.2	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	19
Karten- und Tabellenverzeichnis			

I AUFGABENSTELLUNG UND AUSGEWÄHLTE MARKTDATEN ZUM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

1. Aufgabenstellung

Im Magdeburger Stadtteil Alte Neustadt ist die Erweiterung des bestehenden Versorgungsstandortes Rogätzer Straße durch die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters[1] geplant. Am Untersuchungsstandort sind aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich ein Aldi-Discountmarkt und Fristo-Getränkefachmarkt sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks angesiedelt. Ergänzt wird das vorhandene Angebot durch einen Fressnapf-Tierfachmarkt, Schlecker-Drogeriemarkt und kleinteilige Einzelhandelsbetriebe (Blumen, Lotto Toto). Da der Planstandort im Rahmen des Magdeburger Märktekonzepts nicht als Versorgungszentrum verankert ist, stehen die aus der geplanten Ansiedlung resultierenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen – insbesondere auf die planerisch festgelegten Zentren im Einzugsgebiet des Untersuchungsstandortes – im Vordergrund der Untersuchung.

Aus einer Analyse der Angebots- und Nachfrageseite im Einzugsgebiet des Planobjekts soll abgeleitet werden, wie sich die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters auf die vorhandene Angebotsstruktur auswirkt und welche Kaufkraftbewegungen damit verbunden sind. Im Sinne einer Analyse der Nachfrageseite sind dabei die Kaufkraftpotenziale näher zu ermitteln; im Rahmen der Angebotsanalyse wird die derzeitige Wettbewerbsstruktur im Lebensmitteleinzelhandel im Standortumfeld untersucht. Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Definition des Betriebstyps Lebensmittelvollsortimenter und aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel
- Beurteilung des Mikrostandortes Rogätzer Straße
- Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale für Lebensmittelmärkte

[1] Ein konkreter Betreiber inkl. Verkaufsflächengröße steht nach Angaben des Auftraggebers noch nicht fest.

- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil Alte Neustadt
- Darlegung der wirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen der geplanten Ansiedlung
- abschließende Bewertung möglicher versorgungsbezogener und städtebaulicher Gesichtspunkte.

2. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

Zur Einordnung des Betriebstyps des Projektes und zur Abgrenzung gegenüber anderen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel werden im Nachfolgenden die Definitionen für ausgewählte Betriebsformen kurz dargestellt:[1]

„Ein **Lebensmittel-SB-Laden** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, das Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. "

„Ein **Lebensmittel-SB-Markt** ist ein Lebensmittel-Einzelhandelsgeschäft mit 200 bis 400 m² Verkaufsfläche, das auch Frischwaren sowie integrierte Nonfoods in Selbstbedienung führt."

„Der **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m², nach internationalen Panelinstituten von 800 m² und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 m²."

„Der **Verbrauchermarkt** ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 m², nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 1.500 m², nach internationalen Erhebungsverfahren von Panelinstituten bei 800 m². Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren."

---

[1] Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (Hrsg.): Katalog E, Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, Köln 1995, S. 46 f Definition des Lebensmittel-Discountmarktes: EuroHandelsinstitut e.V. (Hrsg.): Handel aktuell 2003, Köln 2003, S. 328.

„Das **Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus)** ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m², nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 4.000 m², nach internationalen Vereinbarungen bei 5.000 m².“

„Ein **Lebensmittel-Discountmarkt** ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.“

Gemäß Angaben des Auftraggebers steht noch kein konkreter Betreiber (inkl. Verkaufsflächengröße) für den Lebensmittelvollsortimenter fest; als Obergrenze ist lt. Bebauungsplan 178-4 „Rogätzer Straße“ eine Verkaufsflächen von max. 1.400 m² vorgesehen.[1] Per Definition handelt sich bei dem Vorhaben in um einen **Supermarkt**, da die Verkaufsflächengrenze zum Verbrauchermarkt (1.500 m² VK) nicht überschritten wird. Supermärkte sind gekennzeichnet durch ein Angebot mit hohem Anteil an Frischwaren; im Gegensatz zu Discountmärkten sind sie damit Nahversorger im klassischen Sinne. Durch ihr wesentlich breiteres und tieferes Sortiment benötigen sie allerdings auch umfangreichere Verkaufsflächen als Discountmärkte.

Die unterschiedliche Sortimentsstruktur von Supermärkten (Vollsortimenter) im Vergleich zu Lebensmittel-Discountmärkten zeigt sich vorrangig in der Artikelanzahl sowie der Sortimentsbereit und –tiefe (vgl. Tabelle 1).

---

[1] Gemäß Bebauungsplan sind am Standort Rogätzer Straße im Nahrungs- und Genussmittelbereich 2.500 m^2 VK zulässig. Die bereits angesiedelten Betriebe (Aldi-Discountmarkt, Getränkefachmarkt, Betriebe des Lebensmittelhandwerks) verfügen über eine Verkaufsfläche von ca. 1.100 m^2 VK, so dass sich ein Spielraum für weitere Ansiedlungen von ca. 1.400 m^2 VK ergibt.

Tabelle 1: Sortimentsbreite verschiedener Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Daten / Hauptwarengruppen	Discountmarkt (durchschnittlich 775 m² VK Bandbreite: 650 - 950 m² VK)		Supermarkt (durchschnittlich 940 m² VK Bandbreite: 640 – 1.370 m² VK)	
	durchschnittliche Artikelanzahl		durchschnittliche Artikelanzahl	
	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	**1.348**	**73,1**	**5.751**	**62,2**
Gesundheit, Körperpflege	187	10,1	1.159	12,5
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	70	3,8	306	3,3
Kurzfristiger Bedarf	**1.605**	**87,0**	**7.216**	**78,0**
Bücher, PBS*, Spielwaren	86	4,7	1.074	11,6
Bekleidung, Wäsche, Schuhe	95	5,1	438	4,7
Mittelfristiger Bedarf	**181**	**9,8**	**1.512**	**16,3**
Elektrowaren	20	1,1	86	0,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	27	1,5	401	4,3
Sonstige Waren	**12**	**0,7**	**36**	**0,4**
Langfristiger Bedarf	**59**	**3,2**	**523**	**5,7**
Nichtlebensmittel insgesamt	**497**	**26,9**	**3.500**	**37,8**
Einzelhandel insgesamt	**1.845**	**100,0**	**9.251**	**100,0**

* Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren
Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung 2003 und 2004. In: Handel aktuell 2004; GMA-Berechnungen
2004 (ca.-Werte, gerundet)

Neben der Ausweitung des Sortimentes sind für den gestiegenen Verkaufsflächenbedarf bei Supermärkten

- die Standardisierung und Verbesserung der internen Logistik, z.B. durch leichteres Bewegen von Paletten etc.,
- die Notwendigkeit einer verbesserten Warenpräsentation, z.B. durch mehr Regalmeter je Warengruppe und
- die Notwendigkeit verbesserter Serviceleistungen für Kunden, z.B. durch Verbreiterung der Gänge

verantwortlich.

Für Supermärkte können heute im bundesdeutschen Durchschnitt folgende Strukturdaten festgehalten werden[1]:

-	Verkaufsfläche je Betrieb:	ca. 894 m² VK
-	Umsatz je Betrieb pro Jahr:	ca. 3,6 Mill. €
-	Umsatz je m² VK:	ca. 4.177,-- €.

Die o.a. Strukturkennziffern sind als aber **durchschnittliche Werte** zu sehen, welche in Abhängigkeit von der jeweiligen Betreiberfirma bzw. dem jeweiligen Betreiberkonzept deutlich variieren können. Außerdem ist im konkreten Einzelfall die Standortlage und die Wettbewerbssituation zu beachten.

Für die weiteren Betrachtungen wird unter Berücksichtigung des geplanten Betriebstyps eine Verkaufsfläche von 1.400 m² VK zugrundegelegt.[2] Auf Basis branchentypischer Flächenproduktivitätswerte kann die **Soll-Umsatzleistung**[3] des geplanten Supermarktes ermittelt werden. Nach vorsichtiger Schätzung geht die GMA von folgenden Ansätzen aus:

-	Verkaufsfläche	x	Umsatz in € / m² VK	=	Sollumsatzleistung
	ca. 1.400 m²	x	ca. 4.000 € / m² VK	=	ca. 5,6 Mill. €

Von der hier ermittelten Sollumsatzleistung des gesamten Umsatzes von ca. 5,6 Mill. € sind rd. 85 % bzw. ca. 4,8 Mill. € dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zuzuordnen. Die restlichen 15 % bzw. 0,8 Mill. € entfallen auf abgegrenzte Nichtlebensmittelsortimente (Waschmittel, Putzmittel, Drogeriewaren, kleine Haushaltswaren, Blumen und Saisonartikel).

---

1 Angaben nach dem EHI-Betriebsvergleich. In: Handel aktuell 2004.

2 Festgeschriebene VK-Obergrenze gemäß Bebauungsplan 178-4 „Rogätzer Straße“.

3 Die rechnerischen Sollumsatzwerte können von der tatsächlich erreichbaren Umsatzleistung abweichen. Diese wird im Verlauf der Untersuchung anhand des sog. Marktanteilkonzeptes ermittelt (vgl. Kap. IV, 1).

II STANDORT, EINZUGSGEBIET UND KAUFKRAFT

1. Makrostandort Magdeburg

Unter Handelsgesichtspunkten nimmt die Landeshauptstadt Magdeburg als Oberzentrum mit rd. 227.000 Einwohnern derzeit die Versorgungsfunktion für ein Einzugsgebiet von über 900.000 Menschen wahr. Die Gesamtverkaufsfläche hat sich seit der Wende mehr als versechsfacht. Im Rahmen der turnusmäßigen Bestandserhebung wurden Ende 2004 insgesamt 1.834 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 550.000 m^2 Verkaufsfläche ermittelt; das entspricht einem Verkaufsflächenbesatz von ca. 2.430 m² je 1.000 Einwohner und ist im Bundesvergleich als überdurchschnittlich einzustufen. Dem Nahrungs- und Genussmittelsektor sind davon insgesamt 600 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von etwa 120.000 m^2 zuzuordnen. Die Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich liegt bei ca. 530 m^2 VK je 1.000 Einwohner und damit ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt (ca. 350 – 400 m^2 VK je Einwohner).

Als wesentliche, für die städtische Planung des Einzelhandels zu berücksichtigende Grundlage ist neben den Bundes- und Landesvorschriften[1] das Magdeburger Märktekonzept zu nennen. Das Magdeburger Märktekonzept sieht vor, dass die Einzelhandelsentwicklung auf geeignete Lagen konzentriert wird und räumlich gesteuert wird. Kernstück des „Magdeburger Märkte- und Zentrenkonzeptes“ ist das viergliedrige Standortkonzept, das Einzelhandelsschwerpunkten im Stadtgebiet unterschiedliche Versorgungsfunktionen zuweist. Im einzelnen sind dies:

- Die **Magdeburger City** in der Altstadt, mit der höchsten Zentralität, welches als multifunktionaler Standort Versorgungsleistungen für die Gesamtstadt und den oberzentralen Bereich übernimmt.

- Als 2. Kategorie sind die **Stadtteilzentren** (Lübecker Straße, Große Diesdorfer Straße, Halberstädter Straße) zu nennen, die die Grundversorgung sowie die Bedarfsdeckung mit Waren des mittelfristigen Bedarfes (z.B. Bekleidung, Papier-

---

1 Baunutzungsverordnung (BauNVO) als rechtsetzende Normen des Bundes und der Landesent wicklungsplan für Sachsen-Anhalt auf der Basis des Landesplanungsgesetzes sowie der Landes erlass zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

und Schreibwaren) für ca. 15.000 Einwohner übernehmen. Darüber hinaus übernehmen der „Flora Park“ im Norden und der „Börde Park“ im Süden von Magdeburg Teilfunktionen von Stadtteilzentren.

- Als 3. Kategorie, die ähnliche Funktionen wie Stadtteilzentren übernehmen, sind die **Subzentren** zu nennen, die jedoch mit **einem geringeren Einzugsbereich** und einer geringeren Sortimentstiefe ausgestattet sind. Insgesamt sind im Magdeburger Märktekonzept vier Subzentren ausgewiesen.

- Ein wesentliches Element des Magdeburger Märktekonzeptes sind die **Nahversorgungsbereiche**, die über einen Mindesteinzugsbereich von 4.000 Einwohnern verfügen. Sie sollen insbesondere für immobile und ältere Bürger die wohnortbezogene Nahversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs sichern.

2. Mikrostandort Rogätzer Straße

Der Planstandort befindet sich im nord-östlichen Bereich des Stadtteils Alte Neustadt. Die Wohnbebauung in der Alten Neustadt ist im Wesentlichen geprägt durch Altbauten und Alt-Neubauten; insbesondere in den unsanierten Quartieren bleiben z.T. erhebliche Leerstände festzuhalten. Die Bevölkerungsentwicklung im Stadtteil Alte Neustadt ist in den vergangenen Jahren durch Wanderungsverluste gekennzeichnet; im Zeitraum 1993 – 2004 sank die Einwohnerzahl um etwa 18 % auf heute ca. 9.050.[1] Im Rahmen des Magdeburger Märktekonzeptes ist im Stadtteil Alte Neustadt der Standort Agnetenstraße mit einem Spar-Supermarkt als Lebensmittelmagnetbetrieb als Nahversorgungsbereich planerisch festgeschrieben.

Der Untersuchungsstandort Rogätzer Straße ist bereits als Einzelhandelsstandort etabliert und besitzt unter Nahversorgungsaspekten ergänzenden Charakter. Aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich sind ein Aldi-Discountmarkt sowie Fristo-Getränkefachmarkt und Betriebe des Lebensmittelhandwerks angesiedelt. Ergänzt wird das Angebot am

[1] Quelle: Landeshauptstadt Magdeburg, Stand: 31.12.2004

Standort durch einen Fressnapf-Heimtierfachmarkt, Schlecker-Drogeriemarkt und kleinteilige Geschäfte, die dem Nichtlebensmittelsektor zuzurechnen sind. Insgesamt sind am Untersuchungsstandort Rogätzer Straße ca. 2.180 m^2 VK verortet; etwa 1.100 m^2 VK bzw. 50 % sind dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zuzuordnen. Dem in Wohngebietsrandlage gelegenen Versorgungsstandort sind ausreichende ebenerdige PKW-Stellplatzangebote zugeordnet; die Zufahrt erfolgt über die Rogätzer Straße. Das für die Ansiedlung vorgesehene Grundstück schließt sich südlich an den bestehenden Versorgungsstandort an und ist teilweise bebaut. Verschiedene gewerbliche Nutzungen (z.B. SWM, Kfz-Werkstatt, Tankstelle), Gewerbebrachen und Wohnbebauung prägen das Standortumfeld.

Unter **betrieblichen** Handelsgesichtpunkten kann der Standort wie folgt bewertet werden:

Positive Standortfaktoren

+ gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr und leichte Anfahrbarkeit
+ ausreichende PKW-Stellplatzkapazitäten
+ gute Sichtbarkeit des Untersuchungsstandortes
+ etablierter Einzelhandelsstandort
+ attraktive Kombi-Lösung Vollsortimenter/Discounter
+ Fressnapf-Heimtierfachmarkt als spezielles Fachmarktangebot am Standort[1]

Negative Standortfaktoren

- begrenzte Mantelbevölkerung im direkten Standortumfeld
- der Untersuchungsstandort ist planerisch nicht als Nahversorgungsbereich festgeschrieben.

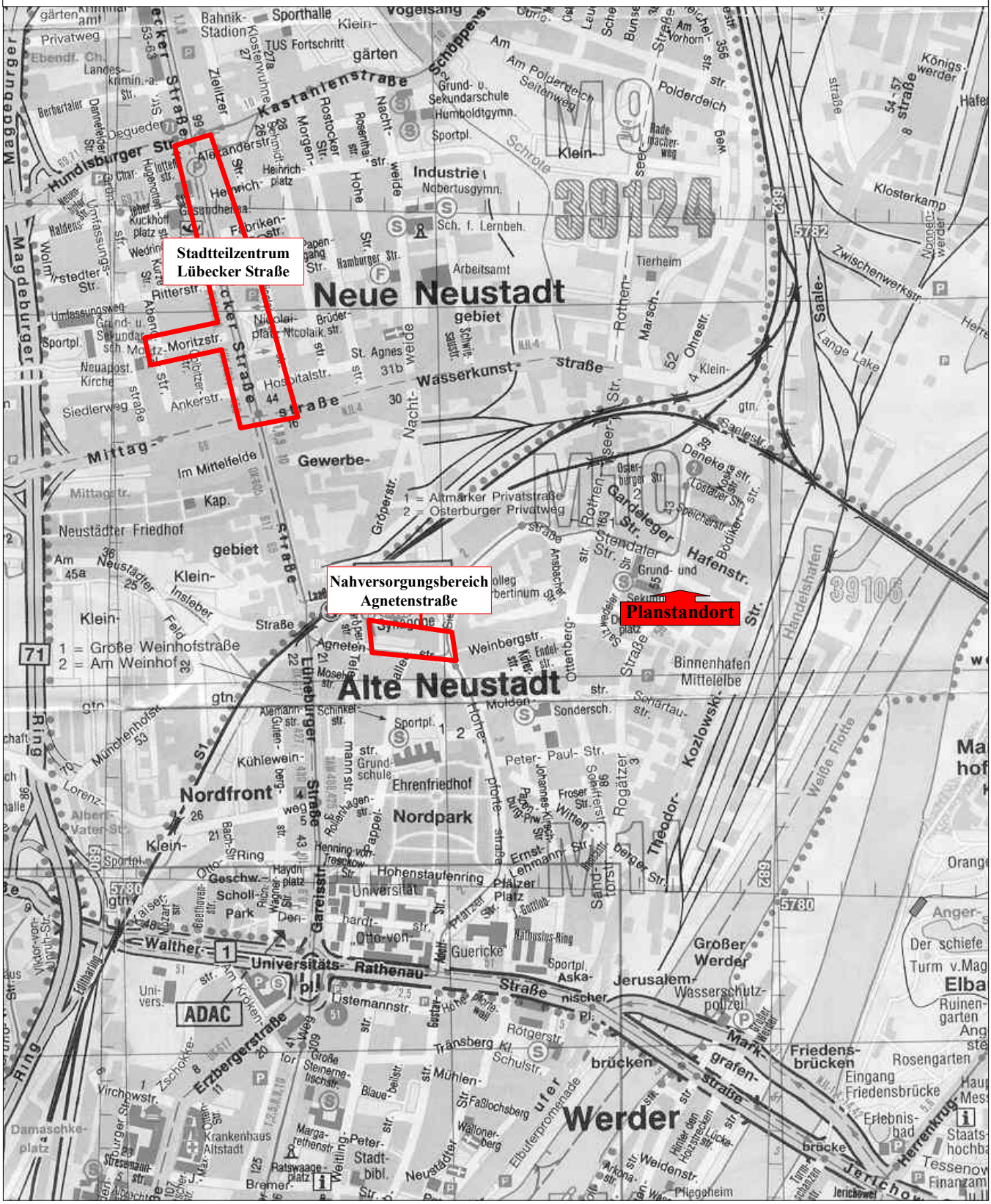
[1] Fressnapf betreibt in Magdeburg insgesamt 2 Filialen (Rogätzer Straße, Große Diesdorfer Straße). Bis auf einen weiteren Heimtierfachmarkt in der Braunschweiger Straße ist die Angebotssituation im Heimtiersektor in der Landeshauptstadt Magdeburg durch Fachgeschäfte geprägt.

Zusammenfassend ist der Standort aus **Betreibersicht** als gut geeignet einzustufen. Insbesondere die aus Kundensicht attraktive Standortkombination Vollsortimenter/Discounter und die gute PKW-Erreichbarkeit fallen für den etablierten Einzelhandelsstandort positiv ins Gewicht.

Aus **städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Untersuchungsstandort um einen überwiegend autokundenorientierten Standort. Zu berücksichtigen ist, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für die Bevölkerung der angrenzenden Wohnquartiere vorhanden ist.

Karte 1: Lage des Planstandortes und planerisch festgelegte Versorgungszentren im Standortumfeld

Quelle: Stadtatlas Magdeburg; Bearbeitung GMA 2005


Stadtteilzentrum
Lübecker Straße
Nahversorgungsbereich
Agnetenstraße
Planstandort
Neue Neustadt
Alte Neustadt
Werder
Nordfront
Nordpark
Industrie
Wasserkunst-
Mittag-
Gewerbe-
Kastanienstraße
Hundisburger Str.
Magdeburger
Lübecker Straße
Agnetenstraße
Hafenstr.
Kozlowski-
Theodor-
Großer Werder
Jerusalem-
Wasserschutz-
polizei
Friedens-
brücken
Eingang
Friedensbrücke
Erlebnis-
bad
Rosengarten
Elbe
Weiße Flotte
Handelshafen
Binnenhafen
Mittelelbe
Universitäts-
pl.
Rathenau-
Straße
Walther-
Erzbergerstraße
ADAC
Krankenhaus
Altstadt
Stadt-
bibl.
Peter-
Elbuferpromenade
Weidenstr.
Pflegeheim
Herrenkrug
Jerichower
Klosterkamp
Zwischenwerkstr.
Lange Lake
Saale-
Königs-
werder
Polderdeich
Am Polderdeich
Schroteweg
Klein-
Insleber
Neustädter Friedhof
Neustädter
Kap.
Im Mittelfelde
Mittagstr.
Siedlerweg
Ankerstr.
Hospitalstr.
Moritzstr.
Ritterstr.
Umfassungsweg
Sportpl.
Neuapost.
Kirche
Bahnhofstr.
Sporthalle
Bahnhof-
Stadion
TUS Fortschritt
Klosterwuhne
Zielitzer
Alexanderstr.
Heinrich-
platz
Fabriken-
str.
Hamburger Str.
Arbeitsamt
Tierheim
Sch. f. Lernbeh.
Nobertusgymn.
Humboldtgymn.
Grund- u.
Sekundarschule
Rostocker
Morgen-
Rosenthal-
str.
Hohe
weide
Nacht-
weide
St. Agnes
Nicolai-
pfarr.
Nicolaik.
Brüder-
str.
Gröperstr.
Rothen-
Marsch-
Ohrestr.
Gardeleger
Str.
Osterburger
Deneke
Lostauer
Speicherstr.
Bodiker-
Grund- und
Sekundar-
schule
Sandtorstr.
Rogätzer
Johannes-Kirch-
Froser
Witten
Ernst-
Lehmann
Peter- Paul- Str.
Sondersch.
Molden
Sportpl.
Ehrenfriedhof
Kühlewein-
Schinkel-
Alemann-
str.
Gareisstr.
Universität
Hohenstaufenring
Pfälzer
Platz
Otto-von-
Guericke
Rathuslus-Ring
Sportpl.
Aska-
nischer
Pl.
Röttgerstr.
Schulstr.
Listemannstr.
Transberg Kl.
Mühlen-
str.
Faßlochsberg
Waltoner-
berg
Marga-
rethenstr.
Ratswaage-
platz
Bremer-
Otto-
Geschw.-
Scholl-
Park
Haydn-
platz
Wagner
Beethoven-
str.
Kaiser-
Karl-
Str.
Viktor-von-
Humboldt-
Str.
Lorenz-
Alber-
Vater-Str.
Bach-Str.
Ring
Munchenholst.
Lorenz-
Kolbing-
Ring
Virchowstr.
Zschokke-
Damaschke-
platz
Stresemann-
str.
Anger-
Der schiefe
Turm v.Mag
Ruinen-
garten
Orange
Haupt-
Mess
Staats-
hochba
Tessenow
Finanzam
Herrenkrug
Jerichower
Markgrafen-
Straße
brücken
brücke
Ottenberg-
Weinbergstr.
Kiefer-
Endel-
str.
Agneten-
Eulenburger
Mosel-
str.
Munchenholst.
Gutenberg-
Sodtendater
Grund- und
Sekundar-
schule
Speicherstr.
Bodiker-
Lostauer
Deneke
Osterburger
Rothen-
Marsch-
Ohrestr.
Klein-
Sandtorstr.
Rogätzer
Theodor-
Kozlowski-
Binnenhafen
Mittelelbe
Handelshafen
Weiße Flotte

3. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes stellt eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Bevölkerungszahl und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die spezielle Lage und Verkehrsanbindung des Planstandortes im Untersuchungsraum
- die topografischen Gegebenheiten im gesamten Untersuchungsraum
- die projektrelevante Wettbewerbssituation im Stadtteil Alte Neustadt und angrenzenden Stadtteilen
- ausgewählte Zeit-Distanz-Werte.

Unter Berücksichtigung der Lage im Stadtteil Alte Neustadt sowie der spezifischen Standortgegebenheiten (z.B. Trennwirkung der Elbe) des Untersuchungsstandortes sind folgende statistische Bezirke als vorrangige Kundenwohnorte zu bezeichnen (vgl. Karte 2):

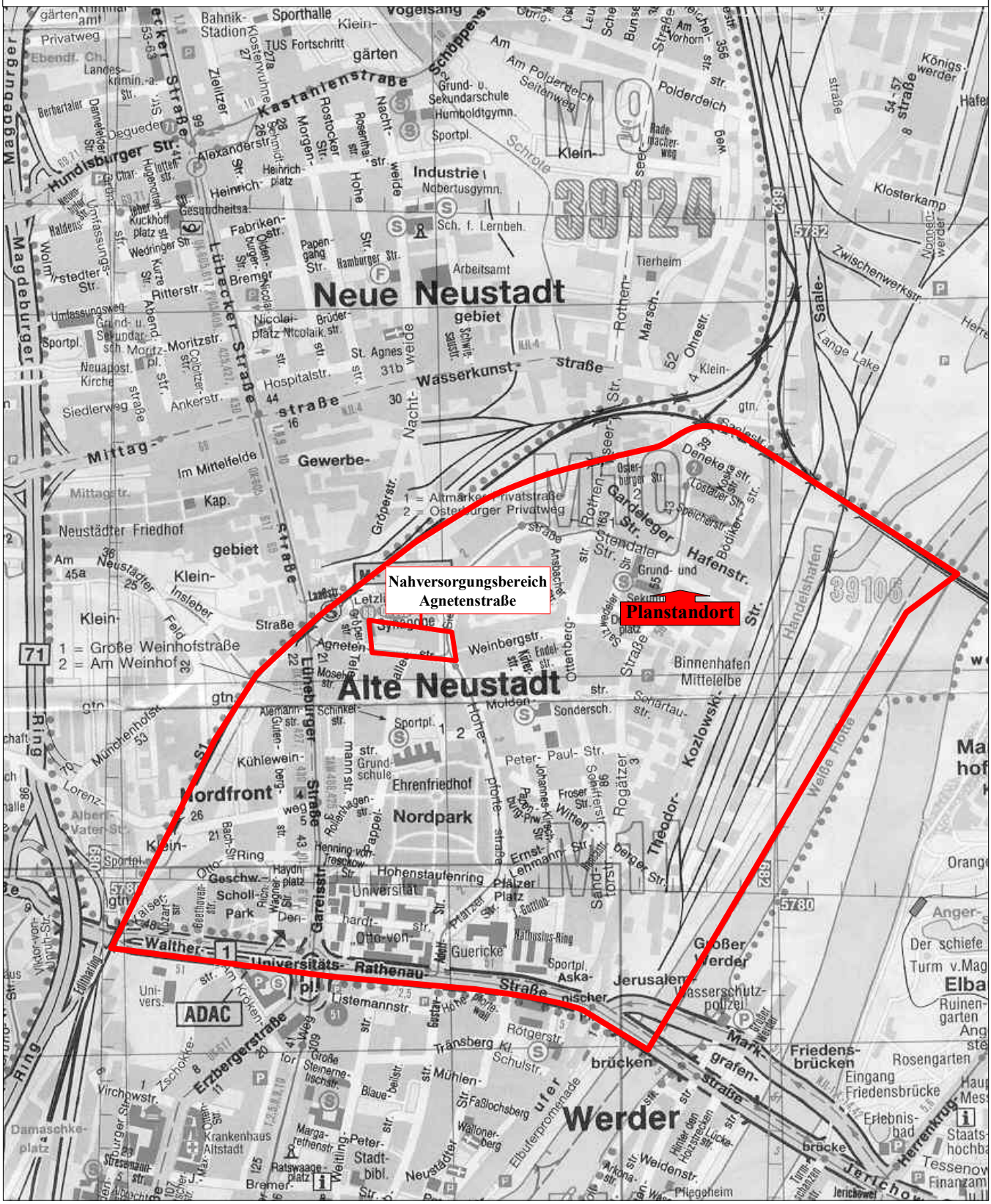
- STB 041:	ca. 1.064 Einwohner
- STB 042:	ca. 2.003 Einwohner
- STB 043	ca. 2.073 Einwohner
- STB 044	ca. 3.501 Einwohner
- STB 045	ca. 273 Einwohner
- STB 046:	ca. 136 Einwohner
- Insgesamt:	**ca. 9.050 Einwohner.**[1]

Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet rd. 9.050 Einwohner. Entsprechend der geplanten Standortkombination Vollsortimenter/Discounter und dem Fressnapf-Heimtierfachmarkt ist mit einem zusätzlichen Kundenaufkommen zu rechnen, das nicht dem abgegrenzten Einzugsbereich zuzuordnen ist. Diese Kunden werden ergänzend zur Marktanteilsprognose in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

[1] Quelle: Landeshauptstadt Magdeburg, Stand: 31.12.2004.

Karte 2: Einzugsgebiet des Planobjektes

Quelle: Stadtatlas Magdeburg; Bearbeitung GMA 2005


Nahversorgungsbereich
Agnetenstraße
Planstandort
Neue Neustadt
Alte Neustadt
Werder
Nordfront
Nordpark
Industrie
Gewerbe-
Wasserkunst-straße
Hafenstr.
Kastanienstraße
Humboldtgymn.
Sportpl.
Arbeitsamt
Tierheim
Neustädter Friedhof
Ehrenfriedhof
Universität
Universitäts-Rathenau-
Sondersch.
Binnenhafen
Mittelelbe
Handelshafen
Friedens-brücken
Rosengarten
Eingang Friedensbrücke
Erlebnis-bad
Staats-hochbau
Finanzam
Krankenhaus Altstadt
Stadt-bibl.
Pflegeheim
Weldenstr.
Elbuferpromenade
Markgrafen-straße
Jerusalem
Wasserschutz-polizei
Großer Werder
Kozlowski-
Theodor-
Sandtorstr.
Rogätzer
Peter-Paul-Str.
Ottenberg-
Gardeleger Str.
Rothen-
Marsch-
Ohrestr.
Klosterkamp
Zwischenwerkstr.
Lange Lake
Saale-
Königs-werder
Polderdeich
Am Polderdeich
Schröte
Klein-
Grund- u. Sekundarschule
Sch. f. Lernbeh.
Nacht-weide
Hohe
Rosenthal-
Morgen-
Rostocker Str.
Heinrich-platz
Alexanderstr.
Hundisburger Str.
Magdeburger
Lübecker Straße
Fabriken-
Bremer
Ritterstr.
Moritzstr.
Hospitalstr.
Ankerstr.
Siedlerweg
Mittag-
Im Mittelfelde
Kap.
Neuapost. Kirche
Sportpl.
Umfassungsweg
Grund- u. Sekundar-sch.
Nicolai-platz
Nicolaistr.
Brüder-
St. Agnes
Gröperstr.
Agneten
Weinbergstr.
Letzlingerstr.
Kühlewein-
Ehrenfriedhof
Hohenstaufenring
Pfälzer Platz
Guericke
Otto-von-
Listemannstr.
Röttgerstr.
Transberg
Mühlen-
Faßlochsberg
Erzbergerstraße
Gareisstr.
Walther-
Universitäts-
Rathenau-
ADAC
Damaschke-platz
Virchowstr.
Zschokke-
Lorenz-
Munchenholstr.
Kaiserstr.
Ring
Neustädter
Klein-Insleber
Feld
Straße
Am Weinhof
Große Weinhofstraße
Am Weinhof
Schinkel-
Sportpl.
Grund-schule
Molden
Peter-Paul-Str.
Johannes-Kirch-Str.
Froser Str.
Witten
Ernst-Lehmann-Str.
Hafenhaus-Ring
Sportpl.
Aska-nischer
Jerusalem
Weiße Flotte
Der schiefe Turm v.Mag
Elba
Ruinen-garten
Anger-
Orange
Herrenkrug
Jerichower
Tessenow
Haupt-Mess
Bodiker-
Speicherstr.
Lostauer Str.
Deneke-
Osterburger
Grund- und Sekundar-
Schwiesalstr.
Ottersleber
Schartau-
Schinkel-
Alemannstr.
Gutenbergstr.
Rolleshagenstr.
Henning von Tresckow
Haydnplatz
Beethovenstr.
Wagner Str.
Richard-
Scholl-Park
Geschw.-
Otto-
Bach-Str.
Ring
Lorenz-
Albert-Vater-Str.
Viktor-von-Morum-Str.
Kolbeckring
Universitätsplatz
Universitätsplatz
Universitätsplatz

4. Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2004 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in den ostdeutschen Bundesländern pro Kopf der Wohnbevölkerung ca.

4.185,-- € p.a..

Unterteilt man den Bedarfsgüterbereich in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

-	Nahrungs- und Genussmittel	ca. 1.639,-- €
-	Nichtlebensmittel	ca. 2.546,-- €.

Das Kaufkraftniveau für die Landeshauptstadt Magdeburg liegt leicht unter dem Bundesdurchschnitt[1]. Für das abgegrenzte Einzugsgebiet des untersuchten Standortes beläuft sich das Kaufkraftpotenzial auf

ca. 35,5 Mill. €.

Von diesem Kaufkraftvolumen entfallen

- ca. 14,3 Mill. € (= ca. 40 %) auf den Lebensmittelbereich
- ca. 21,2 Mill. € (= ca. 60 %) auf den Nichtlebensmittelbereich.

Auf Grund des Betriebstyps Lebensmittel-Vollsortimenter ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig die Nahrungs- und Genussmittelbranche zu analysieren. Für den Nichtlebensmittelbereich (Drogeriewaren inkl. Putz- und Reinigungsbedarf, Tiernahrung, Haushaltswaren, Schreibwaren) ist im Rahmen der Umsatzprognose ein Anteil von max. 15 % anzusetzen[2].

---

1 Die Kaufkraftkennziffer für Magdeburg liegt nach Angaben der GfK Nürnberg bei 89,2 und damit unter dem Bundesdurchschnitt (100,0).

2 Die genannten Nonfood-Segmente sind i.d.R. lediglich als Grundsortimente ohne eine fachhandelsspezifische Sortimentstiefe und -breite vorhanden.

III DIE OBJEKTRELEVANTE ANGEBOTSSITUATION

1. Objektrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet

Im Rahmen einer Standortbesichtigung im April 2005 wurde der projektrelevante Wettbewerb, d.h. in erster Linie die Lebensmittelanbieter im abgegrenzten Einzugsgebiet nochmals überprüft. Neben dem am Untersuchungsstandort angesiedelten Aldi-Discounter und Fristo-Getränkefachmarkt sind im Nahrungs- und Genussmittelbereich folgende projektrelevante Wettbewerber ansässig:

- **Spar-Supermarkt,** Agnetenstraße:
  planerisch festgelegter Nahversorgungsbereich; zentrale Wohngebietslage; begrenzte ebenerdige PKW-Stellplatzkapazitäten; Bäcker und Blumengeschäft im Vorkassenbereich

- **NP-Discountmarkt**, Rogätzer Straße:
  Wohngebietsrandlage, ausreichend ebenerdige PKW-Stellplätze, Bäcker und Fleischer im Vorkassenbereich

Neben den aufgeführten Lebensmittelbetrieben sind im Einzugsgebiet darüber hinaus Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) sowie kleinere Lebensmittelgeschäfte angesiedelt; insgesamt 19 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.560 m^2 VK sind dem Lebensmitteleinzelhandel zuzuordnen. Als nahversorgungsrelevanter Angebotsschwerpunkt ist der Standort Agnetenstraße mit seinem Spar-Supermarkt als Magnetbetrieb hervorzuheben, der im Magdeburger Märktekonzept als Nahversorgungsbereich ausgewiesen und wesentlicher Bestandteil des gesamtstädtischen Nahversorgungsnetzes ist. Der derzeitige Verkaufsflächenbestand im Lebensmitteleinzelhandel entspricht einem Ausstattungsniveau von ca. 360 m² VK je 1.000 Einwohner und liegt damit im Bundesdurchschnitt (ca. 350 - 400 m² je 1.000 Einwohner). Im Falle einer möglichen Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters steigt das Ausstattungsniveau auf ca. 560 m² VK je 1.000 Einwohner. Überschlägig ist im relevanten Lebensmittelbereich von einem jährlichen Bruttoumsatzvolumen von ca. 10 - 11 Mill. € auszugehen; die Kaufkraftbindungsquote liegt bei etwa 60 - 61 %.

2. Objektrelevante Angebotssituation in angrenzenden Stadtgebieten

Als projektrelevante Angebotsschwerpunkte in angrenzenden Stadtteilen, die wesentlichen Einfluss auf bestehende Kundenverflechtungen und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtteil Alte Neustadt besitzen, sind die nachfolgenden Standortlagen hervorzuheben:

Stadtteilzentrum Lübecker Straße

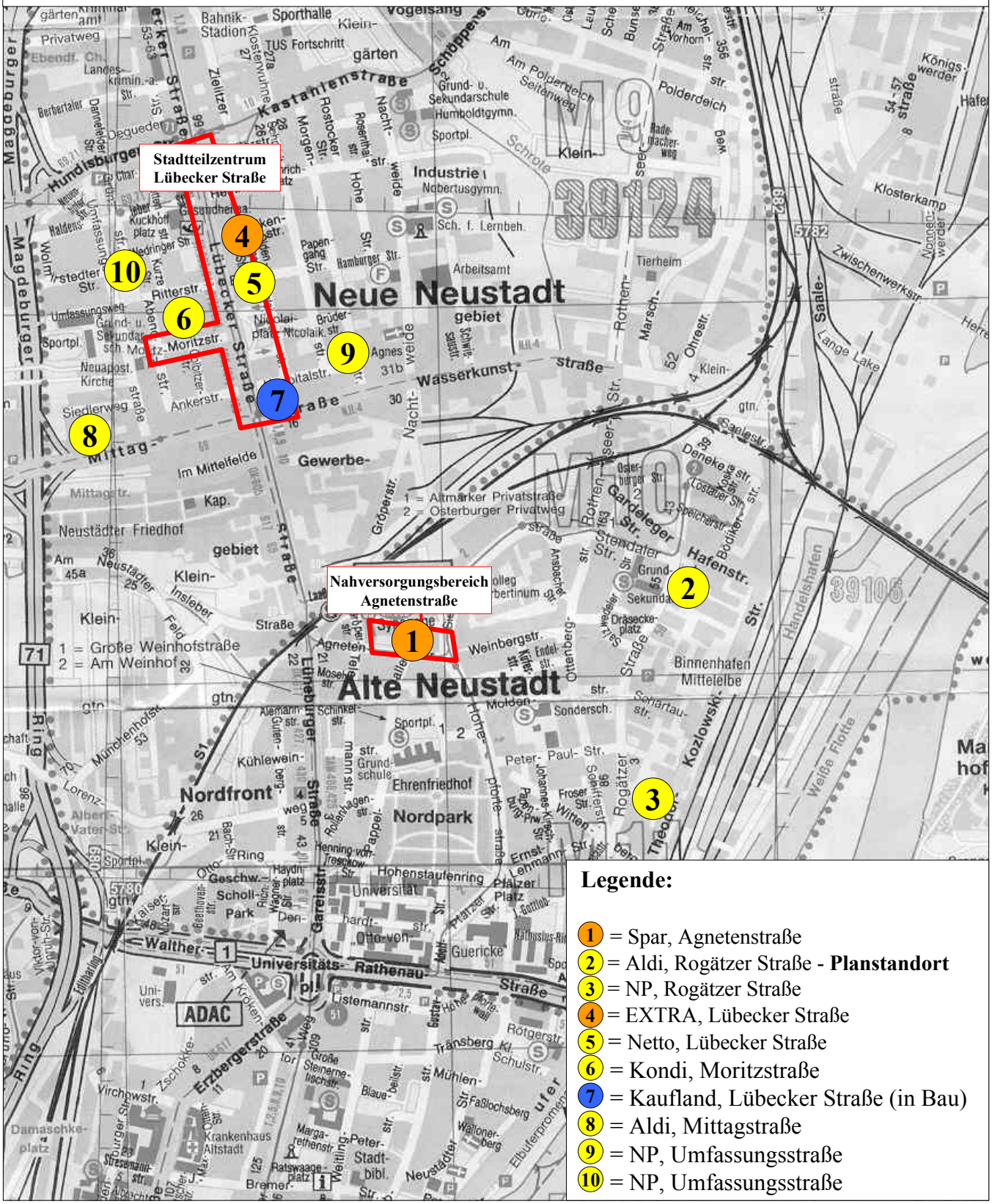
Das im nördlich angrenzenden Stadtteil Neue Neustadt gelegene Versorgungszentrum verfügt mit dem Extra-Vollsortimenter sowie den Discountern Netto und Kondi über ein breites Lebensmittelangebot, das mit der Eröffnung des in Bau befindlichen Kaufland SB-Warenhaus weiter an Attraktivität gewinnt. Zusätzliche Angebote der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche sowie ein umfangreiches Dienstleistungs- und Gastronomieangebot runden das Angebotsspektrum im Stadtteilzentrum ab. Außerhalb des planerisch festgelegten Zentrums sind zudem die Lebensmitteldiscounter Aldi (Mittagstraße) und zwei NP-Märkte (Schmidtstr., Umfassungstrasse) hervorzuheben.

Sondergebiet Flora Park

Zum Einzugsgebiet des überregional bedeutsamen Einkaufszentrums mit dem projektrelevanten Wettbewerber Marktkauf SB-Warenhaus zählen schwerpunktmäßig die nördlichen Magdeburger Stadtteile. Der Standort verfügt über einen breiten Branchen- und Betriebstypenmix sowie großzügige, kostenlose PKW-Stellplatzkapazitäten.

Karte 3: Wettbewerbsstruktur im Einzugsgebiet und angrenzenden Stadtteilen

Quelle: Stadtatlas Magdeburg; Bearbeitung GMA 2005



Legende:

1 = Spar, Agnetenstraße
2 = Aldi, Rogätzer Straße - **Planstandort**
3 = NP, Rogätzer Straße
4 = EXTRA, Lübecker Straße
5 = Netto, Lübecker Straße
6 = Kondi, Moritzstraße
7 = Kaufland, Lübecker Straße (in Bau)
8 = Aldi, Mittagstraße
9 = NP, Umfassungsstraße
10 = NP, Umfassungsstraße

IV BEWERTUNG DER MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN

1. Umsatzerwartung

Um die potenziellen Auswirkungen des Projektes beurteilen zu können, ist es zunächst erforderlich, die Umsatzerwartung des Vorhabens über das Marktanteilkonzept zu bestimmen. Auf Basis dieser Umsatzberechnung werden dann die Auswirkungen auf den Wettbewerb im Einzugsgebiet (= wirtschaftliche Auswirkungen) sowie in städtebaulicher Hinsicht untersucht.

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes des Projektes mit dem ermittelten Nachfragevolumen aus. Im Rahmen der Umsatzprognose sind dabei neben dem Nahrungs- und Genussmittelbereich auch die Nichtlebensmittel-Artikel zu berücksichtigen. Bei dem zur Ansiedlung vorgesehenen Markt tragen die Nichtlebensmittel-Sortimente auf Grund des Vertriebskonzeptes max. 15 % zum Gesamtumsatz bei.

Tabelle 2: Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten Lebensmittelvollsortimenters

Kaufkraft Lebensmittel In Mill. €	Marktanteil in %	Umsatz Lebensmittel in Mill. €
14,3	22 - 23	3,2

Quelle: GMA-Berechnung 2005, ca.-Werte gerundet

Zzgl. einem Streuumsatzanteil von 10 % ergibt sich ein Lebensmittelumsatz von rd. 3,6 Mill. €. Werden zusätzlich die Umsätze im Nichtlebensmittel-Bereich (+ 15 %) hinzugezählt, so errechnet sich eine Gesamtumsatzleistung von rund **4,2 Mill. €.**

Aus den über das Marktanteilkonzept ermittelten Werten ergibt sich eine Flächenproduktivität für das Projekt von insgesamt rd. 3.000 €, die erheblich unter der im Kapitel I, 2. errechneten Soll-Umsatzleistung liegt. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Marktes ist unter den gegebenen Voraussetzungen kritisch zu hinterfragen. Dieser Aspekt ist unabhängig von städtebaulichen Gesichtspunkten zu werten.

2. Die wirtschaftlichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen

2.1 Die Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens

Da mit der Neuetablierung eines Einzelhandelsobjektes Kaufkraftbewegungen bzw. Umsatzumverteilungsprozesse ausgelöst werden, bietet das **Kaufkraftbewegungsmodell** einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des geplanten Lebensmittelvollsortimenters.

Folgende Annahmen bzgl. der Kaufkraftbewegungen im Falle der Verwirklichung des Planobjektes können getroffen werden:

- Der Nahrungs- und Genussmittelsektor im Stadtteil Alte Neustadt erreicht nach GMA-Einschätzung heute eine durchschnittliche Kaufkraftbindung von etwa 60 – 61 %. Das Lage der Lebensmittelanbieter im Stadtteil Alte Neustadt sowie die z.T. leistungsstarke Angebotssituation in den angrenzenden Stadtgebieten sind wesentliche Gründe hierfür.

- Mit der Realisierung des geplanten Lebensmittelvollsortimenters in der zu Grunde gelegten Größenordnung am Planstandort ist maximal eine Erhöhung der Kaufkraftbindung im Marktgebiet von 10 % zu erreichen. Dies entspricht bei Zugrundelegung einer im Jahr 2004 vorhandenen Kaufkraft von ca. 14,3 Mill. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich einem Wert in Höhe von ca. 1,4 Mill. €.

Die Differenz zwischen dem Kaufkraftzufluss von ca. 1,4 Mill. € und der prognostizierten Umsatzerwartung im Lebensmittelsektor (ohne Streuumsätze) von ca. 3,2 Mill. € des Planobjekts beträgt somit ca. 1,8 Mill. €. Dieser Umsatzanteil muss im Rahmen einer **Umsatzumverteilung** erwirtschaftet werden. Vor diesem Hintergrund ist mit Umsatzrückgängen im bestehenden Lebensmitteleinzelhandel im Einzugsbereich zu rechnen. Unter Zugrundelegung eines lebensmittelbezogenen Umsatzes von ca. 10 - 11 Mill. € entspricht die Umsatzumverteilung einer Quote von ca. 17 %. Umsatzumverteilungen innerhalb des Ein-

zugsgebietes betreffen vorrangig die bestehenden und oben näher beschriebenen Wettbewerbsbetriebe, da diese Anbieter z.Z. das Ziel von Großmengeneinkäufen der Einwohner im Einzugsbereich sind und nach Realisierung des Planobjektes diesbezüglich eine Hinwendung zum Planstandort wahrscheinlich ist. Ansässige Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) werden nur in geringem Maße durch das Vorhaben tangiert.

2.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Aus den modellhaften Betrachtungen lassen sich für den **Nahrungs- und Genussmittelsektor** folgende Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen ableiten:

- Im Falle der Realisierung des Lebensmittelvollsortimenters wird der bestehende Standort Rogätzer Straße erheblich aufgewertet; mit der Kombination Vollsortimenter/Discounter sowie den ergänzenden Fachmarktangeboten entsteht somit ein Versorgungsstandort in der Alten Neustadt, der aufgrund des Angebots und der Standortrahmenbedingungen (z.B. leichte Anfahrbarkeit, ausreichende PKW-Stellplatzkapazitäten) eine dominierende Stellung in der Einzelhandelsstruktur im Stadtteil einnimmt.

- Von den Wirkungen der Umsatzumverteilung wird insbesondere der Spar-Markt im planerisch festgelegten Nahversorgungsbereich Agnetenstraße betroffen sein, da die Wettbewerbswirkungen vorrangig im Vollsortimentssegment wirksam werden und nach einer möglichen Realisierung des Planobjektes diesbezüglich eine Hinwendung der Kunden zum Untersuchungsstandort wahrscheinlich ist.

- Auch wenn man davon ausgeht, dass mit der Realisierung des Planobjekts zusätzliche Kundenpotenziale[1] in angrenzenden Stadtgebieten erschlossen werden können und damit geringere Umsatzumverteilungseffekte in der Alten Neustadt wirk-

[1] Insbesondere Wohnquartiere im nördlichen Bereich des Stadtteils Altstadt; das Einwohnerpotenzial in den angrenzenden statistischen Bezirken des Stadtteils Neue Neustadt – STB 064 und STB 65 – ist mit 166 bzw. 306 Einwohnern begrenzt.

sam werden, sind die im Rahmen der aktualisierten Nahversorgungsanalyse[1] aufgezeigten Entwicklungsspielräume für den Nahversorgungsbereich Agnetenstraße nicht nur erheblich eingeschränkt, sondern stellen den Nahversorgungsbereich grundsätzlich in Frage gestellt.

- Berücksichtigt man zusätzlich die Realisierung des in Bau befindlichen Kaufland SB-Warenhauses in der Lübecker Straße, verschärft sich die wirtschaftliche Situation in der Agnetenstraße.

Zusammenfassend kann im Falle der Realisierung des Planobjektes in der projektierten Form für den Stadtteil Alte Neustadt insgesamt von einer wesentlichen Veränderung der Wettbewerbslandschaft im Lebensmittelbereich ausgegangen werden. Der vorrangig autokundenorientierte Versorgungsstandort Rogätzer Straße, der unter Nahversorgungsaspekten aktuell ergänzenden Charakter in der Alte Neustadt besitzt, würde sich zum dominierenden Einzelhandelsstandort im Stadtteil entwickeln. Damit wären insbesondere die Perspektiven des in zentraler Wohngebietslage befindlichen Nahversorgungsbereiches Agnetenstraße grundsätzlich in Frage gestellt.

---

1 „Die Landeshauptstadt Magdeburg und ihre Planungsräume als Standort für wohnortnahe Versorgung“ GMA, 2004: Empfehlung für den Nahversorgungsbereich Agnetenstraße: Sicherung bzw. Schaffung von Rahmenbedingungen für eventuelle Erweiterungsbestrebungen des Lebensmittelmagneten.

Karten- und Tabellenverzeichnis

			Seite
Tabelle 1	:	Sortimentsbreite verschiedener Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	4
Karte 1	:	Lage des Untersuchungsstandortes in Magdeburg	10
Karte 2	:	Einzugsgebiet	12
Karte 3	:	Wettbewerbsstruktur	16
Tabelle 2	:	Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten Lebensmittelvollsortimenters	17