



Fachgutachterliche Stellungnahme zur beantragten Revitalisierung und „Flächenneuaufstellung“ des Flora-Parks in

MAGDEBURG

Auftraggeber: Landeshauptstadt Magdeburg

Projektleitung: Dr. Stefan Holl

Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, im Dezember 2013



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Hohenzollernstraße 14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
Telefon: 07141 – 9360-0 Telefax: 07141 – 9360-10
e-Mail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung / Aufgabenstellung

Im November 2013 wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, von der Landeshauptstadt Magdeburg beauftragt, eine fachgutachterliche Stellungnahme zu den beantragten Entwicklungen für den Flora-Park in Magdeburg zu erarbeiten. Neben der Darstellung der Rahmenbedingungen in der Landeshauptstadt Magdeburg (Magdeburger Märktekonzept, bauplanungsrechtliche Festsetzungen, sozio-ökonomische und handelsbezogene Entwicklung) war eine Bewertung der zur inhaltlichen Unterstützung der beantragten Umstrukturierungsprozesse durch die GfK (im Auftrag von Koprian IQ) erarbeiteten Studie (Flora-Park Einzelhandels- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Revitalisierung und Flächenneuaufstellung) vorzunehmen.

Für die Bearbeitung standen Daten der Stadtverwaltung Magdeburg, des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt sowie des Statistischen Bundesamtes zur Verfügung. Die einzelhandelsbezogenen Grundlagendaten wurden der turnusmäßig durchgeführten Kartierung im Stadtgebiet von Magdeburg von 2010/11 bzw. eine Vor-Ort-Begehung des Flora-Parks im Dezember 2013 entnommen.

Das vorliegende Dokument dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung der Landeshauptstadt Magdeburg. Es unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte; eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

GMA Gesellschaft für Markt-
und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im Dezember 2013
SH WRJ wym

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
Vorbemerkung / Aufgabenstellung		
1.	Steuerungsmöglichkeit des großflächigen Einzelhandels	1
2.	Das Magdeburger Märktekonzept als planerischer Rahmen	3
3.	Kommunalplanerische und rechtliche Rahmenbedingungen im Bereich Flora-Park	4
3.1	Magdeburger Märktekonzept	4
2.2	Vorgaben des Bebauungsplanes	5
4.	Bewertung der sozioökonomischen und demographischen Rahmbedingungen in den umliegenden Stadtteilen des Flora-Parks	6
4.1	Städtebauliche Lage und Bevölkerungsentwicklung	6
4.2	Folgen der Bevölkerungsentwicklung für die strategische Entwicklung des Flora-Parks	9
5.	Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks im Standortgefüge der Landeshauptstadt	9
5.	Die GfK-Studie	12
5.1	Beantragte Sortimente / Verkaufsflächen	13
5.2	Stadtteilzentrum „Flora-Park“ - kritische Diskussion	14
5.3	Begründung der beantragten Verkaufsflächenflexibilisierung	16
5.4	Abgrenzung des Einzugsgebietes	17
5.5	Kaufkraftbewegungen durch die beantragte Verkaufsflächenflexibilisierung im Flora-Park	18
5.6	Bewertung der Auswirkungen auf die Zentrenstrukturen	20
6.	Empfehlungen zur sortimentsbezogenen Weiterentwicklung des Flora-Parks	23

1. Steuerungsmöglichkeit des großflächigen Einzelhandels

Durch ein Ineinandergreifen von Bundes- und Länderrecht, Regional- und Stadtplanung sowie Bauleitplanung wird der Einzelhandel in Deutschland nach städtebaulichen Zielen gesteuert.¹

Dabei lassen sich folgende Punkte festhalten:

1. Ein Blick in die aktuelle BauNVO zeigt, dass die Planung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene für alle Nutzer mit Flächenansprüchen oder mit Wirkungen auf ihr Umfeld detailliert geregelt wird. Während sich der Planungsbedarf im gewerblichen und industriellen Sektor aus dem Bereich der Emissionen und Immissionen ergibt, wird der Planungsbedarf im Einzelhandel ergänzend positiv durch das Leitbild der vitalen, belebten Innenstadt und lebendiger Stadtteilzentren abgeleitet und vor den Gefahren einer Verödung der Stadtmitte und Gemeindezentren mit den Folgen einer Abwärtsspirale begründet; gerade das Wegfallen der Lebensmittelversorgung hat die Identifikation der Wohnbevölkerung in den Quartieren teilweise gemindert und auch den Immobilienwert der dort vorhandenen Wohnangebote verschlechtert.
2. Die kommunalen Zentrenkonzepte werden flächendeckend eingesetzt, entfalten hohe Wirksamkeit und haben sich auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung als „rechtssicher“ erwiesen. Zentrale Versorgungsbereiche, Sortiments- und Standortkonzepte zählen zu den informellen Planungen der Kommunen und dienen der Vorbereitung, nicht dem Ersatz der Bauleitplanung:
 - Die Standort- und Sortimentssteuerung ist bei sachgerechter Handhabung eine verlässlicher Rahmen für die Marktteilnehmer und wettbewerbsneutral
 - Pointiert formuliert: Kommunale Planungshoheit steuert, wo Wettbewerb stattfindet, nicht ob Wettbewerb stattfindet.

¹ Eine kritische Würdigung der Rechts- und Steuerungsinstrumente des Bundes und der Länder kann zunächst grundsätzlich die Frage stellen, ob diese Steuerung prinzipiell ein zwingendes Erfordernis i. S. des Allgemeinwohles darstellt. Für die kommunalen Zentrenkonzepte werden diese Ziele nicht einmal im Ansatz diskutiert.

3. Kritisch hinterfragt werden von der EU die Planungsebenen, die der kommunalen Planung vorgeschaltet sind. Gerade die Landes- und Regionalplanung reagiert bisweilen sensibel auf die Anforderungen kommunaler Spitzenverbände, die eher mehr als weniger Regulierung fordern. Ob und inwieweit die Regionalplanung einen durch die Gegebenheiten der Bundesländern zugeschnittenen Rahmen ausformen kann¹, der durch die kommunale Planungshoheit gefüllt wird, wird ebenfalls diskutiert. Gerade die vielfältigen und deutlich unterschiedlichen Steuerungsinstrumente auf dieser Ebene sind unter den Stichworten „Vereinheitlichung“, „Entfeinerung“ und „Deregulierung“ kritisch zu hinterfragen.

4. Die Regelungen auf kommunaler Ebene werden von den Marktteilnehmern überwiegend als sachgerecht erachtet:
 - Die in Deutschland auf kommunaler Ebene übliche Standort- und Sortimentssteuerung ermöglicht i. d. R. auch den Marktzugang für die Unternehmen.

 - Die kommunalen Regelungsinstrumente sind darüber hinaus ausreichend transparent und stehen demzufolge folgerichtig nicht im Fokus der Aufmerksamkeit der EU.

¹ Unsicherheiten können sich ergeben durch die statische Anwendung von rein qualitativen Zulassungsregeln. So ist etwa in regionalen Märktekonzepten oft der kleinste gemeinsame Nenner eine Obergrenze, was die Verkaufsflächenentwicklung angeht, diese ist jedoch im Oberzentrum oft ganz anders zu bewerten als in Mittel- oder in Unterzentren. Dies spricht jedoch nicht gegen eine flexible Handhabung des vorhandenen Instrumentariums mit Augenmaß und andererseits für eine regelmäßige Überprüfung der planerischen Regelungstiefe: Wer alles beplant, nimmt den Unternehmungen auch die Entwicklungsmöglichkeiten und legt die Entwicklung auf einem Bestandspfad fest.

2. Das Magdeburger Märktekonzept als planerischer Rahmen

Das Magdeburger Märktekonzept als kommunales Zentrenkonzept, welches sich aktuell in einer Fortschreibung des Sortiments- und Standortkonzeptes befindet, setzt für jegliche handelsbezogene Entwicklungen im Stadtgebiet den planerischen Rahmen. Dabei sieht es folgende übergeordnete **städtebauliche Zielsetzungen** vor:

- Sicherung und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion und -nutzungen Magdeburgs
- Abgestufte Versorgung im Stadtgebiet mit dem Ziel einer „Stadt der kurzen Wege“
- Attraktivierung und Stärkung der Magdeburger Innenstadt als multifunktionaler Standort mit der höchsten Zentralität im Standortgefüge
- Sicherung und Entwicklung der dezentral organisierten Nahversorgung in den Stadtteilzentren und Nahversorgungsbereichen
- Konsequente Umsetzung des Sortiments- und Standortleitbildes.

Bezug nehmend auf das Standortkonzept differenziert das Magdeburger Märktekonzept folgende **Hierarchiestufen**:

- Hauptzentrum: Magdeburger Innenstadt
- Stadtteilzentren
- Nahversorgungsbereiche Typ A bis C
- Sondergebiete Flora-Park und Börde-Park.

Die **Stadtteilzentren** sind hinsichtlich ihrer Ausstrahlungskraft der Magdeburger Innenstadt nachgeordnet und verfügen über einen vollständigen Einzelhandelsbesatz im kurzfristigen Bedarfsbereich (periodischer Bedarf) sowie einen ergänzenden Besatz im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (aperiodischer Bedarf, v. a. Bekleidung, Papier- und Schreibwaren). Als Stadtteilzentren wurden die Bereiche Halberstädter Straße, Lübecker Straße und Große Diesdorfer Straße im Märktekonzept definiert.

Innerhalb der hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungsbereiche** wird im Märktekonzept eine weitere Untergliederung in drei Typen (A bis C) vorgenommen. Als entscheidendes Kriterium für die Einstufung der Nahversorgungsbereiche gilt dabei das Vor-

handensein und die Verkaufsflächengröße des ansässigen Magnetbetriebes aus dem Lebensmittelbereich (über 800 m² VK; 400 bis 800 m² VK und kleiner als 400 m² VK bzw. kein Magnetbetrieb), da dieser unmittelbar mit der Zukunftsfähigkeit der Versorgungslage verbunden ist.

Eine Sonderstellung nehmen die **Sondergebiete** „Flora Park“ und „Börde Park“ ein. Aufgrund ihrer einzelhandelsrelevanten Bedeutung sind den in dezentraler bzw. autokundenorientierter Lage verorteten Sondergebieten Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums zugeordnet.

3. Kommunalplanerische und rechtliche Rahmenbedingungen im Bereich Flora-Park

Die Darstellung der planungsrechtlichen Situation im Flora-Park ist unter folgenden Gesichtspunkten vorzunehmen:

- Vorgaben des Magdeburger Märktekonzeptes
- bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen.

3.1 Magdeburger Märktekonzept

Ausgehend von den o. g. Aussagen des Magdeburger Märktekonzeptes ist festzuhalten, dass der Flora-Park als Sondergebiet mit Teilfunktion eines Stadtteilzentrums ausgewiesen ist. Trotz dieser planerischen Funktion ist darauf hinzuweisen, dass das Einkaufszentrum Flora-Park in seiner Standortwertigkeit der Magdeburger Innenstadt deutlich nachgeordnet ist.

Im Magdeburger Märktekonzept werden zu den Sondergebieten folgende Empfehlungen getroffen: „Angesichts des ausgereizten Flächenrahmens im Magdeburger Einzelhandel ist von einem weiteren Ausbau der zentrenrelevanten Sortimente am Standort unbedingt abzusehen. Vielmehr sind die begrenzten flächenbezogenen Entwicklungsspielräume innerhalb der zentrenrelevanten Sortimente auf die Innenstadt zu konzentrieren, um einen weitere qualitativen Ausbau des innerstädtischen Angebotes zu sichern.“

2.2 Vorgaben des Bebauungsplanes

Der Flora-Park unterliegt den Festsetzungen des Bebauungsplanes Nr. 111-2, der für das Gebiet zwei Sondergebiete festsetzt. Im Sondergebiet 1 (SO1) sind folgende nach Branchen differenzierte Nettoverkaufsflächen zulässig. Im Sondergebiet 2 (SO2) ist Einzelhandel ausgeschlossen.

Tabelle 1: Festsetzungen des B-Plans Nr. 111-2

Branchen / Sortimente	max. Netto-Verkaufsfläche in m²
Food	max. 6.000
Gesundheit / Körperpflege, Bücher, Schreibwaren, Haushaltswaren	max. 2.700
Schuhe / Bekleidung	max. 4.000
Elektro (Unterhaltungselektronik, weiße Ware, Computer, Musikinstrumente)	max. 2.500
Möbel (inkl. innenstadttypische Randsortimente bis 400 m ² sowie ergänzende Sortimente wie Teppiche, Heimtextilien, Beleuchtung)	max. 25.000
Baumarkt, Gartencenter, Freizeit (Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf sowie Kfz-Zubehör, Sport- und Freizeitgeräte / Fahrräder, Elektrobraune Ware, weiße Ware)	max. 16.000
Discount (Billigartikel*)	max. 1.000
Spielwaren	max. 1.500
* Diese Bezeichnung bezieht sich auf Sonderpostenmärkte, keine Lebensmittel Quelle: Landeshauptstadt Magdeburg, Stadtplanungsamt Magdeburg, Bebauungsplan Nr. 111-2	

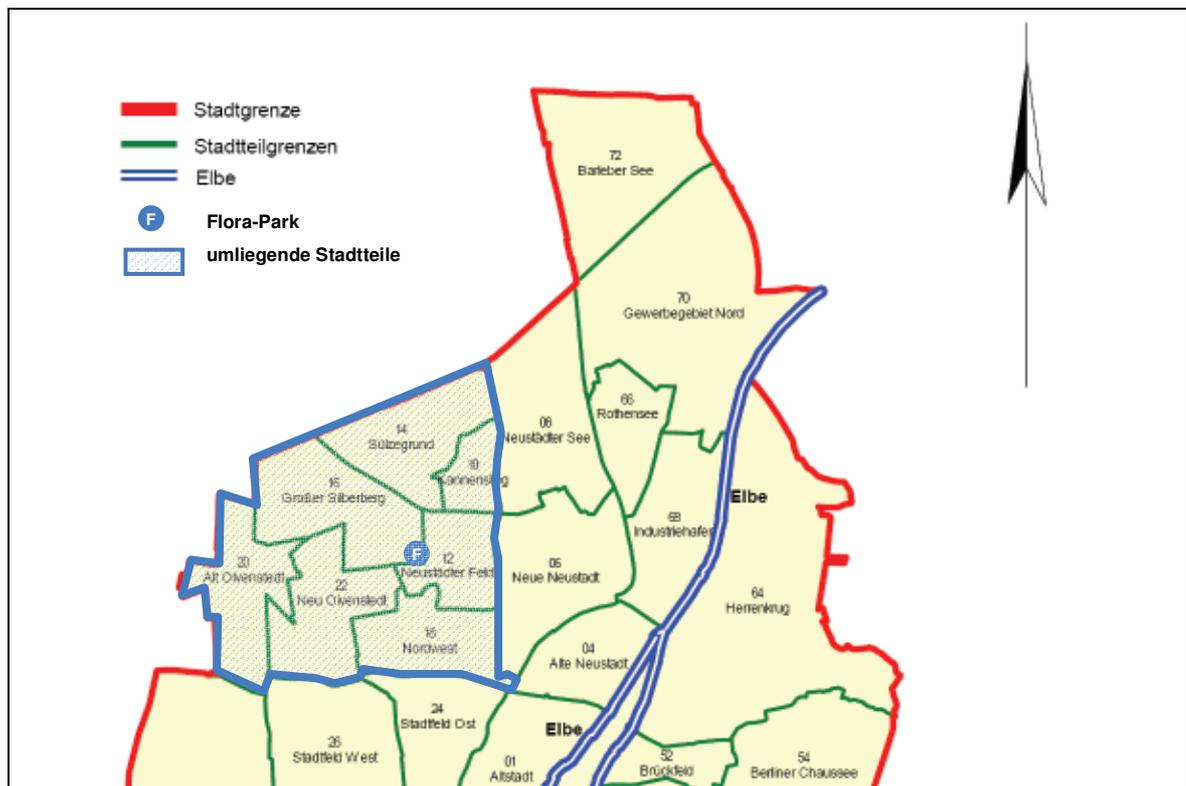
Für eine den Grundzügen der Planung entsprechende beantragte Veränderung könnte eine Befreiung von den Festsetzungen des Bebauungsplanes erteilt werden, für maßgebliche Änderungen ist eine Anpassung des Bebauungsplanes vorzunehmen.

4. Bewertung der sozioökonomischen und demographischen Rahmenbedingungen in den umliegenden Stadtteilen des Flora-Parks

4.1 Städtebauliche Lage und Bevölkerungsentwicklung

Der Flora-Park liegt im nordwestlichen Stadtgebiet von Magdeburg am Olvenstedter Gra-seweg, im Stadtteil Großer Silberberg (16), welcher ausschließlich durch Nicht-Wohnnutzungen geprägt ist und demzufolge keine Einwohner aufweist.

Abbildung 1: Ausgewählte Stadtteile der Landeshauptstadt Magdeburg und Lage des Flora-Parks



Quelle: Landeshauptstadt Magdeburg; GMA-Bearbeitung

Der Flora-Park mit Teilfunktion eines Stadtteilzentrums hat wie oben dokumentiert eine gewisse Versorgungsaufgabe für die umliegenden Stadtteile (siehe Abbildung). Im Folgenden sollen diese Stadtteile hinsichtlich Ihrer Entwicklung bewertet werden. Diesbezüglich sind in der folgenden Übersicht sozioökonomische und demographische Rahmenbedingungen, auch im Vergleich mit der Gesamtstadt, dargestellt.

Teile des Flora-Park-Umfeldes zählten bis vor zwei Dekaden zu den am höchsten verdichteten Wohngebieten in Plattenbauweise in der Gesamtstadt, ehe dem Bevölkerungsrückgang folgend ein laufender Prozess des Stadtumbaus initiiert und durchgeführt wurde. Seit der Wende hat sich das Bevölkerungspotenzial im Umfeld von 67.700 Einwohner im Jahr 1993 auf 35.000 Einwohner im Jahr 2012 halbiert.

Im direkten Umfeld des Flora-Parks ist aktuell ein Bevölkerungspotenzial von rund 35.000 Einwohnern ansässig, welches durch folgende Merkmale gekennzeichnet ist:

- Der Einwohneranteil in den relevanten umliegenden Stadtteilen hat sich insgesamt im Laufe der letzten 20 Jahre überwiegend negativ entwickelt. Die **Zahl der Einwohner** ist zwischen 1993 und 2002 um rund 32.700 Personen bzw. ca. 48 % zurückgegangen. Betrachtet man die einzelnen Stadtteile genauer, dann zeigt sich für Alt Olvenstedt (+ 53 %) und Nordwest (+ 14 %) eine positive Entwicklung. Den größten Verlust musste der Stadtteil Neu Olvenstedt mit -68 % verzeichnen. Für die Gesamtstadt Magdeburg wurde im selben Zeitraum ebenfalls ein Rückgang von 14 % registriert.
- **Prognostisch** (bis 2020) ist von einem weiteren Rückgang um rd. 4.000 Einwohner bzw. rund 11 % auszugehen. Im Detail wird lediglich für die Stadtteile Neustädter Feld (12) und Nordwest (18) ein leichter Bevölkerungszuwachs von 1,7 bzw. 3,2 % erwartet. Die weiteren Stadtteile werden auch im Vergleich zur Gesamtstadt (- 2,6 %) hohe Bevölkerungsverluste (- 13 % bis - 27 %) verzeichnen müssen.
- Der **Altenquotient**, d. h. der Anteil von Personen über 65 Jahren gegenüber Personen zwischen 15 und 65 Jahren, liegt in den relevanten Stadtteilen zwischen 24,1 (Alt Olvenstedt) und 59,3 (Kannenstieg). Bis auf Alt- und Neu Olvenstedt bewegen sich die Stadtteilwerte auf einem ähnlichen bzw. höheren Niveau als die Gesamtstadt (35,7).
- Bezogen auf das **Durchschnittsalter** ist auch an dieser Stelle der demographische Wandel deutlich erkennbar. Innerhalb der letzten Dekade stieg das Durchschnittsalter um 4,6 Jahre an. Im Vergleich zur Gesamtstadt sind überwiegend überdurchschnittliche Werte festzuhalten.

Tabelle 2: Sozioökonomische und demographische Kennziffern

Stadtteile *	Jahr	Kannen- Stieg (10)	Neustädter Feld(12)	Nord- West (18)	Alt Olvenstedt (20)	Neu Olvenstedt (22)	Stadtteile insgesamt	Gesamtstadt
Einwohner	2012	6.059	9.642	4.761	4.034	10.519	35.015	232.660
	2002	6.927	10.652	4.561	3.447	16.450	42.037	227.990
	1993	10.029	18.144	4.190	2.629	32.686	67.678	271.813
	+/- 2002-2012	- 13 %	- 9 %	+ 4 %	+ 17 %	- 36 %	- 17%	+ 2 %
	+/- 1993-2012	- 40 %	- 57 %	+ 14 %	+ 53 %	- 68 %	- 48%	- 14 %
Prognose	+/- 2012-2020	- 14,2 %	+ 3,2 %	+ 1,7 %	- 13,2 %	- 26,8 %	- 11%	- 2,6 %
Altenquote	2012	59,3	35,4	36,1	24,1	28,7	**	37,5
	2012	51,6	47,9	48,3	44,8	46,1	**	45,9
Durchschnittsalter	2002	46,7	44,7	44	40,9	39,6	**	44,5
	+/- 2012-2020	4,9	3,2	4,3	3,9	6,5	**	1,4
Wohnungsleerstand	2012	11 %	11 %	21 %	23 %	20 %	**	18 %
Anteil sozialvers. Beschäftigte	2012	48 %	53%	62 %	63 %	48 %	**	55 %

* Die Stadtteile Großer Silberberg und Süzeberg verfügen über nahezu keine Einwohner.

** keine Daten vorhanden

Quelle: Statistiken der Landeshauptstadt Magdeburg; jeweils 31.12.

4.2 Folgen der Bevölkerungsentwicklung für die strategische Entwicklung des Flora-Parks

Zusammenfassend ist eine mehr oder minder rückläufige Zahl an Einwohnern festzuhalten, die darüber hinaus dem demographischen Wandel unterworfen ist (u. a. Überalterung). Für den Flora-Park bedeutet dies, dass wesentliche Teile seiner Mantelbevölkerung im Kerneinzugsbereich „weggebrochen“ sind. Da der Flora-Park bereits heute der dominierende Einzelhandelsstandort im Gebiet ist, ist eine Ausweitung der Marktanteile kaum vorstellbar. Um die Umsatzleistung zu halten oder auszubauen, stehen dem Flora-Park perspektivisch zwei miteinander kombinierbare Strategien offen:

1. Ausweitung der Sortimente, die derzeit nicht im Flora-Park angeboten werden; hier lässt der Bebauungsplan derzeit kaum Spielräume
2. Verstärkte Kundenzuführung aus anderen Teilräumen, um die Bevölkerungsverluste zu kompensieren.

Sofern diese beiden Strategien nicht erfolgreich zu praktizieren sind, wäre ein Rückbau der Verkaufsfläche notwendig.

5. Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks im Standortgefüge der Landeshauptstadt

Als Bewertungsgrundlage dienen die in der GfK-Studie (Tabelle 15, S. 45) verwendeten Werte zu den bestehenden Verkaufsflächen, differenziert nach Sortimenten. Nach Angaben der Landeshauptstadt Magdeburg ist eine Verkaufsfläche im Flora-Park von ca. 34.930 m² (nach Wegfall toom-Baumarkt) vorhanden.

Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und Nichtlebensmittel andererseits, betragen die Flächenwerte für

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 4.210 m² VK
- Nichtlebensmittel ca. 30.720 m² VK.

Stellt man die derzeitige Verkaufsfläche des Flora-Parks den Verkaufsfläche der Zentren in der Landeshauptstadt Magdeburg bzw. der Innenstadt von Magdeburg gegenüber, ergibt sich folgende Standortverteilung:

Abbildung 2: Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks in der Zentrenstruktur* der Landeshauptstadt Magdeburg



* ohne Nahversorgungsbereiche und das übrige Stadtgebiet

Quelle: GfK-Studie; GMA-Darstellung 2013

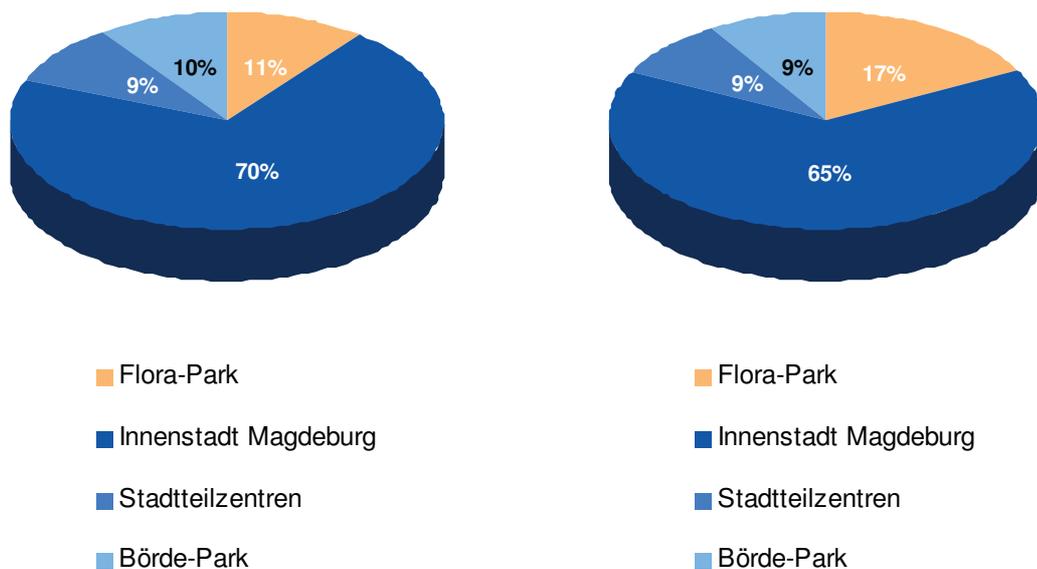
Der Flora-Park nimmt im Zentrengefüge bereits heute einen Verkaufsflächenanteil von rund 15 % ein, welcher in Folge des Wegfalls des toom-Baumarktes leicht abgesunken ist. Die Verkaufsflächen im Flora-Park sind in der Summe mit denen der drei Stadtteilzentren i. e. S.¹ vergleichbar. Der Börde-Park, der als zweites Sondergebiet mit Teilfunktion eines Stadtteilzentrum im Standortgefüge zu nennen und dem Flora-Park innerhalb der Zentrenhierarchie gleichgestellt ist, weist einen Verkaufsflächenanteil von 25 % auf. Dies ist jedoch auf den Möbelanbieter mit 28.500 m² VK zurückzuführen.

Bezogen auf das Segment „Bekleidung / Schuhe / Lederwaren“, für das eine Verkaufsflächenausweitung von + 77 % beantragt ist, soll die bestehende und zukünftige Handelsbedeutung im Verhältnis zu weiteren relevanten Zentrenstrukturen aufgezeigt werden.

¹ Stadtteilzentren nach Magdeburger Märktekonzept: Lübecker Straße, Große Diesdorfer Straße, Halberstädter Straße

Abbildung 3: Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks in der Landeshauptstadt Magdeburg (ausgewählte Sortimente)

**Verteilung der Verkaufsflächen innerhalb der relevanten Versorgungsstrukturen*
im Segment „Bekleidung / Schuhe / Lederwaren“**



* ohne Nahversorgungsbereiche und restliches Stadtgebiet
Quelle: GfK-Daten; GMA-Darstellung

Der Flora-Park hat auch aufgrund Einstufung mit „Teilfunktion eines Stadtteilzentrums“ eine Versorgungsaufgabe für die umliegenden Stadtteile. Im Segment „Bekleidung / Schuhe / Lederwaren“, das als typisch innenstadtrelevantes Segment einzustufen ist, verfügt der Flora-Park bereits heute über 11 % der relevanten Verkaufsfläche und hat einen quantitativ höheren Stellwert als die gewachsenen Stadtteilzentren i. e. S. (ca. 9 %). Beide Sondergebiete „Flora-Park“ und „Börde-Park“ weisen in diesem speziellen Segment ähnlich hohe Verkaufsflächenanteile von rund 10 bzw. 11 % auf.

Betrachtet man die beantragte Erweiterung in diesem Segment, dann erhöht sich der Verkaufsflächenanteil auf 17 %. Dabei sind Verkaufsflächenabgänge an anderen Standorten, die sich durch Umsatzzumlenkungen Richtung Flora-Park ergeben, nicht berücksichtigt.

Als **mögliche Konsequenz** ist anzuführen, dass bei einer Genehmigung der beantragten „Flächenneuaufstellung“ im Flora-Park ,vor dem Hintergrund der gleichen Zentrenstufe im Standortgefüge der Landeshauptstadt, gegebenenfalls gewisse Begehrlichkeiten bei den Betreibern des Börde-Parks geweckt werden könnten. Auch ist die Ausweitung der **handelsbezogenen Bedeutung** des Flora-Parks insgesamt, aber insbesondere in diesem dargestellten Segment, sehr kritisch zu sehen. Eine der Innenstadt, den Stadtteilzentren und Nahversorgungsbereich **nachgeordnete Standortlage** wächst überdurchschnittlich in ihrer Bedeutung.

5. Die GfK-Studie

Die folgenden Aussagen basieren auf der vorliegenden Studie der GfK „Flora-Park – Einzelhandels- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Revitalisierung und Flächenneuaufstellung“ vom 2. Oktober 2013. Die Studie der GfK, die durch die Koprian IQ Management GmbH, Hamburg, beauftragt wurde, hat die Aufgabe die beantragte Erweiterung hinsichtlich der Rückwirkungen auf den Wettbewerb in Magdeburg zu betrachten. Städtebauliche Aspekte spielen dabei nur einen untergeordnete Rolle. Diese werden allenfalls als Hilfsargumentation herangezogen.

In einem ersten Schritt wird die Notwendigkeit der Flexibilisierung der Verkaufsflächenobergrenzen des Flora-Parks behauptet. Der durch das Centermanagement des Flora-Parks entwickelte Vorschlag bezüglich der Neupositionierung des Handelsstandortes Flora-Park wird durch die GfK in einem zweiten Schritt hinsichtlich der Rückwirkungen auf den Wettbewerb bzw. die Versorgungsstrukturen in Magdeburg geprüft. Folgende Maßnahmen sollen vorgenommen werden (S. 4):

1. Umbau und Neustrukturierung der bestehenden Mietflächen, insbesondere vor dem Hintergrund der neu zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche des weggefallenen toom-Baumarktes mit ca. 10.000 m²
2. Optimierung des Mieterbesatzes unter Austausch einiger Bestandsmieter in den übrigen Abschnitten des Centers
3. Optimierung der Immobilie insgesamt.

5.1 Beantragte Sortimente / Verkaufsflächen

In den verschiedenen Sortimenten des Flora-Parks sind wie von der GfK in Tabelle 15, S. 45 dargestellt, Verkaufsflächenausweitungen in einem Gesamtumfang von 11.650 m² bei zentrenrelevanten Sortimenten vorgesehen. Dies entspricht einem Zuwachs von 22 %-Punkten. Aktuell liegt dieser Verkaufsflächenanteil bei 57 % der derzeit tatsächlich aktiven Verkaufsfläche von 44.930 m² (inkl. toom) und steigt dann auf 76 % der benötigten Verkaufsfläche von 47.500 m² an.

Die in der GfK-Studie (S. 45) dargestellte Flächensortierung nach B-Plan-Warengruppen weist zwar die absoluten Werte bezogen auf die Genehmigung lt. B-Plan sowie den Bestand (lt. städtischen Unterlagen) und den Verkaufsflächenzuwachs aus, stellt aber keinen prozentualen Verkaufsflächenzuwachs dar.

In der folgenden Tabelle wird eine Gegenüberstellung der Bestandsdaten (lt. Stadt) mit den beantragten Verkaufsflächen vorgenommen.

Tabelle 3: Gegenüberstellung bestehende und beantragte Verkaufsflächen

GfK-Warengruppen	Zugehörige Sortimente	Ist-Verkaufsfläche	Beantragte Verkaufsfläche	Veränderung	
				abs.	in %
periodischer Bedarf	Lebensmittel	4.210	7.500	+ 3.290	+ 78 %
	Drogeriewaren	1.450	1.750	+ 300	+ 21 %
Bekleidung / Schuhe / Lederwaren	Bekleidung, Schuhe / Lederwaren	7.630	13.500	+ 5.870	+ 77 %
Haushalts- und persönlicher Bedarf	Spielwaren	2.700	3.000	+ 130	+ 5 %
	Sportartikel	1.000	1.500	+ 500	+ 50 %
	Weiterer Haushalts- und pers. Bedarf ¹	2.690	4.250	+ 1.560	+ 58 %
¹ Umfasst Bücher, Schreibwaren, GPK / HHW, Camping, Hobby, Fahrrad, Uhren / Schmuck Quelle: GfK S. 45 ff.; GMA-Darstellung					

Die beantragten Verkaufsflächenerweiterungen variieren zwischen 5 % im Bereich Spielwaren und 78 % im Bereich Lebensmittel bzw. 77 % bei Bekleidung / Schuhe / Lederwaren. Mit einer beantragten Verkaufsfläche in diesem Segment von 13.500 m² bewegt sich der Flora-Park auf dem **Niveau des Allee-Centers** mit 18.000 m² (Teilverkaufsflächen)

und des **Karstadt-Warenhauses** (20.000 m² Gesamtverkaufsfläche), welches nach Abzug der anderen Teilsortimente **ähnliche Dimensionen** aufweist.

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass im B-Plan für den Bereich „Discount“ der Hinweis auf „Billigartikel, Koreaware und Versicherungsschäden“ gegeben wurde. In der Studie der GfK wird diesbezüglich irrtümlicherweise angenommen, dass sich die Angabe im B-Plan auf einen Discounter aus dem Segment „Lebensmittel“ bezieht¹. Hierbei handelt es sich vielmehr um Sortimente, die beispielhaft durch den Anbieter Thomas Philipps vertrieben werden.

5.2 Stadtteilzentrum „Flora-Park“ - kritische Diskussion

Wie auf Seite 11 der GfK-Studie korrekt darstellt, übernimmt der Flora-Park lt. Magdeburger Märktekonzept neben dem zweiten Sondergebiet in Magdeburg, dem Börde-Park im Süden der Stadt, auch **Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums**.

Das Angebot der Stadtteilbibliothek sowie der konsumnahen Dienstleistungsbetriebe und gastronomischen Nutzungen erlaubt aus Sicht der GfK die Schlussfolgerung, dass der Flora-Park auch als „soziokultureller bzw. nachbarschaftlicher Treffpunkt im Stadtteil“ (S. 16) zu betrachten ist. In diesem Zusammenhang wird die Begrifflichkeit der „**Kulturdestination**“ (S. 40) eingeführt. Die Funktionszuweisung, die sich aus dem Standortfaktor „Stadtteilbibliothek“ zu ergeben scheint, wird seitens der GMA nicht geteilt und erscheint für das in hohem Maße verkehrsorientierte Fachmarktzentrum **unpassend**. Die Innenstadt von Magdeburg stellt im Gegensatz dazu eine „Kulturdestination“ im eigentlichen Sinne dar, die über ein diversifiziertes Angebot verfügt.

Die GfK behauptet im Rahmen der Diskussion um das „Stadtteilzentrum Flora-Park“, dass die umliegende Stadtteilbevölkerung den Flora-Park als „Stadtteilzentrum mit soziokulturellen Funktionen“ (S. 41) wahrnehmen würde. Diese Begründung wird als maßgeblich für eine Verkaufsflächenflexibilisierung herangezogen.

¹ S. 46, Tabelle 16, Fußnote 1.

In der Gegenüberstellung der Charakteristika der Abgrenzung eines Stadtteilzentrums gemäß Magdeburger Märktekonzept und den Merkmalen des Flora-Parks zeigen sich deutliche Unterschiede, die bereits an dieser Stelle die ausgeprägte Versorgungsbedeutung des Sondergebietes herausstellen.

Tabelle 4: Gegenüberstellung der Bewertungskriterien eines Stadtteilzentrum in Magdeburg mit dem Flora-Park

Kriterien	Stadtteilzentren nach dem Magdeburger Märktekonzept	Flora-Park
Einwohnerpotenzial im Umfeld	15.000 EW	35.000 EW
Besatz <ul style="list-style-type: none"> ▪ periodischen Bedarf ▪ mittel- und langfristiger Bedarf 	vollständig ergänzend	vollständig prägend (ca. 84 % der VK)
Betriebsstruktur	Dominanz von klein- und mittel-flächigen Betrieben	Durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb 600 – 650 m ²
Quelle: GMA		

Ausgehend von einer Einwohnerzahl von 15.000 als Orientierungswert für ein Stadtteilzentrum i.e.S. würden sich folgende idealtypische Verkaufsflächen ergeben:

Tabelle 5: Idealtypische Verkaufsflächenwerte für ein Stadtteilzentrum am Standort Flora-Park

GfK-Sortimentsgruppen	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Flächenleistung nach GfK in € / m ² VK	Max. Verkaufsfläche in m ²	Ist-Verkaufsfläche in m ²
periodischer Bedarf	34,0	4.000	8.500	5.660
Bekleidung / Schuhe / Lederwaren	6,7	2.800	2.400	7.630
Haushalts- und persönlicher Bedarf	6,5	2.600	2.500	6.560
Quelle: GfK-Annahmen (Verbrauchsausgaben, Flächenleistungen) und GMA-Berechnungen				

Diese Darstellung lässt die **Schlussfolgerung** zu, dass es sich beim Flora-Park nicht um auf die Versorgung der umliegenden Stadtteilbevölkerung ausgerichtetes Stadtteilzentrum i. e. S., sondern vielmehr um ein **klassisches Fachmarktzentrum** handelt, das bereits heute eine eher **gesamtstädtische**, denn lokale Versorgungsfunktion inne hat. Dies wird insbesondere beim Abgleich im Segment „Bekleidung / Schuhe / Lederwaren“ deutlich.

5.3 Begründung der beantragten Verkaufsflächenflexibilisierung

Die GfK führt eine Vielzahl von Argumenten an, die die beantragten Maßnahmen (Umbau und Neustrukturierung der bestehenden Mietflächen, Optimierung des bestehenden Mieterbesatzes und Refurbishment der Immobilie) rechtfertigen sollen. Dabei ist aus Sicht der GMA der Investitionsstau im Sinne einer baulichen Optimierung der Immobilie insgesamt sowie auch der Optimierung der einzelnen Verkaufsflächenzuschnitte durchaus nachvollziehbar. Dies ist jedoch nur eine Facette der beantragten Maßnahmen.

- Die GfK stellt dar, dass die Höchstgrenze der Verkaufsfläche im Flora-Park von 58.700 m² unangetastet bleibt. Die damit jedoch einhergehende deutliche Ausweitung einzelner, besonders innenstadtrelevanter Sortimente wird aus Sicht der GMA **verharmlost**.

Zudem **verändert sich der Charakter des Standortes „Flora-Park“**, wenn der Anteil der Anbieter im Segment „Bekleidung, Schuhe / Lederwaren“ von derzeit bereits ca. 17 % auf dann ca. 28 %¹ steigt. Zum Vergleich: Der Anteil im Sondergebiet „Börde-Park“ liegt bei ca. 12 %².

- Als weiteres Argument für das beantragte Refurbishment werden die z. T. **auf-tre-tenden Schwierigkeiten im Nachvermietungsprozess** von Großflächen angeführt. Grundsätzlich stimmt die GMA dieser Einschätzung zu, dennoch ist das in der Studie verwendete Beispiel der leerstehenden Hertie-Häuser an dieser Stelle ungeeignet. Die leerstehenden Hertie-Immobilien stellen zwar flächenbezogen Großflächen dar, weisen jedoch eine deutlich vom Flora-Park differierende innere Struktur (u. a. Mehrgeschossigkeit, zugeordnete Parkplätze etc.) auf.
- Bei der Betrachtung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes im Flora-Park wird durch die GfK als nachhaltiger Erfolgsfaktor der **Besatz mit attraktiven und leistungsstarken Ankermietern** als Zugpferde festgehalten. Aus Sicht der GMA ist dies durch die vorhandenen Anbieter real, Toys'Я'us, Roller, MediMax, C&A bereits gegeben. Der Wegfall des ehemaligen Magnetmieters toom-Baumarkt führt in der Folge zwar zu einem gewissen Rückgang der Ausstrahlungskraft des Centers. Dennoch sind jene Kundenanteile, die als Zielkundschaft des Baumarktes zum Flora-Park tendierten, nicht in erster Linie für Kopplungseffekte mit dem textilen

¹ Bestand: 7.630 m² bei Gesamtverkaufsfläche (mit toom) 44.930 m²; Planung: 13.500 m² VK bei Gesamtverkaufsfläche 47.500 m²

² Quelle: GfK, S. 35, Tabelle 14

Einzelhandel verantwortlich. Folglich ist die durch die GfK angestoßene Diskussion über Ankermieter und deren Grundfrequenzen im Falle des toom-Baumarktes nur bedingt zielführend.

Neben den Argumente „pro Verkaufsflächenflexibilisierung“ kann sich die GfK innerhalb ihrer Ausführungen nicht entscheiden, ob es sich beim Flora-Park um ein „fachmarktbezogenes Einkaufszentrum“ oder ein „Shoppingcenter“, ähnlich dem bestehenden Allee-Center in der Innenstadt von Magdeburg, handelt. Nach Einschätzung der GMA handelt es sich beim Flora-Park um ein fachmarktbezogenes Einkaufszentrum, das den Versorgungseinkauf, weniger die „Freizeitbeschäftigung“ (S. 42) bzw. den erlebnisorientierten Einkauf in den Vordergrund stellt. Der in der Studie angeführte „Kundenanspruch“, der eine immer breitere Warenauswahl und eine maximale Wohlfühl- und Spaßatmosphäre fordert (S. 42), wird in besonderem Maße am Standort Innenstadt Rechnung getragen. **Gleichwohl ist die beantragte Erweiterung geeignet, den Standort Flora-Park deutlich wie ein Shopping-Center zu positionieren und damit in den direkten Wettbewerb mit innerstädtischen Standorten zu treten.**

5.4 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Die GfK nimmt für den Flora-Park ein **Einzugsgebiet** von 640.730 Personen (zzgl. Potenzialreserve) an. Diese Abgrenzung ist **nahezu deckungsgleich** (bis auf Teile der Zone III) **mit dem Marktgebiet des Einzelhandels der Landeshauptstadt**, das nur zum Teil durch das Angebot im Flora-Park geprägt wird. Vielmehr spielt das Angebot der Magdeburger Innenstadt diesbezüglich die entscheidende Rolle.

Folglich muss der Flora-Park um u. a. gegenüber dem Elbe-Park, bei dem es sich um ein „Muster an Fehlentwicklung“ handelt, konkurrenzfähig sein zu wollen **in den unmittelbaren Wettbewerb mit dem Angebot in der Magdeburger Innenstadt treten**. Dies fokussiert sich insbesondere auf die Sortimentsgruppe „Bekleidung / Schuhe / Leder“, die mit einem Anteil von 48 %¹ (an der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche) das gewichtigste Innenstadtsortiment darstellt.

¹ Quelle: GfK-Studie Tabelle 2, Seite 21

An dieser Stelle ist nochmals das **Magdeburger Märktekonzept** heranzuziehen, das die Sondergebiete in der Entwicklung **nachrangig** gegenüber den eigentlichen Stadtteilzentren, den Nahversorgungsbereichen und insbesondere der Innenstadt als Hauptzentrum sieht. Die damals vorgenommene Einstufung als „Sondergebiet mit Teilfunktion Stadtteilzentrum“ begründete sich darauf, dass sich zu dieser Zeit die Innenstadt noch in der Entwicklung befand und die „Sondergebiete“ die Versorgung auch für die damals noch deutlich bevölkerungsstärkeren angrenzenden Stadtteile (**Bevölkerungsverlust** von 33.000 Einwohnern bzw. 48 % seit 1993) sowie auch die Gesamtstadt übernehmen sollten. **Diese Einstufung ist nachweislich (Bevölkerungsrückgang, positive Entwicklung der Zentren und insbesondere der Innenstadt) nicht mehr in diesem Maße begründbar.**

5.5 Kaufkraftbewegungen durch die beantragte Verkaufsflächenflexibilisierung im Flora-Park

Durch die beantragte Verkaufsflächenflexibilisierung wird im Rahmen der Flächenneuaufstellung eine Verkaufsflächenerweiterung in den zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Erweiterung führt in der Folge

- zu einer **Verschiebung der Gewichte** bzw. Verteilung der Handelsstandorte im Zentrensystem der Landeshauptstadt Magdeburg und
- zu **Umlenkungen von Kundenströmen** von anderen Handelsstandorten, insbesondere der Magdeburger Innenstadt, zu den Anbietern im Flora-Park.

Die GfK unternimmt in der sog. Kaufkraftstrom-Modellrechnung (Tabelle 20, S. 57) den Versuch diese Umlenkungen rechnerisch abzubilden. Dabei legt die GfK die Zentrenstruktur in Magdeburg zugrunde.

Aus Sicht der GMA ist der Fokus auf die **Sortimentsgruppe „Bekleidung / Schuhe / Lederwaren“** zu legen, da hier die **größten Wettbewerbsüberschneidung** mit der Magdeburger Innenstadt auftreten. Folgende Rahmenbedingungen sind aus Sicht der GMA **kritisch** zu hinterfragen:

- Entsprechend der Umsatzschätzung der GfK vereinen die relevanten Innenstadtbetriebe eine Umsatzleistung in diesem Segment von 140,3 Mio. €. Betrachtet

man die weiteren Zentren und den Börde-Park¹ liegt der Anteil der Innenstadt bei 85 %. Gegenüber den Anbietern in der Innenstadt, für die sich der **Wettbewerbsdruck** durch die beantragte Erweiterung im Flora-Park **massiv erhöhen wird**, werden laut GfK jedoch **nur** 55 – 60 % des Umsatzes bzw. 8,8 Mio. € (ohne übriges Stadtgebiet) wirksam.

- Weitere rund 30 % des umverteilungsrelevanten Umsatzes von 16,2 Mio. € (4,7 Mio. €) werden über eine „**Rückgewinnung abfließender Kaufkraft**“ und Umverteilung außerhalb der Landeshauptstadt u. a. im Elbe-Park generiert wird.
 - D. h. die GfK geht zum einen trotz des vorhandenen Einzelhandelsbesatz in der Landeshauptstadt (Verkaufsflächen, Marken etc.) an allen Standortlagen von einem **hohen Kaufkraftabfluss aus Magdeburg** aus.
 - Zum anderen erhebt damit der Flora-Park den **Anspruch** diese abfließende Kaufkraft an sich binden zu dürfen, d. h. Investitionen etc., die aus Sicht der innerstädtischen Betriebe zu einer verstärkten Bindung der Kunden an die Innenstadt führen sollen, sollen sich diesen Anspruch mit dem Flora-Park teilen.

Ausgehend von diesen beiden Aspekten der Modellrechnung der GfK werden die Umsatzumlenkungen aus der Magdeburger Innenstadt zum Flora-Park geringer bewertet als eigentlich zu erwarten gewesen wäre, da die Innenstadt insbesondere in diesem Segment über einen hohen Anbieter- und Verkaufsflächenbesatz verfügt.

In einer **alternativen Berechnung** (vgl. folgende Tabelle) kann Folgendes angenommen werden:

- Der durch die Steigerung der Kaufkraftbindung bzw. „Rückholung“ für die Betriebe in Magdeburg wettbewerbsneutrale Umsatz liegt auf einem geringeren Niveau, bspw. ca. 15 – 20 % statt 30 %.
- Die Umverteilungseffekte, die für die Stadtteilzentren und Nahversorgungsbereichen angenommen werden, werden der Innenstadt zugeordnet. Diese Neuuzuordnung wird vorgenommen, weil diese Zentren lediglich über kleinere Fachgeschäfte bzw. Anbieter wie KiK, NKD verfügen und damit nur bedingt Wettbewerbsüberschneidung mit den markenorientierten Planungen im Flora-Park aufweisen.

¹ GfK, S. 57; Aufsummierung der Umsatzleistung der relevanten Betriebe in der Innenstadt (140,3 Mio. €), in den Stadtteilzentren (10,5 Mio. €), in den Nahversorgungsbereichen (2,9 Mio. €) sowie im Börde-Park (11,7 Mio. €) = Summe ca. 165,4 Mio. €

Tabelle 6: Umsatzumverteilungseffekte nach GfK und alternative Berechnung nach GMA

	Umsatzumverteilung Ansatz GfK		Umsatzumverteilung Ansatz GMA	
	abs. in Mio. €	in %	abs. in Mio. €	in %
Brutto-Umsatz des Vorhabens	16,2	*	16,2	*
verteilt sich auf:				
Stadtteilzentren	0,5	4,6	0,3	2,9
Nahversorgungsbereiche	0,1	4,4	< 0,1	2,6
Sondergebiet Börde-Park	1,2	9,8	1,2	9,8
Übriges Stadtgebiet	0,9	*	0,5	< 1%
Rückgewinnung abfließender Kaufkraft und Umverteilung an nicht betrachteten Standort im Einzugsgebiet	4,7	*	2,8	< 1%
und in der Folge auf Innenstadt Magdeburg	8,8	6,3	11,3	8,0
* nicht nachweisbar lt. GfK				
Quelle: GfK, S. 57 und GMA 2013				

Aus diesem alternativen Berechnungsansatz, der den Fokus auf die Innenstadt legt, da hier die Wettbewerbsüberschneidungen faktisch am stärksten sein werden, ergeben sich **höhere Umverteilungseffekte** von ca. 11,3 Mio. € bzw. 8 % gegenüber den relevanten Betrieben in der Magdeburger Innenstadt.

5.6 Bewertung der Auswirkungen auf die Zentrenstrukturen

Die Aussagen der GfK basieren auf einer beantragten Verkaufsflächenneuaufteilung eines autokundenorientierten Fachmarktzentrums, dessen **Erweiterung geeignet ist, den Standort Flora-Park als Shopping-Center zu positionieren.**

Weiterhin ist festzuhalten, dass grundsätzlich keinerlei Spielraum für Verkaufsfächenerweiterungen bei zentrenrelevanten Sortiment am Standort Flora-Park besteht. Die durch die GfK ermittelten Werte – unabhängig von deren Höhe und Auswirkungen - sind nicht mit den Grundzügen der Planung in der Landeshauptstadt Magdeburg und nicht mit den baurechtlichen Festsetzungen des B-Plans vereinbar.

In der qualitativen Bewertung der Auswirkungen durch die GfK sind folgende Punkte **kritisch** zu hinterfragen:

- Die GfK hält auf Seite 58 fest, dass die ermittelten Quoten auf einem „absolut niedrigen und verkraftbaren Niveau“ liegen. Auch können die „in erster Linie betroffenen Einzelgroßbetriebe im Bekleidungsbereich mögliche Umsatzrückgänge gut stemmen“. Die hier genannten „Einzelgroßbetriebe“ prägen die Innenstadt und stellen wichtige Zentralitäts- und Attraktivitätsfaktoren dar. Umsatzverluste wie von der GfK skizziert bzw. von der GMA in einem alternativen Ansatz ermittelt, die sich auf den relevanten innerstädtischen Gesamtbestand beziehen, können im „worst-case“ für jene „Einzelgroßbetriebe“ durchaus zu **nachhaltigen negativen Effekten** führen. Dies ist auch vor dem Hintergrund der zudem bestehenden Wettbewerbsbeziehungen um Kunden mit u. a. dem Elbe-Park, Internethandel etc. einzuordnen.
- Auch wird der durch die GfK weiterhin beizubehaltende „Fachmarktcharakter der Centeranlage“ Flora-Park (S. 58) angeführt, der bezogen auf den Betriebstyp zu weniger tatsächlichen Wettbewerbsüberschneidungen führen soll. Betrachtet man aber die **Zielausrichtung der beantragten Maßnahmen** im Flora-Park, die es lt. GfK (S. 41) erst möglich macht – „auch bei einer sich verschärfenden Wettbewerbslage (Elbe-Park und „Internet- und Distanzhandel“) – sich in Zukunft als leistungsfähiges fachmarktorientiertes Einkaufszentrum mit gesteigerter Attraktivität darzustellen“, dann muss man sich den Besatz im Elbe-Park vor Augen führen, der u. a. über die relevanten Ankermieter Modepark Röther, H&M und weitere markenorientierte Betriebe verfügt. Wenn der Flora-Park attraktive markenorientierte Anbieter auf diesen Niveau als Mieter gewinnt, ist zuweilen von **hohen Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Besatz der Innenstadt** auszugehen, die über das Argument des „Fachmarktcharakters“ u. E. **verharmlost** werden sollen.
- Die GfK hebt auf Seite 58 die „maßvolle Herangehensweise zu Flächen- und Sortimentsneustrukturierung“ im Flora-Park positiv hervor. Aus Sicht der GMA sind hier nochmals die **beantragten Verkaufsflächenzuwächse** von
 - + 63 % im periodischen Bedarf,
 - + 77 % im Bereich „Bekleidung, Schuhe / Lederwaren“ und
 - + 33 % im haushalts- und persönlichen Bedarf
 anzuführen, die sich **keinesfalls in einem maßvollen Rahmen bewegen**, unabhängig von einer baurechtlichen Einschätzung.

Im Fazit der GfK wird erneut auf die „soziokulturelle Funktion“ des Flora-Parks und die sich daraus ergebende „öffentliche Position“ hingewiesen, die durch die Stadtteilbibliothek gestützt wird. Diese Hilfsargumentation, die die beantragten Maßnahmen zum Teil rechtfertigen soll, **entspricht nicht den tatsächlichen Gegebenheiten.**

In der Schlussfolgerung der GfK werden eine Reihe von positiven Aspekten wie z. B. „Bindung der Altkunden und Kundengewinnung, Erhöhung der Zentralität, Verhinderung von Kaufkraftabflüssen“ angeführt (s. 61), die sich aus der Weiterentwicklung des Flora-Parks im beantragten Umfang ergeben und folglich zur Stärkung des Handelsplatzes Magdeburg beitragen sollen. Zwar ist zu einem gewissen Grad auch von einer Steigerung der gesamtstädtischen Zentralität auszugehen, vielmehr ist demgegenüber die **Umverteilung der Umsätze zu Lasten des Hauptzentrum bzw. zu Gunsten eines autoorientierten Fachmarktzentrum anzuführen. Dies ist schlussendlich in die Abwägung einzustellen.**

Als weiterer positiver Aspekt wird die **Arbeitsplatzthematik** benannt. Zwar ist auch hier davon auszugehen, dass es zu einem gewissen Zugewinn an Arbeitsplätzen durch eine höhere Zahl an Betrieben kommt wird, dennoch ist festzuhalten, dass unter Beibehaltung des Fachmarktcharakters sowie einer großzügigeren Warenpräsentation, die seitens der GfK vielmals hervorgehoben wurden, die **Zahl der qualitativen Arbeitsplätze in Fachmärkten mit geringem Personalbedarf entsprechend geringer** sein wird als angenommen. Im Gegenzug dazu sind die möglichen **Arbeitsplatzstreichungen bei Betrieben in der Innenstadt**, die z. T. deutlich personalintensiver auftreten als in einem Fachmarkt im Flora-Park zu berücksichtigen. Die benannten positiven Effekte für das lokale Bau- und Handwerksgewerbe sind ebenfalls kritisch zu hinterfragen.

6. Empfehlungen zur sortimentsbezogenen Weiterentwicklung des Flora-Parks

Die GMA legt bei den folgenden Empfehlungen in erster Linie die Aussagen des Magdeburger Märktekonzeptes zugrunde. Dieses verfolgt den städtebaulichen Grundsatz „**City first**“. Die beantragte Verkaufsflächenerweiterung in den zentrenrelevanten Sortimenten **widerspricht somit den Grundzügen der Planung**.

Wenn hypothetisch über ein Abweichen von dieser Linie nachzudenken wäre, dann wäre allenfalls eine geringfügige Ausweitung der Verkaufsflächen um **max. 5 %** denkbar. Vielmehr sollte versucht werden die frei gewordenen Flächen des toom-Marktes durch nicht zentrenrelevante Sortimente zu belegen. Dabei ist auf die Magdeburger Sortimentsliste zurückzugreifen.

Tabelle 7: für den Flora-Park infrage kommende Sortimente gemäß Magdeburger Märktekonzept

Sortimente	Mögliche Optionen
Möbel, Küchen, Matratzen	Verkaufsflächenerweiterung Roller
Bau- und Heimwerkerbedarf	Ansiedlung Baumarkt
Gartenbedarf	Ansiedlung Gartenfachmarkt
Teppiche / Bodenbeläge	Fachmärkte
Tapeten / Farben / Lacke	Fachmärkte
Auto- und Motorradzubehör	Ansiedlung (Verlagerung) eines Fachmarkts für Motorräder / Zubehör, z.B. Louis, Polo Motorräder
Pferdesportmarkt mit Schwerpunkt Reitsportbedarf (mit definierten Anteil an Verkaufsflächen mit Innenstadtrelevanz)	
Quelle: GMA-Empfehlung auf Basis der „Magdeburger Sortimentsliste“	

In die **Abwägung** sind folgende Punkte einzustellen:

- Die wie von der GfK behauptete Notwendigkeit einer Verkaufsflächenflexibilisierung zur Stabilisierung der Flächenleistungen im Flora-Park
- Es muss klar herausgestellt werden, dass eine Genehmigung zu einer **Schwächung der Innenstadt**, die verstärkt dem Wettbewerbsdruck seitens der Fachmarktzentren wie dem Elbe-Park oder dem Internethandel ausgesetzt ist und über **fehlende Ausbauspielräume** verfügt.

- Perspektivisch betrachtet führt eine Änderung des Bebauungsplans gemäß den beantragten Festsetzungen auch zu einer Unterminierung **der städtebaulichen Zielsetzungen des Magdeburger Märktekonzeptes**.

Eine Genehmigung der beantragte Verkaufsflächen, die durch die GfK als städtebaulich verträglich eingestuft wurden und aus Sicht des Centermanagements zwingend für die Wettbewerbsfähigkeit des Flora-Parks erforderlich wären, kann vor dem Hintergrund der städtebaulichen Zielsetzung der Landeshauptstadt Magdeburg „city first“ aus gutachterlicher Sicht **nicht empfohlen** werden.

Verzeichnisse	Seite
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Festsetzungen des B-Plans Nr. 111-2	5
Tabelle 2: Sozioökonomische und demographische Kennziffern	8
Tabelle 3: Gegenüberstellung bestehende und beantragte Verkaufsflächen	13
Tabelle 4: Gegenüberstellung der Bewertungskriterien eines Stadtteilzentrum in Magdeburg mit dem Flora-Park	15
Tabelle 5: Idealtypische Verkaufsflächenwerte für ein Stadtteilzentrum am Standort Flora-Park	15
Tabelle 6: Umsatzumverteilungseffekte nach GfK und alternative Berechnung nach GMA	20
Tabelle 7: für den Flora-Park infrage kommende Sortimente gemäß Magdeburger Märktekonzept	23
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Ausgewählte Stadtteile der Landeshauptstadt Magdeburg und Lage des Flora-Parks	6
Abbildung 2: Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks in der Zentrenstruktur* der Landeshauptstadt Magdeburg	10
Abbildung 3: Handelsbezogene Bedeutung des Flora-Parks in der Landeshauptstadt Magdeburg (ausgewählte Sortimente)	11