



**Auswirkungsanalyse  
zur geplanten Erweiterung eines Rewe-  
Vollsortimenters  
in Magdeburg-Stadtfeld  
Albert-Vater-Straße / Ebendorfer Straße**

---

**Auftraggeber:** Rewe Markt GmbH,  
Zweigniederlassung Ost

**Ansprechpartner:** Landeshauptstadt Magdeburg,  
Stadtplanungsamt, Frau MacKay

**Projektleitung:** Dr. Stefan Holl

Ludwigsburg, am 08.12.2015

---

## **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

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: stefan.holl@gma.biz

Internet: www.gma.biz

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>4</b>
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und bei der Nahversorgung	6
<b>II. Standortbeschreibung und –bewertung</b>	<b>10</b>
1. Makrostandort Magdeburg	10
2. Mikrostandort „Albert-Vater-Straße“	11
<b>III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial</b>	<b>14</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	14
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	16
<b>IV. Wettbewerbssituation</b>	<b>17</b>
<b>1. Wettbewerbssituation im Stadtfeld-Ost</b>	<b>17</b>
1.1 Einzelhandel im Stadtgebiet insgesamt	17
1.2 Wesentliche Wettbewerber des Vorhabens	18
<b>2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets</b>	<b>18</b>
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	18
3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Albert-Vater-Straße“	18
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld	20
<b>V. Auswirkungen des Vorhabens</b>	<b>22</b>
1. Umsatzprognose für die geplante Erweiterung	22
2. Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen und städtebauliche Bewertung	23
2.1 Stärkung der Nahversorgungsfunktion im Quartier	23
2.2 Rückwirkungen auf andere Standorte im Stadtgebiet	23
2.3 Umsatzumverteilungen	23
2.4 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	24
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>25</b>

## I. Grundlagen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Für den Stadtteil Stadtfeld Ost ist im Kreuzungsbereich Albert-Vater-Straße / Ebendorfer Straße die Erweiterung eines Rewe-Marktes mit aktuell 958 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorgesehen:

- /// Für den Standort wird eine Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.825 m<sup>2</sup> diskutiert. Aus Sicht der GMA ist festzuhalten:
  - Es handelt sich bislang um einen großflächigen Einzelhandel; die geplante Verkaufsflächenerweiterung von 867 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entspricht nahezu einer Verdoppelung der Verkaufsfläche.
  - Rund 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind für Getränke vorgesehen, weitere 75 m<sup>2</sup> entfallen auf Backshop mit Kaffee-Ausschank.
  - Für das Gebiet liegt – soweit zu sehen – kein Bebauungsplan vor.

Auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelssituation im Stadtteil Stadtfeld bzw. angrenzender Stadtteile sowie der Vorgaben bzw. Zentrenstrukturen des Magdeburger Märktekonzeptes ist die Planung 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.

Die Untersuchung für das großflächige Vorhaben erfolgt auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO. Im Vordergrund stehen eventuelle schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche gemäß 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 Albert-Vater-Straße / Ebendorfer Straße
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebiets, Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Stadtfeld (Wettbewerbsanalyse)

- /// Umsatzprognose der geplanten Lebensmittelnutzung 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. Zur Bestimmung der Kundenherkunft wurde eine Kundenwohnorterhebung im Bestandsmarkt durchgeführt. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

## 2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für den Fall, dass für den Standort ein Bebauungsplan aufgestellt werden soll, 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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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.“

Zu gegenwärtigen Zeitpunkt ist auch eine Genehmigung nach § 34 BauGB möglich. 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“.<sup>1</sup>

Besondere „Schutzgüter“ sind ab 2004 nach dem BauGB die „zentralen Versorgungsbereiche“.

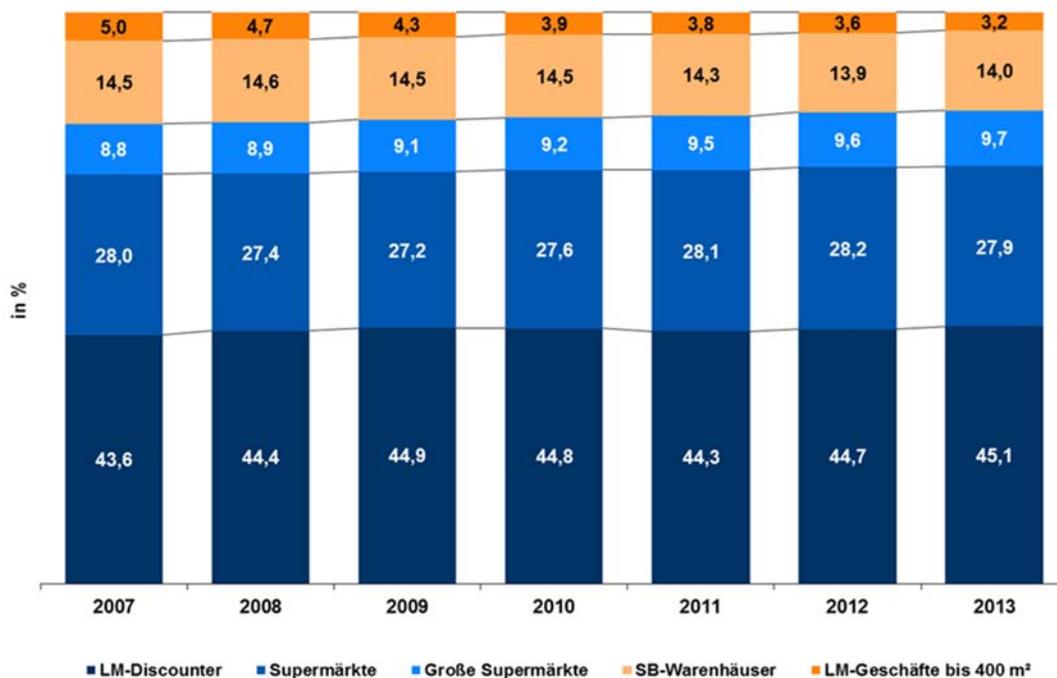
Die von der geplanten Ansiedlung evtl. ausgehenden städtebaulichen Wirkungen (z. B. Abschmelzung bestehender Einzelhandelsbetriebe, erhöhte Geschäftsfluktuation) können auf Basis der voraussichtlich ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte eingeschätzt werden. Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilungen hat sich dabei als Orientierungswert bewährt.<sup>2</sup> 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 Leitbetriebes näher eingegangen. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze.

<sup>1</sup> BVerwG 4 C 2.08, 17. Oktober 2009.

<sup>2</sup> Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche städtebauliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung“ aufweisen.

**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:<sup>3</sup>

#### Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment<sup>4</sup> anbietet.

#### Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>5</sup> führt.

#### Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

<sup>3</sup> Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 317.

<sup>4</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>5</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

### Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>, 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.

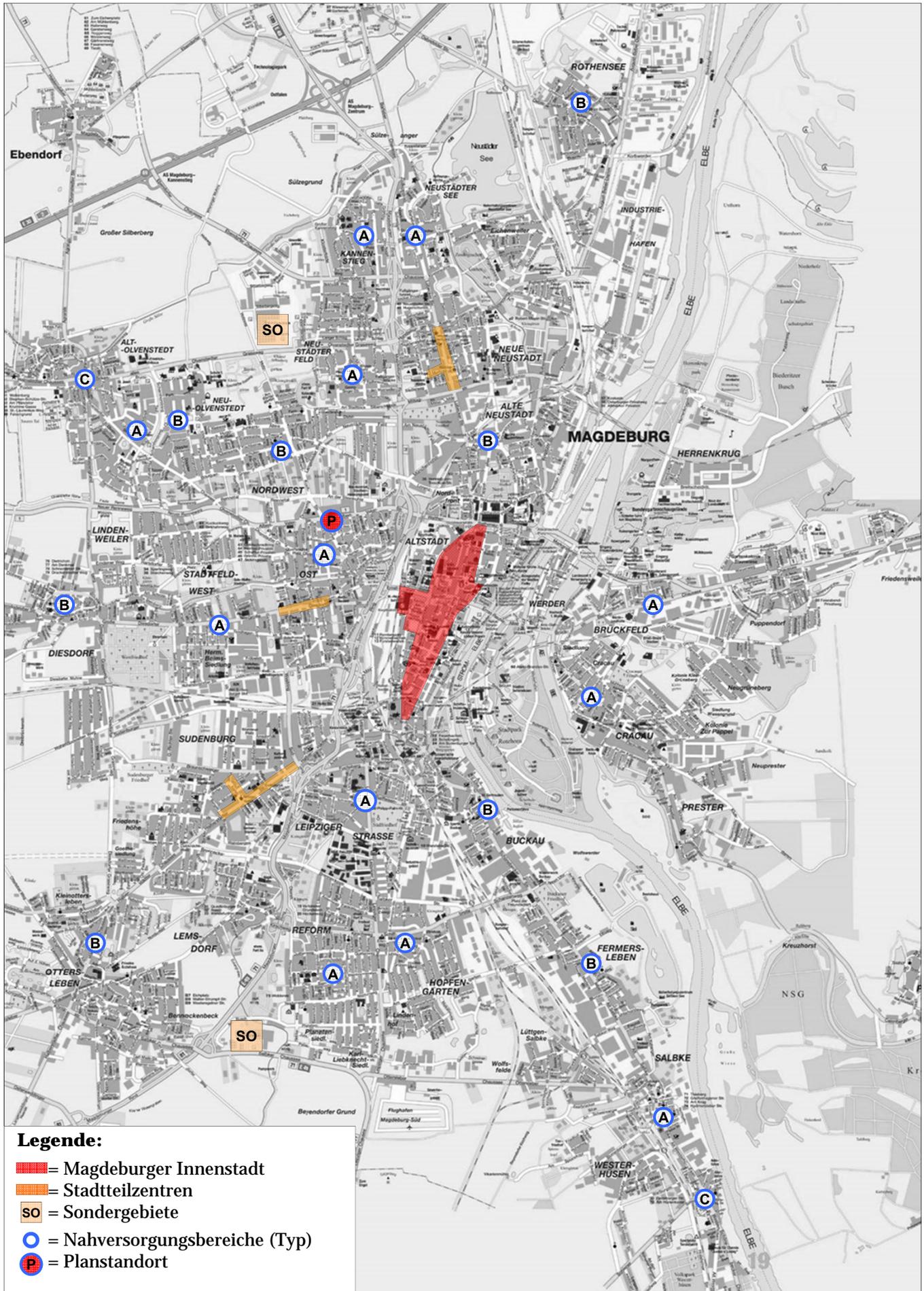
**Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel**

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 745 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 960 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.415 m <sup>2</sup> 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
<b>Insgesamt</b>	<b>2.121</b>	<b>100</b>	<b>11.610</b>	<b>100</b>	<b>25.030</b>	<b>100</b>

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 Verkaufsräumens 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 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ermittelt; das entspricht einem Verkaufsflächenbesatz von rund 2.400 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner und ist im Bundesvergleich als überdurchschnittlich einzustufen.

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**<sup>6</sup> 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 m<sup>2</sup> VK; 400 bis 800 m<sup>2</sup> VK und kleiner als 400 m<sup>2</sup> 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.

---

<sup>6</sup> nachfolgenden: NVB

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

- /// Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“<sup>7</sup>
- /// Albert-Vater-Straße (Typ A).<sup>8</sup>

## 2. Mikrostandort „Albert-Vater-Straße“

Der für die Erweiterung vorgesehene Standort befindet sich im Magdeburger Stadtteil Stadtfeld Ost an der stadtbedeutsamen Verbindungsstraße Olvenstedter Chaussee Ecke Albert-Vater-Straße.

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 neben der Bestandsnutzung durch weitere Nahversorgungsangebote geprägt, Stellvertretend sei der benachbarte Penny genannt. Des Weiteren befindet sich im mittelbaren Umfeld öffentliche und private Dienstleistungen sowie auf der nördlichen Straßenseite der Olvenstedter Chaussee eine Gewerbezeile. 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“.

Gleichwohl wird im Zuge der Fortschreibung des Märktekonzeptes eine Aufstufung des Gebietes zwischen Damaschke-Platz und Albert-Vater-Straße zum Stadtteilzentrum geprüft.

- <sup>7</sup> 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.
- <sup>8</sup> Typ A: Nahversorgungsbereich:
- mindestens ein großflächiger Lebensmittelbetrieb (> 800 m<sup>2</sup> 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).

Das **unmittelbare Standortumfeld** ist durch einen heterogenen Mix unterschiedlicher Nutzungen geprägt. So ist der Standort in Richtung Osten, Süden und Westen von Wohngebieten, überwiegend bestehend aus kompakter Mehrfamilienhausbebauung, umschlossen. Nördlich schließen sich nach der Gewerbezeile lockere Wohnbebauung sowie Kleinsiedelgebiete an.

Im Osten verläuft mit der B 80 (Tangente) und dem Gleiskörper eine Zäsur im Siedlungskörper zur Innenstadt. Für den **Individualverkehr** ist der Standort gut zu erreichen, durch die Beampelung des Kreuzungsbereiches sind – soweit zu sehen - keine verkehrliche Ertüchtigungsmaßnahmen nötig.

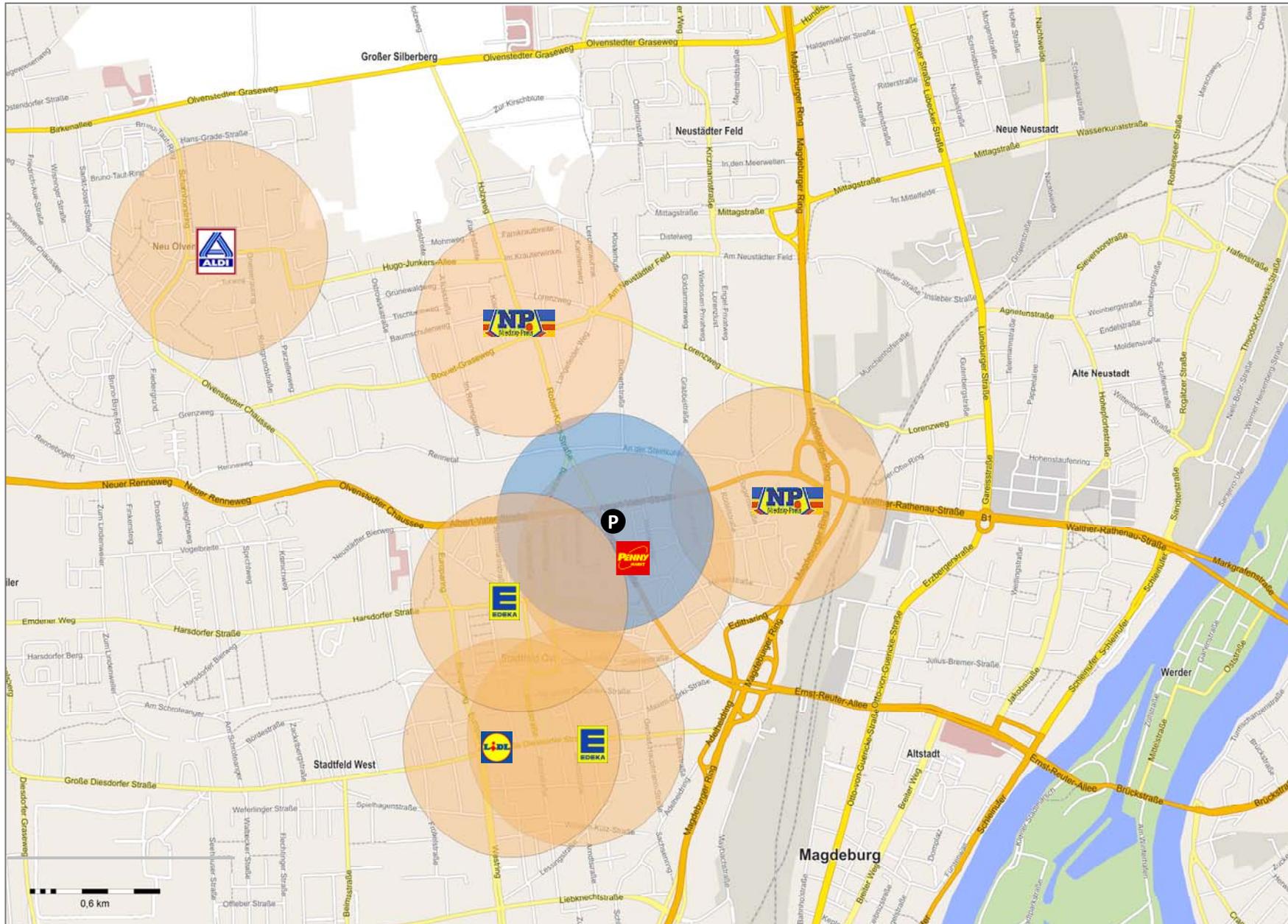
Hinsichtlich der Planung ist anzumerken:

- /// Der REWE-Markt soll auch die EG-Flächen der straßenbegleitenden Bebauung übernehmen.
- /// Aufgrund der Bestandsbaukörper des Marktes und der Nutzung der straßenbegleitenden Bebauung ist die zu überplanende Fläche vorgegeben.
- /// Nach einer möglichen Erweiterung ist keine zusätzliche Erweiterung im Erdgeschoss möglich, da die Grundstücksfläche begrenzt ist.
- /// Am Standort bestehen ca. 100 ebenerdige Stellplätze, was zu Standortvorteilen ggü. bestehenden Anbietern im mittelbaren Standortumfeld sowie im Einzugsgebiet führt.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Alle Wettbewerber im Einzugsgebiet verfügen über ein ebenerdiges Stellplatzangebot (> 15 Stellplätze).

## Karte 2: Nahversorgungssituation in Magdeburg-Stadtfeld



**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 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.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes wurden in vorliegender Untersuchung die Ergebnisse der Kundenwohnererhebung herangezogen:

/// Teile Stadtteil Stadtfeld-Ost	ca. 14.200 Einwohner
/// Teile Junkerssiedlung, Lorenzweg, Schäferbrunnen, Steinkuhle Stadtfeld-Ost	ca. 4.000 Einwohner
/// <b>insgesamt</b>	<b>ca. 18.200 Einwohner.</b> <sup>10</sup>

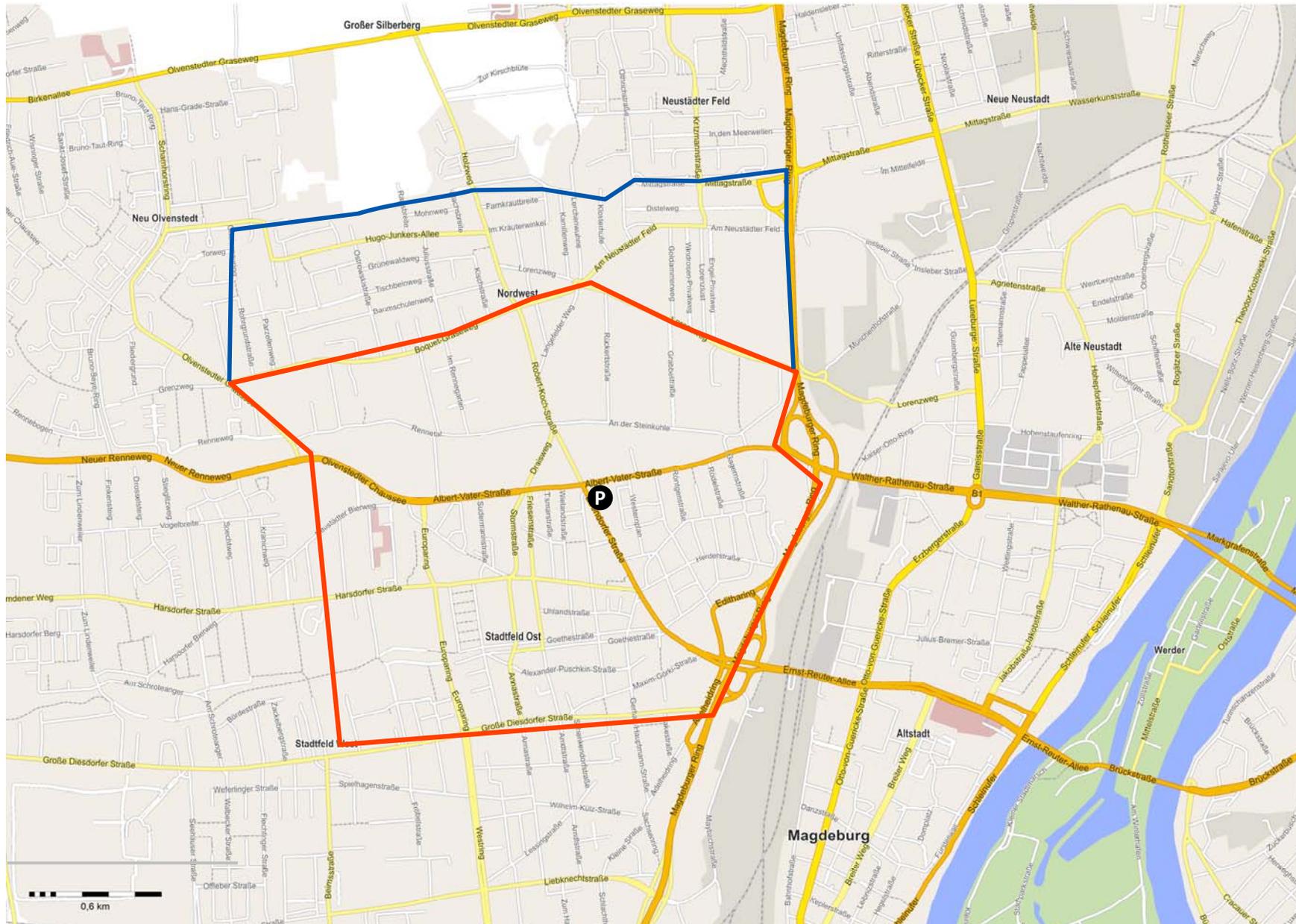
Darüber hinausgehende Kundenverflechtungen, die im Rahmen der Kundenwohnererhebung festgestellt wurden, sind durch sog. Streuumsatzleistungen zu berücksichtigen.

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 Streuumätzen abgebildet und sind auf die Nähe des Standortes zum Bahnhof und zu zahlreichen größeren Arbeitgebern zurückzuführen.

<sup>10</sup> Quelle: Stadt Magdeburg, Datenstand: 31.12.2014.

**Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungsstandortes an der Albert-Vater-Straße**



**Legende**

- Zone I
- Zone II
- P Planstandort

erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2015

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

**ca. € 5.410.<sup>11</sup>**

Bezogen auf das Lebensmittelsortiment betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

**ca. 1.968 €.<sup>12</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>13</sup> zu beachten. Weitere Kaufkraftwerte für einzelne Sortimente weist Tabelle 2 aus, Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 32,1 Mio. €; für weitere Nahversorgungssortimente stehen ca. 8,3 Mio. € zur Verfügung.

**Tabelle 2: Kaufkraft im Einzugsgebiet**

Sortiment	Zone I	Zone II	Zonen I – II
	in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	25,2	6,9	32,1
Gesundheit, Körperpflege	4,8	1,3	6,1
Blumen, zool. Bedarf	1,7	0,5	2,2
<b>kurzfristiger Bedarf insg. („Nahversorgungssortiment“)</b>	<b>31,7</b>	<b>8,7</b>	<b>40,4</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	3,4	0,9	4,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	8,9	2,4	11,3
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>12,3</b>	<b>3,3</b>	<b>15,6</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	6,8	1,9	8,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7,5	2,0	9,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6,2	1,7	7,9
Optik / Uhren, Schmuck	1,5	0,4	1,9
Sonstige Sortimente	3,4	0,9	4,3
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>25,4</b>	<b>6,9</b>	<b>32,3</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>44,2</b>	<b>12,0</b>	<b>56,2</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>69,4</b>	<b>18,9</b>	<b>88,3</b>

GMA-Berechnungen 2015

<sup>11</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>12</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>13</sup> Quelle: MB Research, 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Für Magdeburg liegt der aktuelle Wert bei 90,4.

## 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

#### 1.1 Einzelhandel im Stadtgebiet insgesamt

Zur Bewertung der Einzelhandelsituation 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 m <sup>2</sup>
Nahrungs- und Genussmittel	50	12.410
Gesundheit, Körperpflege	5	350
Blumen, zool. Bedarf	6	325
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>61</b>	<b>13.085</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	6	290
Bekleidung, Schuhe, Sport	16	2.015
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>22</b>	<b>2.305</b>
<b>langfristiger Bedarf insg. (nicht erfasst)</b>	<b>k. A.</b>	<b>k. A.</b>
<b>Nichtlebensmittel insg. (ohne langfristigen Bedarf)</b>	<b>33</b>	<b>2.980</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>83</b>	<b>15.390</b>

GMA-Erhebung Oktober 2015

Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rund 600 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohnern in Stadtfeld-Ost deutlich unterhalb der durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland mit rd. 1.400 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner. Besser ist die Ausstattung mit Lebensmittelangeboten; hier besteht im Stadtteil – wie im Bundesdurchschnitt – eine rechnerische Verkaufsflächenausstattung von rd. 450 m<sup>2</sup> VK / 1.000 Einwohner im Nahrungs- und Genussmittelbereich.<sup>14</sup> 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.

<sup>14</sup> Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile des Nonfoodsektors (Nonfood I und II).

## 1.2 Wesentliche Wettbewerber des Vorhabens

Als wesentliche Wettbewerber des Vorhabens sind zu benennen:

- /// NP-Discounter, Holzweg 5, 500 m<sup>2</sup> VK, 20 Parkplätze, nur durchschnittlicher Gesamteindruck
- /// NP-Discounter, Motzstraße, 600 m<sup>2</sup> VK, 85 Parkplätze, Standortverbund mit Apotheke
- /// Penny-Discounter, Ebendorfer Straße, 600 m<sup>2</sup> VK, 25 Parkplätze, Standortverbund mit Rewe-Markt
- /// Edeka-Rentsch, Olvenstedter Platz, 1.000 m<sup>2</sup> VK, 85 Parkplätze, Standortverbund mit kleineren Anbietern
- /// Standortverbund Große Diesdorfer Straße (Edeka, Lidl, Aldi u. a. m.).

## 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.

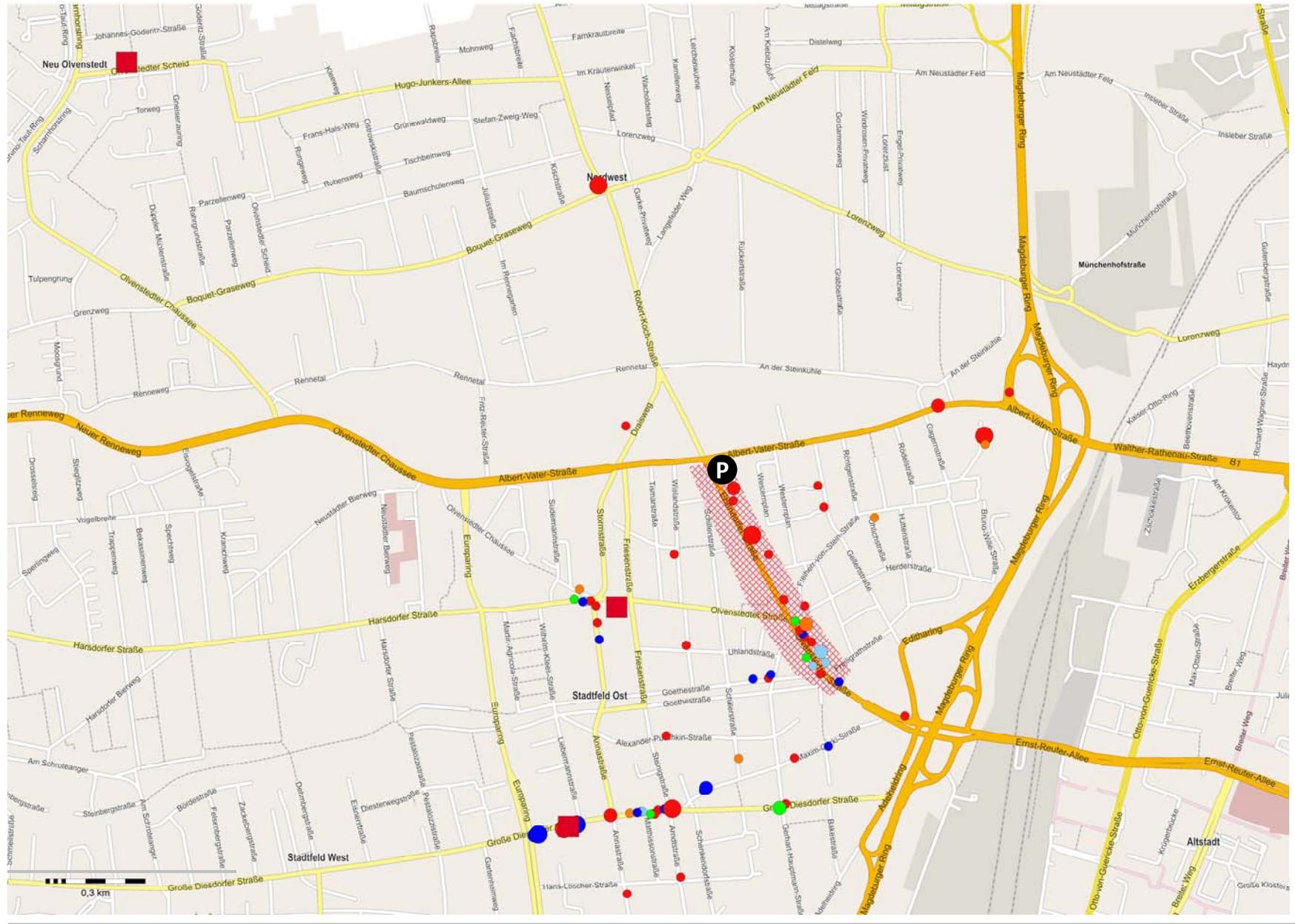
Die Stadt Magdeburg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007, in welchem Zentralen unterschiedlicher Hierarchiestufen abgegrenzt werden. Darin werden für den Stadtbezirk Stadtfeld-Ost ein Stadtteilzentrum und mehrere Nahversorgungsstandorte definiert.

### 3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Ebendorfer Straße“

Ein zentraler Versorgungsbereich für die Ebendorfer Straße wurde bislang nicht parzellenscharf abgegrenzt.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Gegen eine Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches entlang der Ebendorfer Straße sprach bislang die fehlende über den fußläufigen Einzugsbereich hinausgehende Versorgungsfunktion. Mit dem erweiterten Rewe-Markt und einem zur Ansiedlung vorgesehenen Discounter im Gebiet des B-Planes 216-2 liegen diese Voraussetzungen nach gutachterlicher Einschätzung vor.

### Karte 4: Planstandort und Umfeldnutzungen



- Einzelhandel  
Größenklassen**
- über 1.500 m<sup>2</sup> VK
  - 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
  - 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
  - 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
  - < 100 m<sup>2</sup> VK
- Branchen**
- Nahrungs- und Genussmittel
  - Gesundheit, Körperpflege
  - Blumen, zool. Bedarf
  - Bücher, PBS, Spielwaren
  - Bekleidung, Schuhe, Sport
- möglicher zentraler Versorgungsbereich
- P** Planstandort

erstellt mit  
RegioGraph Planung;  
GMA-Bearbeitung 2015

Die räumliche Ausdehnung der verdichteten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erstreckt sich entlang der Ebendorfer Straße von der Albert-Vater-Straße bis zur Maxim-Gorki-Straße. 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, der mit der vorgesehenen Erweiterung von Rewe sowie den ergänzend vorgesehenen Discounter im Plangebiet 216-2 das aus baurechtlicher Perspektive notwendige, über den Nahbereich hinausgehende Element zukommt. Unabhängig davon macht eine Darstellung der Versorgungsradien (vgl. Karte 3) deutlich, dass der Planstandort eine Lücke in der Versorgung schließt.

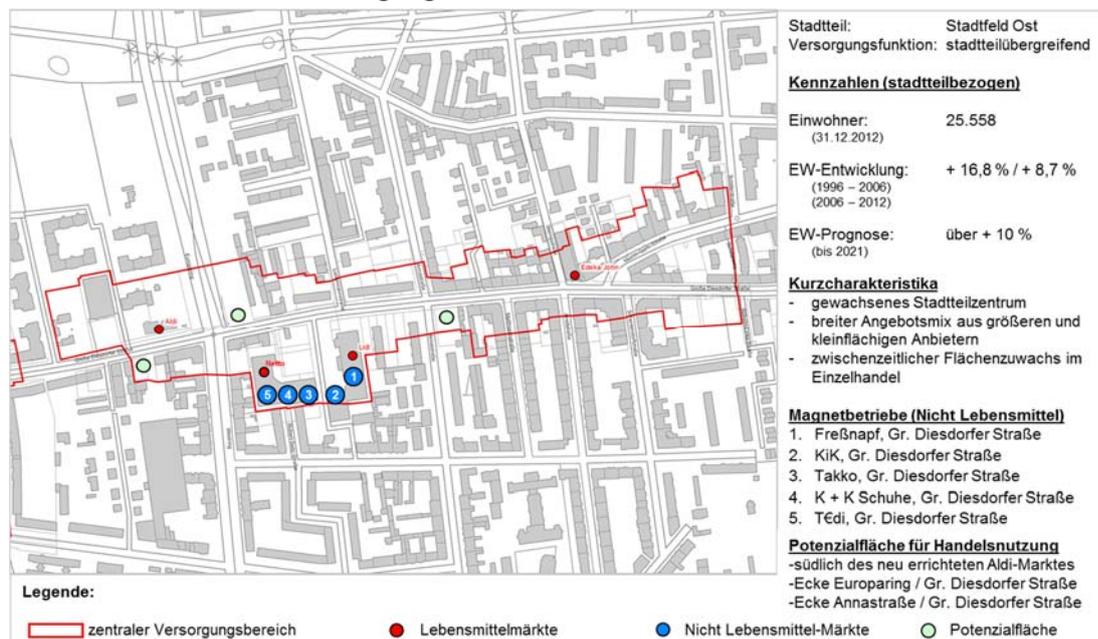
### 3.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld

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 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 ein 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 5: Zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“**



Quelle: Märktekonzept der Stadt Magdeburg, 2013 (Entwurf)

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

## V. Auswirkungen des Vorhabens

### 1. Umsatzprognose für die geplante Erweiterung

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.<sup>16</sup> 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 den erweiterten Rewe anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:<sup>17</sup>

**Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes**

Zone	Food		
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz gesamt in Mio. €
Zone I	25,2	22 – 23	5,7
Zone II	6,9	10	0,6
Streuumsätze	-	-	0,6
<b>insgesamt</b>	<b>31,1</b>	*	<b>6,9</b>

\* Ausweis nicht sinnvoll

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

Für das Lebensmittelsortiment lässt sich ein Umsatzpotenzial von ca. 6,9 Mio. € zzgl. 0,8 Mio. € Nonfood-Umsätze nachweisen. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von 1.825 m<sup>2</sup> (Lebensmittel) lässt sich aus der Umsatzleistung eine Verkaufsflächenleistung von ca. 4.400 € / m<sup>2</sup> VK nachweisen. Davon entfallen im Lebensmittelsektor von ca. 6,9 Mio. €

/// ca. 3,6 Mio. € auf die Bestandsverkaufsfläche

/// ca. 3,3 Mio. € auf die Erweiterungsfläche.

<sup>16</sup> 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.

<sup>17</sup> Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

## **2. Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen und städtebauliche Bewertung**

### **2.1 Stärkung der Nahversorgungsfunktion im Quartier**

Das Vorhaben wird folgende Wirkungen auslösen:

- /// Es wird dem Standortbereich täglich durch Einkaufsvorgänge rd. 1.500 Kunden zuführen.
- /// Es tritt in beschränktem Umfang in den Wettbewerb mit dem Lebensmittelhandwerk.
- /// Er tritt im Standortumfeld in den Wettbewerb mit dem Bestandsmarkt Penny (im Standortverbund mit Rewe) sowie mit NP in der Motzstraße und am Holzweg und dem Edeka-Neukauf (Olvenstedter Platz).

In Summe wird das A-Zentrum „Ebendorfer Straße“ deutlich gestärkt.

### **2.2 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 Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

### **2.3 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 „Albert-Vater-Straße“ auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.825 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 6,9 Mio. € erzielen (ohne Nonfood).
- /// Davon entfallen ca. 6,3 Mio. € auf den Lebensmittelkunden aus dem Einzugsgebiet.

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

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		in Mio. €
Lebensmittelbereich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittel im Zentrum Ebendorfer Straße</li> <li>▪ sonstige Standorte in Zone I (Edeka, Penny, NP)</li> </ul> </li> </ul>	 < 0,2 0,5 – 0,7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“</li> </ul>	< 0,5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtteilzentrum               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufland „Viehbörse“</li> <li>▪ sonstige Standorte in Stadtfeld</li> </ul> </li> </ul>	 0,7 0,0
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilungen an anderen Standorten</li> </ul>	0,7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatz Lebensmittelerweiterungsfläche</b></li> </ul>	<b>3,3</b>

GMA-Berechnungen 2015

## 2.4 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche Auswirkungen durch das Erweiterungsvorhaben zu erwarten:

- / Gegenüber den Anbietern im Stadtteil werden insgesamt rd. 2,6 Mio. € Umsatzumverteilung wirksam. Davon betreffen max. 0,2 Mio. € die Anbieter an der Ebendorfer Straße und bis zu 0,5 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 unter 5 %, so dass der Orientierungswert von ca. 10 %, ab welchen i. d. R. städtebauliche Auswirkungen i. S. v. Betriebsabschmelzungen zu erwarten sind, bei Weitem nicht erreicht wird. Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet ist auch deshalb nicht zu erwarten, weil dort regelmäßig mehrere leistungsfähige Anbieter vorhanden sind.
  
- / Weitere wesentliche Anbieter liegen außerhalb integrierter Zentren und genießen per se keinen Schutzbedarf.

## VI. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

#### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung des REWE-Marktes am Standort Albert-Vater-Straße in Magdeburg, Stadtfeld-ost</li> <li>▪ geplante Verkaufsfläche: ca. 1.825 m<sup>2</sup></li> <li>▪ Standort im westlichen Siedlungsgebiet, heterogene Nutzungsmischung im Standortumfeld (Gewerbe, Wohnen), Wohngebiete im näheren und weiteren Standortumfeld</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Standortrahmenbe- dingungen Magde- burg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Makrostandort: Stadtbezirk Stadtfeld-Ost, ca. 25.800 Einwohner</li> <li>▪ Einzelhandelsstrukturen:            Stadtteilzentrum mit mehreren Lebensmittelanbietern und ergänzendem Lebensmittelhandwerk entlang der Große Diesdorfer Straße            Nahversorgungszentrum entlang der Ebendorfer Straße ohne Magnetbetrieb im Lebensmitteleinzelhandel            weitere strukturprägende Einzelhandelsbetriebe in Streu- bzw. Gewerbegebietslage (z. B. Kaufland)</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzugsgebiet: Stadtteil Stadtfeld-Ost und nördliche Teilgebiete</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 18.200 Personen</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 31,9 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel, ca. 8,3 Mio. € Nahversorgungsangebot</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesamtumsatzleistung Lebensmittel bei ca. 1.825 m<sup>2</sup> VK: ca. 6,9 Mio. €, zzgl. ca. 0,8 Mio. € Nonfood</li> </ul>
<b>Umsatzumvertei- lungseffekte in %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Magdeburg-Stadtfeld           <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße      max. 5 %</li> <li>▪ Sonstige (periphere) Anbieter                      &lt; 5 – 10 %</li> <li>▪ Sonstige Standorte Innenstadt oder Umland      nicht nachweisbar</li> </ul> </li> </ul>
<b>Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 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.</li> <li>▪ Umsatzumverteilungen betreffen überwiegend Anbieter außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und sind auch hier nicht bestandsgefährdend.</li> <li>▪ Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind demnach auszuschließen.</li> </ul>

GMA-Zusammenstellung 2015

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg	9
Karte 2: Nahversorgungssituation in Magdeburg-Stadtfeld	13
Karte 3: Mögliche Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches	15
Karte 4: Planstandort und Umfeldnutzungen	19
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“	21
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel	8
Tabelle 2: Kaufkraft im Einzugsgebiet	16
Tabelle 3: Einzelhandelsbestand Stadtfeld-Ost 2015	17
Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	22
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	24
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2013	7