



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Vollsortimenters sowie eines Discounters auf dem ehem. SKET-Gelände in Magdeburg-Buckau

Auftraggeber: Stadt Magdeburg

Ansprechpartner: Landeshauptstadt Magdeburg,
Stadtplanungsamt, Frau MacKay

Projektleitung: Dr. Stefan Holl

Ludwigsburg, am 07.07.2017

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
2.1 § 11 Abs. 3 BauNVO	5
2.2 Landes- und Regionalplanung	5
2.3 Magdeburger Märktekonzept	7
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und bei der Nahversorgung	8
II. Standortbeschreibung und –bewertung	11
1. Makrostandort Magdeburg	11
2. Der Standort Buckau	11
3. Mikrostandort „ehem. SKET-Gelände“ an der Schönebecker Straße	12
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial	15
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	15
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	16
IV. Wettbewerbssituation	18
1. Wettbewerbssituation im Magdeburger Südosten (Zone I)	18
2. Wesentliche Wettbewerber des Vorhabens in Zone II	19
3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets	21
4. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	21
4.1 Zentrale Versorgungsbereiche in Zone I	21
4.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Zone II	22
V. Auswirkungen der Vorhaben	23
1. Methodik	23
2. Umsatzprognose für die geplanten Vorhaben	24
2.1 Marktanteilkonzept für den Lebensmittelvollsortimenter	24
2.2 Marktanteilkonzept für den Lebensmitteldiscounter	25
2.3 Marktanteilkonzept für den Drogeriemarkt	26
3. Umsatzumverteilung und wettbewerbliche Wirkungen	26
3.1 Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor	26
3.2 Verträglichkeit mit der Landesplanung (LEP Sachsen-Anhalt 2010)	29
VI. Zusammenfassung	30

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Für den Stadtteil Buckau ist auf dem ehemaligen SKET-Gelände an der Schönebecker Straße die Ansiedlung eines Vollsortimenters (Fa. Edeka als geplanter Betreiber) und eines Discounters (Fa. Norma als geplanter Betreiber) mit aktuell 2.350 m² bzw. 800 m² VK vorgesehen. Ergänzend soll ein Drogeriemarkt mit ca. 600 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden.

Auf Grundlage der bestehenden Einzelhandelssituation im Stadtteil Buckau 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. Ergänzend ist auf die Vorgaben der Landesplanung Sachsen-Anhalt Bezug zu nehmen.

Die Untersuchung für die großflächigen Vorhaben erfolgt auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO. Im Vordergrund stehen eventuell schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche gemäß Märktekonzept für die Stadt Magdeburg 2007 bzw. aktuellen Überlegungen (Entwurf zur Fortschreibung). Hierbei sind insbesondere die Stadtteile im Magdeburger Südosten (Buckau, Fermersleben, Salbke und Westerhüsen) 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. Buckau sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes des ehem. SKET-Geländes
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebiets, Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Magdeburger Südosten (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 April / Mai 2017 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

2.1 § 11 Abs. 3 BauNVO

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 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.“

2.2 Landes- und Regionalplanung

Die wesentlichen Rechtsvorschriften zur Bewertung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsplanungen in Sachsen-Anhalt werden nachfolgend dargestellt.

Den Rechtsrahmen zur Beurteilung von Einzelhandelsansiedlungen in der Landeshauptstadt Magdeburg bilden mit Bezug auf die Landes- und Regionalplanung die Aussagen des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010 (LEP), des Regionalen Entwicklungsplanes für die Planungsregion Magdeburg 2006 sowie der Richtlinie zur Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten im Land Sachsen-Anhalt 1998 (Einzelhandelserlass Sachsen-Anhalt).

Im Hinblick auf die Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten führt der **Landesentwicklungsplan (LEP) Sachsen-Anhalt 2010** im Kapitel 2.3 „Großflächiger Einzelhandel“ u. a. aus:

- „**Z46** Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden.
- Z47** Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.
- Z48** Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
 2. sind städtebaulich zu integrieren,
 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.
- Z49** Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.
- Z50** Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.
- Z51** Bei planerischen Standortentscheidungen zugunsten von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist auch die kumulative Wirkung mit bereits am Standort vorhandenen Einrichtungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstadtentwicklung in die Bewertung einzubeziehen.“

Der **Einzelhandelserlass Sachsen-Anhalt von 1998** (Richtlinie zur Beurteilung von geplanten Einzelhandelsgroßprojekten im Land Sachsen-Anhalt) präzisiert die eher allgemein gehaltenen Ziele und Grundsätze der Landesplanung im LEP. Neben Definitionen bestimmter Betriebsformen und Flächentypen enthält der Erlass Aussagen zur Zentrenrelevanz bestimmter Einzelhandelsortimente. Bei zentrenrelevanten Sortimenten sind dabei negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur zu vermuten, insbesondere auf die Innenstadtentwicklung, wenn sie überdimensioniert an nicht integrierten Standort angesiedelt werden.

2.3 Magdeburger Märktekonzept

Mit der zuletzt erfolgten Fortschreibung des Magdeburger Märktekonzeptes 2007 wurden die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt und typisiert. Der in Buckau gelegene Nahversorgungsbereich wurde dem **Typ B: Versorgung vorhanden, aber Maßnahmen nötig**, zugeordnet und als Lage typisiert, die zwar gut akzeptiert, aber mit Handlungsbedarf versehen ist, um den Bestand zu sichern.¹ Für „neu“ anzusiedelnde Märkte wurde für diesen Standort keine Mindest- oder Obergrenze definiert.²

Durch die in der zurückliegenden Dekade realisierten Sanierungsmaßnahmen hat sich der Standort aus Einzelhandelssicht positiv verändert.

Im Rahmen der für 2017 / 2018 vorgesehenen 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**³ 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.

¹ Die seinerzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs kann dem Anhang zu Bericht entnommen werden (siehe Anlage 1), wobei sich durch die Sanierungsmaßnahmen die Wertigkeit und die räumliche Abgrenzung verändert hat.

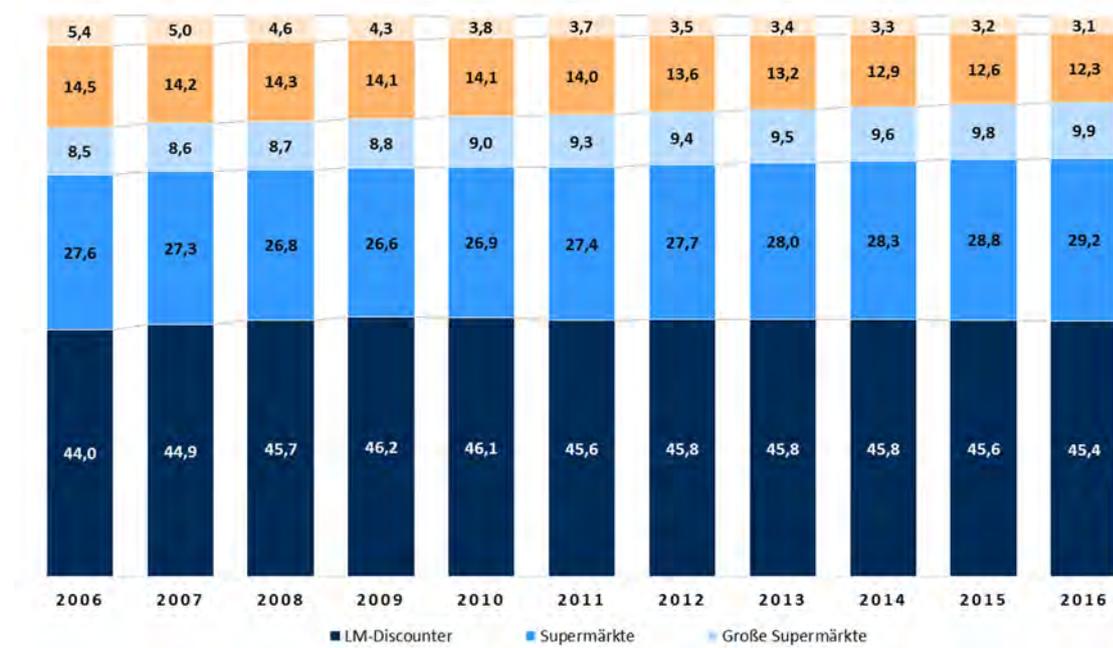
² Cf. S. 72, GMA 2007.

³ nachfolgenden: NVB

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.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2016



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2017

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:⁴

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁵ 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 II⁶ führt.

⁴ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2016, S. 332.

⁵ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁶ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

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

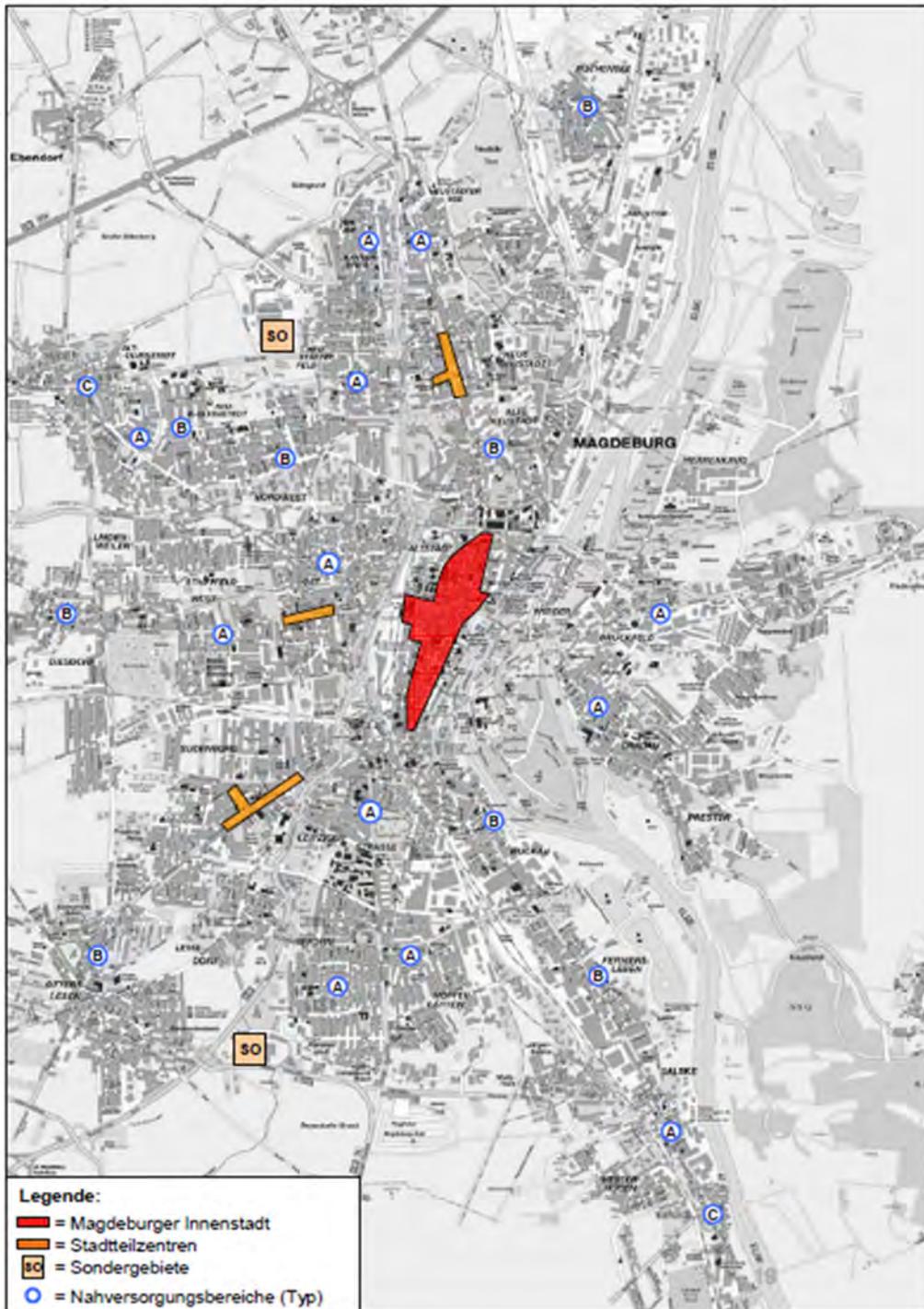
Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 771 m ² VK)		Supermarkt (Ø 975 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.370 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.584	75	8.760	76	16.040	63
Nonfood I	273	13	2.010	17	4.810	19
Nonfood II	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	24	9.290	37
Insgesamt	2.121	100	11.610	100	25.330	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2016.

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.

Zu den ergänzend vorgesehenen Betrieben zählt ein Drogeriemarkt, für welchen dm genannt wurde. Neben Müller und Rossmann zählt dm zu den marktführenden Anbietern im Drogeriefachmarktsortiment. Mit dem Hamburger Lokalanbieter Budnikowsky plant Edeka nach Freigabe durch die Kartellbehörde zukünftig ebenfalls den Eintritt in das Drogeriesortiment.

Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg (Stand 2007)



II. Standortbeschreibung und –bewertung

1. Makrostandort Magdeburg

Als Einzelhandelsplatz nimmt die Landeshauptstadt Magdeburg mit aktuell rd. 241.100 Einwohnern⁷ die oberzentrale Versorgungsfunktion für ein Einzugsgebiet von über 900.000 Menschen wahr. Im Rahmen der turnusmäßigen Bestandserhebung wurden 2016 insgesamt ca. 1.500 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 530.000 m² Verkaufsfläche ermittelt; das entspricht einem Verkaufsflächenbesatz von rund 2.200 m² 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.

2. Der Standort Buckau

Die früher eigenständige Gemeinde wurde 1887 Teil der Stadt Magdeburg. Bereits früh industriell geprägt, hat sich die gründerzeitliche Struktur bereits rund um die vorherige Jahrhundertwende entwickelt. Die angelegte Mischung aus Industrie, Arbeiten, Verkehr und Wohnen sorgt auch heute rund um den „Durchlass“ für eine lebendige Struktur des Quartiers, die insbesondere in Buckau jüngere Bevölkerungsschichten und Familien anzieht.

Für die kommenden Jahre erwartet die Landeshauptstadt weiteren Zuzug im Quartier (+ 4 % p. a.⁸), die positive Bevölkerungsentwicklung der zurückliegenden und kommenden Jahre wird die Verkehrsbelastung an der Schönebecker Straße sowie die Anforderungen an die kommunale und versorgungsbezogene Infrastruktur erhöhen.

Auch das südlich angrenzende Fermersleben weist für die zurückliegenden Jahre eine leicht wachsende Gesamtbevölkerung auf, dagegen war die Einwohnerentwicklung in Salbke und Westerhüsen in den zurückliegenden 15 Jahren leicht rückläufig.

Für das übergemeindliche Einzugsgebiet ist perspektivisch von einer verhaltenen Einwohnerentwicklung auszugehen.

Ausgehend von den o.g. Aussagen des Magdeburger Märktekonzeptes sind im Magdeburger Südosten Ost mit insgesamt ca. 17.500 Einwohner folgende Zentren definiert:

⁷ Quelle: Magdeburger Statistik, Februar 2017 (nur Hauptwohnsitze)
⁸ Vgl. ISEK 2025, S. 80.

- /// NVZ (B) „Schönebecker Straße“ (Stadtteil Buckau)
- /// NVB (B) „Fermersleben“ (Stadtteil Fermersleben)
- /// NVB (A) „Alt Salbke“ (Stadtteil Salbke)
- /// NVB (C) „Alt Westerhüsen“ (Stadtteil Westerhüsen)

3. Mikrostandort „ehem. SKET-Gelände“ an der Schönebecker Straße

Der **Planstandort** befindet sich an der Schönebecker Straße nördlich der „Sandbreite“ im südlichen Bereich des Stadtteils Buckau. Das Planareal ist zum größten Teil unbebaut. Entlang der Schönebecker Straße bleiben die denkmalgeschützte Fassade des ehemaligen SKET-Werks und Teile des Gebäudes erhalten.

Das **Standortumfeld** ist durch Baudenkmäler, Weiterbildungseinrichtungen (u. a. Technologie- und Berufsbildungszentrums Magdeburg), eine Indoor-Kartbahn sowie teilweise Wohnbebauung (u. a. Am Wasserwerk und nördlich des Planstandortes, Neue Straße) geprägt. Einzelhandelsbezogene Nutzungen sind im direkten Umfeld nicht vorhanden. Im erweiterten Umfeld ist auf den Nahversorgungsbereich in Buckau und den Discounter Lidl im Bereich Bisamweg hinzuweisen.

Verkehrlich ist der Standort über die L 51, einer der Hauptverkehrssachsen aus den südlichen Kommunen, gut angebunden. Eine Anbindung an den ÖPNV ist in unmittelbarer Nähe ebenfalls vorhanden (Haltestelle Buckau-Wasserwerk). Aus dem angrenzenden Wohngebiet ist eine fußgängerbezogene Erreichbarkeit gegeben. Hierbei ist ergänzend auf die sehr positive Bevölkerungsentwicklung im Magdeburger Südosten hinzuweisen. Seit 2013 ist eine Zunahme um ca. 1.500 Einwohner bzw. + 9 – 10 % festzuhalten, auch für die kommenden Jahre geht die Landeshauptstadt von einer deutlichen Zunahme der Mantelbevölkerung im Umfeld aus.

Bezug nehmend auf das **Magdeburger Märktekonzept** bzw. dessen Teilfortschreibung ist festzuhalten, dass der Planstandort außerhalb eines definierten zentralen Versorgungsbereiches liegt. **Der Denkmalschutz bildet im Märktekonzept eine „Öffnungsklausel“.**

Die spezifischen Eigenschaften des Planstandortes können in positive und negative Faktoren gegliedert werden. Diese haben entscheidenden Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und damit auch auf die Umsatzerwartung der Planvorhaben und werden deshalb nachfolgend vergleichend gegenübergestellt.

Positive Standortfaktoren:

- + gute verkehrliche Erreichbarkeit bzw. hohe Verkehrsfrequenz an der Schönebecker Straße
- + ÖPNV-Anbindung im direkten Standortumfeld
- + drei Discounterstandorte im Stadtteil, kein Vollversorger vorhanden
- + fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten in Buckau und Fermersleben in gewissem Umfang gegeben
- + Nachnutzung einer Brachfläche
- + positive Bevölkerungsentwicklung im Magdeburger Südosten (+ 9 – 10 %), weitere Impulse durch Bevölkerungswachstum zu erwarten.

Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
- unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau im Untersuchungsraum
- ausgeprägte Wettbewerbssituation im Nahrungs- und Genussmittelsektor im weiteren Stadtgebiet.

Abbildung 2: Aufnahmen vom Planstandort

Denkmalgeschützte Fassade entlang der Schönebecker Straße



Sandbreite; Blick von Westen auf die Rückseite der Fassade an der Schönebecker Straße



Quelle: GMA April 2013

Karte 2: Nahversorgungssituation im Magdeburger Südosten



erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

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 der beiden Planobjekte.

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.

Die konkrete Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgte unter Zugrundelegung folgender Kriterien:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Lage im Verkehrsnetz / infrastrukturelle Anbindung des Standortes⁹
- /// Lage des Standortes im Stadtgebiet
- /// Ergebnisse aus anderen Untersuchungen in Magdeburg zu bestehenden Einkaufsbeziehungen
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (empirische Erfahrungswerte).

Daraus lässt sich folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

///	Zone I:	Stadtteile Buckau, Fermersleben, Salbke, Westerhüsen	ca. 17.500 EW
///	Zone II:	Stadtteile Hopfengarten und östliche Teile der „Leipziger Straße“	ca. 15.000 EW
<hr/>			
///	Einzugsgebiet insgesamt		ca. 32.500 EW

⁹ Im durchschnittlichen Tagesverlauf (06:00 – 19:00 Uhr) werden an der Schönebecker Straße Höhe Sandbreite 16.1509 Fahrzeuge Richtung Norden und 14.900 Fahrzeug in Richtung Süden gezählt. Die Daten unterstreichen die ausgeprägt lokale / regionale Erschließungsfunktion der Verkehrsachse.

Darüber hinausgehende Kundenverflechtungen, z. B. in die Stadtteile Reform bzw. Richtung Schönebeck sind durch sog. Streuumsatzleistungen zu berücksichtigen. Diese fallen jedoch für beide Vorhaben aufgrund deren Ausrichtung bzw. der vergleichbaren Betriebstypen- bzw. Filialstandorte im Untersuchungsraum bzw. angrenzend unterschiedlich hoch aus.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2016 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 5.570¹⁰

Bezogen auf das **Lebensmittelsortiment** inkl. Lebensmittelhandwerk betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.035 €¹¹.

Für den **Drogeriewarenbereich** werden für Fachmärkte aktuell

ca. 275 €

pro Kopf angesetzt

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹² zu beachten. Differenziert nach Zonen ergeben sich folgende Kaufkraftpotenziale im Nahrungs- und Genussmittelbereich:

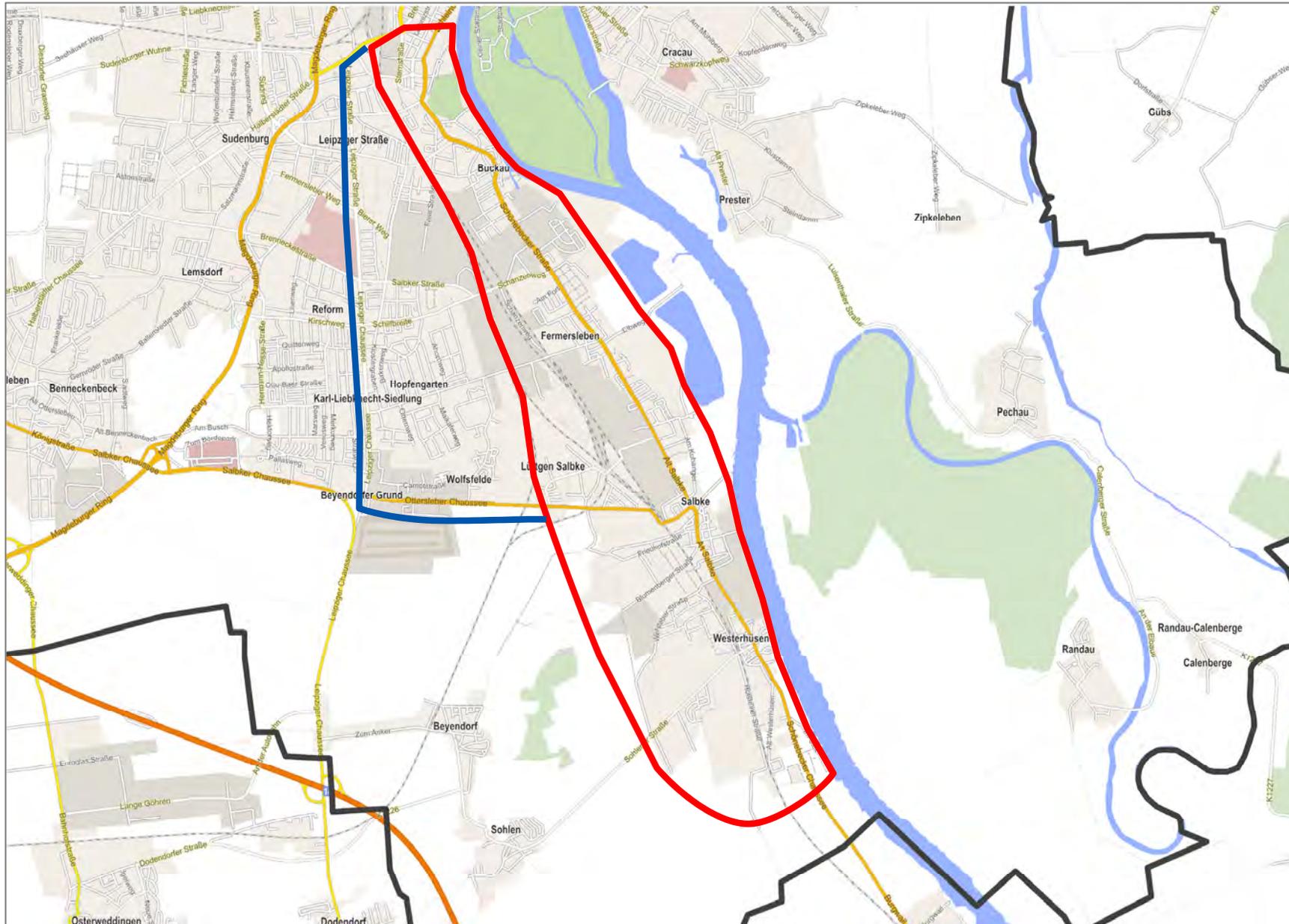
	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
/ Zone I	ca. 32,4 Mio. €	ca. 4,4 Mio. €
/ Zone II	ca. 27,8 Mio. €	ca. 3,8 Mio. €
/ insgesamt	ca. 60,2 Mio. €	ca. 8,2 Mio. €.

¹⁰ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹¹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹² Quelle: MB Research, 2016. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Für Magdeburg liegt der aktuelle Wert bei 91,2.

Karte 3: Das Einzugsgebiet der Planungen auf dem SKET-Areal



- Legende**
- Zone I
 - Zone II

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der **Wettbewerbssituation** im Einzugsgebiet wurde von der GMA im März 2017 eine aktuelle Erhebung aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als relevante Anbieter für Lebensmitteldiscounter gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen (mit Fokus auf Lebensmittel) angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Als Wettbewerber für den geplanten Drogeriemarkt gelten Drogeriefachmärkte, Drogeriefachgeschäfte sowie die entsprechenden Teilsortimente der Lebensmittelanbieter.

1. Wettbewerbssituation im Magdeburger Südosten (Zone I)

Folgende strukturprägende Anbieter sind im Magdeburger Südosten zu nennen:

Tabelle 2: Strukturprägende Lebensmittelbetriebe im Magdeburger Südosten (Zone I)

Stadtteil	Anbieter	Betriebstyp*	VK in m ²	Lage
Buckau	Netto, Schönebecker Straße	DISC	600	Nahversorgungsbereich „Schönebecker Straße“
	Aldi, Warschauer Straße	DISC	780	Neben- und Streulage
	Lidl, Alt Fermersleben	DISC	1.000	Neben- und Streulage
Fermersleben	NP, Alt Fermersleben	DISC	400	Nahversorgungsbereich „Fermersleben“
Salbke	Lidl, Alt Salbke	DISC	1.000	Nahversorgungsbereich „Alt Salbke“
	Norma, Alt Salbke	DISC	600	Nahversorgungsbereich „Alt Salbke“

* DISC = Discounter

Quelle: GMA-Erhebung 04 / 2017

Darüber hinaus sind im Magdeburger Südosten zahlreiche Nahversorgungsangebote insbesondere im Lebensmittelhandwerk, aber auch im Segment der Spezialanbieter (Getränke, Bio-Markt, Tankstellenshops etc.) vorhanden. Insgesamt verfügen 28 Betriebe des Lebensmittelsegments über eine Verkaufsfläche von rd. 6.200 m² und eine bereinigte Umsatzleistung von ca. 25 – 26 Mio. €.

Differenziert nach Nahversorgungsbereichen sowie weiteren Lagen sind folgende Ausgangswerte in Zone I festzuhalten:

- / NVB: 16 Betriebe, 3.600 m² VK, 13 – 14 Mio. € Umsatz
- / weitere Lagen: 13 Betriebe, 2.600 m² VK, 11 – 12 Mio. € Umsatz

Die Verkaufsflächenausstattung im Foodbereich liegt mit rund 350 m² je 1.000 Einwohnern im Magdeburger Südosten (Zone I) deutlich unterhalb der durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland mit rd. 432 m² je 1.000 Einwohner. Die Ausstattungskennziffer verweist auf eine ausbaufähige Nahversorgungsbedeutung der Lebensmittelangebote. Dies wird auch durch einen Zentralitätswert (Relation Kaufkraft zu Umsatz) von ca. 70 – 75 % unterstrichen. Betrachtet man ergänzend die Zusammensetzung der Verkaufsfläche nach Betriebstypen, zeigt sich eine offensichtliche „Angebotslücke“ im Vollsortimentsbereich. Auch im Drogeriesektor ist im Kerneinzugsgebiet kein Fach(markt)angebot vorhanden, die wesentlichen Angebote werden durch Fachsortimente der Lebensmittelbetriebe vorgehalten.

2. Wesentliche Wettbewerber des Vorhabens in Zone II

In den zu Zone II gehörigen Stadtteilen Hopfengarten und Leipziger Straße ist eine Vielzahl von Lebensmittelmärkten ansässig. Mit dem Anbieter Rewe (Hopfenbreite) ist der nächst gelegene Wettbewerbsstandort für den Vollsortimenter erst in Zone II ansässig. Als strukturprägende Anbieter sind zu nennen:

Tabelle 3: Strukturprägende Wettbewerber in Zone II

Stadtteil	Anbieter	Betriebstyp*	VK in m ²	Lage
Leipziger Straße	Rewe, Hopfenbreite ¹³	SM	1.050	Nahversorgungsbereich Salbker Straße
	Penny, Arnold-Zweig-Straße	DISC	710	Nahversorgungsbereich Salbker Straße
	Lidl, Salker Straße, / Leipziger Chaussee	DISC	1.000	Nahversorgungsbereich Salbker Straße
	Aldi, Leipziger Chaussee	DISC	630	Neben- / Streulage
Hopfengarten	Norma, Leipziger Chaussee	DISC	850	Neben- / Streulage
	NP, Gustav-Rickert-Straße	DISC	500	Solitärstandort

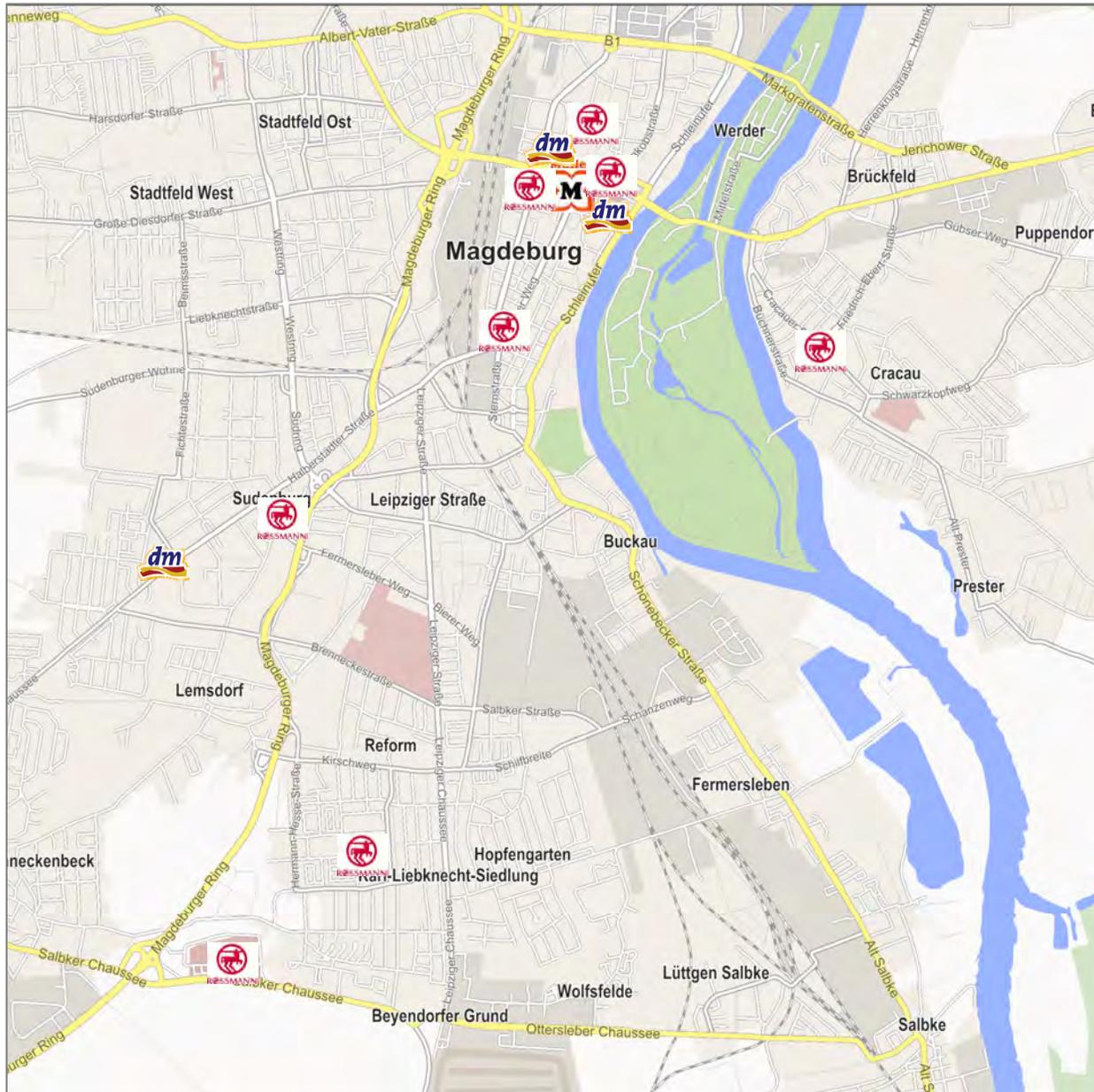
SM = Supermarkt, DISC = Discounter

Quelle: GMA-Erhebung 2017

Nachrichtlich sei an dieser Stelle auf den kleinflächigen Drogeriefachanbieter Hobohm (Am Hopfengarten 1) verwiesen.

¹³ An diesem Standorte wurde eine deutliche Erweiterung der Verkaufsfläche beschlossen ((vgl. Volksstimme vom 17.01.2017). Aufgrund des Umstandes, dass der Planstandort durch Edeka belegt wird, geht die GMA nach wie vor von einem diesbezüglich erschließbaren Kundenpotenzial aus.

Karte 4: Drogerieanbieter im südlichen Stadtbereich von Magdeburg



erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets

Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die Angebotsstrukturen im Stadtteil Reform und im westlichen Teil des Stadtteils Leipziger Straße sowie am Großflächenstandort Börde-Park zu beachten.

In der südlich von Magdeburg gelegenen Nachbarstadt **Schönebeck** ist auf die Filiale der Fa. Kaufland an der Calbesche Straße im Kontext des „Kaufland-Centers“ mit Anbietern wie AWG, KiK, Vögele, K+K Schuhcenter, Hammer Heimtex, RedZac etc. ansässig. Darüber hinaus verfügt Schönebeck über eine Vielzahl an Anbietern verschiedener Betriebstypen. Im Drogeriesektor ist im Stadtteil Leipziger Straße auf zwei Rossmann-Drogeriemärkte (Otto-Baer-Straße 8-10, Salbker Chaussee 67) sowie weitere Angebote in Suderburg (dm, Rossmann) und in der Innenstadt zu verweisen.

4. 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 nur eine nachrangige Umlandbedeutung des Planvorhabens 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 das Einzugsgebiet mehrere Nahversorgungsbereiche definiert.

4.1 Zentrale Versorgungsbereiche in Zone I

Wie bereits in Kapitel „Makrostandort Magdeburg“ dokumentiert, sind in der Zone I des Einzugsgebietes folgende vier Nahversorgungsbereiche abgegrenzt:

- ▀ NVB „Schönebecker Straße“ (Typ B); Stadtteil Buckau: In diesem Nahversorgungsbereich ist auf den Discounter Netto als Magnetbetrieb hinzuweisen. Insgesamt verfügt der zentrale Versorgungsbereich über 25 – 30 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.100 – 2.300 m². Im Nahversorgungsegment wird der Netto-Markt durch mehrere Bäckereien, eine Metzgerei sowie die Buckauer Apotheke ergänzt. Seit Anfang 2017 ist in diesem Bereich ein Bio-markt ansässig.¹⁴

¹⁴ Der Standort erfüllt die formalen Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich, wie er von der aktuellen Rechtsprechung gefordert wird.

- /// Nahversorgungsbereich „Fermersleben“ (Typ B, Stadtteil Fermersleben): Als Magnetbetrieb ist hier auf den Niedrigpreismarkt (NP) hinzuweisen. Ergänzt wird der Markt durch zwei Bäckereien sowie die Fermerslebener Apotheke.¹⁵
- /// Nahversorgungsbereich „Alt Salbke“ (Typ A, Stadtteil Salbke): In diesem zweipoligen Nahversorgungsbereich ist auf die nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebe Lidl und Norma hinzuweisen. Eine Ergänzung findet hier durch Getränkebetriebe sowie eine Bäckerei statt.¹⁵
- /// Nahversorgungsbereich „Alt Westerhüsen“ (Typ C, Stadtteil Westerhüsen): In diesem Nahversorgungsbereich ist kein größerer Lebensmittelanbieter vorhanden. Das Nahversorgungsangebot ist also rudimentär zu bewerten und durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie einen Getränkeanbieter und ein Tankstellenshop gewährleistet.¹⁵

4.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Zone II

Für den südlichen Teil des Stadtgebietes Leipziger Straße ist ein zweigeteilter Nahversorgungsbereich um Salbker Straße / Hopfenbreite ausgewiesen.¹⁶

Auf die Darstellung weiterer integrierter Versorgungslagen auf Gemarkung Magdeburg kann an dieser Stelle verzichtet werden.

¹⁵ Die Frage, ob hier noch ein zentraler Versorgungsbereich vorliegt, ist im Zuge der Fortschreibung des Märktekonzeptes zu prüfen.

¹⁶ Der räumliche Umgriff wird im Zuge der avisierten Fortschreibung zu prüfen sein.

V. Auswirkungen der Vorhaben

1. Methodik

Neuansiedlungen, aber auch Erweiterungen im Einzelhandelssektor haben i. d. R. Umsatzveränderungen bei bestehenden Anbietern (und damit möglicherweise auch städtebauliche und nahversorgungsrelevante Wirkungen) zur Folge. Im Nachfolgenden werden zunächst die möglichen wettbewerblichen Auswirkungen der Neugestaltung des Planareals in Magdeburg in zwei Untersuchungsschritten ermittelt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) innerhalb des Einzugsgebietes dar und ermittelt so die Umsatzerwartung.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, der **Kaufkraftbewegungsanalyse**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Untersuchungsraum bewertet (Umsatzumverteilung).

Daran anschließend erfolgt die Bewertung der potenziellen städtebaulichen und nahversorgungsrelevanten Auswirkungen des Vorhabens im Untersuchungsraum. Dabei wird untersucht, inwiefern die möglichen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte sowohl negative städtebauliche als auch nahversorgungsbezogene Auswirkungen auslösen können.

Bei dem von der GMA verwendeten Berechnungsmodell handelt es sich um ein **modifiziertes Gravitationsmodell**, das auf die Gravitations- und Potenzialmodelle aus der geografischen Handelsforschung zurückgreift. Dieses wird von der GMA anhand gewonnener Erfahrungswerte laufend an aktuelle Marktentwicklungen angepasst, modifiziert und an die jeweiligen Standortrahmenbedingungen vor Ort kalibriert. Als Prämissen dieses Modells werden berücksichtigt:

- /// Die Attraktivität des Vorhabenstandortes und das Vorhaben selbst sowie die Attraktivität des Angebots im Umfeld (lokale Wettbewerbssituation). Die Attraktivität eines Angebotsstandortes wird dabei ausgedrückt durch den Verkaufsflächenumfang bzw. den Umsatz.
- /// Der Distanzwiderstand i. S. d. räumlichen Entfernungen zwischen den Wettbewerbsstandorten und dem Untersuchungsstandort.
- /// Die Intensität der Einkaufsbeziehungen, hergeleitet aus Erfahrungswerten zum Kundenverhalten, u. a. im Hinblick auf Marktanteile verschiedener Vertriebs- und Absatzkanäle.
- /// Weitere Faktoren zur Gewichtung wie z. B. die Betriebstypenstrukturen der Wettbewerbsstandorte.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und **möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen**.

In der vorliegenden Untersuchung werden die mit der Verlagerung bzw. Neuansiedlung möglicherweise ausgelösten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Wirkungen auf die Strukturen in Magdeburg sowie in der Raumschaft untersucht und dargestellt.

2. Umsatzprognose für die geplanten Vorhaben

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.¹⁷ 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.

2.1 Marktanteilkonzept für den Lebensmittelvollsortimenter

Folgende Umsatzprognose lässt sich demnach für den Vollsortimenter mit 2.350 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Vollsortimenter)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Markt- anteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatz- herkunft in %
Zone I	32,4	15	4,9	0,5	5,4	66 – 67
Zone II	27,8	5	1,4	0,1	1,5	18 – 19
Einzugsgebiet	60,2	10 – 11	6,3	0,6	6,9	85
Streuumsätze			1,1	0,1	1,2	15
Insgesamt			7,4	0,7	8,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt bei Vollsortimentern ca. 10 – 15 %.

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

¹⁷ 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.

Somit lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts für den geplanten Vollsortimenter eine Gesamtumsatzleistung von ca. 8,2 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 7,4 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Bezogen auf eine geplante Verkaufsfläche von 2.350 m² liegt die Flächenleistung mit 3.400 – 3.500 € / m² auf einem durchschnittlichen Niveau.

Bezogen auf die Herkunft der Umsatzen ist festzuhalten, dass der Markt eine hohe Nahversorgungsbedeutung aufweist; ca. 66 – 67 % des Umsatzes werden durch Kunden aus dem Magdeburger Südosten erwartet.

2.2 Marktanteilkonzept für den Lebensmitteldiscounter

Folgende Umsatzprognose lässt sich demnach für den **Lebensmitteldiscounter** mit 800 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Discounter)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	32,4	5	1,6	0,3	1,9	66 – 67
Zone II	27,8	2 – 3	0,7	0,1	0,8	28 – 29
Einzugsgebiet	60,2	3 – 4	2,3	0,4	2,7	95
Streuumsätze			0,1	< 0,1	0,1	5
Insgesamt			2,4	0,4	2,8	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt bei Discountern ca. 15 – 20 %.

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts für den Discounter eine Gesamtumsatzleistung von ca. 2,8 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 2,4 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Bezogen auf eine geplante Verkaufsfläche von 800 m² ergibt sich eine Flächenleistung von 3.500 – 3.600 € / m² VK. Diese bewegt sich auf einem nicht mehr durchschnittlichen Niveau. Aufgrund der hohen Discounterdichte im Einzugsgebiet sind keine höheren Werte darstellbar.

Ergänzend ist festzuhalten, dass der geplante Discounter einerseits von der Standortkombination mit dem geplanten Vollsortimenter profitieren wird, andererseits ist bereits an dieser Stelle auf die internen Umverteilungseffekte, bedingt durch Überschneidungen bei der Markenorientierung der beiden Märkte, hinzuweisen. Diese werden an einer späteren Stelle in die Betrachtung eingestellt.

2.3 Marktanteilkonzept für den Drogeriemarkt

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den **Drogeriemarkt** mit 600 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft Drogeriewaren in Mio. €	Marktanteil Drogeriewaren in %	Umsatz Drogeriewaren in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	4,4	25	1,1	61 – 62
Zone II	3,8	12 – 13	0,5	27 – 28
Einzugsgebiet	8,2	19 – 20	1,6	88 – 89
Streuumsätze			0,2	10 – 11
Insgesamt			1,8	100

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich anhand des Marktanteilkonzeptes für den Drogeriemarkt eine Gesamtumsatzleistung von ca. 1,8 Mio. € ermitteln. Bezogen auf eine geplante Verkaufsfläche von 600 m² ergibt sich eine Flächenleistung von 3.000 € / m² VK. Diese bewegt sich auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau.

Weiter ist festzuhalten, dass der geplante Drogeriemarkt einerseits von der Standortkombination mit dem geplanten Lebensmittelanbieter profitieren dürfte. Bei allen Märkten dürfte die positive Einwohnerentwicklung zu perspektivisch zunehmenden Umsatzleistungen führen.

3. Umsatzumverteilung und wettbewerbliche Wirkungen

3.1 Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor

Für die Bewertung der geplanten Lebensmittelmärkte werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- / Trotz der Unterschiedlichkeit der geplanten Betriebstypen wird im Folgenden eine summarische Betrachtung beider Vorhaben vorgenommen. Dabei werden ergänzend, wie bereits bei der Umsatzprognose hingewiesen, gewisse interne Umverteilungseffekte aufgrund der Markenorientierung der geplanten Vorhaben berücksichtigt.
- / Der geplante Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von 2.350 m² wird eine Gesamtumsatzleistung von ca. 8,2 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 7,4 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich und rd. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Der geplante Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 800 m² wird einen Umsatz von ca. 2,8 Mio. € erwirtschaften. Davon entfallen ca. 2,4 Mio. € auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie ca. 0,4 Mio. € auf das Nichtlebensmittelsegment.

- Bezieht man nun, wie bereits an anderer Stelle dokumentiert, interne Umsatzumverteilungseffekte von rd. 10 % (ca. 1,1 Mio. €) mit ein, ergibt sich in einer summarischen Betrachtung ein umverteilungsrelevanter Umsatz von ca. 9,9 Mio. €, wobei ca. 8,8 Mio. € auf das Foodsegment und ca. 1,1 Mio. € auf das Nonfoodsegment entfallen.
- Für den Magdeburger Südosten ist aufgrund der Struktur des Wettbewerbs (ausschließlich Discounterstandorte) von einer Erhöhung der Kaufkraftbindung, insbesondere durch den geplanten Vollsortimenter, auszugehen. Folglich fallen die zu erwartenden Umverteilungseffekte, die der geplante Edeka-Markt bedingen würde, gegenüber den Discountern im Südosten geringer aus als die für den geplanten Discounter.

Die zugrunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame und damit umverteilungsrelevante Umsatz komplett gegenüber den Wettbewerbern im Stadtgebiet von Magdeburg umverteilt wird. Im Detail sind im Einzugsgebiet folgende Umsatzumverteilungen durch die geplanten Märkte zu erwarten: (vgl. Tabelle 7).

Von erheblicher Bedeutung ist die Erweiterung des Lebensmittelangebotes nach den durchgeführten Berechnungen für den Naheinzugsbereich. Das Vorhaben Edeka mit Standortverbund von dm und Norma wird zu einer deutlichen Verbesserung der Versorgungssituation führen, die auch Wettbewerbswirkungen nach sich ziehen kann. Konkret dürfte der Netto mit zu besorgenden Umsatzverlusten von bis zu 17 – 18 % stark unter Wettbewerbsdruck geraten und seine Nachteile seiner aktuellen Immobiliensituation sowie seiner unzureichenden Verkaufsfläche nur begrenzt kompensieren können. Alle anderen integrierten Lagen im Einzugsgebiet sind nach Einschätzung der GMA durch die dort integrierten leistungsfähigen Wettbewerber als stabil einzuordnen; Systemwettbewerber im Drogeriewarenssektor konnten im Einzugsgebiet nicht festgehalten werden.

Tabelle 7: Prognose der Umsatzumverteilungen (summarische Betrachtung)

		Lebensmittel		Drogerie- waren in %
		in Mio. €	in %	
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen in Buckau davon im zentralen Versorgungsbereich (Schönebecker Straße)	1,2 – 1,3	9 – 10	<< 10*
	▪ davon weitere Lagen	0,4 – 0,5	17 – 18	<< 10*
		0,7 – 0,8	7 – 8	<< 10*
	▪ Umsatzumverteilungen in Salbke davon im Nahversorgungsbereich Alt-Salbke	0,7 – 0,8	9 – 10	<< 10*
	▪ davon weitere Lagen	<<0,1	9 – 10	<<10*
			4 – 5	<< 5*
	▪ Umsatzumverteilungen in Fermersleben / Westerhüsen	0,2 – 0,3	9 – 10	<< 10*
	▪ davon in den Nahversorgungsbereichen	0,2 – 0,3	11 – 12	<< 10*
	▪ davon weitere Lagen	<<0,1	3 – 4	<< 5*
	▪ Umsatzumverteilungen im ST „Leipziger Straße“ (östl. Teil)	1,3 – 1,4	11 – 12	<< 10*
▪ davon im Nahversorgungsbereich	1,0 – 1,1	13 – 14	<< 10*	
▪ davon weitere Lagen	0,2 – 0,3	7 – 8	<< 10*	
▪ Umsatzumverteilungen in Hopfengarten	0,4 – 0,5	13 – 14	< 10*	
▪ davon im Nahversorgungsbereich	---	---		
▪ davon weitere Lagen	0,4 – 0,5	13 – 14	< 10*	
▪ Umsatzumverteilungen außerhalb Einzugsgebiet (u. a. westl. der Leipziger Straße, Reform, Börde-Park)	4,7 – 4,8	2 – 3	<< 2	
	Umsatz beide Vorhaben (Food)	8,8	---	n. n.
Nichtlebens- mittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen Zone I	0,3 – 0,4	n. n.	n. n.
	▪ Umsatzumverteilungen Zone II	0,5 – 0,6	n. n.	n. n.
	▪ Umsatzumverteilungen außerhalb	0,5 – 0,6	n. n.	n. n.
	Umsatz beider Vorhaben (Nonfood)	1,1	---	---
	Umsatz beide Vorhaben insg. (inkl. interne Umsatzumverteilung)	9,9	---	---

* Randsortiment im Lebensmitteleinzelhandel, kein strukturprägender Wettbewerb vorhanden

n. n. nicht nachweisbar – Ausweis nicht sinnvoll

GMA-Berechnungen 2017; ca.-Werte, gerundet

Insofern sind – betrachtet man das Vorhaben und den zentralen Versorgungsbereich Schönebecker Straße als Funktionseinheit – keine vorhabenbedingten städtebaulichen Auswirkungen auf den Bestand und / oder die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und / oder Nahversorgungsstrukturen in Magdeburg zu erwarten. Auf die im Nahversorgungsbereich Schönebecker Straße mit Netto dank sowie auf den Lebensmittelsupermarkt Rewe im Nahversorgungsbereich Hopfenbreite / Salbker Straße, der aktuell erweitert wird, wurde nachrichtlich hingewiesen. Die weiteren Anbieter im dortigen Standortumfeld (Aldi, Penny, Lidl) sind ebenfalls als wettbewerbsstabil zu klassifizieren.

3.2 Verträglichkeit mit der Landesplanung (LEP Sachsen-Anhalt 2010)

Der Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt weist folgende Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Siedlungsstruktur aus:

- /// „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. [...] (Z 46)
- /// Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Funktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen. (Z 47)
- /// Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
 1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
 2. sind städtebaulich zu integrieren,
 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.“ (Z 48)
- /// Festzuhalten ist, dass sich der Standort des zu prüfenden Vorhabens in Magdeburg befindet, das nach LEP Sachsen-Anhalt 2010 als Oberzentrum ausgewiesen ist.
- /// Das Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf das Stadtgebiet von Magdeburg.
- /// Der Standort an der Schönebecker Straße ist städtebaulich integriert. Ziel 48 (2) des LEP Sachsen-Anhalt wird erfüllt
- /// Die Gefährdung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung durch das Vorhaben wird mit vorliegende Verträglichkeitsgutachten anhand der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Einordnung des Vorhabens geprüft. Das Vorhaben ergänzt die Versorgungssituation der Schönebecker Straße, mögliche negative Auswirkungen durch das Planvorhaben richten sich gegen Netto dank. Als Folge werden die nahversorgungsrelevanten Angebote deutlich aufgewertet.
- /// Der Vorhabenstandort ist durch eine Straßenbahn an der Schönebecker Straße an den örtlichen ÖPNV angebunden. Diese befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Für Fußgänger und Radfahrer ist der Standort durch einen separaten straßenbegleitenden Fuß- und Radweg ebenfalls gut erschlossen. Ziel 48 (4 und 5) wird demnach erreicht.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung der Vorhaben

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Vollsortimenters (2.350 m²) sowie eines Discounters (800 m² VK) sowie eines Drogeriefachmarktes ▪ Ehemaliges SKET-Werk an der Schönebecker Straße im Stadtteil Buckau in der Landeshauptstadt Magdeburg ▪ landesplanerisch zulässiger Planstandort ohne überörtliches Einzugsgebiet
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Magdeburg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Magdeburger Südosten, ca. 17.500 Einwohner ▪ Einzelhandelsstrukturen: zentraler Versorgungsbereich Schönebecker Straße und zahlreiche Nahversorgungslagen im Einzugsgebiet
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet: Magdeburger Südosten (Buckau, Fermersleben, Salbke, Westerhüsen) und Hopfengarten sowie östlicher Teil des Stadtteils „Leipziger Straße“ ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 32.500 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 60,2 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel, ca. 8,2 Mio. € Drogeriewaren
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung beider Märkte inkl. interner Umverteilungseffekte: Lebensmittel: ca. 8,8 Mio. €, zzgl. ca. 1,1 Mio. € Nonfood, Drogeriewaren ca. 1,8 Mio. €
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ NVB Stadtteil Buckau (= ZVB) 17 – 18 % ▪ NVB Stadtteil Salbke 9 – 10 % ▪ NVB Stadtteile Fermersleben / Westerhüsen 11 – 12 % ▪ NVBs Stadtteil Leipziger Straße (öst. Teil) 13 – 14 % ▪ NVB Stadtteil Hopfengarten nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamteinkaufslage Schönebecker Straße wird aufgewertet ▪ Wettbewerbswirkungen werden durch positive Einwohnerentwicklung relativiert

GMA-Zusammenstellung 2017

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg (Stand 2007)	10
Karte 2: Nahversorgungssituation im Magdeburger Südosten	14
Karte 3: Das Einzugsgebiet der Planungen auf dem SKET-Areal	17
Karte 4: Drogerieanbieter im südlichen Stadtgebiet von Magdeburg	20
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot im Lebensmitteleinzelhandel	9
Tabelle 2: Strukturprägende Lebensmittelbetriebe im Magdeburger Südosten (Zone I)	18
Tabelle 3: Strukturprägende Wettbewerber in Zone II	19
Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Vollsortimenter)	24
Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Discounter)	25
Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	26
Tabelle 7: Prognose der Umsatzumverteilungen (summarische Betrachtung)	28
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2015	8
Abbildung 2: Aufnahmen vom Planstandort	13
Anlage	30

Anlage 1

