







Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten in Magdeburg-Stadtfeld im Gebiet Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße (B-Plan 216-2)

Auftraggeber: Landeshauptstadt Magdeburg, Stadtplanungsamt

Projektleitung: Dr. Stefan Holl

Dresden, am 12.11.2015

GMA Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

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

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

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273
Telefax: 0351 / 80 23 895
E-Mail: stefan.holl@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**4**
1.	Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2.	Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3.	Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und bei der Nahversorgung	6
II.	**Standortbeschreibung und –bewertung**	**10**
1.	Makrostandort Magdeburg	10
1.1	Märktekonzept als Steuerungsgrundlage des Einzelhandels	10
1.2	Bebauungsplanentwurf	11
2.	Mikrostandort „Olvenstedter Straße“	11
III.	**Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial**	**15**
1.	Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	15
2.	Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
IV.	**Wettbewerbssituation**	**20**
1.	**Wettbewerbssituation im Stadtfeld-Ost**	20
2.	**Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets**	21
3.	Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	21
3.1	Zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“	21
3.2	Zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld	22
3.3	Weitere Wettbewerbsstandorte	23
V.	**Auswirkungen des Vorhabens**	**24**
1.	Umsatzprognose für den geplanten Nahversorgungsschwerpunkt	24
2.	Umsatzprognose ergänzender aperiodischer Angebote	25
3.	Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen und städtebauliche Bewertung	25
3.1	Stärkung der Nahversorgungsfunktion im Quartier	25
3.2	Rückwirkungen auf andere Standorte im Stadtgebiet	25
3.3	Umsatzumverteilungen	26
3.4	Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	27
3.5	Empfehlungen zur Ausgestaltung der Angebote	28
VI.	**Zusammenfassung**	**29**

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Für den Stadtteil Stadtfeld Ost ist zwischen Maxim-Gorki-Straße und Goethestraße an der Olvenstedter Straße die Ansiedlung ergänzender Nahversorgungsangebote vorgesehen:

- Für den Standort wird eine Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.400 m² diskutiert[1]. Dabei sind alternative Szenarien vorstellbar:
  - **Variante 1:** Belegung mit einem Markt von ca. 800 m², ergänzende Belegung von 600 m² durch andere Handelsunternehmen und Dienstleister, oder
  - **Variante 2:** Belegung mit einer größeren Lebensmittelfläche.
- Folgende Nutzungsbausteine sind für die Untersuchung mit nahversorgungs- bzw. innenstadtrelevanten Verkaufsflächen zugrunde zu legen:

▪ Lebensmittel (Kernsortiment)	ca. 800 m² (Discounter) / bis 1.400 m² (Vollsortimenter)
▪ Drogeriemarkt	bis 400 m²
▪ Textilien	bis 400 m²
▪ Blumenfachgeschäft	bis 100 m²
▪ Metzger	bis 100 m²
▪ Bäcker	bis 100 m²

Auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelssituation im Stadtteil Stadtfeld bzw. angrenzender Stadtteile sowie der Vorgaben bzw. Zentrenstrukturen des Magdeburger Märktekonzeptes sind die Varianten 1 und 2 zu prüfen.

Insbesondere ist die Frage zu beantworten, ob von dem Vorhaben negative städtebauliche Auswirkungen auf die im Magdeburger Märktekonzept ausgewiesenen Versorgungszentren im betrieblichen Einzugsgebiet und angrenzenden Stadträumen ausgehen.

Für das Projektgrundstück wird derzeit ein Bebauungsplan (216-2) vorbereitet[2], so dass die Untersuchung auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO vorgenommen wird. Im Vordergrund stehen eventuelle schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche gemäß

1 Die der GMA vorliegende Planung vom 5. März 2014 weist als Handelsbausteine mögliche Nutzungen auf: Discounter (ca. 1.507 m² BGF), Shop (ca. 161 m² BGF), Apotheke (ca. 166 m² BGF), Kiosk (48 m² BGF), wobei der Stand der Planung Modifikationen zulässt.

2 Für das Baugebiet wird aktuell eine Festsetzung als Kern- oder als Mischgebiet diskutiert. Für die potenziellen wirtschaftlichen bzw. städtebaulichen Auswirkungen ist die Frage der zu wählenden Festsetzung zunächst unerheblich.

Märktekonzept für die Stadt Magdeburg 2007. Hierbei sind insbesondere die Stadtteile Stadtfeld und Innenstadt zu beachten. Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- Darstellung des Rechtsrahmens
- Darstellung des Makrostandortes Magdeburg bzw. Stadtfeld sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße
- Abgrenzung und ggf. Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebiets, Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Stadtfeld (Wettbewerbsanalyse)
- Umsatzprognose der geplanten Lebensmittelnutzung sowie ggf. ergänzender Angebote und Ermittlung der dadurch ausgelösten Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Darstellung und Bewertung möglicher wirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf das Standortgefüge im Untersuchungsraum unter besonderer Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Oktober 2015 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere von Wettbewerbsstandorten und der zentralen Versorgungsbereiche im Umfeld vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Da für den Standort „Olvenstedter Straße“ ein Bebauungsplan aufgestellt wird, ist eine Beurteilung des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen. Dieser führt für den sog. großflächigen Handel aus:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

> sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.
>
> Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Besondere „Schutzgüter" sind ab 2004 nach dem BauGB die „zentralen Versorgungsbereiche". Mit Bezug auf *„schädliche Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche"* ist unter Zugrundelegung der aktuellen Rechtsprechung zwischen rein wettbewerblichen und städtebaulichen Effekten zu unterscheiden. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes sind schädliche Auswirkungen zu erwarten, wenn die

> „[…] Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird. Eine solche Funktionsstörung liegt vor, wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann".[3]

Die von der geplanten Ansiedlung evtl. ausgehenden städtebaulichen Wirkungen (z. B. Abschmelzung bestehender Einzelhandelsbetriebe, erhöhte Geschäftsfluktuation) können auf Basis der voraussichtlich ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte eingeschätzt werden. Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilungen hat sich dabei als Orientierungswert bewährt.[4] Demnach können bei Umsatzumverteilungen von 10 % und mehr schädliche städtebauliche Auswirkungen erwartet werden. Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche städtebauliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung" aufweisen.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und bei der Nahversorgung

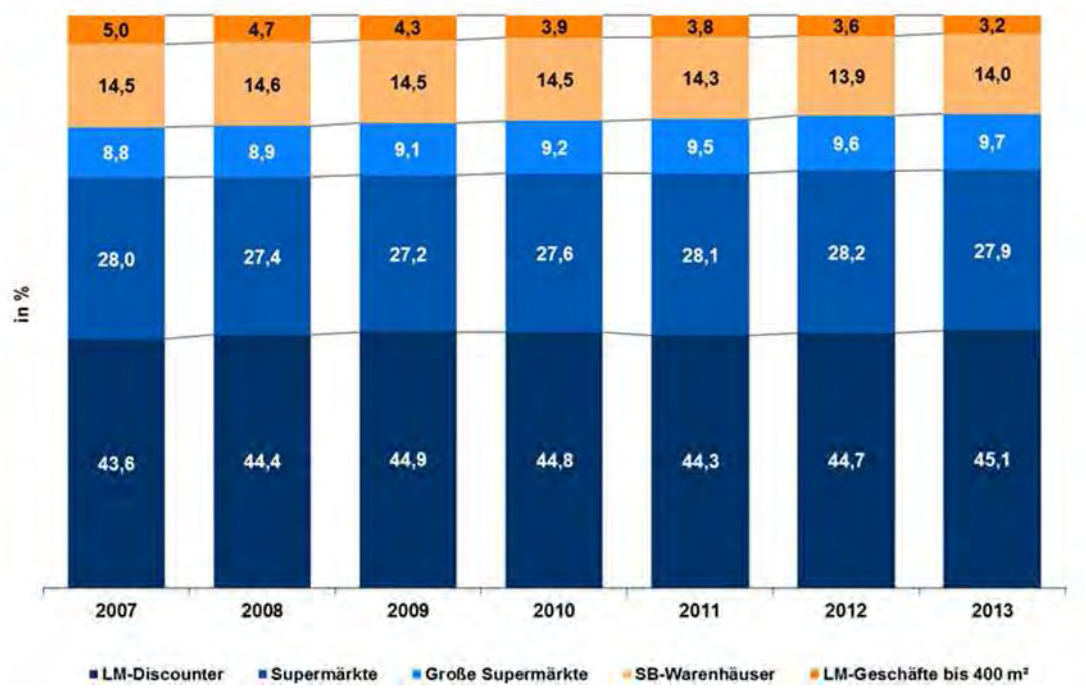
Da als Magnetbetrieb ein Lebensmitteleinzelhandel vorgesehen ist, wird im Folgenden auf mögliche Facetten dieses Leitbetriebs näher eingegangen. Die Dynamik in der Branche ist nach wie

[3] BVerwG 4 C 2.08, 17. Oktober 2009.

[4] Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche städtebauliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung" aufweisen.

vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2013



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2014

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäft rückläufig. Folgende Betriebstypen prägen den Einzelhandel:[5]

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment[6] 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[7] führt.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

5 Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 317.
6 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.
7 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

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

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Das Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfoodsektor verringern.

Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen werden ergänzend Waren des kurzfristigen Bedarfs angeboten.

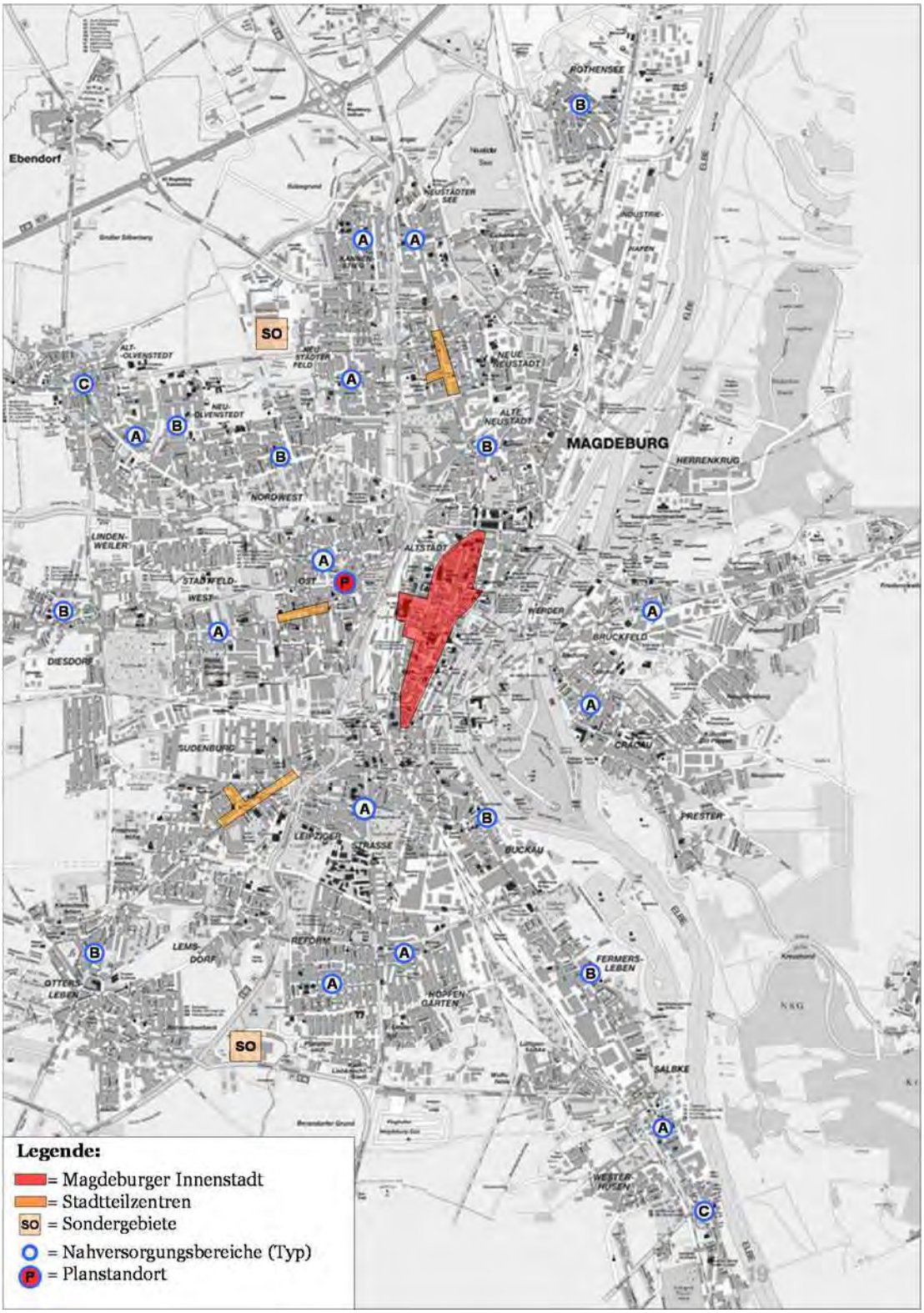
Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (∅ 745 m² VK)		Supermarkt (∅ 960 m² VK)		Großer Supermarkt (∅ 3.415 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.584	75	8.760	76	15.740	63
Nonfood I	273	13	2.010	17	4.810	19
Nonfood II	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	24	9.290	37
Insgesamt	**2.121**	**100**	**11.610**	**100**	**25.030**	**100**

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2014.

Moderne Vollsortimenter legen besonderen Wert auf Atmosphäre, eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) sowie auf eine einfache Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren („Verkaufsfläche statt Lager“). Die aktuelle Vorhabenkonzeption lässt sowohl einen Discounter wie einen Lebensmittelsupermarkt (= Vollsortimenter) zu.

Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg



II. Standortbeschreibung und –bewertung

1. Makrostandort Magdeburg

Als Einzelhandelsplatz nimmt die Landeshauptstadt Magdeburg mit aktuell rd. 231.000 Einwohnern die oberzentrale Versorgungsfunktion für ein Einzugsgebiet von über 900.000 Menschen wahr. Im Rahmen der turnusmäßigen Bestandserhebung wurden 2010/11 insgesamt 1.667 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 567.810 m² Verkaufsfläche ermittelt; das entspricht einem Verkaufsflächenbesatz von rund 2.400 m² je 1.000 Einwohner und ist im Bundesvergleich als überdurchschnittlich einzustufen.

1.1 Märktekonzept als Steuerungsgrundlage des Einzelhandels

Mit dem Magdeburger Märktekonzept besitzt die Landeshauptstadt ein bewährtes Steuerungsinstrument als Handlungsgrundlage, das die Einzelhandelsentwicklung auf der Basis eines Sortiments- und Standortkonzepts sowohl räumlich als auch sortimentsbezogen auf geeignete Lagen konzentriert. Im Rahmen der derzeit laufenden Fortschreibung des Magdeburger Märktekonzeptes von 2007 wird das sortimentsbezogene Leitbild und das Standortkonzept überprüft bzw. aktualisiert. Bezogen auf das Standortleitbild / -konzept differenziert das Magdeburger Märktekonzept bei der Abgrenzung der **zentralen Versorgungsbereiche** zwischen

- der Innenstadt
- den Stadtteilzentren
- den Nahversorgungsbereichen als integrierte Lagen
- den Sondergebieten (mit Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums).

Innerhalb der den Stadtteilzentren hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungsbereiche**[8] wird eine Untergliederung in drei Typen (A bis C) vorgenommen. Als entscheidendes Kriterium für die Einstufung der NVB gilt dabei das Vorhandensein 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. Daneben sind als **weitere Standortlagen** (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) die dezentralen Standorte

- in städtebaulich nicht integrierten bzw.
- in städtebaulich integrierten Lagen

anzuführen. Ausgehend von den o.g. Aussagen des Magdeburger Märktekonzeptes sind im Stadtteil Stadtfeld Ost mit insgesamt ca. 26.000 Einwohner folgende Zentren definiert:

8 nachfolgenden: NVB

- Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“[9]
- Olvenstedter Straße (Typ A).[10]

1.2 Bebauungsplanentwurf

Für den B-Plan 216-2 ist als Festsetzung ein „Kern-“ oder ein „Mischgebiet“ vorgesehen. Die Landeshauptstadt stellt dort die Bebauungspläne 216-1, 216.1-1 und 216-2 auf. Die Baukonzeption vom Plannquadrat (Sandhausen) von Juli 2014 sieht neben Einzelhandels- und Büronutzung auch Wohnen (u. a. betreutes- und altersgerechtes Wohnen) vor.

2. Mikrostandort „Olvenstedter Straße“

Der für die Ansiedlung zusätzlicher Nahversorgungsangebote vorgesehene Standort befindet sich im Magdeburger Stadtteil Stadtfeld Ost unweit des Damaschkeplatzes, an welchem die Stadtbezirksgrenze zur Innenstadt verläuft. Mit Blick auf den Siedlungskörper des Stadtteiles liegt der Standort am östlichen Siedlungsrand. Derzeit wird das Grundstück neu geordnet.

Der gesamte Stadtbezirk Stadtfeld-Ost zählt zu den bevorzugten Wohnstandorten innerhalb Magdeburgs. Neben der fußläufigen Nähe zum Zentrum tragen insbesondere die prägende gründerzeitliche Bebauung und ein gutes Versorgungsangebot zur Standortattraktivität bei.

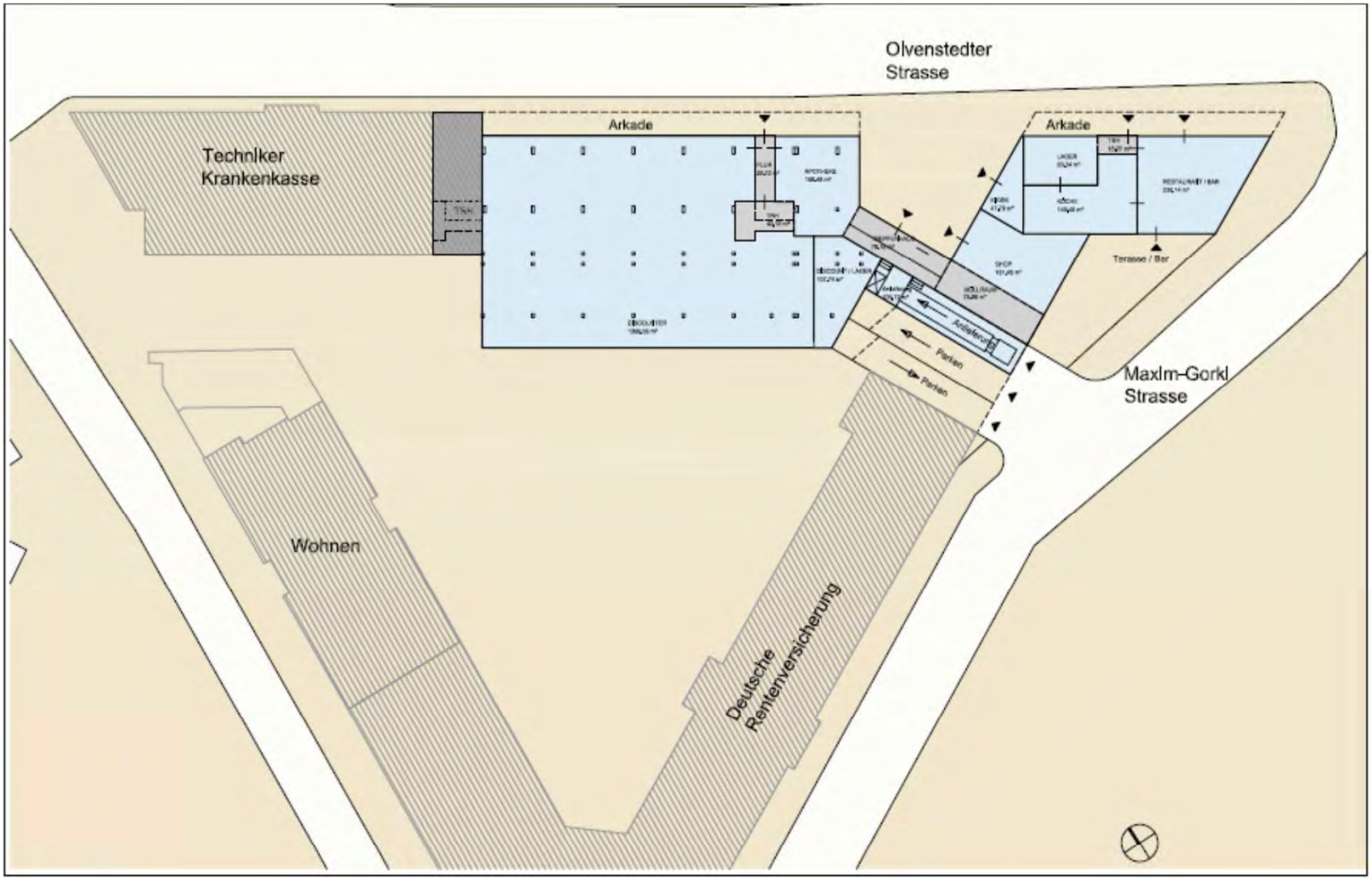
Das Standortumfeld wird bereits aktuell durch ein hohes Maß an Nahversorgungsangeboten geprägt (vgl. Karte 3). Des Weiteren befindet sich im Umfeld eine Vielzahl öffentlicher und privater Dienstleistungen (u. a. Sparkasse). Mit Blick auf das in Fortschreibung befindliche Märktekonzept der Stadt Magdeburg ist festzuhalten, dass sich der Standort nicht in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Das nächstgelegene Zentrum ist das Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“.

---

9 Stadtteilzentren / Sondergebiete:
- ein jeweils ca. 15.000 Einwohner umfassendes Einzugsgebiet
- vollständiger Einzelhandelsbesatz im kurzfristigen Bedarfsbereich (periodischer Bedarf)
- ergänzender Besatz im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (aperiodischer Bedarf, v. a. Bekleidung, Papier- und Schreibwaren)
- Dominanz von klein- und mittelflächigen Betrieben
- noch hohe, aber nicht höchste Passantenfrequenz
- Dienstleistungsangebote unterbrechen den Geschäftsbesatz (Kreditinstitute, Gastronomie, Reisebüros etc.)
- teilweise verringern mindergenutzte Grundstücke und Ladenleerstände die Einkaufsattraktivität
- insgesamt jedoch Standorte für gesamtstädtisch relevante, i. d. R. auch stark spezialisierte Angebote.

10 Typ A: Nahversorgungsbereich:
- mindestens ein großflächiger Lebensmittelbetrieb (> 800 m² VK) als Magnet der Lage
- vollständiges Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich (periodischer Bedarf), teilweise ergänzt durch Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- Komplementärnutzungen wie z. B. Frisör, Gastronomie, Reisebüro, Kreditinstitut
- insgesamt zukunftsfähig hinsichtlich Verkaufsflächenausstattung, Branchenmix, Parkierung / Andienung, ggf. Verbesserungsmöglichkeiten in Teilbereichen (z. B. ergänzende Angebote, städtebauliche Attraktivität).

Karte 2: Das Vorhaben



Quelle: Studie Wohn- und Geschäftshaus, Grundriss Erdgeschoss, pbr, 07 / 2014.

Das **unmittelbare Standortumfeld** ist durch einen heterogenen Mix unterschiedlicher Nutzungen geprägt. So ist der Standort in Richtung Norden und Westen von Wohngebieten, bestehend aus kompakter Mehrfamilienhausbebauung, umschlossen. Im südöstlichen Umfeld liegen mit der B 80 (Tangente) und dem Gleiskörper zwei wesentliche Verkehrsachsen, die auch eine Zäsur im Siedlungskörper zur Innenstadt darstellen. In südlicher Nachbarschaft befindet sich das Stadtteilzentrum „Großen Diesdorfer Straße“.

Für den **Individualverkehr** ist der Standort gut zu erreichen, wobei die Lage im Kreuzungsbereich Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße noch einer verkehrlichen Ertüchtigung bedarf.

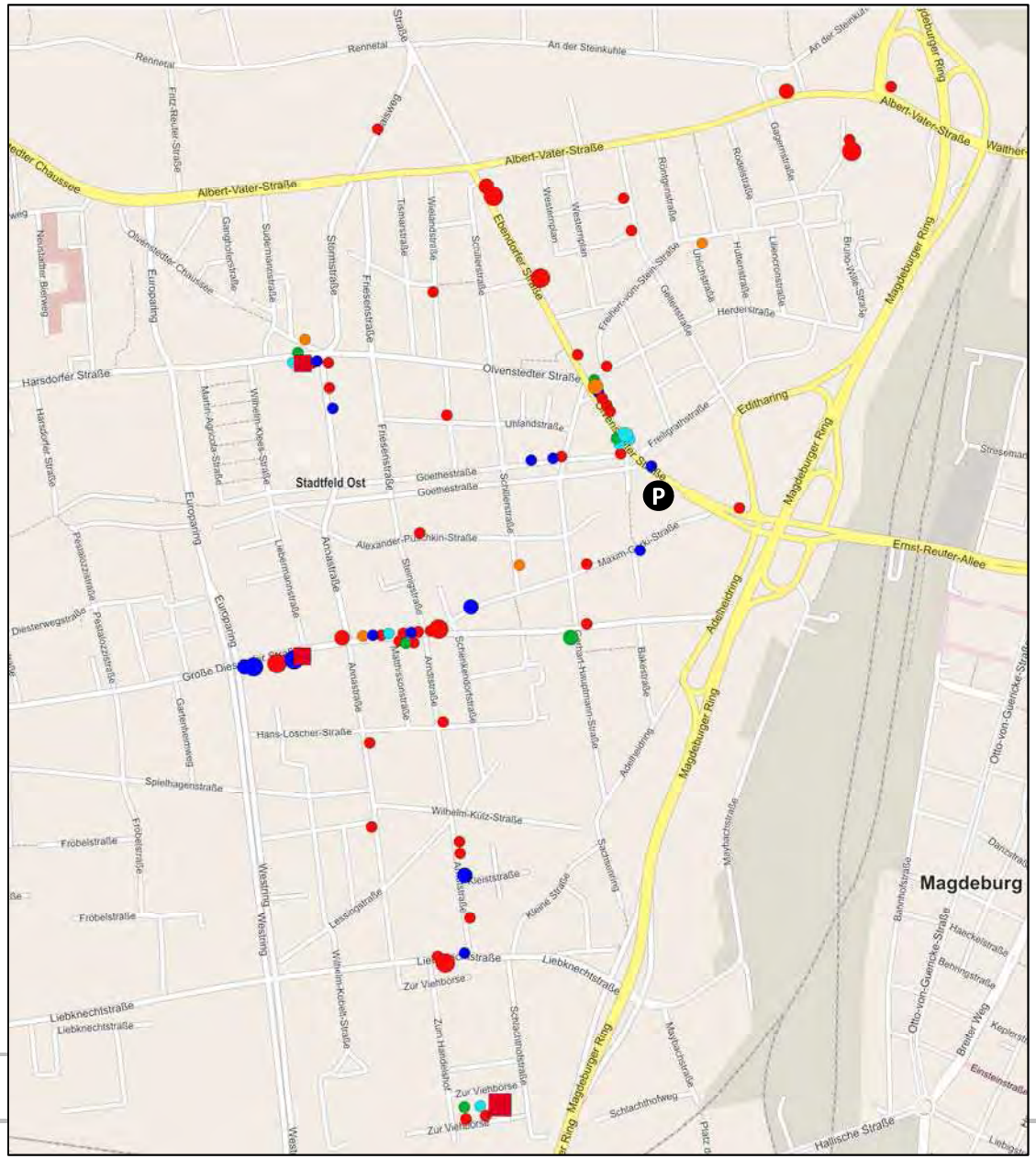
An den **ÖPNV** ist der Standort sehr gut angebunden. Wenige Meter nordwestlich des Planstandortes befindet sich die Straßenbahnhaltestelle „Goethestraße“. Straßenbegleitend sind Fußwege vorhanden. Der Standort ist daher auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen gut zu erreichen.

Hinsichtlich der Planung ist anzumerken:

- Der Handel orientiert auf die Olvenstedter Straße, an welcher sich auch die Kundenzugänge befinden.
- Am Standort bestehen keine ebenerdigen Stellplätze, was zu Standortnachteilen ggü. bestehenden Anbietern im mittelbaren Standortumfeld sowie im Einzugsgebiet führt[11].
- Die Parkierung ist nach den uns vorliegenden Unterlagen im 1. und 2. OG vorgesehen (die im Kellergeschoss eingeplanten Stellplätze sind ausschließlich für Bewohner / Beschäftigte vorgesehen).
- In der vorliegenden Planung sind die Kundenzugänge vom Handel zur Parkfläche noch nicht ausreichend präzisiert. Insgesamt ist die Planung zu optimieren, so dass sichergestellt wird, dass keine Handelsbranche entsteht.

[11] Alle Wettbewerber im Einzugsgebiet verfügen über ein ebenerdiges Stellplatzangebot (> 15 Stellplätze).

Karte 3: Planstandort und Umfeldnutzungen



Einzelhandel
Größenklassen

- über 1.500 m² VK
- 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport

P Planstandort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials bildet die Basis für die Umsatzprognose.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für die vorgesehenen Nahversorgungsangebote kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung 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 weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine unterschiedliche Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist.[12]

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

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Gehzeitisochronen
- Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen im Stadtteil und den umliegenden Stadtteilen
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Magdeburg.

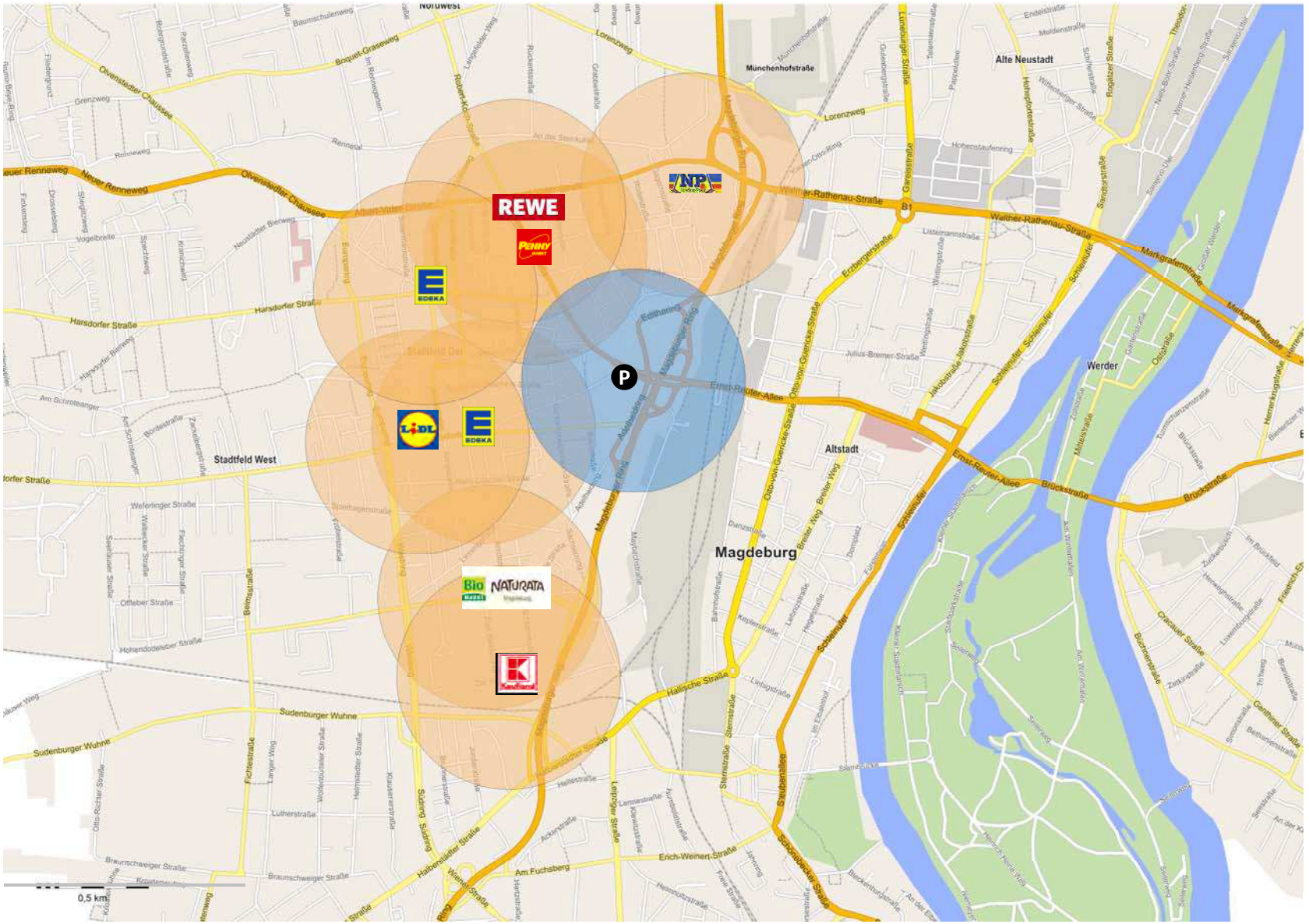
Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für die geplanten Nahversorgungsangebote am Standort „Olvenstedter Straße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

Stadtteil Stadtfeld-Ost (STB 241, 246)	ca. 5.500 Einwohner
Stadtteil Stadtfeld-Ost (STB 242, 245, 247 – 249)	ca. 20.300 Einwohner
insgesamt	**ca. 25.800 Einwohner.**[13]

12 Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch eine Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

13 Quelle: Stadt Magdeburg, Datenstand: 31.12.2014.

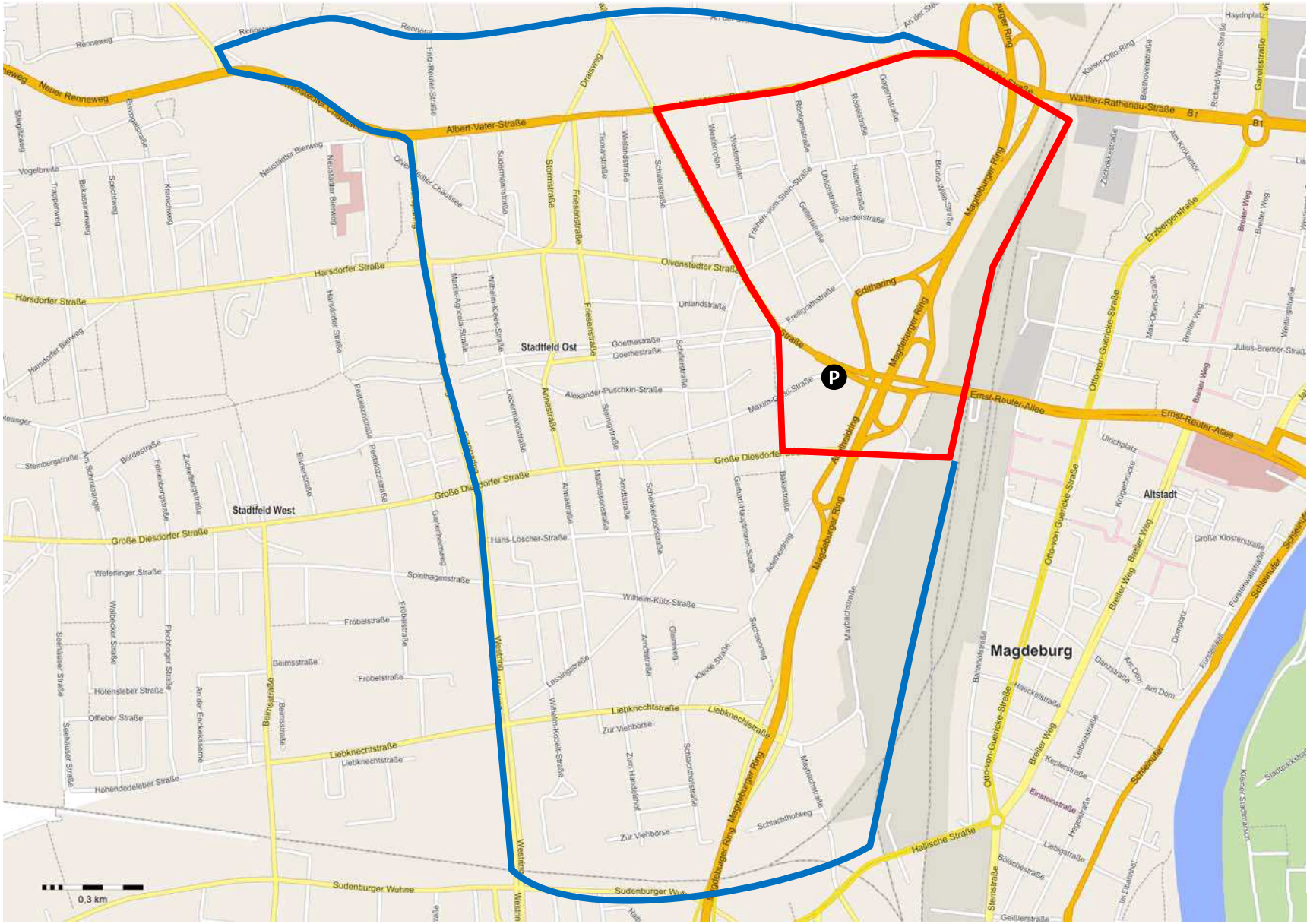
Karte 4: Nahversorgungssituation in Magdeburg-Stadtfeld



P Planstandort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

Karte 5: Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungsstandortes an der Olvenstedter Straße



Legende

- Zone I
- Zone II
- P Planstandort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

Insgesamt wird durch den geplanten Nahversorgungsstandort ein Einzugsgebiet erschlossen, welches nicht über den Stadtteil hinausgeht. In Richtung Osten wird das Einzugsgebiet durch die Verkehrsachsen und den leistungsfähigen Innenstadthandel begrenzt. Die in den südlich angrenzenden Stadtteilen ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsstrukturen verhindern ein weiteres Ausgreifen des Einzugsgebiets nach Süden. Auch im Norden sind die Wohngebiete auf andere Versorgungslagen der Neustadt oder auch den Flora-Park (umfassendes Angebot, u. a. real) orientiert.

Darüber hinausgehende Kundenzuführeffekte an den Standort werden im Rahmen von Streuumsätzen abgebildet und sind auf die Nähe des Standortes zum Bahnhof und zu zahlreichen größeren Arbeitgebern zurückzuführen.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2014 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 5.410.[14]

Bezogen auf das Lebensmittelsortiment betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 1.968 €.[15]

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau[16] zu beachten. Weitere Kaufkraftwerte für einzelne Sortimente weist Tabelle 1 aus, Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 45,9 Mio. €; für weitere Nahversorgungssortimente stehen ca. 11,9 Mio. € zur Verfügung.

14 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.
15 Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.
16 Quelle: MB Research, 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Für Magdeburg liegt der aktuelle Wert bei 90,4.

Tabelle 2: Kaufkraft im Einzugsgebiet

Sortiment	Zone I	Zone II	Zonen I – II
	in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	9,8	36,1	45,9
Gesundheit, Körperpflege	1,9	6,9	8,8
Blumen, zool. Bedarf	0,7	2,4	3,1
kurzfristiger Bedarf insg.(„Nahversorgungssortiment“)	**12,4**	**45,4**	**57,8**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1,3	4,9	6,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	3,4	12,7	16,1
mittelfristiger Bedarf insg.	4,7	17,6	22,3
Elektrowaren, Medien, Foto	2,6	9,7	12,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2,9	10,8	13,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2,4	8,8	11,2
Optik / Uhren, Schmuck	0,6	2,1	2,7
Sonstige Sortimente	1,3	4,8	6,1
langfristiger Bedarf insg.	9,8	36,2	46,0
Nichtlebensmittel insg.	17,1	63,1	80,2
Einzelhandel insg.	26,9	99,2	126,1

GMA-Berechnungen 2015

IV. Wettbewerbssituation

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

1. Wettbewerbssituation im Stadtfeld-Ost

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation im Stadtbezirk Stadtfeld-Ost wurde von der GMA im Oktober 2015 eine Erhebung wesentlicher Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand Stadtfeld-Ost 2015

Sortiment	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	50	12.410
Gesundheit, Körperpflege	5	350
Blumen, zool. Bedarf	6	325
kurzfristiger Bedarf insg.	**61**	**13.085**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	6	290
Bekleidung, Schuhe, Sport	16	2.015
mittelfristiger Bedarf insg.	**22**	**2.305**
langfristiger Bedarf insg. (nicht erfasst)	**k. A.**	**k. A.**
Nichtlebensmittel insg. (ohne langfristigen Bedarf)	**33**	**2.980**
Einzelhandel insg.	**83**	**15.390**

GMA-Erhebung Oktober 2015

Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rund 600 m² je 1.000 Einwohnern in Stadtfeld-Ost deutlich unterhalb der durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland mit rd. 1.400 m² je 1.000 Einwohner. Besser ist die Ausstattung mit Lebensmittelangeboten; hier besteht im Stadtteil – wie im Bundesdurchschnitt – eine rechnerische Verkaufsflächenausstattung von rd. 450 m² VK / 1.000 Einwohner im Nahrungs- und Genussmittelbereich.[17] Die Ausstattungskennziffern verweisen auf die hohe Nahversorgungsbedeutung der Lebensmittelangebote im Stadtteil. Knapp die Hälfte der Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel entfällt jedoch auf einen Anbieter am Standort „Zur Viehbörse“, der auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernimmt. Nach vorsichtiger Schätzung dürfte der vorhandene Lebensmitteleinzelhandel im Stadtbezirk maximal 80 % der Kaufkraft binden.

17 Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood I und II).

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets

Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die Angebotsstrukturen an den Großflächenstandorten Flora-Park und Börde-Park zu beachten. Bei Spezialsortimenten des Lebensmitteleinzelhandels und des Lebensmittelhandwerks sind die Angebote der Innenstadt der Vollständigkeit halber zu erwähnen. Das umfassende Angebot der Innenstadt stellt auch für den Fall einer Realisierung des Drogeriefachmarktes und des Textilfachmarktangebotes den Hauptwettbewerbsstandort dar.

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Bei der Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben oder Nahversorgungsstandorten ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Da keine Umlandbedeutung des Planstandortes vorliegt, ist zunächst für Magdeburg zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen und betroffen sind.

Die Stadt Magdeburg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007, in welchem Zentralen unterschiedlicher Hierarchiestufen abgegrenzt werden. Darin werden für den Stadtbezirk Stadtfeld-Ost ein Stadtteilzentrum und mehrere Nahversorgungsstandorte definiert.

3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“

Ein zentraler Versorgungsbereich für die Olvenstedter Straße wurde bislang nicht parzellenscharf abgegrenzt.[18]

Karte 6: Wesentliche Angebote in der Olvenstedter Straße / Ebendorfer Straße



[18] Gegen eine Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches entlang der Olvenstedter Straße / Ebendorfer Straße sprach bislang die fehlende über den fußläufigen Einzugsbereich hinausgehende Versorgungsfunktion.

Die räumliche Ausdehnung der verdichteten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erstreckt sich entlang der Olvenstedter Straße von der Maxim-Gorki-Straße bis zur Herderstraße. In diesem Bereich sind schwerpunktmäßig Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, ein Rossmann-Drogeriemarkt und auch Dienstleistungsangebote ansässig. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten kann hier ein zentraler Versorgungsbereich vertreten werden, dem aus baurechtlicher Perspektive das über den Nahbereich hinausgehende Element fehlt. Unabhängig davon macht eine Darstellung der Versorgungsradien (vgl. Karte 3) deutlich, dass der Planstandort eine Lücke in der Versorgung schließen kann.

3.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld

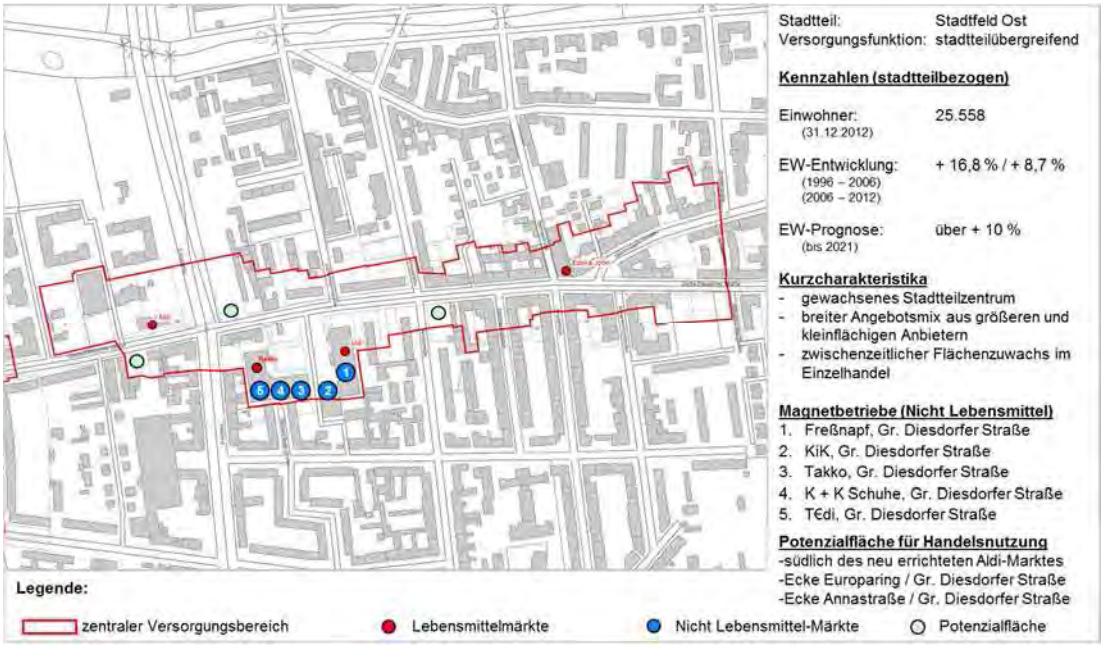
Mögliche schädliche Auswirkungen können auch in den zentralen Versorgungsbereichen im Umfeld auftreten. Die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche sind die Innenstadt sowie das Stadtteilzentrum entlang der Großen Diesdorfer Straße.

- Die **Innenstadt** ist räumlich vom Vorhabenstandort abgesetzt und weist stabile und attraktive Versorgungsstrukturen auf: im Segment der Nahversorgung befindet sich in ca. 1 km Entfernung (City-Carrée) der leistungsfähige Magnetbetrieb Kaufland; auf eine weitergehende Auseinandersetzung mit den Angebotsstrukturen der Innenstadt kann an dieser Stelle verzichtet werden. Eine Beeinträchtigung oder Schädigung des ZVB Innenstadt durch das Vorhaben Maxim-Gorki-Straße kann angesichts der Sortimentsbreite und –tiefe der dortigen Angebote verneint werden.

- Das Stadtteilzentrum Stadtfeld-Ost erstreckt sich im Wesentlichen entlang der verkehrlich stark frequentierten Große Diesdorfer Straße straßenbegleitend zwischen Westfriedhof und der Gerhart-Hauptmann-Straße. Die angrenzenden Nebenstraßen zählen nicht zum zentralen Versorgungsbereich und weisen einen allenfalls gering ausgeprägten Besatz mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben auf.

Magnetbetriebe hinsichtlich der Große Diesdorfer Straße sind auch der Standortverbund Lidl, Takko, KiK sowie NKD, die auch einen mittelfristiges Angebot aufweisen, sowie ein Edeka und ein Aldi. Die angesprochenen Lebensmittelmärkte sind gut frequentiert, bleiben jedoch teilweise hinsichtlich ihrer Verkaufsfläche sowie ihres Marktauftritts hinter gängigen Märkten dieser Anbieter zurück.

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“



Quelle: Märktekonzept der Stadt Magdeburg, 2013 (Entwurf)

Ein Gutteil der projektrelevanten Betriebe in diesem zentralen Versorgungsbereich entfällt auf Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger). Darüber hinaus gibt es Spezialanbieter (u. a. Reformhaus) sowie Tabakwarengeschäfte. Ergänzend zu den genannten nahversorgungsrelevanten Anbietern sind im zentralen Versorgungsbereich Einzelhandelsbetriebe mit Waren aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich vorhanden (z. B. Modeboutiquen).

Aufgrund der Lage an der stark frequentierten Große Diesdorfer Straße ist die Aufenthaltsqualität im Stadtteilzentrum begrenzt. Dies spiegelt sich auch im Angebotsniveau wider, welches im unteren bis mittleren Segment angesiedelt ist. Bei der Bestandserhebung im Oktober 2015 konnte dennoch keine wesentliche Leerstandsprägung festgestellt werden. Auch ist das Stadtteilzentrum stark frequentiert, sodass insgesamt keine Vorschädigung zu konstatieren ist.

Das räumlich langgezogene Stadtteilzentrum ist lokal ausgerichtet und fungiert überwiegend als Nahversorgungsstandort für die umliegende Wohnbevölkerung. Ergänzend zu den Einzelhandelsbetrieben sind einige Dienstleister vorhanden. Aufgrund der Nähe und der stärkeren Überschneidung der Sortimente ist dieser Standort vorrangig hinsichtlich möglicher schädlicher Auswirkungen zu untersuchen.

3.3 Weitere Wettbewerbsstandorte

Als ergänzende Wettbewerbsstandorte sind zu nennen:

- Der Standortverbund Rewe / Penny an der Ebendorfer Straße
- Edeka Rentsch am Olvenstedter Platz
- NP Motzstraße (Discounter)

V. Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzprognose für den geplanten Nahversorgungsschwerpunkt

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 des Einzugsgebietes.[19] 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 im Einzugsgebiet generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für ein attraktives Nahversorgungsangebot anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:[20]

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft in Mio. €			Marktanteil in %			Umsatz insgesamt in Mio. €		
	Food	Gesundheit / Körperpflege	Blumen	Food	Gesundheit / Körperpflege	Blumen	Food	Gesundheit / Körperpflege	Blumen
Zone I	9,8	1,9	0,7	20	25	20	2,0	0,5	0,1
Zone II	36,1	6,9	2,4	7 – 8	10	10	2,7	0,7	0,2
Streuumsätze	-	-	-	10	10	10	0,5	0,1	-
Insgesamt	**45,9**	**8,8**	**3,1**	*	*	*	**5,2**	**1,3**	**0,3**

* Ausweis nicht sinnvoll

GMA-Berechnungen 2015 (ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich)

Für das Lebensmittelsortiment lässt sich ein Umsatzpotenzial von ca. 5,2 Mio. € nachweisen, welches für eine Verkaufsfläche ca. 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmittel) ausreichend ist. Die aus der Umsatzleistung ableitbare Verkaufsfläche für den Drogeriemarkt läge bei ca. 300 m² und da-

19 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.

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

mit nur leicht über dem Wert des Bestandsobjektes Rossmann. Für Blumen / Pflanzen (Shoplösung) besteht hingegen ein ausreichendes Umsatzpotenzial (ca. 100 m² VK). Aus der Umsatzprognose für die Nahversorgungssortimente ergibt sich, dass eine Verkaufsfläche von > 1.400 m² am Standort darstellbar wäre.

2. Umsatzprognose ergänzender aperiodischer Angebote

Zur Bewertung der wirtschaftlichen Realisierungschancen der Vorhaben lassen sich die Flächenleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Nach unserem Kenntnisstand wird ein Textilmarkt mit ca. 400 m² Verkaufsfläche diskutiert, für den die durchschnittliche Flächenproduktivität bei max. 2.500 € / m² VK liegen dürfte. Bei einer Verkaufsfläche von 400 m² beträgt die Zielumsatzleistung hier ca. 1,0 Mio. €.

3. Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen und städtebauliche Bewertung

3.1 Stärkung der Nahversorgungsfunktion im Quartier

Das Vorhaben an der Maxim-Gorki-Straße / Ecke Olvenstedter Straße soll als Magnetbetrieb einen größeren **Lebensmittelanbieter** beinhalten, von welchem folgende Wirkungen zu erwarten sind:

- Er wird dem Standortbereich täglich durch Einkaufsvorgänge rd. 1.000 Kunden zuführen.
- Er tritt in beschränktem Umfang in den Wettbewerb mit dem Lebensmittelhandwerk (insbesondere im Fall einer Vollsortimentslösung), das aber auch von der Frequenzwirkung profitiert.
- Er tritt im Standortumfeld in den Wettbewerb mit dem Bestandsmarkt Rewe (Ecke Albert-Vater-Straße im Standortverbund mit Penny) sowie mit NP in der Motzstraße und dem Edeka-Neukauf (Olvenstedter Platz).

In Summe wird der Standort A-Zentrum Olvenstedter Straße deutlich gestärkt.

3.2 Rückwirkungen auf andere Standorte im Stadtgebiet

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen auf die restlichen Anbieter 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.

3.3 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der Ansiedelung eines attraktiven Lebensmittelanbieters am Standort werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- Der geplante Lebensmittelanbieter kann am Standort „Olvenstedter Straße“ auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.200 m² eine Umsatzleistung von ca. 5,2 Mio. € erzielen (ohne Nonfood).
- Davon entfallen ca. 4,7 Mio. € auf den Lebensmittelkunden aus dem Einzugsgebiet.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch die Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		in Mio. €
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an ▪ A-Zentrum Olvenstedter Straße ▪ sonstige Standorte in Zone I (Rewe, NP)	 < 0,2 0,4 – 0,5
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“	< 1,0
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtteilzentrum ▪ Kaufland „Viehbörse“ ▪ sonstige Standorte in Stadtfeld	 1,0 1,0
	▪ Umsatzumverteilungen an anderen Standorten	1,5
	▪ **Umsatz Lebensmittel**	**5,2**

GMA-Berechnungen 2015

3.4 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche Auswirkungen durch das Ansiedlungsvorhaben „Nahversorgung“ zu erwarten:

- Gegenüber den Anbietern im Stadtteil werden insgesamt rd. 3,7Mio. € Umsatzumverteilung wirksam. Davon betreffen ca. 0,2 Mio. € die Anbieter in der Olvenstedter Straße und bis zu 1,0 Mio. € den zentralen Versorgungsbereich Große Diesdorfer Straße (Stadtteilzentrum). Dort ist der im Zentrum ansässige Lebensmitteleinzelhandel als stabil zu bezeichnen. Auch im aufgezeigten Bereich liegen die Umsatzumverteilungswirkungen auf einem Niveau von ca. 7 – 8 %, so dass der Orientierungswert von ca. 10 %, ab welchen i. d. R. städtebauliche Auswirkungen i. S. v. Betriebsabschmelzungen zu erwarten sind, nicht erreicht wird. Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs ist auch deshalb nicht zu erwarten, weil mehrere leistungsfähige Anbieter vorhanden sind. Weitere wesentliche Anbieter liegen außerhalb integrierter Zentren und genießen per se keinen Schutzbedarf.

- Mit Blick auf das Drogeriesortiment wäre im Falle einer leistungsfähigen Darstellung am Planstandort der Rossmann gefährdet; ggf. würde Rossmann ins Vorhaben umziehen. Auf jeden Fall werden hier Umverteilungswirkungen in einer Größenordnung > 20 % wirksam.

- Das mögliche weitere Anbieter KiK wäre am Standort städtebaulich unschädlich; mögliche Wettbewerbswirkungen konzentrieren sich dort gegenüber der Innenstadt. Auch bei einer Ansiedlung von 400 m² zusätzlicher Textilverkaufsfläche dürfte hier der Nachweis einer nachteiligen Wirkung bei einer Gesamtumsatzleistung im Textileinzelhandel der Innenstadt 100 Mio. € kaum zu führen sein.

- Aus gutachterlicher Sicht kann das Lebensmittelangebot durch einen Vollsortimenter wie ein Discounter gestaltet werden.

- Für die Belegung mit einem Discountangebot spricht:

  - die geringere Überschneidung mit dem Angebot von Rewe (Albert-Vater-Straße) und NP in der Motzstraße, der als Soft-Discounter eine Mittelposition zwischen Discounter und Vollsortimenter einnimmt.

  - eine geringe Überschneidung mit dem Lebensmittelhandwerk (Bäcker / Metzger).

3.5 Empfehlungen zur Ausgestaltung der Angebote

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen im Lebensmittel- oder Textilwarenbereich führen werden. Das Vorhaben dient v. a. der Nahversorgung der Wohnbevölkerung im westlichen Siedlungsbereich des von Magdeburg. Die Ansiedlung ist auch mit Blick auf die Altersstruktur im Stadtteil im Sinne einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung zu begrüßen. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.

4. Hinweise für den Bebauungsplan:

Sortimentsfestsetzungen oder die Aufnahme von Größenbeschränkungen für Verkaufsflächen sind nur bei einer Mischgebietsfestsetzung möglich; die geplante Verkaufsfläche von bis zu 1.400 m² ist als großflächiger Einzelhandel zu sehen, der trotz Überschneidungen der Grenze zur Großflächigkeit nicht die üblicherweise zu erwartenden negativen städtebaulichen Auswirkungen nach sich zieht. Bei einer Kerngebietsfestsetzung ergeben sich vielerorts Konflikte mit der Wohnnutzung; für den Fall einer Mischgebietsfestsetzung sind keine ergänzenden Festsetzungen für den Einzelhandel erforderlich.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	▪ Ansiedlung eines Nahversorgungsangebotes am Standort Maxim-Gorki-Straße in Magdeburg, Stadtfeld-Ost ▪ geplante Verkaufsfläche: ca. 1.400 m² ▪ Standort im westlichen Siedlungsgebiet, heterogene Nutzungsmischung im Standortumfeld (Gewerbe, Wohnen), Wohngebiete im näheren und weiteren Standortumfeld
Rechtsrahmen und Untersuchung	▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Magdeburg	▪ Makrostandort: Stadtbezirk Stadtfeld-Ost, ca. 25.800 Einwohner ▪ Einzelhandelsstrukturen: Stadtteilzentrum mit mehreren Lebensmittelanbietern und ergänzendem Lebensmittelhandwerk entlang der Große Diesdorfer Straße Nahversorgungszentrum entlang der Olvenstedter Straße ohne Magnetbetrieb im Lebensmitteleinzelhandel weitere strukturprägende Einzelhandelsbetriebe in Streu- bzw. Gewerbegebietslage (z. B. Kaufland)
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Einzugsgebiet: Stadtteil Stadtfeld-Ost ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 25.800 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 45,9 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel, ca. 57,8 Mio. € Nahversorgungsangebot
Umsatzerwartung	▪ Gesamtumsatzleistung Lebensmittel bei ca. 1.200 m² VK: ca. 5,2 Mio. €, zzgl. ca. 0,5 Mio. € Nonfood (+ 200 m²); ca. 1,0 Mio. € für einen Textilfachmarkt mit ca. 400 m² Verkaufsfläche
Umsatzumverteilungseffekte in %	▪ Magdeburg-Stadtfeld ▪ Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße — max. 7 – 8 % ▪ Sonstige (periphere) Anbieter — < 5 – 10 % ▪ Sonstige Standorte Innenstadt oder Umland — nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	▪ Die erwarteten Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum liegen unterhalb des Orientierungswertes von 10 %. Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht zu erwarten. Eine Vorschädigung der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche liegt nicht vor. Es liegen keine städtebaulichen Gründe vor, die auch bei einer Umverteilung deutlich unter 10 % negative Auswirkungen vermuten lassen würden. ▪ Umsatzumverteilungen betreffen überwiegend Anbieter außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und sind auch hier nicht bestandsgefährdend. ▪ Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind demnach auszuschließen.

GMA-Zusammenstellung 2015

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg	9
Karte 2:	Das Vorhaben	12
Karte 3:	Nahversorgungssituation in Magdeburg-Stadtfeld	14
Karte 4:	Planstandort und Umfeldnutzungen	16
Karte 5:	Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungsstandortes an der Olvenstedter Straße	17
Karte 6:	Wesentliche Angebote in der Olvenstedter Straße / Ebendorfer Straße	21
Karte 7:	Zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel	8
Tabelle 2:	Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand Stadtfeld-Ost 2015	20
Tabelle 4:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	24
Tabelle 5:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	26

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2013	7