

Gutachterliche Stellungnahme

zur Zentrenrelevanz einer Heimtierabteilung im geplanten Gartencenter Dehner am Standort Silberbergweg/Florapark in der Stadt Magdeburg

für die

Dehner Holding GmbH & Co. KG
Donauwörther Straße 3-5
86641 Rain

Ihr Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)
Johannes Missol (Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Heimtiermarkt	5
3. Projektplanung und Projektdaten.....	7
4. Makrostandort Magdeburg	9
5. Mikrostandortanalyse	16
6. Wettbewerbssituation	19
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	25
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	29
8.1. Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg – Einzelhandelsentwicklungskonzept (2021)	29
8.2. Einfacher Bebauungsplan Nr. 111.1A „Grosser Silberberg Süd“ – 1. Änderung (Entwurf)	32
9. Zentrenrelevanz und absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Dehner-Heimtierabteilung.....	33
9.1. Bewertung der faktischen Zentrenrelevanz der Warengruppe Heimtier in den aktuellen Angebotsstrukturen der Stadt Magdeburg	33
9.2. Auswirkungen der Heimtierabteilung im Dehner-Planvorhaben auf zentrale Versorgungsbereiche.....	35
9.2.1. Umsatzprognose	35
9.2.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen	37
9.2.3. Städtebauliche Bewertung des Vorhabens - Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	40
10. Fazit.....	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatz Heimtierbedarfs-Markt 2020 in Deutschland	5
Abbildung 2:	Umsatz nach Vertriebswegen in Deutschland 2020.....	6
Abbildung 3:	Planareal im Bestand.....	8
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021 (Einzelhandel insgesamt)	13
Abbildung 5:	Anbieter im Florapark	16
Abbildung 6:	Ansichten im Umfeld des Projektstandorts	17
Abbildung 7:	Hauptwettbewerber.....	22
Abbildung 8:	Wettbewerber innerhalb zentraler Versorgungsbereiche	23
Abbildung 9:	Weitere Wettbewerber in Magdeburg	23
Abbildung 10:	Magdeburger Sortimentsliste	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Vorgesehene Verkaufsflächenstruktur des Dehner-Gartencenters (Planungsstand März 2022).....	8
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung von Magdeburg im regionalen Vergleich und Bevölkerungsprognose bis 2035	12
Tabelle 3:	Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) nach Betriebsformen	20
Tabelle 4:	Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Standortstrukturen.....	21
Tabelle 5:	Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet.....	27
Tabelle 6:	Kaufkraftbindung des Magdeburger Einzelhandels im Einzugsgebiet	28
Tabelle 7:	Heimtiersortimente in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorte in Magdeburg.....	33
Tabelle 8:	Umsatzherkunft Heimtier-Fachhandel im Stadtgebiet Magdeburg.....	34
Tabelle 9:	Erwarteter Umsatz der Heimtierfachabteilung	35
Tabelle 10:	Erwarteter Umsatz auf Basis der Abschöpfungsquoten	36
Tabelle 11:	Umsatzherkunft der geplanten Heimtierabteilung von Dehner	37

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Projektgrundstück des geplanten Gartencenters.....	7
Karte 2:	Lage der Landeshauptstadt Magdeburg	9
Karte 3:	Einbindung der Landeshauptstadt Magdeburg in die zentralörtliche Gliederung	10
Karte 4:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Magdeburg.....	14
Karte 5:	Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld	17
Karte 6:	Maßgebliche Wettbewerbsstandorte der geplanten Heimtierabteilung von Dehner	19
Karte 7:	Einzugsgebiet der geplanten Heimtierabteilung des projektierten Dehner-Gartencenters	26

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Firma Dehner plant die Neuansiedlung eines Gartencenters am Silberbergweg in Nachbarschaft zum Einkaufszentrum „Florapark“ im Norden der Stadt Magdeburg. Teil des neuen Gartencenters soll eine umfangreiche Heimtierabteilung sein, umfassend mit Tiernahrung, Heimtierbedarf und –zubehör sowie im Segment der lebenden Tiere Aquaristik, Terraristik, Kleinnager und Ziervögel.

Der Projektstandort unterliegt dem einfachen Bebauungsplan Nr. 111-1A „Grosser Silberberg Süd“, dessen 1. Änderung im Entwurf vom Dezember 2021 vorliegt. Dieser Entwurf beschränkt die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente auf lediglich Randsortimente in grundsätzlich nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben. Zulässig ist in Summe aller zentrenrelevanten Randsortimente ein Verkaufsflächenanteil von bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 400 m².

Gemäß der Sortimentsliste des Märktekonzepts 2030 der Stadt Magdeburg handelt es sich bei den Warengruppen Tiernahrung, zoologischer Bedarf und Lebewesen um nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente. Diese gutachterliche Stellungnahme prüft in diesem Kontext die tatsächliche, faktische Zentrenrelevanz der Heimtiersortimente und die resultierenden Wettbewerbseffekte der neuen Dehner-Heimtierabteilung auf zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Magdeburg.

In vertiefter Form wird dabei die vorgesehene Heimtierabteilung des Dehner-Gartencenters hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Magdeburg vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten?
 - Welche Standortstrukturen zeigen sich für den Heimtier-Fachhandel insbesondere im Stadtgebiet Magdeburg, aber auch im weiteren regionalen Einzugsgebiet?
 - Welche Stellung besitzen die zentralen Versorgungsbereiche in diesen Angebotsstrukturen und in der aktuellen Nachfragebindung für Heimtiersortimente?
 - Wie ist die derzeitige faktische Zentrenrelevanz einer Heimtierabteilung im Dehner-Gartencenter zu bewerten?
 - Welche Auswirkungen ergeben sich für die Zentren- und Standortstruktur in Magdeburg?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Projektstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Marktsituation im Heimtiermarkt

Im Jahr 2020 gab es rd. 35 Millionen Katzen, Hunde, Kleinsäuger und Ziervögel in Deutschland, dazu kommen Zierfische und Terrarientiere. Damit besaßen 47 Prozent aller Haushalte in Deutschland Heimtiere¹, was die Relevanz des Heimtiermarktes in Deutschland zeigt.

Der Heimtiermarkt präsentiert sich seit Jahren als wachsende Branche. Insbesondere im Jahr 2020 ist im stationären Einzelhandel pandemiebedingt ein starkes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr von rd. 4,3% zu erkennen. Dabei war das Wachstum im Bereich Fertignahrung mit 4,6% gegenüber Bedarfsartikel und Zubehör mit 3,5% stärker.

Auf den stationären Handel entfiel im Jahr 2020 ein Umsatz von 4,5 Mrd. €, wobei der Großteil mit knapp 3,5 Mrd. € im Bereich Fertignahrung generiert wurde. Auf Bedarfsartikel und Zubehör entfällt ein Umsatz von rd. 1,1 Mrd. €. Dazu kommen rd. 0,8 Mrd. € im Onlinehandel sowie rd. 0,1 Mrd. € auf Wildvogelfutter.

Abbildung 1: Umsatz Heimtierbedarfs-Markt 2020 in Deutschland

Heimtierbedarfs-Markt insgesamt	Umsatz Stationärer Handel 2020	Veränderung zum Jahr 2019	Onlinehandel	Wildvogelfutter
	Mio. €		Mio. €	Mio. €
Fertignahrung	3.460	4,6%		
Bedarfsartikel und Zubehör	1.053	3,5%		
Gesamt	4.513	4,3%	822	128

Industrieverband Heimtierbedarf e.V. & Zentralverband zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (Hrsg. 2021): Der deutsche Heimtiermarkt, Struktur und Marktdaten 2020

Wird der Umsatz nach Vertriebswegen betrachtet, zeigt sich zwischen dem Lebensmitteleinzelhandel² sowie dem Fachhandel³ ein differenziertes Bild:

Bei der Fertignahrung entfällt im stationären Handel ein Umsatzanteil von 61% auf den Lebensmitteleinzelhandel, was einem Umsatz von mehr als 2,1 Mrd. € entspricht. Folglich kann der Fachhandel lediglich einen Marktanteil von 39% erreichen (1,3 Mrd. €).

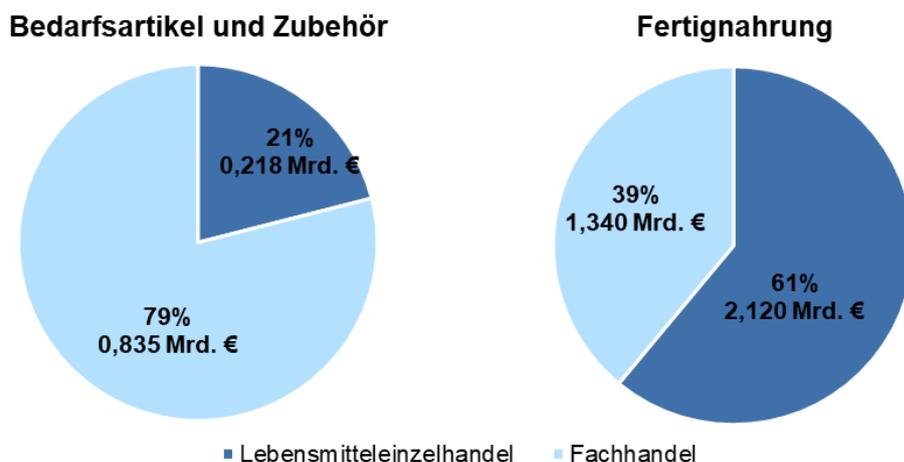
Bei Bedarfsartikeln und Zubehör erreicht der Lebensmitteleinzelhandel im Gegensatz dazu nur einen Umsatzanteil von 21% (0,2 Mrd. €), während auf den Fachhandel ein Marktanteil von 79% entfällt (0,8 Mrd. €).

¹ Industrieverband Heimtierbedarf e.V.: Haushaltsrepräsentative Erhebung des IVH und ZZF vom Marktforschungsinstitut Skopos mit 7.000 Befragten: <https://www.ivh-online.de/der-verband/daten-fakten/deutscher-heimtiermarkt-2020.html>, Zugriffsdatum 25.02.2022

² Lebensmitteleinzelhandel inkl. Drogeriemärkte, Discounter, Sonderpostenmärkte

³ Fachhandel: Zoofachhandel, Fachmärkte, Fachabteilungen in Gartencentern, Baumärkten etc.

Abbildung 2: Umsatz nach Vertriebswegen in Deutschland 2020



Quelle: Industrieverband Heimtierbedarf e.V. & Zentralverband zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (Hrsg. 2021): Der deutsche Heimtiermarkt, Struktur und Marktdaten 2020

Insgesamt zeigt sich, dass die Fertignahrung für viele Tiere als Kopplungseffekt im Lebensmitteleinzelhandel gekauft wird. Dieser profitiert vom typischen Konsumentenverhalten, möglichst alle alltäglichen Dinge an einem Ort zu kaufen.

Der Fachhandel steht für besondere Marken, Mengen, Angebote, spezielle Ernährung der Tiere etc.. Er versucht, mit Sortimentskompetenz in Breite und Tiefe zu punkten, ergänzt um fachkundige Beratung und Service. Zudem bieten einzelne Fachhändler (u.a. Fressnapf, Dehner, einzelne Baumärkte) Lebewesen zum Verkauf an. Branchenüblich sind hierbei die Bereiche Aquaristik, Terraristik, Kleinnager und Ziervögel. Der Bereich Lebewesen kennzeichnet die Profilierung des Fachhandels, das bundesweite Marktvolumen bleibt mit rd. 200 Mio. € jedoch nachrangig.

Fachhandelsbetriebe wie Dehner werden also stärker für Heimtiersortimente aufgesucht, welche über die Fertignahrungssortimente / -marken des Lebensmitteleinzelhandels hinausgehen. Dominant ist der Fachhandel bei Bedarfsartikeln / Zubehör und Lebewesen.

Zentrenrelevanz und -verträglichkeit einer Dehner-Heimtierabteilung in der Stadt Magdeburg

3. Projektplanung und Projektdaten

Am nordwestlichen Stadtrand der Stadt Magdeburg ist die Ansiedlung eines Dehner-Fachgartencenters am Silberbergweg vorgesehen. Das Projektgrundstück liegt direkt nördlich des Parkplatzes des regional ausstrahlenden Einkaufszentrums Florapark.

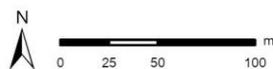
Nachstehendes Luftbild verdeutlicht den vorgesehenen Standort des Gartencenters.

Karte 1: Projektgrundstück des geplanten Gartencenters



Mikrostandort

 Projektareal Gartencenter



Quelle: © esri Basemaps

Auf dem Projektgrundstück befinden sich aktuell, wie nachfolgendes Foto zeigt, mehrere brach liegende Gebäude, welche im Zuge des Planvorhabens abgerissen werden.

Abbildung 3: Planareal im Bestand



Quelle: Eigene Aufnahme, März 2022

Aktuell ist, vorbehaltlich einer abschließenden Detailplanung, eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 4.021 m² für das Gartencenter angestrebt. Nachfolgende Tabelle zeigt die vorgesehene Verkaufsflächenstruktur.

Prüfungsrelevanter Gegenstand dieser Verträglichkeitsanalyse ist jedoch lediglich die Heimtierabteilung mit voraussichtlich rd. 900 m². Das Heimtiersortiment umfasst somit lediglich einen Flächenanteil von rd. 22% der Verkaufsfläche.

Tabelle 1: Vorgesehene Verkaufsflächenstruktur des Dehner-Gartencenters (Planungsstand März 2022)⁴

	Verkaufsfläche	Verkaufsflächenanteil
	in m ²	in %
Warmhaus	1.522	37,9%
Kalthaus	1.683	41,9%
Freiland, nicht überdacht	746	18,6%
Windfang	41	1,0%
Kunden-WC	29	0,7%
Gesamte Verkaufsfläche	4.021	100,0%

Quelle: Perfekt Bau GmbH, Stand: 04.03.2022

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens maßgeblich:

- Prognoseumsatz und Umsatzherkunft der Heimtierabteilung,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie die resultierende Marktstellung im Heimtiersegment nach Errichtung des Dehner-Gartencenters,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Magdeburg und umliegender Kommunen,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen.

⁴ Die Verkaufsflächenstruktur des Gartencenters entspricht dem aktuellen Planungsstand. Veränderungen, insbesondere auch hinsichtlich der Flächenaufteilung, sind im weiteren Verfahren möglich. Die für das vorliegende Gutachten maßgebliche Verkaufsfläche der Heimtierabteilung von rd. 900 m² bleibt davon jedoch unberührt.

4. Makrostandort Magdeburg

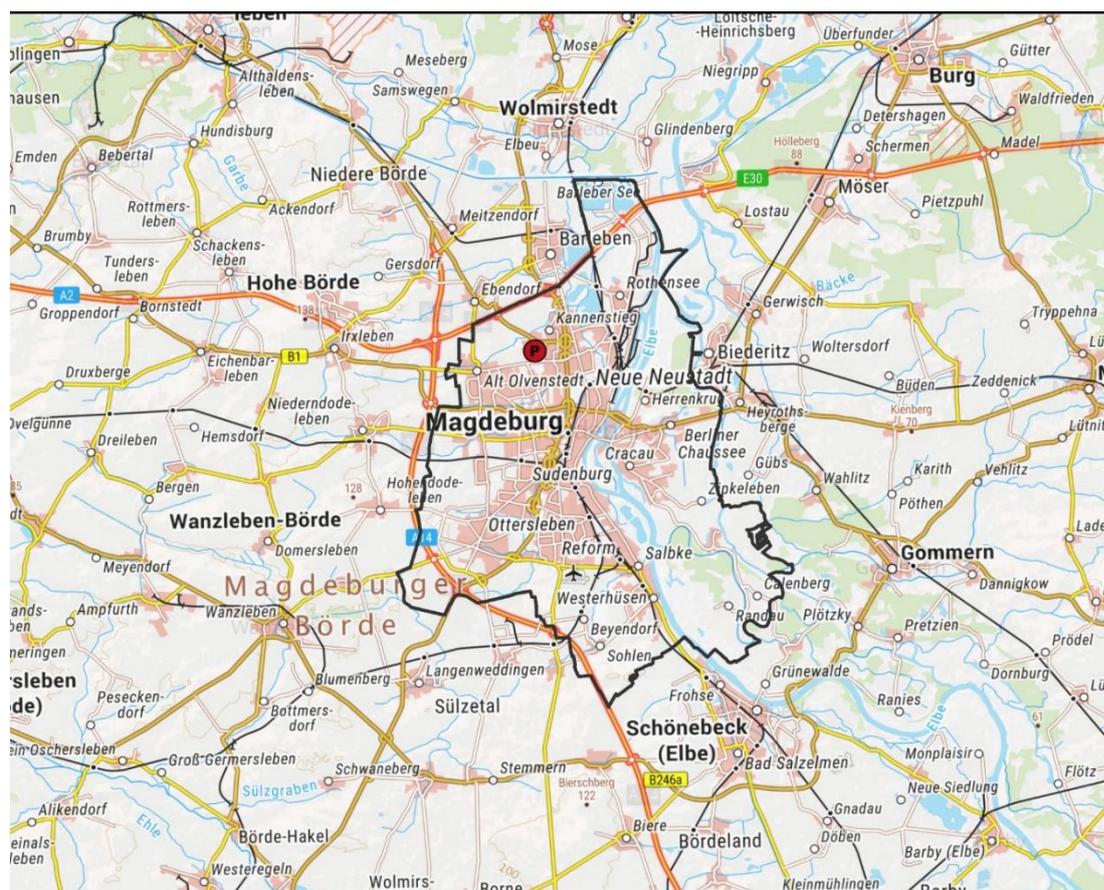
Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten der Stadt Magdeburg.

Lage und Siedlungsstruktur

Die Landeshauptstadt Magdeburg liegt an der Elbe in geographisch zentraler Lage innerhalb des Bundeslandes Sachsen-Anhalt. Die Stadt ist kreisfrei und liegt zwischen den Landkreisen Jerichower Land im Osten, dem Salzlandkreis im Süden und dem Landkreis Börde im Norden und Westen. Nördlich angrenzend an Magdeburg liegen die Gemeinde Barleben und die Stadt Wolmirstedt, im Osten befinden sich die Gemeinden Möser, Biederitz und Gommern. Im Südosten liegt die Stadt Schönebeck, im Süden die Gemeinden Bördeland und Sülzetal, im Südwesten befindet sich die Stadt Wanzleben-Börde und im Westen grenzt die Gemeinde Hohe Börde an.

Das Stadtgebiet Magdeburg gliedert sich in insgesamt 40 Stadtteile mit unterschiedlichster Bebauungsdichte. Das Planareal ist im Stadtteil Großer Silberberg gelegen.

Karte 2: Lage der Landeshauptstadt Magdeburg



Räumliche Einordnung

- Projektstandort
- Landeshauptstadt Magdeburg



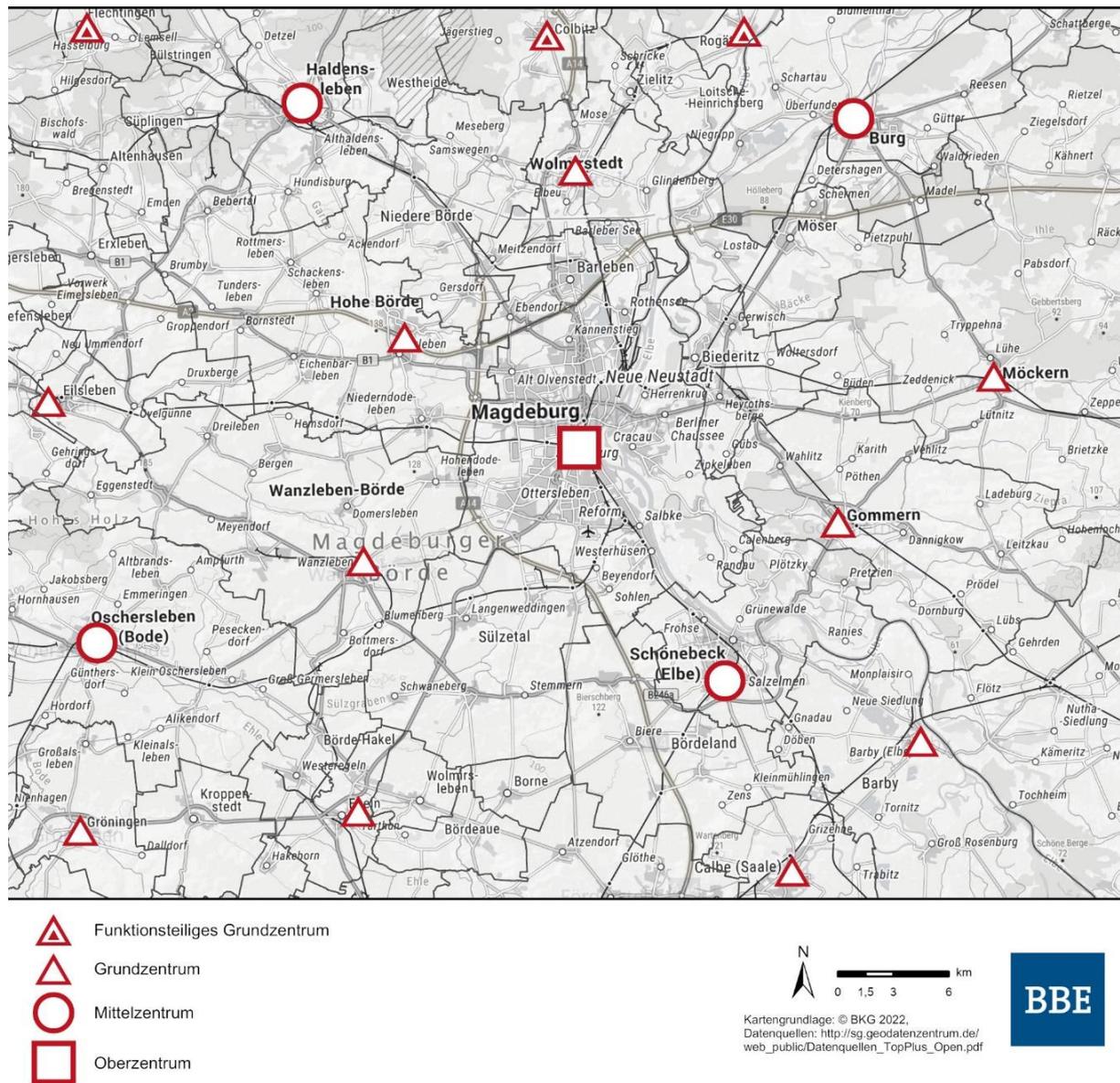
Kartengrundlage: © BKG 2022.
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Zentrenrelevanz und -verträglichkeit einer Dehner-Heimtierabteilung in der Stadt Magdeburg

Landes- und Regionalplanung

Die landesplanerische Steuerung des Einzelhandels erfolgt durch das „Zentrale-Orte-Prinzip“ und wird durch entsprechende Zielfestlegungen im Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalts gesichert. Die Landeshauptstadt Magdeburg ist als Oberzentrum eingestuft, dabei werden Oberzentren folgendermaßen definiert: „Oberzentren sind als Standorte hochwertiger spezialisierter Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, wissenschaftlichen und politischen Bereich mit überregionaler und zum Teil landesweiter Bedeutung zu sichern und zu entwickeln. Mit ihren Agglomerationsvorteilen sollen sie sich auf die Entwicklung ihrer Verflechtungsbereiche nachhaltig auswirken. Sie sollen darüber hinaus als Verknüpfungspunkte zwischen großräumigen und regionalen Verkehrssystemen wirken.“⁵

Karte 3: Einbindung der Landeshauptstadt Magdeburg in die zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung nach Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalts, 2011

⁵ Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalts, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte Z33

Die regionale Bedeutung Magdeburgs als Oberzentrum wird auch durch die Zentralitätskennziffer von 119,4 sichtbar.⁶ Die Zentralitätskennziffer gibt Aufschluss über die Attraktivität eines Standortes als Einkaufsort und zeigt an, inwieweit der örtliche Einzelhandel in der Lage ist, überörtliche Kundschaft anzuziehen. Im Saldo von Zu- und Abflüssen unterliegt der Einzelhandelsstandort Magdeburg einem deutlichen Kaufkraftzufluss.

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung

Die überregionale Verkehrsanbindung Magdeburgs wird durch die Autobahnen A14 in Nord-Süd-Richtung und die A2 in Ost-West-Richtung bestimmt. Das Autobahnkreuz Magdeburg nordwestlich der Stadt stellt den Schnittpunkt der beiden Autobahnen dar und ist somit ein wichtiger Knotenpunkt für die überregionale Erreichbarkeit der Landeshauptstadt. Weiterhin stellt die Bundesstraße B71 eine wichtige Verkehrsachse dar, welche die Stadt westlich der Elbe in Nord-Süd-Richtung durchquert und über die Autobahnabfahrten Magdeburg-Kannenstieg (A2) und Magdeburg-Reform (A14) erreicht werden kann. Ebenso schneidet die Bundesstraße B1 das Stadtgebiet in Ost-West-Richtung nördlich der Altstadt und stellt eine Verbindung an die A14 her.

Dem Magdeburger Hauptbahnhof kommt eine zentrale Funktion im Schienenverkehr Sachsen-Anhalts zu. Die Haltestelle Magdeburg Hbf ist ebenso Teil von Regionalverbindungen wie dem RE 13 (Magdeburg-Leipzig) oder der RB 36 (Magdeburg-Wolfsburg) wie auch von Fernverkehrsverbindungen wie zum Beispiel dem ICE 25 (Berlin-München) oder dem IC 55 (Dresden-Köln). Der Hauptbahnhof ist auch zentraler Halt der S-Bahn Mittelelbe. Westlich des Hauptbahnhofs schließt sich der ZOB Magdeburg an, welcher eine Halte- und Endhaltestelle von regionalen und überregionalen Buslinien darstellt.

Innerhalb des Stadtgebiets wird der ÖPNV vorrangig durch die Busse und Straßenbahnen der Magdeburger Verkehrsbetriebe (MVB) bewerkstelligt. Insgesamt zehn Straßenbahn- und 15 Stadtbuslinien verbinden die einzelnen Stadtteile Magdeburg untereinander.

Einwohnerentwicklung und Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die nachfolgenden Berechnungen basieren auf der aktuell verfügbaren Datenbasis des Landesamtes für Statistik Sachsen-Anhalts. Gemäß dieser Grundlage lebten zum Stichtag 30.09.2021 insgesamt 235.515 Einwohnerinnen und Einwohner in Magdeburg.

Wie aus der nachstehenden Tabelle hervorgeht, lässt sich für Magdeburg, im Zeitraum vom 31.12.2011 bis zum 30.09.2021, insgesamt ein Bevölkerungsanstieg konstatieren. Der Bevölkerungsspeak im Betrachtungszeitraum wurde allerdings Ende des Jahres 2018 erreicht. Seit diesem Zeitpunkt nimmt die Bevölkerung stetig ab und passt sich somit der Bevölkerungsentwicklung des Landes Sachsen-Anhalts an, welche fast im gesamten Betrachtungszeitraum durchgängig negativ ist. Insgesamt ist jedoch eine positivere Bevölkerungsentwicklung von Magdeburg im Vergleich zum Bundesland zu erkennen.

⁶ BBE|CIMA|MB-Research, Einzelhandelszentralität 2021 in Deutschland, Gemeinden mit 10.000 und mehr Einwohnern

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Magdeburg im regionalen Vergleich und Bevölkerungsprognose bis 2035

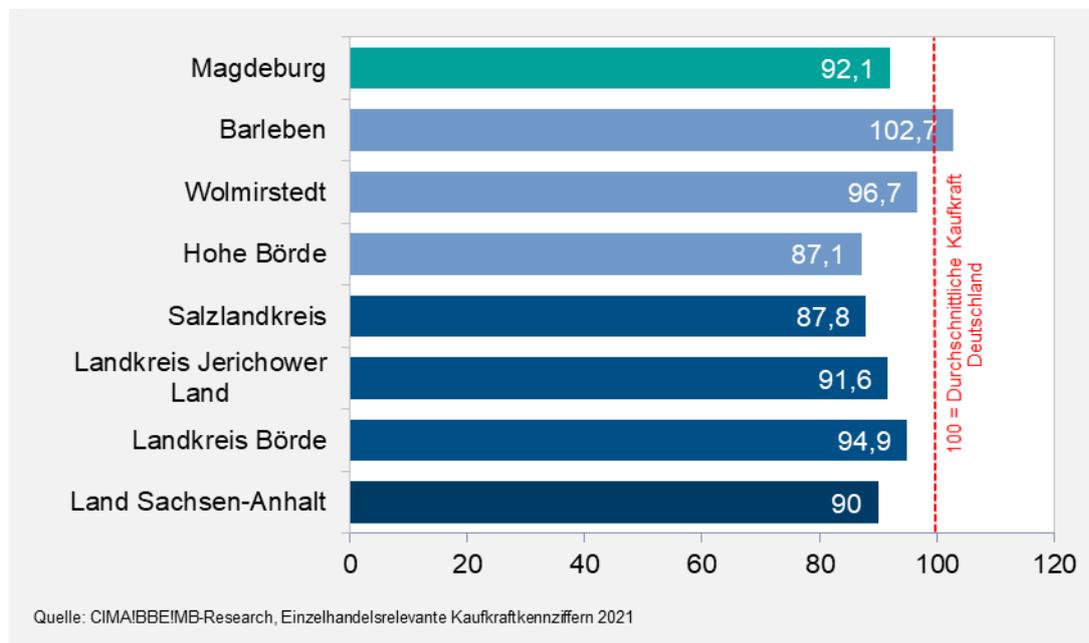
Einwohnerentwicklung	Stadt Magdeburg		Sachsen-Anhalt		Veränderung zum Bezugsjahr 2011	
	abs.	Index	abs.	Index	abs.	Index
31.12.2011	228.910		2.276.736		100,0%	100,0%
31.12.2012	229.924	0,4%	2.259.393	-0,8%	100,4%	99,2%
31.12.2013	231.021	0,5%	2.244.577	-0,7%	100,9%	98,6%
31.12.2014	232.306	0,6%	2.235.548	-0,4%	101,5%	98,2%
31.12.2015	235.723	1,5%	2.245.470	0,4%	103,0%	98,6%
31.12.2016	238.136	1,0%	2.236.252	-0,4%	104,0%	98,2%
31.12.2017	238.478	0,1%	2.223.081	-0,6%	104,2%	97,6%
31.12.2018	238.697	0,1%	2.208.321	-0,7%	104,3%	97,0%
31.12.2019	237.565	-0,5%	2.200.288	-0,4%	103,8%	96,6%
31.12.2020	235.775	-0,8%	2.180.684	-0,9%	103,0%	95,8%
30.09.2021	235.515	-0,1%	2.172.221	-0,4%	102,9%	95,4%
Bevölkerungsprognose des statistischen Landesamts						
2030	225.060		1.996.642		98,3%	87,7%
2035	218.297		1.901.254		95,4%	83,5%

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt: Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus 2011 sowie 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose bis 2035 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Basisjahr 2019

Das Landesamt für Statistik des Landes Sachsen-Anhalt prognostiziert in seiner Bevölkerungsvorausschätzung auch weiterhin eine rückläufige Entwicklung der Einwohnerzahlen. Für beide räumliche Betrachtungseinheiten werden für die Jahre 2030 und 2035 Werte geschätzt, die geringer sind als die Zahlen von 2011. In Magdeburg prognostiziert das Statistische Landesamt bis 2030 einen Bevölkerungsrückgang auf rd. 225.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, dies entspricht gegenüber dem heutigen Stand einem Rückgang von rd. 10.500 Personen. In Magdeburg fällt dieser prognostizierte Bevölkerungsrückgang mit -4,4% dennoch positiver aus im Land Sachsen-Anhalt mit -8,1%.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Gemeinde oder Region wider. Die Kennziffer gibt, unabhängig von der Größe der Gemeinde, das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Im regionalen Umfeld weist Magdeburg ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Mit einem Wert von 92,1 befindet sich Magdeburg sowohl über dem Durchschnittswert des Landes Sachsen-Anhalt, als auch über dem Vergleichswert der nordwestlich angrenzenden Gemeinde Hohe Börde und den Durchschnittswerten der Landkreise Jerichower Land und Salzlandkreis. Für die Stadt Wolmirstedt und die Gemeinde Barleben sowie den Landkreis Börde lassen sich höhere Kaufkraftniveaus als in der Landeshauptstadt feststellen, wobei die Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Barleben mit einem Wert von 102,7 sogar über dem gesamtdeutschen Durchschnitt von 100 liegt.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021 (Einzelhandel insgesamt)

Pendlersituation

Eine weitere, für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Landeshauptstadt Magdeburg beträgt 44.883, demgegenüber zeigen sich 30.708 Auspendler. Der stark positive Pendlersaldo von 14.175 spiegelt auch die oberzentrale Versorgungsfunktion Magdeburgs wider.⁷

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

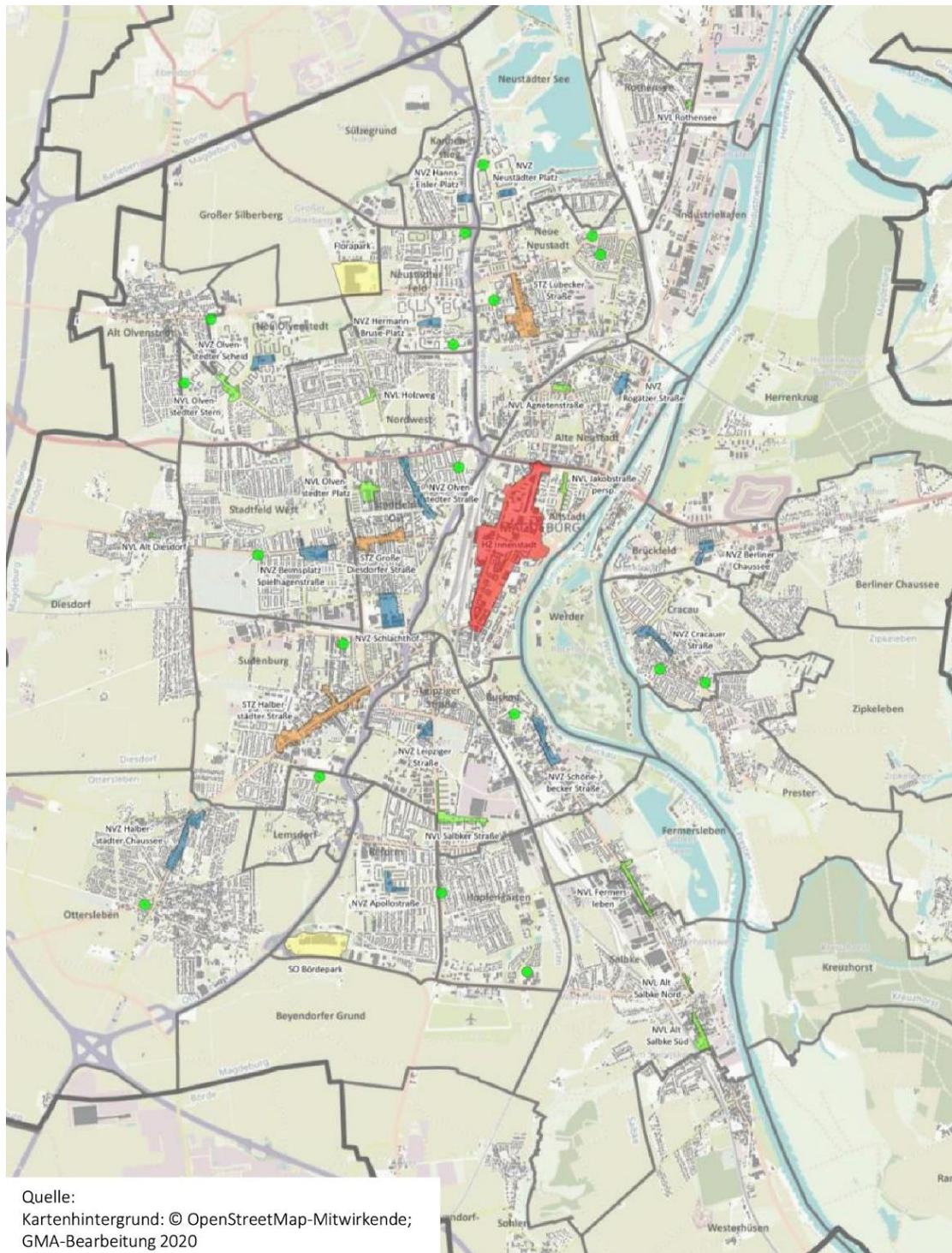
Im Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Magdeburg (Märktekonzept) aus dem Jahr 2021 sind, neben der Innenstadt, insgesamt 17 weitere zentrale Versorgungsbereiche in Form von Stadtteil- und Nahversorgungszentren ausgewiesen. Ergänzt werden diese durch verschiedene Nahversorgungslagen und -standorte, sowie durch die Sonderstandorte Florapark und Bördepark.⁸ Der Projektstandort liegt in unmittelbarer Nähe zum ausgewiesenen Sondergebiet „Florapark“, jedoch außerhalb der Zentrenstruktur.

⁷ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2021, Bundesagentur für Arbeit

⁸ GMA (2021): Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg, S. 74

Zentrenrelevanz und -verträglichkeit einer Dehner-Heimtierabteilung in der Stadt Magdeburg

Karte 4: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Magdeburg



- | | |
|--|---|
| Innenstadt | Nahversorgungslagen |
| Stadtteilzentrum | Nahversorgungsstandorte |
| Nahversorgungszentrum | Sondergebiete Flora-Park und Bördepark |

Quelle: GMA (2021): Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg, S.74

Fazit zum Makrostandort Magdeburg:

- Magdeburg ist im Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalts als Oberzentrum eingestuft. Damit übernimmt die Landeshauptstadt überregionale und teilweise landesweite, spezialisierte Versorgungsfunktionen.
- Die Stadt verfügt durch die A14 und die A2 über eine sehr gute überregionale Anbindung für den motorisierten Individualverkehr. Das Autobahnkreuz Magdeburg, nordwestlich der Stadt gelegen, bildet einen wichtigen Knotenpunkt. Die Bundesstraßen B71 und B1 stellen stadinterne Verkehrsadern in die vier Himmelsrichtungen dar. Der Hauptbahnhof Magdeburg ist für den Schienenverkehr, ebenso wie der ZOB Magdeburg für Omnibuslinien von regionaler und überregionaler Bedeutung. Innerhalb des Stadtgebiets besteht ein dichtes Netz an Bus- und Straßenbahnlinien.
- Im Zeitraum zwischen den Jahren 2011 bis 2018 war für Magdeburg eine positive Bevölkerungsentwicklung zu konstatieren. In den Folgejahren gab es eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung, welche sich, nach der Prognose des statistischen Landesamts, perspektivisch auch in den nächsten Jahren fortsetzen wird.
- Magdeburg erzielt im regionalen Vergleich ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau, die zugehörige Kaufkraftkennziffer beträgt 92,1. Die hohe Zentralitätskennziffer von 119,4 gibt Aufschluss darüber, dass der örtliche Einzelhandel in Magdeburg überörtliche Kundschaft anzieht. Die Stadt Magdeburg verfügt über ein hierarchisches Zentrenkonzept, welches neben der Innenstadt insgesamt 17 weitere zentrale Versorgungsbereiche sowie ergänzende Nahversorgungslagen / -standorte und Sonderstandorte ausweist.

5. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes, stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes und für die Wechselwirkung mit weiteren Anbietern im Stadtgebiet von Magdeburg von Relevanz.

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort liegt im nordwestlichen Stadtgebiet Magdeburgs, die Entfernung zum Innenstadtzentrum beträgt etwa 4,5 km. Nördlich des Standorts befindet sich ein Gewerbegebiet, an welches sich ein HORNBACH-Baumarkt und die Bundesstraße B71 anschließt. Jenseits der Bundesstraße ist der überregional bedeutsame Möbelmarkt IKEA ansässig. In östlicher Richtung reiht sich ein Konglomerat an Wohnbauung und Kleingartenparzellen an. Südlich des Projektstandorts befindet sich, neben den Parkplätzen des Einkaufszentrums Florapark, ein Filiale der Fastfood-Kette McDonald's und eine Tankstelle. Der Straße „Am Florapark“ gegenüber des Projektstandorts in westlicher Richtung folgend reihen sich unter anderem Kfz-Betriebe, ein Kebabimbiss, eine Spargelverkaufshalle und ein Getränkemarkt der Kette GetränkeQuelle ein.

Standortprägend ist allerdings die unmittelbare Nähe zum Florapark selbst, einem Einkaufszentrum mit einer Verkaufsfläche von 34.000 bis 35.000 m², das sich in südwestlicher Lage zum Projektstandort befindet.⁹ Als Magnetbetriebe des Floraparks sind das Möbelhaus Roller, das SB-Warenhaus real, eine TK-Maxx-Filiale sowie der Sporthändler Decathlon zu nennen. Ebenfalls Teil des Floraparks, jedoch außerhalb der Mall gelegen, ist eine Filiale des Heimtierfachmarkts Fressnapf XXL.

Durch die Nachbarschaft zum Florapark profitiert der Projektstandort einerseits von der hohen Kundenfrequenz im Umfeld, andererseits auch von der weitreichenden Ausstrahlung des Einkaufszentrums.

Nachfolgende Fotoaufnahmen sowie die Karte zeigen die Nutzungen im Projektumfeld.

Abbildung 5: Anbieter im Florapark



Quelle: Eigene Aufnahmen, März 2022

⁹ GMA (2021): Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg, S. 45

Zentrenrelevanz und -verträglichkeit einer Dehner-Heimtierabteilung in der Stadt Magdeburg

Abbildung 6: Ansichten im Umfeld des Projektstandorts



Straße Am Florapark, Blickrichtung Osten

Parkplatz am Silberbergweg

GetränkeQuelle, Am Florapark

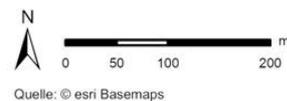
Quelle: Eigene Aufnahmen, März 2022

Karte 5: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



Mikrostandort

Projektstandort



Quelle: © esri Basemaps

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

Der Projektstandort wird durch die Straße Silberbergweg mit der Bundesstraße B71 verbunden, welche im weiteren Verlauf das Stadtgebiet Magdeburgs in Nord-Süd-Richtung durchquert. Die rd. 170 avisierten Parkplätze innerhalb des Projektareals können der Kundschaft ausreichend Parkmöglichkeiten zur Verfügung stellen. Ein ÖPNV-Anschluss ist durch die beiden Haltestellen „Ikea, West“ und „Florapark“ gegeben, die von den Buslinien 69, 52 und 71 bedient werden. Die nähergelegene Haltestelle „Florapark“ ist ca. 500 m vom Projektstandort entfernt. Vom Olvenstedter Graseweg, an welcher die Haltestelle gelegen ist, kann der Florapark über einen gemeinsamen Fuß- und Radweg erreicht werden, der im weiteren Verlauf entlang des Silberbergwegs auch am Projektstandort vorbei führt. Aufgrund der hohen Anzahl an geplanten Parkplätzen innerhalb des Projektareals und in unmittelbarer Nähe auf dem Gelände des Floraparks und der niedrigen Entfernung zur Bundesstraße B71, welche einen Zubringer zur Autobahn A2 darstellt, weist der Standort eine sehr gute Erreichbarkeit für den motorisierten Kundenverkehr auf. Ergänzend kann, durch die relative Nähe zu zwei Buslinienhaltestellen sowie durch die vorhandenen Fuß- und Radwege, eine gute Erreichbarkeit zu Fuß und durch den öffentlichen Personennahverkehr konstatiert werden.

Planungsrechtliche Situation

Der Projektstandort liegt innerhalb des Geltungsbereichs des einfachen Bebauungsplans Nr. 111-1A „Grosser Silberberg Süd“, der in der ersten Änderung im Entwurf mit Stand Dezember 2021 vorliegt. Der Bebauungsplan beschränkt zentrenrelevante Sortimente eines Einzelhandelsbetriebs auf eine Größe von bis zu 10% der Verkaufsfläche, maximal jedoch 400 m². Die geplante Heimtierabteilung des Dehner-Gartencenters mit rd. 900 m² überschreitet den geforderten Wert somit.

In Abschnitt 9.3 wird dementsprechend die faktische Zentrenrelevanz in den bestehenden Angebotsstrukturen geprüft und welche Folgewirkungen vom Planvorhaben für zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Magdeburg zu erwarten sind.

Fazit zum Mikrostandort

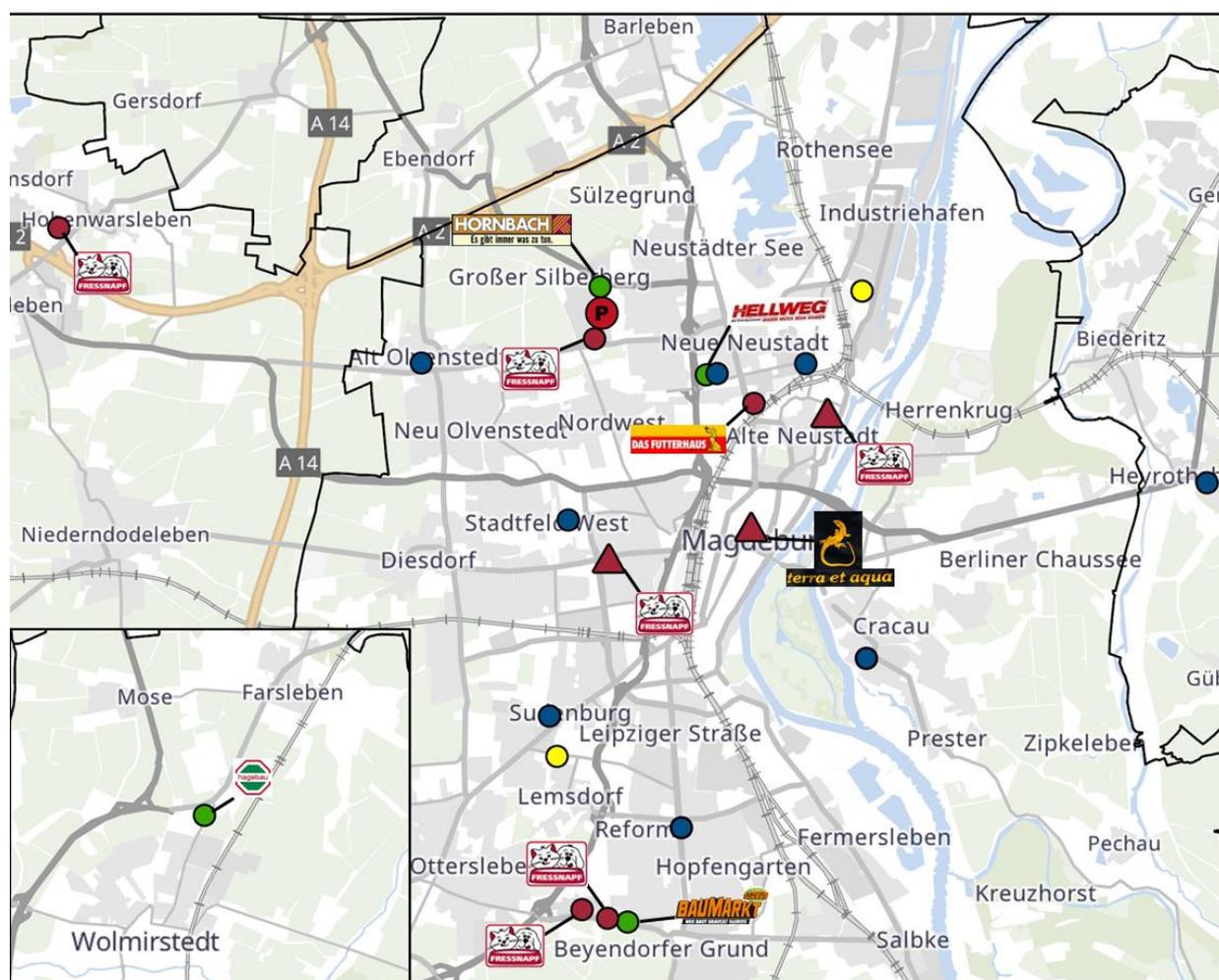
- Der Projektstandort befindet sich im nordwestlichen Stadtgebiet der Stadt Magdeburg.
- Standortprägend ist die unmittelbare Nähe zum Florapark. Der Projektstandort kann dadurch von der Verkehrsfrequenz und der weitreichenden Ausstrahlung des Einkaufszentrums profitieren.
- Der Projektstandort weist eine sehr gute Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr auf. Über zwei Bushaltestellen sowie Geh- und Radwege ist jedoch auch die Erreichbarkeit für Kundschaft ohne Pkw gesichert.
- Der Projektstandort befindet sich außerhalb der im Märktekonzept ausgewiesenen Standortstruktur, innerhalb des Geltungsbereichs des einfachen Bebauungsplans Nr. 111-1A „Grosser Silberberg Süd“, welcher zentrenrelevante Randsortimente bis zu einer Größe von 400 m² erlaubt.

6. Wettbewerbssituation

Die Analyse der Wettbewerbssituation der Heimtierabteilung des geplanten Gartencenters bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Heimtierfachmärkte und -fachgeschäfte ein, zum anderen weitere Anbieter wie Bau- und Gartenmärkte sowie Sonderpostenmärkte, die Heimtiersortimente als Teilsortiment führen. Nicht einbezogen werden die Angebote von Heimtiernahrung im Lebensmittel- und Drogeriehandel, im Fokus der vorliegenden gutachterlichen Stellungnahme stehen die branchenspezifische Zentrenrelevanz des Fachhandels und die unmittelbaren Wettbewerbsbeziehungen des Planvorhabens.

Als Untersuchungsraum fungiert das Stadtgebiet Magdeburg sowie ein 20 min-Fahrzeitbereich um den Projektstandort. Die aktuelle Erhebung dieses relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im März 2022.

Karte 6: Maßgebliche Wettbewerbsstandorte der geplanten Heimtierabteilung von Dehner



Wettbewerbssituation

- P Projektstandort
- Lage außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen
- △ Lage innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen
- Gemeindegrenzen
- Zoofachmarkt
- Zoofachgeschäft
- Baumarkt
- Sonderpostenmarkt

N
0 0,5 1 2 km
Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet, als Basis einer nachfolgenden, standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch die geplante Heimtierabteilung.

Die nachfolgenden Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum. Insgesamt sind 22 relevante Anbieter mit zusammen ca. 7.900 m² Verkaufsfläche in den Heimtiersortimenten zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Heimtiersortiment-Gesamtumsatz von rd. 11,4 Mio. €. Insbesondere in Magdeburg ist ein dichter Wettbewerbsbesatz zu erkennen.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	darunter lebende Tiere	Umsatz gesamt
	in m ²	in m ²	in T€
Zoofachmarkt	5.205	300	7.650
Zoofachgeschäft	430	40	1.140
Baumarkt	2.000	300	2.310
Sonderpostenmarkt	260		280
gesamt	7.895	640	11.380

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Auf Fachgeschäfte und Fachmärkte entfällt eine Verkaufsfläche von rd. 5.600 m², auf der ein Umsatz von rd. 8,8 Mio. € generiert wird.

Innerhalb dieser Betriebsformen gibt es jedoch deutliche Unterschiede: So existieren im Untersuchungsbe- reich Zoofachmärkte mit einer breiten Streuung der Verkaufsflächengröße zwischen 365 m² und 970 m², größtenteils ohne, aber teilweise auch mit Lebetierabteilung.

Fachgeschäfte weisen eine Verkaufsfläche von zusammen rd. 430 m² auf und generieren einen Umsatz von rd. 1,1 Mio. €. Damit nehmen sie eher eine ergänzende Funktion im Einzugsgebiet ein.

Die Bau- und Gartenmärkte verfügen zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 2.000 m² im Heimtiersor- timent und generieren rd. 2,3 Mio. €. Hierbei tritt insbesondere HELLWEG mit umfangreichem Angebot her- vor.

Die betrachteten Sonderpostenmärkte verfügen zwar über ein ständig wechselndes Sortiment, der Umfang der angebotenen Heimtierartikel nimmt jedoch ständig einen relevanten Flächenanteil ein. Zum Erhebungs- zeitpunkt ist insbesondere Thomas Philipps in der Saalestraße hervorzuheben, primär aufgrund der breiten Auswahl im zusätzlichen Heimtierbedarfsbereich (z.B. Hundehütten und -körbchen, Spielzeuge).

Aus Sicht der Angebotsstandorte konzentrieren sich die Strukturen auf die Anbieter außerhalb zentraler Versorgungsbereiche¹⁰. Insgesamt sind lediglich drei Wettbewerber innerhalb eines zentralen Versorgungs- bereichs gelegen, dies betrifft Fressnapf im Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße und im Nahversor- gungszentrum Rogätzer Straße sowie einem inhabergeführten Fachmarkt (terra et aqua) im Hauptzentrum Innenstadt. Alle weiteren Anbieter, welche mit rd. 6.000 m² Verkaufsfläche und ca. 8,6 Mio. € Umsatz im Heimtiersegment den Angebotsschwerpunkt darstellen, sind an Standorten außerhalb der Zentrenstruktur

¹⁰ Zur besonderen Einstufung der beiden Fressnapf-Fachmärkte an den Sonderstandorten Florapark und Börde Park (jeweils mit Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums) vgl. Abschnitt 9.1.

gelegen. Flächengrößter Einzelanbieter im Heimtierbereich ist die entsprechende Abteilung des Baumarktes HELLWEG in der Mittagstraße.

Tabelle 4: Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet nach Standortstrukturen

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	darunter lebende Tiere	Umsatz gesamt
	in m ²	in m ²	in T€
HZ Innenstadt (terra et aqua)	660	80	860
STZ Große Diesdorfer Straße (Fressnapf)	365		660
NVZ Rogätzer Straße (Fressnapf)	900		1.260
HORNBACH, Silberbergweg	500	50	700
HELLWEG, Mittagstraße	1.200	250	1.200
Fressnapf XXL, Florapark	970	150	1.360
Das Futterhaus, Lübecker Straße	520		730
Fressnapf, Salbker Chaussee	450		720
Fressnapf, Börde Park	890	70	1.340
Globus Baumarkt, Salbker Chaussee	250		350
Fachgeschäfte außerhalb eines ZVBs	410	40	1.040
Sonderpostenmärkte	260		280
Fressnapf, Hohe Börde	450		720
sonstige Anbieter außerhalb Magdeburgs	70		160
gesamt	7.895	640	11.380

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Hauptwettbewerber in Magdeburg

Als **Hauptwettbewerber** sind die nahegelegenen Baumärkte mit umfangreicher Heimtierabteilung sowie nahegelegene Zoofachmärkte zu bewerten.

Nächstgelegener Wettbewerber ist **Fressnapf XXL im Florapark**, welcher auf einer großzügigen Verkaufsfläche neben Tiernahrung und Heimtierzubehör auch Lebewesen anbietet. Der Fachmarkt kann stark durch die weitreichende Ausstrahlung des Floraparks sowie den weiteren Anbietern innerhalb des Einkaufszentrums profitieren, ist selbst jedoch außerhalb der Mall ansässig. Als nächstgelegener Wettbewerber mit vergleichbarer Verkaufsflächendimensionierung tritt Fressnapf in intensiveren Wettbewerb mit dem Planvorhaben.

Auch mit dem nahegelegenen **HORNBACH-Baumarkt** in rd. 600 m Entfernung sind Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten. Das breite Angebot bei HORNBACH weist vor allem eine große Kompetenz im Aquaristikbereich auf. Durch die Lage an einer wichtigen Ausfallstraße schräg gegenüber des regional bedeutsamen Möbelhauses IKEA ist auch für HORNBACH mit einer weitreichenden Kundenbindung zu rechnen, insbesondere aus den westlich anschließenden, ländlichen Gemeinden.

Der Baumarkt **HELLWEG in der Mittagstraße** ist rd. 2,9 km vom Projektstandort entfernt. Der umfangreiche Bau- und Gartenmarkt verfügt über eine herausragende Heimtierabteilung, welche das Heimtiersortiment vollumfänglich umfasst, also sowohl Fertignahrung und sonstige Heimtierbedarfssortimente, als auch lebende Tiere in den Bereichen Aquaristik, Terraristik, Kleinnager und Vögel. Als bisher umfangreichster Heimtieranbieter in Magdeburg tritt auch der Baumarkt mit dem Planvorhaben in intensiven Wettbewerb.

Abbildung 7: Hauptwettbewerber



HELLWEG, Mittagstraße



HORNBAACH, Silberbergweg



Fressnapf XXL, Florapark

Quelle: Eigene Aufnahmen, März 2022

Wettbewerber in Magdeburg innerhalb zentraler Versorgungsbereiche

Nächstgelegener Wettbewerber innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ist **Fressnapf im Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße** in rd. 5,1 km Entfernung. Das Stadtteilzentrum umfasst neben einem Fachmarktzentrum, in welchem Fressnapf gelegen ist, weitere, vorrangig kleinteilige Anbieter entlang der Großen Diesdorfer Straße sowie einen EDEKA-Markt in der Steinigstraße. Der Zoofachmarkt profitiert dabei insbesondere von den weiteren Anbietern des Fachmarktzentums (u.a. Lidl, Takko, NKD, KiK). Der Markt selbst verfügt jedoch über eine kleine Verkaufsfläche und wirkt etwas beengt. Mit dem umfangreichen Heimtierangebot im geplanten Dehner tritt Fressnapf somit nur in geringerem Maße in Wettbewerb. Er konzentriert sich eher auf den nahversorgungsrelevanten Einzugsbereich des Stadtteilzentrums.

Im **Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße** verfügt **Fressnapf** über eine deutlich umfangreichere Verkaufsfläche von rd. 900 m². Das Nahversorgungszentrum wird vorrangig durch ALDI und Lidl geprägt, ergänzt durch einen Getränkeanbieter und den Fressnapf-Markt. Mit dem breiten Angebot verfügt Fressnapf über eine Ausstrahlung, welche über die übliche Kundenbindung eines Nahversorgungszentrums hinausgeht. In Richtung Norden und Westen wird die Erreichbarkeit jedoch durch eine Bahntrasse mit wenigen Querungsmöglichkeiten beschränkt, welche ebenso die Wettbewerbsverflechtungen mit dem Planvorhaben schmälert.

Im **Hauptzentrum Innenstadt** ist der **Fachmarkt terra et aqua** ansässig, in geringer Entfernung zur Fußgängerzone Breiter Weg. Als langjährig bestehender, inhabergeführter Fachmarkt ist mit einem großen Anteil an Stamm- und Zielkunden zu rechnen, dafür spricht auch die Lage etwas abseits der Hauptfrequenzachse ohne eigene Parkplätze. Dennoch sind Kopplungen mit den weiteren Anbietern innerhalb des Innenstadtzentrums zu erwarten, so befinden sich mit GALERIA und Papenbreer gleich zwei Magnetanbieter der Innenstadt in direkter Nachbarschaft. Dem Fachmarkt kann durch die hohe Serviceorientierung und die breite Auswahl insbesondere lebender Tiere eine hohe Wettbewerbsfähigkeit unterstellt werden, Wettbewerbsverflechtungen mit dem projektierten Dehner-Gartencenter bleiben jedoch bei einer Entfernung von rd. 5,5 km auf geringerem Niveau.

Abbildung 8: Wettbewerber innerhalb zentraler VersorgungsbereicheFressnapf, STZ Große Diesdorfer Str.
Quelle: Eigene Aufnahmen, März 2022

Fressnapf, NVL Rogätzer Str.



terra et aqua, HZ Innenstadt

Weitere Anbieter in Magdeburg außerhalb zentraler Versorgungsbereiche¹¹

Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind in Magdeburg drei weitere Zoofachmärkte gelegen: **Das Futterhaus in der Lübecker Straße**, **Fressnapf in der Salbker Straße** und **Fressnapf im Börde Park**. Mit Das Futterhaus befindet in der Lübecker Straße in rd. 4,0 km Entfernung ein attraktiver Fachmarkt, welcher mit dem Planvorhaben insbesondere im Futter- und Zubehörsortiment in Wettbewerb tritt. Der Fachmarkt verfügt jedoch über keine lebenden Tiere. Die beiden Fressnapf-Fachmärkte im südlichen Stadtgebiet weisen bereits eine große Entfernung von mehr als 13 km zum projektierten Dehner auf und treten auch infolge nähergelegener, alternativer Fressnapf-Filialen nur in geringfügige Wettbewerbsverflechtungen.

Insgesamt sind im Magdeburger Stadtgebiet **sieben kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte** ansässig, alle jedoch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen gelegen. Diese Anbieter verfügen über eine hohe Beratungs- und Servicekompetenz sowie meist über ein spezialisiertes Angebot. Hierbei sind beispielsweise die BARF-Anbieter **Barnies Fleischdealer** (Sankt-Michael-Straße und Seestraße), **Sammys Futterschüssel** (Harsdorfer Straße) und **Ostermanns Frischfutter Service** (Umfassungsstraße) sowie das **Aquaristik-Fachgeschäft Meerwasserhof Magdeburg** (Wasserkunststraße) zu nennen. Diese Anbieter verfügen aufgrund des spezialisierten Sortiments und der höheren Serviceausrichtung kaum Wettbewerbsüberschneidungen mit dem geplanten Dehner-Gartencenter.

Die weiteren Anbieter im Stadtgebiet, darunter zwei Sonderpostenmärkte und ein Globus Baumarkt, treten aufgrund der Entfernung zum Projektstandort oder einem differenzierten Angebot mit dem Planvorhaben kaum in Wettbewerb. Insbesondere die beiden Sonderpostenmärkte heben sich bereits in der Zielgruppenansprache vom höherwertigen Fachhandel ab; stetige Wettbewerbsbeziehungen mit Dehner sind im Heimtiersegment somit auszuschließen. Insgesamt verfügt die Stadt Magdeburg mit 19 Anbietern im Heimtierbereich über einen dichten Wettbewerbsbesatz.

Abbildung 9: Weitere Wettbewerber in MagdeburgDas Futterhaus, Lübecker Straße
Quelle: Eigene Aufnahmen, März 2022

Barnies Fleischdealer, Sankt-Michael-Str.

¹¹ Zur besonderen Einstufung der beiden Fressnapf-Fachmärkte an den Sonderstandorten Florapark und Börde Park (jeweils mit Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums) vgl. Abschnitt 9.1.

Wettbewerbsrelevante Anbieter außerhalb des Stadtgebietes Magdeburg

Außerhalb des Magdeburger Stadtgebiets ist Fressnapf in der Gemeinde Hohe Börde ansässig. Der Zoofachmarkt kann insbesondere von der regionalen Ausstrahlung des nahegelegenen Einkaufszentrums ElbePark sowie der Nähe zur Autobahnausfahrt Irxleben (A2) profitieren und besitzt für die Bevölkerung der ländlich geprägten Umgebung eine hohe Relevanz im Heimtiersegment. Mit dem Planvorhaben steht Fressnapf somit, trotz einer Entfernung von rd. 11,0 km, in geringen Wettbewerb.

Die beiden weiteren betrachteten Anbieter außerhalb Magdeburgs, ein Zoofachgeschäft in der Gemeinde Biederitz sowie hagebaumarkt in Wolmirstedt, treten aufgrund der anderen Sortimentsausrichtung bzw. der insgesamt geringen Verkaufsfläche mit dem projektierten Dehner nicht in Wettbewerb.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Insgesamt 22 wettbewerbsrelevante Anbieter im Einzugsgebiet verfügen derzeit über rd. 7.900 m² Verkaufsfläche mit Heimtierbedarfssortimenten und binden einen Umsatz von ca. 11,4 Mio. €.
- Insbesondere im Stadtgebiet Magdeburg ergibt sich ein dichter Wettbewerbsbesatz. Davon entfallen aber lediglich 3 Anbieter auf zentrale Versorgungsbereiche, sie sind eingebunden in das Hauptzentrum Innenstadt, in das Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße und in das Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße.
- Hauptwettbewerber sind einerseits die nahegelegenen Baumärkte mit großer Heimtierabteilung HELLWEG und HORNBACH zu betrachten. Andererseits steht Fressnapf XXL im Florapark vorrangig aufgrund der räumlichen Nähe mit der Heimtierabteilung des geplanten Dehners in Wettbewerb.
- Zudem sind geringere Wettbewerbsbeziehungen mit den weiteren Zoofachmärkten in der Umgebung zu erwarten.

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen weitere wichtige Bezugspunkte für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

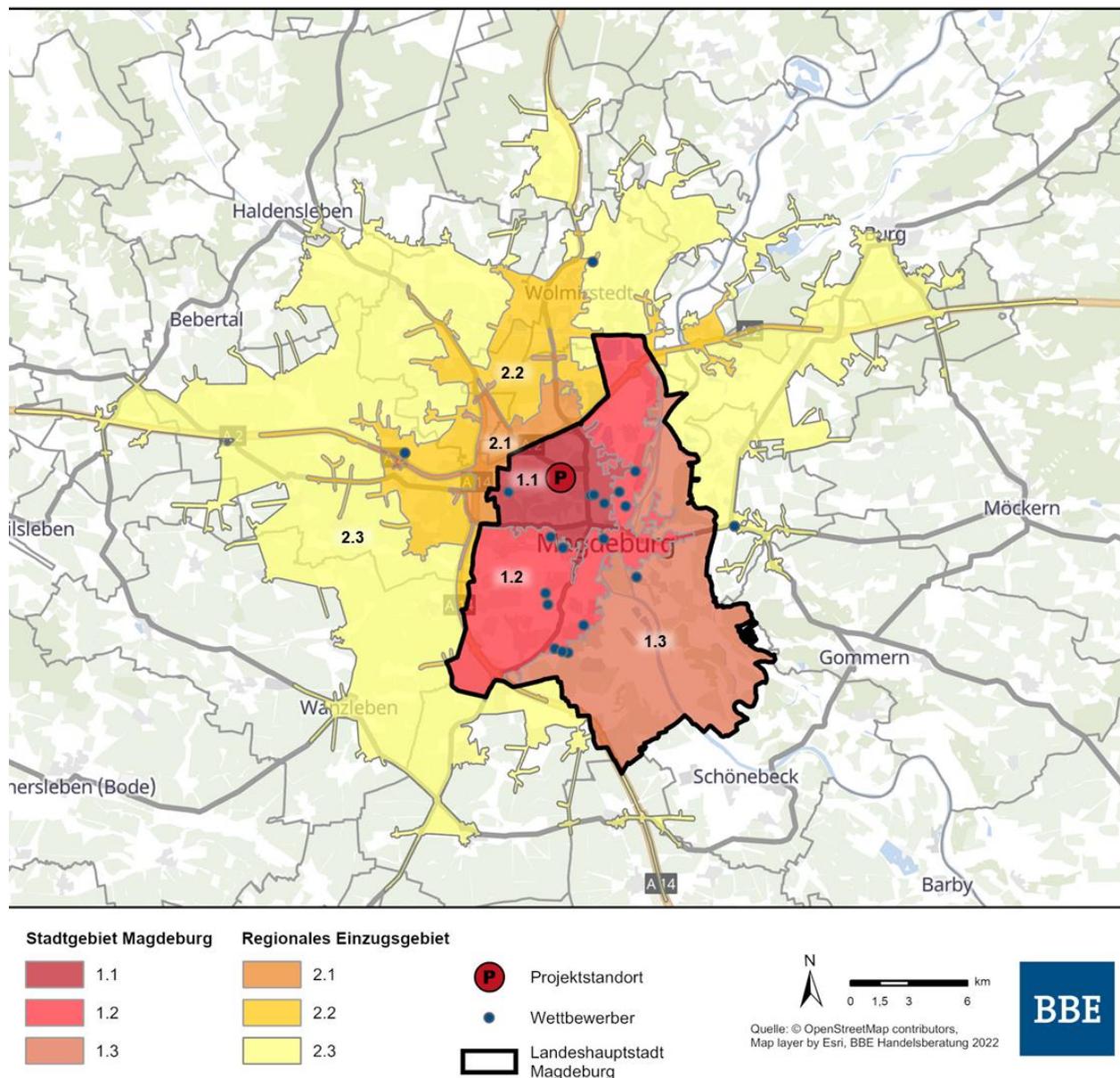
- Die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung der Heimtierabteilung des geplanten Dehners ist die Ausstrahlung des Gartencenters insgesamt sowie die des nahegelegenen Floraparks auf das Stadtgebiet sowie das weitere Umland von Magdeburg. Gleichzeitig ist zu beachten, dass die faktische Zentrenrelevanz des Heimtiersortiments im gesamten Stadtgebiet zu prüfen ist. Für das Vorhaben ergibt sich folglich das in der Karte 7 dargestellte Einzugsgebiet:

- Das **Stadtgebiet von Magdeburg** wird anhand der verkehrlichen Erreichbarkeit untergliedert. Zone 1.1 entspricht einem Nahbereich, welcher innerhalb von 7 bis 8 Fahrminuten erreicht werden kann. Hier ist mit der höchsten Kundenbindung zu rechnen. Zone 1.2 umfasst das sich anschließende Stadtgebiet mit bereits abnehmenden Bindungschancen, u.a. auch infolge eines deutlich höheren Zeit-Wege-Aufwandes (Fahrzeit bis zu 13 Minuten – etwa 2/3 über Nahbereich). Die äußere Zone 1.3 umfasst das restliche Stadtgebiet, darunter auch vereinzelt, peripher gelegene Ortschaften von Magdeburg, welche außerhalb einer, für vergleichbare Heimtierangebote üblichen, maximal 20-minütigen Fahrzeit liegen. Der Großteil des Magdeburger Einwohnerpotenzials ist jedoch innerhalb von 20 Minuten erreichbar.
- Das **regionale Einzugsgebiet** entspricht der verkehrlichen Erreichbarkeit innerhalb von 20 Minuten außerhalb des Stadtgebiets von Magdeburg. Die Gliederung der Zonen erfolgt adäquat zum Stadtgebiet, Zone 2.1 umfasst dabei einen regionalen Nahbereich bis 8 Minuten, welcher nordwestlich an das Magdeburger Stadtgebiet anschließt. Die Zonen 2.2 und 2.3 umschließen dementsprechend Fahrzeitzonen von rd. 13 bzw. 20 Minuten. Außerhalb des Magdeburger Stadtgebietes sind, abgesehen von einem Fressnapf-Fachmarkt in der Gemeinde Hohe Börde, keine Wettbewerber mit umfangreichem Angebot im Heimtiersegment vorhanden.

In der nachstehenden Karte ist das Einzugsgebiet des Planvorhabens dargestellt:

Karte 7: Einzugsgebiet der geplanten Heimtierabteilung des projektierten Dehner-Gartencenter



Insgesamt leben im Einzugsgebiet rd. **331.400 Einwohner**, wobei sich ca. 235.500 Einwohner auf das Stadtgebiet Magdeburg und ungefähr 95.900 Einwohner auf das regionale Einzugsgebiet verteilen.¹²

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

¹² GfK (2022): Einwohner auf Straßenabschnittsebene; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (2022)

Der bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabenbetrag ist gemäß den im Abschnitt 2 erläuterten Marktentwicklungen in den letzten Jahren stetig gestiegen und umfasst im stationären Einzelhandel aktuell **58,20 € pro Kopf und pro Jahr**¹³.

Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Stadtgebiet Magdeburg				Regionales Einzugsgebiet				Einzugsgebiet gesamt
	Zone 1.1	Zone 1.2	Zone 1.3	gesamt	Zone 2.1	Zone 2.2	Zone 2.3	gesamt	
Bevölkerungspotenzial	83.929	121.850	29.736	235.515	5.841	25.913	64.123	95.877	331.392
sortimentspezifisches Kaufkraftniveau	88,4	93,8	93,3	85,8	103,6	102,3	97,1	92,5	87,7
Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	51 €	55 €	54 €	53 €	60 €	60 €	56 €	58 €	55 €
Nachfragepotenzial	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€	in T€
Heimtierbedarf	4.314	6.649	1.614	12.576	352	1.542	3.623	5.516	18.092

Auf die, gemessen am Niveau des Landes Sachsen-Anhalt, überdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Magdeburg und der Umgebung wurde bereits verwiesen. Diese drückt sich auch bei der sortimentspezifischen Kaufkraftziffer für Heimtierbedarf von 91,8 im Stadtgebiet und 93,9 im regionalen Einzugsgebiet aus. In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von insgesamt ca. 18,1 Mio. € im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 12,6 Mio. € auf das Stadtgebiet und ca. 5,5 Mio. € auf das regionale Einzugsgebiet.

Die Stadt Magdeburg verfügt als Oberzentrum und Landeshauptstadt entsprechende Versorgungsfunktionen auch für das Umland. In der folgenden Tabelle werden die Umsätze des Magdeburger Einzelhandels im Heimtierbedarf (ohne Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter) mit dem Marktpotenzial in Magdeburg und im regionalen Einzugsgebiet gegenübergestellt. Die **Bindungsquoten** stellen ein wichtiges Kriterium zur Bewertung des Einzelhandelsbesatzes in Magdeburg dar.

¹³ IVH (2021): Der deutsche Heimtiermarkt 2020; Umsatz mit Lebewesen gemäß BBE-Markteinschätzung mit rd. 200 Mio. € bundesweit

Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Magdeburger Einzelhandels im Einzugsgebiet

	Nachfrage- potenzial	Umsatz der Angebots- strukturen	Kaufkraft- bindung
	in T€	in T€	in %
Zone 1.1	4.314	4.530	105,0
Zone 1.2	6.649	5.850	88,0
Zone 1.3	1.614	120	7,4
Stadtgebiet Magdeburg	12.576	10.500	83,5
Zone 2.1	352	-	0,0
Zone 2.2	1.542	780	50,6
Zone 2.3	3.623	100	2,8
Regionales Einzugsgebiet	5.516	880	16,0
Einzugsgebiet gesamt	18.092	11.380	62,9

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Innerhalb des Stadtgebiets Magdeburg wird durch den erfassten Fachhandel ein Umsatz von 10,5 Mio. € in den Heimtiersortimenten erzielt. Bei einem Marktpotenzial von 12,6 Mio. € errechnet sich eine hohe Bindungsquote des Fachhandels von rd. 84%. Im gesamten Einzugsgebiet ergibt sich eine Kaufkraftbindung von 63% durch den Fachhandel.

Im Vergleich zur bundesweiten Marktsituation am Heimtiermarkt zeichnet sich eine überdurchschnittliche Stellung des Fachhandels ab, die letztlich auch über regionale Kaufkraftzuflüsse begründbar ist. Der dichte Besatz an Heimtierbedarfsanbietern in Magdeburg spiegelt die oberzentrale Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt wider.

Bundesweit liegt der Marktanteil des Fachhandels über das betrachtete Gesamtsortiment bei rd. 48%, die übrigen 52% entfallen auf den branchenfremden Handel, darunter vor allem der Lebensmitteleinzelhandel. Eine weitere Steigerung der Bindungsquote durch Fachhandelsangebote ist nur bedingt möglich, die nachfolgende Bewertung wettbewerblicher Folgewirkungen des Dehner-Planvorhabens geht vollumfänglich von einer Umsatzumverteilung aus.

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt die Rechtsprechung hat zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

8.1. Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg – Einzelhandelsentwicklungskonzept (2021)

Die Stadt Magdeburg verfügt über ein Einzelhandelsentwicklungskonzept (Märktekonzept) aus dem Jahr 2021. Das im Rahmen des Konzeptes erarbeitete Standortkonzept für die Stadt legt ein hierarchisches Zentrensystem mit insgesamt 18 zentralen Versorgungsbereichen, ergänzt durch Nahversorgungslagen, Nahversorgungsstandorte, Sonderstandorte und Fachmarktstandorte fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht. Folgende Zentren werden ausgewiesen:

- Hauptzentrum Innenstadt
- Stadtteilzentren Halberstädter Straße, Lübecker Straße, Große Diesdorfer Straße
- Nahversorgungszentren Apollostraße im Stadtteil Reform, Beimsplatz / Spielhagenstraße im Stadtteil Stadtfeld West, Berliner Chaussee im Stadtteil Brückfeld, Cracauer Straße im Stadtteil Cracau, Halberstädter Chaussee im Stadtteil Ottersleben, Hanns-Eisler-Platz im Stadtteil Kanenstieg, Hermann-Bruse-Platz im Stadtteil Neustädter Feld, Leipziger Straße im Stadtteil Leipziger Straße, Neustädter Platz im Stadtteil Neustädter See, Olvenstedter Straße im Stadtteil Stadtfeld Ost, Olvenstedter Scheid im Stadtteil Neu Olvenstedt, Rogätzer Straße im Stadtteil Alte Neustadt, Schlachthof im Stadtteil Stadtfeld Ost, Schönebecker Straße im Stadtteil Buckau.

Das Märktekonzept gibt Steuerungsempfehlungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung und determiniert die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen.

Das geplante Dehner-Gartencenter schließt perspektivisch direkt an den Sonderstandort Florapark an:

„Die Standortbereiche „Börde Park“ und „Florapark“ nehmen im Stadtgebiet von Magdeburg eine Sonderstellung ein. Im Märktekonzept 2007 wurde beiden Standorten Teilfunktionen von Stadtteilzentren (i.S. der Nahversorgung, z. B. Stadtteilbibliothek) zugewiesen. Grundsätzlich handelt es sich bei beiden Einkaufszentren um gewerblich geprägte, auto-, aber auch ÖPNV-kundenorientierte Standorte. Hinsichtlich der Schutzwürdigkeit sind diese beiden Standortlagen jedoch weiterhin klar nachrangig zu den klassischen zentralen Versorgungslagen zu behandeln.

Hinsichtlich der Ansiedlung / Erweiterung von Sortimenten bzw. bestehenden Betrieben ist auf die bestehenden rechtskräftigen Bebauungspläne zu verweisen.

Perspektivisch ist aus gutachterlicher Sicht im Hinblick auf die Entwicklung der Innenstadt von Magdeburg bzw. den Stadtteilzentren ein weiterer Ausbau der zentrenrelevanten Strukturen in beiden Standortbereichen zu vermeiden.“¹⁴

¹⁴ GMA (2021): Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg, S. 85

Der Projektstandort selbst liegt jedoch außerhalb der definierten Standortstrukturen, direkt angrenzend an das Sondergebiet Florapark. Somit entspricht der Standort einer sonstigen siedlungsräumlich nicht integrierten Lage:

„Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Märktekonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Magdeburger Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in manchen Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist.“¹⁵

Die Steuerungsempfehlungen im Märktekonzept konkretisieren das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung und determinieren die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen. Die Steuerungsempfehlungen bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Aufteilung nach zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Landeshauptstadt Magdeburg. Die betrachteten Warengruppen Tiernahrung, Lebendtiere und zoologischer Bedarf sind gemäß der Magdeburger Liste sowohl als nahversorgungs- als auch als zentrenrelevant zu betrachten.

¹⁵ GMA (2021): Märktekonzept 2030 der Landeshauptstadt Magdeburg, S. 86

Abbildung 10: Magdeburger Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente:	Nicht-zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren /// Drogerie-, Kosmetik-, Parfümeriewaren /// Apotheker-, Sanitäts-, Orthopädiewaren /// Schnittblumen /// Tiernahrung, Lebewesen, zoologischer Bedarf /// Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf /// Spielwaren, Bastelartikel /// Bekleidung, Baby- / Kinderartikel /// Schuhe, Lederwaren /// Sportartikel (inkl. Sportbekleidung und -schuhe) /// Computer, Telefone und Zubehör, Foto- und Tonträger, Computerspiele /// Elektrogroßgeräte (Weiße Ware) /// Unterhaltungselektronik (braune Ware), Elektrokleingeräte /// Haushaltswaren (GPK, Geschenkartikel) /// Antiquitäten, Kunst, Galerie /// Heimtextilien, Bettwaren, Kurzwaren / Wolle; Gardinen und Zubehör /// Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck /// Musikinstrumente, Musikalien /// Campingartikel, Sportgroßgeräte (Surfboards, Hometrainer, Angelbedarf etc.) /// Fahrräder 	<ul style="list-style-type: none"> /// Möbel, Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Sanitär- / Badeinrichtung, Matratzen /// Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente /// Elektroinstallation, Leuchten /// Pflanzen und Zubehör, Gartenbedarf /// Teppiche / Bodenbeläge / Fliesen /// Tapeten, Farben, Lacke /// Auto- und Motorradzubehör
davon nahversorgungsrelevante Sortimente:	
<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren /// Drogeriewaren /// Apothekerwaren /// Schnittblumen /// Tiernahrung, Lebewesen, zoologischer Bedarf /// Zeitschriften, Schreibwaren 	

* Die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht als kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Sie erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

8.2. Einfacher Bebauungsplan Nr. 111.1A „Grosser Silberberg Süd“ – 1. Änderung (Entwurf)

Der Projektstandort liegt innerhalb des Geltungsbereichs des einfachen Bebauungsplans Nr. 111-1A „Grosser Silberberg Süd“, dessen 1. Änderung im Entwurf vom Dezember 2021 vorliegt. Die Fläche des geplanten Dehner-Gartencenters befindet sich innerhalb des Teilbereichs 1. Der einfache Bebauungsplan legt für den Geltungsbereich folgendes fest:

„Im Plangebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten gem. § 9 Abs. 2a BauGB ausgeschlossen.“

Nachfolgende Ausnahmen sind zulässig:

- *Zentrenrelevanter Einzelhandel, sofern der Verkauf von Waren im unmittelbaren Zusammenhang mit dem ausgeübten Herstellungs-, Verarbeitungs- und Dienstleistungsgewerbe steht und die hierfür genutzte Fläche nur einen untergeordneten Teil der Gesamtbetriebsfläche umfasst.*
- *Zentrenrelevante Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bis zu einer Größe von 10% der Verkaufsfläche - max. jedoch bis zu 400 m².*

Nachfolgend sind die zentrenrelevanten Sortimente gem. „Magdeburger Märktekonzept“ aufgeführt:

- *Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren;*
- *Drogerie-, Kosmetik-, Parfümeriewaren;*
- *Apotheker-, Sanitäts-, Orthopädiwaren;*
- *Schnittblumen;*
- *Tiernahrung, Lebewesen, zoologischer Bedarf;*
- *Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf;*
- *Bekleidung, Baby-/Kinderartikel;*
- *Schuhe, Lederwaren;*
- *Sportartikel (inkl. Sportbekleidung und -schuhe);*
- *Computer, Telefone und Zubehör, Fotowaren, Bild- und Tonträger, Computerspiele;*
- *Elektro Großgeräte (weiße Ware);*
- *Unterhaltungselektronik (braune Ware), Elektrokleingeräte;*
- *Haushaltwaren (Geschirr, Porzellan, Keramik), Geschenkartikel;*
- *Antiquitäten, Kunst, Galerie; Heimtextilien, Bettwaren, Kurzwaren, Wolle, Gardinen und Zubehör;*
- *Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck; Musikinstrumente, Musikalien;*
- *Campingartikel, Sport Großgeräte (Surfboards, Hometrainer, Angelbedarf etc.);*
- *Fahrräder.“¹⁶*

Gemäß einer Vorabstimmung mit der Stadt Magdeburg am 13. Januar 2022 besteht seitens der Firma Dehner jedoch die Möglichkeit, im Rahmen einer gutachterlichen Stellungnahme die faktische Zentrenrelevanz ihrer Heimtierabteilung in den Bestandsstrukturen aufzuzeigen. Im Abschnitt 9.3 wird demnach die geplante Heimtierabteilung hinsichtlich der Zentrenverträglichkeit bewertet sowie diese faktische Zentrenrelevanz des Heimtiersortiments beurteilt.

¹⁶ Stadt Magdeburg: Entwurf der 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 111-1A „Grosser Silberberg Süd“, Stand: Dezember 2021

9. Zentrenrelevanz und absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Dehner-Heimtierabteilung

9.1. Bewertung der faktischen Zentrenrelevanz der Warengruppe Heimtier in den aktuellen Angebotsstrukturen der Stadt Magdeburg

Grundsätzlich sind die Sortimente Tiernahrung, Lebewesen und zoologischer Bedarf gemäß des Märktekonzepts (2021) als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewerten. Nachfolgend wird jedoch die faktische Zentrenrelevanz dieser Warengruppe in den aktuellen Magdeburger Angebotsstrukturen einer Prüfung unterzogen.

Im Stadtgebiet Magdeburg weist das Konzept insgesamt 18 zentrale Versorgungsbereiche aus: Neben dem Hauptzentrum Innenstadt sind dies drei Stadtteilzentren sowie 14 Nahversorgungszentren. Wie bereits in Abschnitt 6 deutlich wurde, sind lediglich in drei zentralen Versorgungsbereichen der Landeshauptstadt Magdeburg Fachhandelsstrukturen im Heimtiersortiment vertreten:

Tabelle 7: Heimtiersortimente in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorte in Magdeburg

Zentrale Versorgungsbereiche in Magdeburg	Verkaufsfläche Heimtier in m ²	Sonderstandorte mit Teilfunktion eines Stadtteilzentrums	Verkaufsfläche Heimtier in m ²
HZ Innenstadt	660	Florapark	970
STZ Halberstädter Straße		Börde Park	890
STZ Lübecker Straße			
STZ Große Diesdorfer Straße	365		
NVZ Apollostraße			
NVZ Beimsplatz / Spielhagenstraße			
NVZ Berliner Chaussee			
NVZ Cracauer Straße			
NVZ Halberstädter Chaussee			
NVZ Hanns-Eisler-Platz			
NVZ Hermann-Bruse-Platz			
NVZ Leipziger Straße			
NVZ Neustädter Platz			
NVZ Olvenstedter Straße			
NVZ Olvenstedter Scheid			
NVZ Rogätzer Straße	900		
NVZ Schlachthof			
NVZ Schönebecker Straße			
Summe	1.925	Summe	1.860

Nachrangig zu den klassischen zentralen Versorgungslagen!
(Märtekonzep, S. 85)

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Die Sonderstandorte Florapark und Börde Park verfügen gemäß Märtekonzep (2021, S. 85) jeweils über Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums, welche sich jedoch auf den nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich beschränken. Das Dehner-Gartencenter dient nicht der Nahversorgung und tangiert somit nicht die Versorgungsfunktionen der Sonderstandorte im nahversorgungsrelevanten Bereich.

Zudem stellt das Märktekonzept (2021, S. 85) eine ausdrückliche Nachrangigkeit der Sonderstandorte gegenüber klassischen zentralen Versorgungsbereichen dar. In diesem Gutachten wird somit die Verkaufsfläche im Heimtiersortiment in den Sonderstandorten nicht den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet, Wie in Karte 6 ersichtlich wurde, liegen somit lediglich drei der insgesamt 22 Wettbewerber des Planvorhabens innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Nachfolgende Tabelle zeigt die Relativanteile der gesamten Verkaufsfläche bzw. des gesamten Umsatzes des Fachhandels innerhalb zentraler Versorgungsbereiche in Magdeburg. Ersichtlich ist, dass sich rd. 74% der erhobenen Verkaufsfläche der Wettbewerber in Magdeburg außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen gelegen ist. Mit einem vergleichbaren Anteil von rd. 74% wird auch die deutliche Mehrheit des Umsatzes im Heimtiersortiment an dezentralen Standorten generiert. Insbesondere Bau- und Gartenmärkte, welche insgesamt aufgrund der Sortimentsstruktur als Hauptwettbewerber eines Dehner-Gartencenters zu bewerten sind, befinden sich alle außerhalb der ausgewiesenen Zentrenstrukturen.

Tabelle 8: Umsatzherkunft Heimtier-Fachhandel im Stadtgebiet Magdeburg

Standortstrukturen in Magdeburg	Verkaufsfläche	Umsatz	
	in m ²	in T€	Anteil
Anbieter innerhalb zentraler Versorgungsbereiche	1.925	2.780	26,5%
Anbieter außerhalb zentraler Versorgungsbereiche*	5.450	7.720	73,5%
Summe	7.375	10.500	

* inkl. Sonderstandorte Florapark, Börde Park
Quelle: BBE-Erhebung 2022

Innerhalb des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs stellen die drei genannten Zoofachmärkte nur einen kleineren Teil der gesamten Verkaufsfläche des Zentrums dar. Insbesondere im Hauptzentrum Innenstadt (102.000 m² Einzelhandelsfläche gemäß Märktekonzept 2021, S. 40) sowie im Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße mit dem jeweils breiten Funktionsmix verschiedenster Anbieter verfügen die beiden Heimtierfachmärkte jeweils lediglich über eine untergeordnete Bedeutung für die Funktion des zentralen Versorgungsbereichs.

In Tabelle 3 im Abschnitt 6 wurde verdeutlicht, dass mehr als ein Viertel der Verkaufsfläche des Fachhandels auf Baumärkte entfällt. Diese Betriebsformen führen überwiegend Sortimente mit großen Flächenbedarf und niedriger Raumleistung, sodass Baumärkte generell innerhalb eines baulich verdichteten zentralen Versorgungsbereichs kaum integrierbar sind.

Insgesamt ist somit festzuhalten, dass die Warengruppe Heimtier in Magdeburg faktisch nicht als zentrenrelevantes Sortiment wirkt.

Darauf aufbauend wird im Folgenden untersucht, wie sich die Wettbewerbswirkungen einer neuen Dehner-Heimtierabteilung in den Bestandsstrukturen widerspiegeln und welche konkrete Betroffenheit noch für zentrale Versorgungsbereiche abzuleiten ist

9.2. Auswirkungen der Heimtierabteilung im Dehner-Planvorhaben auf zentrale Versorgungsbereiche

9.2.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischer Weise an sich binden kann.

Auf der Basis der vorhandenen, umfangreichen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung des Projektvorhabens, wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung der Heimtierabteilung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die bestehenden, regionalen Standort- / Wettbewerbsstrukturen auf, berücksichtigt die mit dem Angebotskonzept von Dehner zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Wie eingangs bereits dargelegt wurde, ist innerhalb des projektierten Dehner-Gartencenters eine Heimtierabteilung mit rd. 900 m² Verkaufsfläche geplant. Für die Heimtierabteilung des Gartencenters Dehner wird ein zukünftiger Umsatz von 1,0 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 9: Erwarteter Umsatz der Heimtierfachabteilung

Projektvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m ²	€/m ²	in T€
Heimtierabteilung - Plan	900	1.100	1.000

Dieser Umsatz resultiert aus dem bereits dargestellten dichten Wettbewerbsbesatz insbesondere in Magdeburg sowie den generell kaum steigerungsfähigen Bindungsquoten im Einzugsgebiet. In Relation zum geplanten Flächenanteil ergibt sich eine erwartete Flächenproduktivität von 1.100 €/m².

Die nachfolgend errechneten Abschöpfungsquoten berücksichtigen den modernen Marktauftritt des neuen Gartencenters mit aktuellem Angebotskonzept und die Größendimensionierung von rd. 900 m² Verkaufsfläche, die in der erwarteten Bindungsquote dokumentiert sind.

Tabelle 10: Erwarteter Umsatz auf Basis der Abschöpfungsquoten

Kundenherkunft	Kaufkraftvolumen	Bindungsquote	Umsatzerwartung
	in T€	in %	in T€
Zone 1.1	4.314	7,0%	300
Zone 1.2	6.649	5,5%	360
Zone 1.3	1.614	4,0%	60
Stadtgebiet Magdeburg gesamt	12.576	5,7%	720
Zone 2.1	352	7,0%	20
Zone 2.2	1.542	5,0%	80
Zone 2.3	3.623	3,5%	130
regionales Einzugsgebiet	5.516	4,2%	230
Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet	18.092	5,3%	950
Streuumsätze (5%)			50
Umsatzerwartung gesamt			1.000

Quelle: BBE-Erhebung/Berechnung 2022

Die stärkste Bindung existiert mit einem Marktanteil von 7,0% erwartungsgemäß in Zone 1.1, da die Heimtierabteilung aufgrund der geringen Entfernung und der guten Verkehrsanbindung aus diesem Gebiet am stärksten aufgesucht wird. Bei einem Marktpotenzial von 4,3 Mio. € wird ein Umsatz von 300 T€ erzielt. In den anschließenden Zonen des Magdeburger Einzugsgebiets nimmt der erwartete Marktanteil aufgrund zunehmender Zeit-Wege-Distanzen sowie einem hohen Wettbewerbsbesatz ab. Insgesamt errechnet sich für die Stadt Magdeburg ein Marktanteil von 5,7% bzw. ein Umsatz von 720 T€. Somit werden rd. 72% des erwarteten Umsatzes mit Kunden aus dem Magdeburger Stadtgebiet generiert. Eine höhere Kundenbindung aus Magdeburg ist nicht zu erwarten, da innerhalb des Stadtgebiets wie dargestellt ein hoher Besatz an Anbietern des Heimtiersortiments existiert und vor allem Umsätze bei Fertignahrung wesentlich im Lebensmitteleinzelhandel gebunden werden (vgl. Abschnitt 2).

Die regionale Ausstrahlung des gesamten Dehner-Gartencenters sowie die des benachbarten Floraparks finden im regionalen Einzugsgebiet ihre Berücksichtigung. Aufgrund der ohnehin (auch in anderen Sortimenten) bestehenden Kundenbindung in Richtung Magdeburg und der geringen Anbieterstrukturen im Umland sind im regionalen Einzugsgebiet ähnliche Marktanteile zu erwarten, wie in den Zonen des Magdeburger Stadtgebiets. Insgesamt resultiert aus dem regionalen Einzugsbereich ein Umsatz von rd. 230 T€ bei einer erwarteten Bindungsquote von rd. 4,2%.

Im gesamten Einzugsgebiet erreicht die geplante Heimtierabteilung des Dehner-Gartencenters somit einen Marktanteil von rd. 5,3% und ordnet sich damit in die vielfältige Fachhandelsstruktur ein.

Zusätzlich sind durch eine weiterreichende überregionale Ausstrahlung des Standorts zusammen mit dem Florapark des Weiteren geringe Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von 5% (50 T€) zu erwarten. Insgesamt ergibt sich somit ein Umsatz von 1,0 Mio. €.

9.2.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz einer Heimtierabteilung im projektierten Dehner-Gartencenter prognostiziert. Anzunehmen ist aufgrund des angesprochenen dichten Wettbewerbsbesatzes in Magdeburg, dass der erwartete Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Grundlegende Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte auf die Standorte modelltheoretisch berechnet. Wie aus der Modellrechnung hervorgeht, ergibt sich bei Umsetzung des Planvorhabens der Umsatz der Heimtierabteilung

- einerseits schwerpunktmäßig aus der Umverteilung gegenüber bestehenden Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet,
- andererseits aus einer anteiligen, zusätzlichen Umverteilung gegenüber den Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels (Wettbewerb insbesondere bei Heimtiernahrung).

In der folgenden Tabelle ist die Umsatzherkunft des geplanten Heimtierfachmarktes diesbezüglich modelltheoretisch berechnet.

Tabelle 11: Umsatzherkunft der geplanten Heimtierabteilung von Dehner

Lage	aktueller Umsatz Heimtierbedarf		Umsatzherkunft	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	
HZ Innenstadt (terra et aqua)	0,9	5,0%	*	
STZ Große Diesdorfer Straße (Fressnapf)	0,7	6,0%	*	
NVZ Rogätzer Straße (Fressnapf)	1,3	6,0%	0,08	
HORNBACH, Silberbergweg	0,7	12,0%	0,08	
HELLWEG, Mittagstraße	1,2	12,5%	0,15	
Fressnapf XXL, Florapark	1,4	13,0%	0,18	
Das Futterhaus, Lübecker Straße	0,7	9,0%	0,07	
Fressnapf, Salbker Chaussee	0,7	2,0%	*	
Fressnapf, Börde Park	1,3	3,0%	*	
Globus Baumarkt, Salbker Chaussee	0,4	2,0%	*	
Fachgeschäfte außerhalb eines ZVBs	1,0			
Sonderpostenmärkte	0,3			
Fressnapf, Hohe Börde	0,7	5,0%	*	
sonstige Anbieter außerhalb Magdeburgs	0,2			
Umsatzumverteilung durch Projektvorhaben			0,75	
Umsatzumverteilung gegenüber Lebensmitteleinzelhandel (20 % des gepl. Umsatzes)			0,20	
Umsätze aus Streuumsätzen (5%)			0,05	
Umsatzerwartung Projektvorhaben gesamt			1,00	
* marginaler, nicht ausweisbarer Umsatzverlust (<50 T€)				
Quelle: BBE-Berechnung 2022				

Bei den Bau- und Gartenmärkten oder Sonderpostenmärkten ist zu berücksichtigen, dass sich die Umverteilungsquoten ausschließlich auf die Heimtiersortimente beziehen, folglich nur einen geringen Umsatzanteil des Gesamtumsatzes betreffen.

Die stärksten Umverteilungen ergeben sich für die nahegelegenen Wettbewerber mit umfangreichem Heimtiersortiment. Den relativ höchsten Umsatzverlust von 13% hat der Fachmarkt **Fressnapf XXL im Florapark** zu verkraften. Für den leistungsstarken und attraktiven Anbieter, welcher auch von Synergieeffekten mit der Vielzahl weiterer Anbieter im Einkaufszentrum profitieren kann, stellt die Umverteilung von rd. 180 T€ zweifellos einen erheblichen Umsatzrückgang dar. Selbst im Falle einer unwahrscheinlichen Geschäftsaufgabe wäre jedoch nicht mit städtebaulich negativen Auswirkungen zu rechnen, da sich der Anbieter außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche befindet. Innerhalb des Floraparks stellt Fressnapf zudem einen eher untergeordneten Anbieter dar, sodass die Funktionsfähigkeit des Sondergebiets selbst bei einer Schließung von Fressnapf kaum tangiert wäre.

Mit einer Umverteilungsquote von rd. 12,5% ist **HELLWEG in der Mittagstraße** in einem ähnlichen Maße betroffen, die absoluten Umsatzrückgänge betragen für den Standort rd. 150 T€. Der Großflächen-Baumarkt¹⁷ mit der umfangreichen und attraktiven Heimtierabteilung stellt sich auch insgesamt als leistungsfähig in allen Sortimentsbereichen dar, der Umsatzrückgang wird bezogen auf den Gesamtumsatz des Baumarktes sicherlich die 1%-Grenze nicht überschreiten.

Für den vom Projektstandort aus nächstgelegenen Baumarkt **HORNBACH am Silberbergweg**¹⁸ wird ebenso eine hohe Umverteilung von 12,0% erwartet, in Anbetracht der vergleichsweise deutlich kleineren Heimtierabteilung errechnet sich jedoch nur ein absoluter Umsatzrückgang von 80 T€. Bezogen auf den attraktiven Baumarkt, welcher von der regionalen Ausstrahlung des nahegelegenen IKEA –Einrichtungshauses und der Verkehrsanbindung an die A2 profitieren kann, bleiben die Umverteilungen aber unterhalb einer Spürbarkeitsschwelle.

Der Fachmarkt **Das Futterhaus in der Lübecker Straße** ist aufgrund der höheren Entfernung nur mit einer Umverteilungsquote von maximal 9% betroffen. Der Fachmarkt profitiert von den weiteren Anbietern im direkten Umfeld (u.a. PENNY, Pflanzen- und Floristikmarkt Hinz, Sonderpreis Baumarkt), sodass der ohnehin geringfügige Umsatzrückgang von rd. 70 T€ zu keinen existenziellen Auswirkungen führen wird.

Gegenüber der Wettbewerber innerhalb zentraler Versorgungsbereiche bleiben die Umverteilungen insgesamt auf verträglichem Niveau. Im **Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße** wird für den kleinen **Fressnapf-Fachmarkt** ein relativer Umsatzrückgang ca. 6% prognostiziert, der absolute Umsatzrückgang verbleibt auf einem gutachterlich nicht nachweisbaren Niveau. In Anbetracht des hohen Kopplungspotenzials innerhalb des Fachmarktzentums mit den weiteren attraktiven Anbietern ist keine Schließung des Zoofachmarkts zu erwarten.

Im **Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße** ist ein größerer **Fressnapf-Fachmarkt** ansässig. Das Nahversorgungszentrum wird allerdings hauptsächlich von den beiden Lebensmittelmärkten ALDI und LIDL getragen, eine weitreichende Ausstrahlung des zentralen Versorgungsbereichs ist somit nicht gegeben. Somit verbleiben die Umverteilungsquoten auf verträglichen 6% (rd. 80 T€ Umsatzrückgang), woraus keinen existenziellen Auswirkungen zu erwarten sind.

Innerhalb des **Hauptzentrums Innenstadt** ist **terra et aqua** als inhabergeführter Fachmarkt zu betrachten. Der Anbieter existiert seit Jahren in der Magdeburger Innenstadt und hat mit seiner Beratungskompetenz, individuelleren Angeboten sowie lebenden Tieren ein Alleinstellungsmerkmal im Einzugsgebiet. **Terra et aqua** zielt ohne eigene Parkplätze allerdings stärker auf fußläufige Kunden der Innenstadt ab. Somit wird

¹⁷ Gesamtverkaufsfläche nach BHB-Schlüssel bewertet: 12.100 m² (Quelle gemaba)

¹⁸ Gesamtverkaufsfläche nach BHB-Schlüssel bewertet: 10.900 m² (Quelle gemaba)

der Fachmarkt bei einem Umsatzrückgang von rd. 5% durch das Planvorhaben nur in geringem Maße tangiert, sodass der Umsatzrückgang gutachterlich nicht mehr ausweisbar ist und eine vorhabeninduzierte Schließung nicht abgeleitet werden kann.

Bei den **weiteren betrachteten Anbietern**, welche sich alle außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden, induziert das Planvorhaben nur marginale Umsatzrückgänge auf einem gutachterlich ebenfalls nicht mehr nachweisbaren Niveau.

Wie bereits in Abschnitt 2 deutlich wurde, werden rd. 52% der Umsätze der heimtierrelevanten Warengruppen im Lebensmitteleinzelhandel generiert. Das Dehner-Angebotskonzept im Heimtierbereich basiert auf einen hohen Anteil Eigenmarken, erweitert dadurch das Angebotsprofil des Fachhandels in Magdeburg und führt diesbezüglich zu einer veränderten Zielgruppenorientierung, die im Falle der Heimtiernahrung auch den Lebensmitteleinzelhandel betrifft. Nach gutachterlicher Einschätzung verbleibt ein daraus resultierender Umsatzanteil jedoch bei maximal 20% (rd. 200 T€), da Dehner vorrangig mit dem weiteren Fachhandel in Wettbewerb tritt. Aufgrund der Vielzahl an Lebensmittelmärkten in Magdeburg ist eine standortkonkrete Ausweisung nicht möglich, zudem handelt es sich bei der Warengruppe Heimtier lediglich um ein Randsortiment der Lebensmittelmärkte. Vorhabeninduzierte Schließungen können in jedem Fall ausgeschlossen werden.

In der Umsatzprognose wurde deutlich, dass lediglich 5% des Umsatzes aus **Streuumsätzen** von außerhalb des Einzugsgebietes generiert werden. Bei einem Umsatz von 50 T€ werden einzelbetrieblich keine nachweisbaren Wirkungen induziert.

9.2.3. Städtebauliche Bewertung des Vorhabens - Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass mit der Heimtierabteilung eines neuen Dehner-Gartencenters am Standort Silberbergweg in Magdeburg keine städtebaulich relevanten Effekte eintreten.

Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

- Der Hauptwettbewerb zeichnet sich zwischen dem Planvorhaben und den nahegelegenen Fachhandelsanbietern in Magdeburg ab. Bis zu 41% des Planumsatzes resultieren aus den Wettbewerbseffekten mit dem nahegelegenen Fressnapf-Markt im Florapark sowie den Zoofachabteilungen der beiden Baumärkte HORNBACH und HELLWEG.
- Da sich jedoch die genannten Standorte alle außerhalb der definierten Zentrenstruktur von Magdeburg befinden, sind diese Wettbewerbseffekte nicht gleichzusetzen mit städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, sondern ausschließlich als geänderte Marktstellung durch einen zusätzlichen Anbieter zu bewerten.
- Die Anbieter in den drei klassischen zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Innenstadt, Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße und Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße werden durch das Planvorhaben jeweils mit geringen Umsatzrückgängen tangiert, ein maximaler Effekt von 80 T€ gegenüber dem Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße ist bereits der höchste Wert. Die Umverteilung gegenüber den beiden anderen Zentren liegt nochmals niedriger. Diese geringfügigen Umsatzumverteilungseffekte verbleiben somit unterhalb eines existenzgefährdenden Niveaus, zudem besitzen die Betriebe keine strukturellen Bedeutungen für die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs.
- Der kleinteilige Fachhandel grenzt sich hinsichtlich Angebotskonzepten und Zielgruppenbindung deutlich von Fachmärkten bzw. umfangreichen Heimtierabteilungen in Bau- und Gartenmärkten ab, besitzt einen dementsprechend großen Fokus auf Service und Beratung und erreicht vorwiegend lokal eine hohe Kundenbindung. Dadurch sprechen kleinteilige Fachgeschäfte grundsätzlich eine zum Planvorhaben ergänzende und kaum überschneidende Zielgruppe an. Zudem befinden sich alle betrachteten Fachgeschäfte in Magdeburg außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.
- Die Heimtiernahrung wird zwar als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten und somit in den maßgeblichen Trägern der wohnungsnahen Versorgung geführt, die ausgewiesenen Wettbewerbseffekte in Höhe von insgesamt 0,2 Mio. € bleiben einzelbetrieblich infolge der geringen Umsatzbedeutung des Randsortimentes in Relation zum Gesamtumsatz aber ohne spürbare Bedeutung. Nahversorgungsrelevante Anbieter sind demzufolge nicht gefährdet. Vielmehr führt das Planvorhaben zu einer Stärkung des Fachhandels in Magdeburg.
- Folglich ist die Neuansiedlung eines Dehner-Gartencenters mit Heimtierabteilung weder für den Bestand noch für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche von Relevanz.

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Einbindung einer Heimtierabteilung in das geplante Dehner-Gartencenter in der Stadt Magdeburg keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Dies ist ursächlich auch durch die Standortstrukturen in der Warengruppe Heimtier zu begründen, im Stadtgebiet Magdeburg ist derzeit keine faktische Zentrenrelevanz nachweisbar.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Die bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Warengruppe Heimtier sind vorrangig außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ansässig. Fachhandel ist lediglich in drei zentralen Versorgungsbereichen vertreten, nur rd. 26% der Sortimentsfläche in Magdeburg sind innerhalb eines Zentrums gelegen. Insgesamt ist die Warengruppe somit faktisch als nicht zentrenrelevant zu bewerten.
- Die durch die Dehner-Ansiedlung wettbewerbsseitig betroffenen Heimtier-Anbieter befinden sich vorrangig außerhalb der im Märktekonzept der Stadt Magdeburg festgesetzten zentralen Versorgungsbereiche.
- Lediglich im Hauptzentrum Innenstadt, im Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße sowie im Nahversorgungszentrum Rogätzer Straße ist jeweils ein Fachmarkt vertreten. Diese zählen nicht zu den Hauptwettbewerbern, Umverteilungseffekte verbleiben mit 5% - 6% auf geringem Niveau und sind im Falle der Innenstadt und des Stadtteilzentrums aufgrund ihrer Geringfügigkeit in absoluter Größenordnung nicht gesichert ausweisbar. Städtebaulich relevante Auswirkungen können daraus nicht abgeleitet werden. Weitere zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Magdeburg werden nicht tangiert.
- Gegenüber Anbietern außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich insbesondere für die nahegelegenen Wettbewerber des Fachhandels erhöhte Wettbewerbseffekte. Am stärksten Betroffen sind die drei nahegelegenen Anbieter Fressnapf, HORNBACH und HELLWEG mit Umsatzrückgängen zwischen 12 und 13%. Für die beiden Baumärkte betrifft dies jedoch nur ein Teilsortiment, ohne Relevanz für den Gesamtumsatz. Städtebaulich negative Auswirkungen durch Betriebschließungen sind in keinem Fall zu erwarten.
- Gegenüber den Anbietern des Lebensmittel- bzw. Drogeriehandels ergibt sich insgesamt ein Umsatzrückgang von rd. 0,2 Mio. €, woraus einzelbetrieblich keine Auswirkungen zu erwarten sind. Vielmehr führt das Planvorhaben somit zu einer Stärkung der Fachhandelsstrukturen in Magdeburg.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich das Vorhaben in die örtlichen Versorgungsstrukturen von Magdeburg einfügt ohne dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Faktisch ist das Heimtiersortiment in den aktuellen Magdeburger Angebotsstrukturen nicht zentrenrelevant.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i. V. Johannes Missol
Projektleitung

Leipzig, 23. März 2022