

Auswirkungsanalyse

Ansiedlung eines REWE-Lebensmittelmarktes in 06179 Teutschenthal in der Albert-Heise-Straße 72b

Auftraggeber:

PZ Marktbau Teutschenthal GmbH
Oranienburger Straße 3
10178 Berlin

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@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 Ausarbeitungen 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. 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 / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Teutschenthal	5
3. Einzelhandelsanalyse Teutschenthal.....	8
3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung	8
3.2. Zentrale Versorgungsbereiche	11
4. Mikrostandort	14
5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	17
5.1. Einzugsgebiet	17
5.2. Marktpotenzial	20
5.3. Angebot	21
6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens	24
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen	24
6.2. Umsatzprognose.....	26
6.3. Wirkungsprognose des Projektvorhabens	30
6.3.1. Methodische Vorgehensweise	30
6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet	31
6.3.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets	38
7. Zusammenfassung.....	39

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette REWE plant in der Gemeinde Teutschenthal die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes. Der **Planstandort** befindet sich im nordöstlichen Bereich des Kernortes Teutschenthal und liegt hier an der Albert-Heise-Straße. Der Vorhabenstandort wird derzeit durch eine Spedition genutzt und dient als Lager- bzw. Abstellplatz. Auf Grund der Belegung der Fläche durch ungenutzte Maschinen oder Baumaterial stellt sich der Standort städtebaulich unattraktiv dar. In Nachbarlage befindet sich ein Betonwerk.

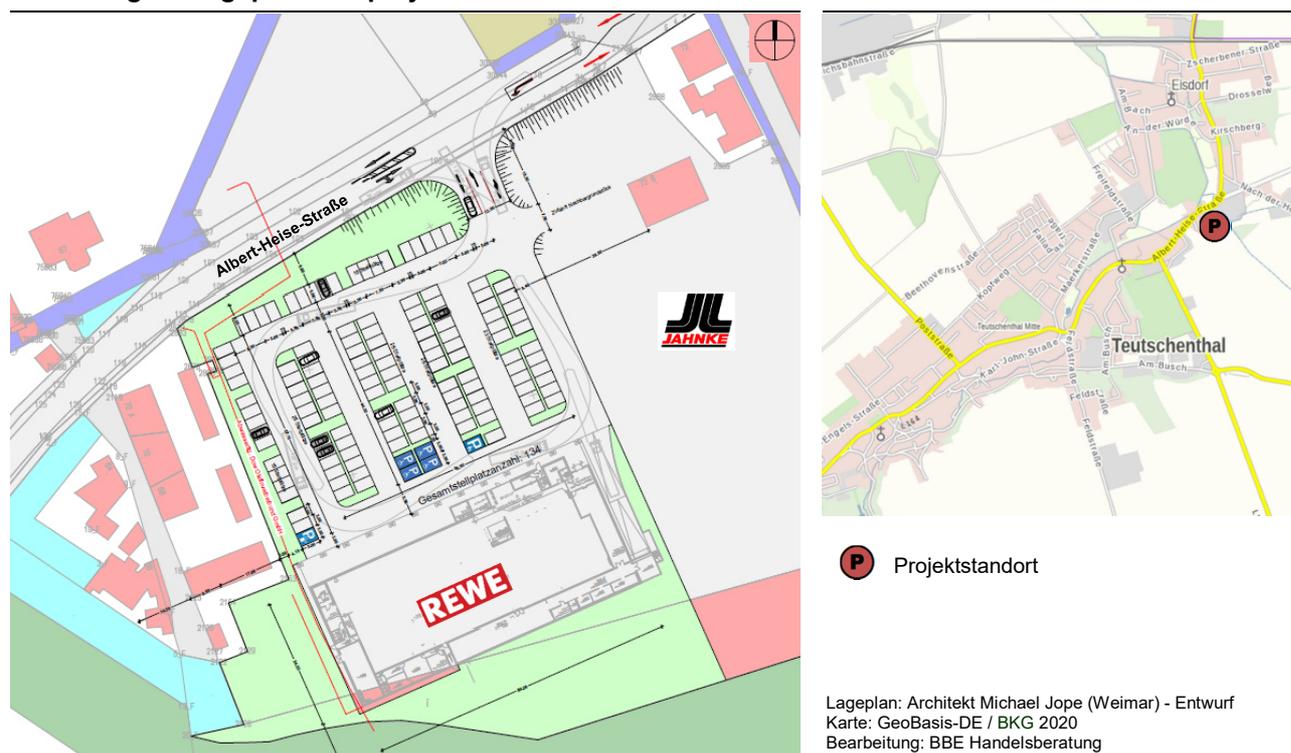
Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück Albert-Heise-Straße 72b in Teutschenthal



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der REWE-Markt soll im südlichen Teil des Projektgrundstückes entstehen. Der Parkplatz ist funktionsgerecht dem Eingangsbereich des Marktes vorgelagert und zur Albert-Heise-Straße hin ausgerichtet. Die Zufahrt erfolgt über eine bestehende Zuwegung aus der Albert-Heise-Straße. Folgender objektbezogener **Lageplan** stellt den Standort des REWE-Marktes im räumlichen Kontext dar.

Abbildung 2: Lageplan des projektierten REWE-Marktes in der Albert-Heise-Straße in Teutschenthal



Das **flächenseitige Layout** des angefragten Lebensmittelmarktes umfasst ca. 1.955 m², so dass die avisierte Verkaufsfläche oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit¹ liegen wird. Die Verkaufsfläche setzt sich aus der eigentlichen REWE-Markfläche sowie der Fläche zur Abholung von Bestellungen (REWE Online), dem Ein-/ Ausgangskoffer (Windfang) und dem Vorraum für die Leergutannahme – ebenfalls als Verkaufsfläche zu bewerten – zusammen. Ferner ist die Ansiedlung eines Bäckers (inkl. Cafébereich) in der Vorkassenzone geplant.

Tabelle 1: Flächenprogramm des geplanten REWE-Marktes in Teutschenthal

	PLAN-Fläche m ²
Lebensmittelmarkt (Verkauf)	1.796
REWE Online (Abholung)	19
Windfang/Vorraum Leergut	53
Bäcker (Verkauf + Café)	87
Gesamt	1.955

Quelle: Architekt Michael Jope (Weimar)

Für das Projektvorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplans beabsichtigt, der das Gebiet als **Sondergebiet** nach § 11 Abs. 3 BauNVO ausweist. Ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde vom Gemeinderat im November 2019 einstimmig gefasst.²

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des geplanten Vorhabens benötigt. In dem zu erstellenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungskommune³ oder in anderen Gemeinden im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Nachstehend werden die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im September 2020 durchgeführt wurde, dargestellt und beschrieben.

1 Einzelhandelsbetriebe sind großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

2 vgl. Aufstellungsbeschluss zum vorzeitigen vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 25 „Sondergebiet Lebensmittelmarkt“ in der Ortschaft Teutschenthal vom 19.11.2019 (Beschluss 091/2020).

3 Die Gemeinde Teutschenthal besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, so dass keine zentralen Versorgungsbereiche definiert sind. Somit werden faktische zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

2. Standortrahmendaten Teutschenthal

Die Gemeinde Teutschenthal ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im südlichen Teil von Sachsen-Anhalt und hier im Saalekreis verortet. Die Lage von Teutschenthal ist durch die räumliche Nähe zu Halle geprägt, da sich die Großstadt direkt an die östliche Gemarkungsgrenze von Teutschenthal anschließt. Das restliche Umland von Teutschenthal ist durch eine ländlich geprägte Siedlungsstruktur gekennzeichnet.

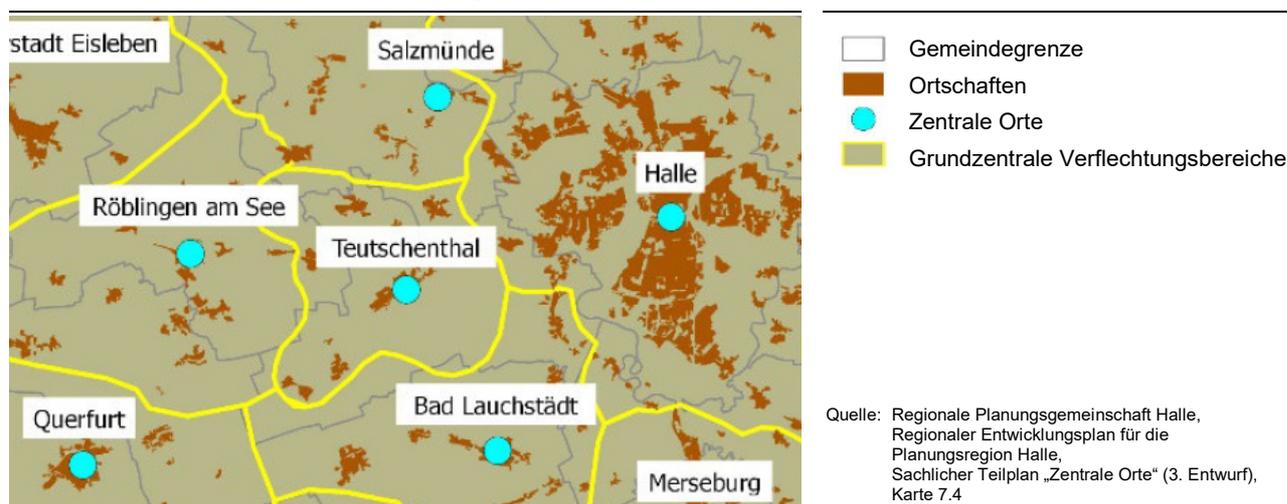
Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Teutschenthal erfolgt über verschiedene Anschlussstellen an die Autobahnen A38 und A143, deren jeweilige Trassierung direkt durch das Gemarkungsgebiet der Gemeinde verläuft. Im nördlichen Gemeindegebiet liegt zudem die Bundesstraße B80, die eine leistungsfähige Verbindung nach Halle und nach Eisleben darstellt. Weiterhin sind der Kernort und die dezentralen Ortsteile durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen sowohl untereinander als auch mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist für Teutschenthal eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit zu konstatieren.

Teutschenthal ist an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Regionalbahnstrecke Halle – Sangerhausen. In vier Ortsteilen sind jeweils Bahnhaltepunkte vorzufinden.

Auf Grund der geringen Bevölkerungszahl ist in Teutschenthal kein lokales Busnetz vorhanden. Die Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbusse sichergestellt, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Teutschenthal und den peripheren Ortsteilen anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten.

Teutschenthal wird im Regionalplan 2010 und im aktuellen Entwurf des Regionalplans als **Grundzentrum**⁴ ausgewiesen. Grundzentren sollen gemäß den landesplanerischen Vorgaben als Standorte zur Konzentration von Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen gesichert und entwickelt werden, wozu auch die Einzelhandelsfunktion zählt. Ferner erfüllen Grundzentren den Versorgungsauftrag für die allgemeine tägliche Grundversorgung auch für Orte in ihrem Verflechtungsbereich.

Karte 1: Grundzentraler Verflechtungsbereich von Teutschenthal



In dem regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereich leben ca. 12.900 Personen.⁵ Hierbei wurden die Ortsteile östlich der Autobahn A143 dem Verflechtungsbereich Halle zugeordnet; die nördlich von Teutschenthal liegende Gemeinde Bennstedt befindet sich hingegen im Verflechtungsbereich von Teutschenthal.

4 vgl. Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2010, Z 5.2.19.
 vgl. Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Sachlicher Teilplan „Zentrale Orte“ (3. Entwurf), Pkt. 3.1.2.1 / Z 2.
 Anmerkung: Die grundzentrale Funktion beschränkt sich gemäß der Festlegung im Regionalplan auf den im Zusammenhang bebauten Ortsteil als zentrales Siedlungsgebiet, der im Wesentlichen den räumlichen Umgriff des Kernortes von Teutschenthal umfasst (Karte 24a/b).

5 vgl. Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Sachlicher Teilplan Zentrale Orte, (3. Entwurf), Seite 98.

Teutschenthal ist mit ca. 12.800 Einwohnern die viertgrößte Kommune im Landkreis Saalekreis. Die **Bevölkerung** der Gemeinde hat sich in den letzten zehn Jahren um -10,2 % vermindert, wobei der Rückgang über dem Mittel des Saalekreises (-7,6 %) und über dem Landesdurchschnitt (-6,9 %) lag.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Teutschenthal im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2009	2019		2029		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Teutschenthal	14.307 ⁶	12.849	-10,2	11.666	-9,2	
Landkreis Saalekreis	199.025	183.815	-7,6	165.445	-10,0	
Sachsen-Anhalt	2.356.219	2.194.782	-6,9	2.009.357	-8,4	

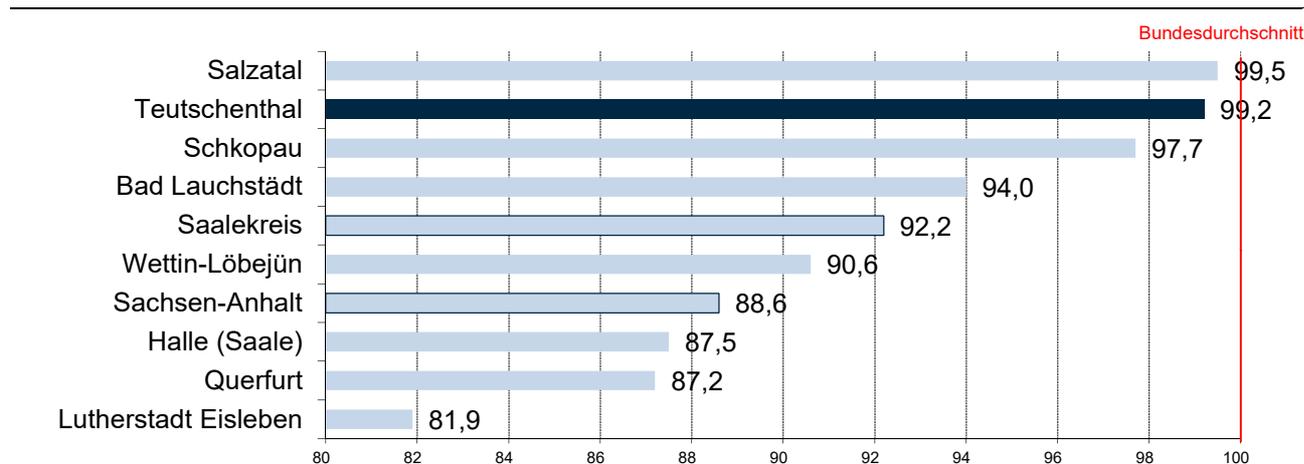
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerung 2009/2019; 6. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung ist in der nächsten Dekade eine weiter **rückläufige Bevölkerungszahl** zu erwarten, die auf Basis von Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts im Jahr 2029 bei ca. 11.700 Personen (-9,2 %) liegen wird. Der Rückgang wird sich im Vergleich zum Saalekreis (-10,0 %) und zum Landesdurchschnitt (-8,4 %) auf einem ähnlichen Niveau bewegen.

Die Gemeinde Teutschenthal setzt sich neben dem Kernort aus 15 weiteren Ortsteilen zusammen, die einen dörflich geprägten Charakter aufweisen. Der **Siedlungsschwerpunkt** befindet sich im Kernort (Teutschenthal inkl. Eisdorf), da hier mit rd. 4.800 Personen circa 37 % der gesamtörtlichen Bevölkerung leben. Größere dezentrale Ortsteile sind Langenbogen (ca. 2.100 Ew.), Holleben und Zscherben (jeweils ca. 1.200 Ew.).

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe der Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Im regionalen Vergleich weist Teutschenthal mit 99,2 % eine hohe Kaufkraft auf, da der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex sowohl über dem Durchschnittswert des Saalekreises (92,2 %) als auch über dem Lan-

6 Im Jahr 2010 wurden Angersdorf, Schlettau, Asendorf, Dornstedt, Langenbogen, Etdorf und Steuden nach Teutschenthal eingemeindet. Zur besseren Vergleichbarkeit der Bevölkerungsentwicklung wurden die Einwohner dieser Gemeinden zum Bevölkerungsbestand von Teutschenthal des Jahres 2009 addiert; d.h. diese Bevölkerungszahl richtet sich nach dem aktuellen Gebietsstand aus.

desdurchschnitt von Sachsen-Anhalt (88,6 %) liegt. Im nationalen Vergleich rangiert der Kaufkraftindex nur geringfügig unterhalb des bundesdeutschen Durchschnitts (100,0 %), so dass dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich übliches Ausgabevolumen zur Verfügung steht.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -2.452 Personen⁷ besitzt Teutschenthal mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind folglich keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten.

⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2019.

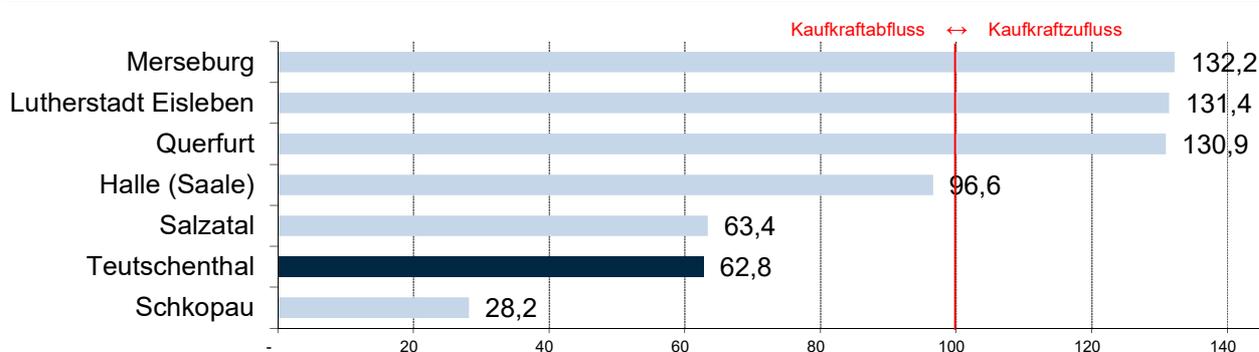
3. Einzelhandelsanalyse Teutschenthal

3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung

Die Gemeinde Teutschenthal generiert einen **Einzelhandelsumsatz** von rd. 49,3 Mio. EUR p.a.⁸ und stellt somit nach Leuna, Merseburg, Landsberg und Querfurt den umsatzseitig fünftgrößten Handelsstandort im Saalekreis dar.

Die **Einzelhandelszentralität** weist die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aus. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.⁹

Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2019¹⁰

Die Zentralitätskennziffer von Teutschenthal beträgt knapp 63 % und weist somit auf einen Umsatzabfluss aus der Gemeinde hin. Dies ist aus Sicht des örtlichen Handels negativ zu bewerten, da per Saldo Kaufkraft aus Teutschenthal an andere Angebotsstandorte abfließt. Folglich kann der lokale Einzelhandel die Bewohner der Gemeinde nicht vollumfänglich versorgen.

Das flächenseitige **Einzelhandelsangebot**¹¹ der knapp 60 Teutschenthaler Handelsbetriebe beläuft sich aktuell auf rd. 28.900 m², was einer Verkaufsflächendichte von ca. 2,3 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner, wobei zentrale Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum übernehmen und somit meist eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Flächendichte aufweisen.

Die verhältnismäßig hohe Flächenausstattung wird insbesondere durch eine Fachmarkttagglomeration im Ortsteil Angersdorf getragen, wobei die hier befindlichen Großflächenanbieter Roller und toom vordringlich auf Konsumenten in der östlich angrenzenden Stadt Halle fokussieren.

Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** wird durch die Einrichtungsbranche (u.a. Möbel, Baumarktartikel, Haushalt/Haushaltswaren mit rd. 18.400 m² VK) und die Lebensmittelbranche (rd. 8.300 m² VK) geprägt, die – insbesondere auf Grund der verschiedenen großformatigen Anbieter – zusammen bereits ca. 92 % der

⁸ Quelle: MB-Research Nürnberg; Einzelhandelsumsatz 2019.

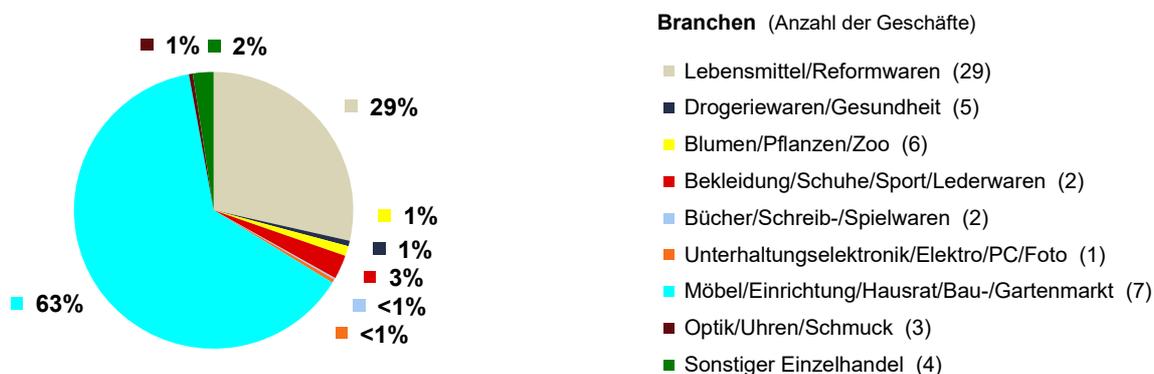
⁹ Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex. Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.

¹⁰ Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

¹¹ Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur, Drechslerei, Tischlerei etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

gesamtörtlichen Verkaufsfläche belegen. Die restlichen Sortimente haben lediglich eine untergeordnete flächenseitige Bedeutung und können nur anteilig die Versorgung der lokalen Bevölkerung in Teutschenthal sicherstellen.

Abbildung 5: Einzelhandelsstruktur Teutschenthal



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2020

In Bezug auf die **räumliche Verteilung des Einzelhandels** konzentriert sich das Angebot maßgeblich auf Teutschenthal, Angersdorf und Langenbogen, da in diesen drei Ortsteilen bereits ca. 96 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche verortet sind.

Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Gemeinde Teutschenthal

	Verkaufsfläche		Betriebe	
	m ²	%	abs.	%
Ortsteil Teutschenthal	5.440	19	25	42
Ortsteil Angersdorf	19.080	66	11	19
Ortsteil Langenbogen	3.040	11	12	20
Ortsteil Holleben	660	2	4	7
Ortsteil Zscherben	670	2	5	9
restliche Ortsteile	50	<1	2	3
Summe	28.940	100	59	100

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2020

In dem einwohnerseitig größten Ortsteil Teutschenthal ist ein Angebotsschwerpunkt auszumachen, da hier mit 25 Handelsbetrieben der anzahlseitig größte Handelsbestand vorzufinden ist. Die Verkaufsfläche umfasst ca. 5.400 m² und wird maßgeblich durch Lebensmittelmärkte eingenommen.

Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt befindet sich in Teutschenthal in der Poststraße, da hier Edeka, Norma und drei kleinformatische Betriebe insgesamt knapp 2.500 m² Verkaufsfläche belegen. Weiterhin wurden an der Halleschen Straße zwei Lebensmittelmärkte (Netto, Netto Marken-Discount, inkl. Nahrungsmittelhandwerker) angesiedelt. Unweit von diesem Handelsstandort ist mit Penny ein weiterer Lebensmitteldiscounter ansässig. Das restliche Angebot wird ausschließlich durch kleinformatische Handelsbetriebe geprägt, die vor allem straßenbegleitend zur Friedrich-Henze-Straße vorzufinden sind.

Im Ortsteil Angersdorf wurde eine Fachmarkttagglomeration entwickelt, die durch großformatige Handelsbetriebe (Roller, toom, Aldi, Getränkequelle, ATU) genutzt wird. Die Ausstrahlung der Märkte ist vor allem auf

die Verbraucher in Halle-Neustadt gerichtet, da die Betriebe aus diesem Hallenser Stadtteil zeitnah angefahren werden können.

An der Lauchstädter Straße ist ein kleines Nahversorgungszentrum vorhanden, das jedoch seit der Absiedlung des Lebensmittelmarktes seine maßgebliche Grundversorgungsfunktion für das fußläufige Umfeld verloren hat. Die Fläche des Lebensmittelmarktes wurde durch einen Angelfachmarkt nachbelegt.

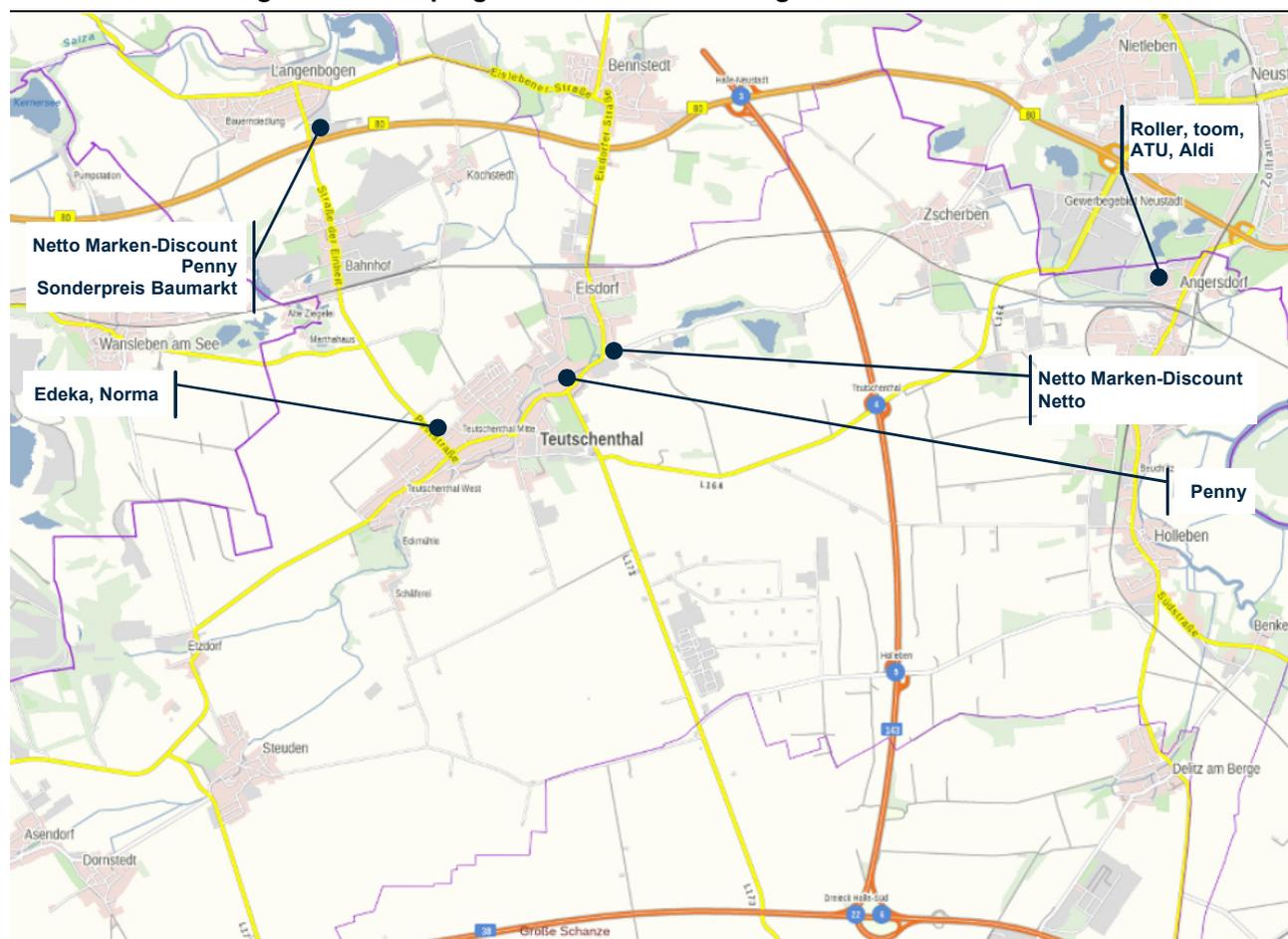
Im südlichen Teil von Langenbogen besteht eine Handelsagglomeration, die durch zwei Discounter (Penny, Netto Marken-Discount¹²), einen Getränkemarkt (Getränkequelle) und einen Baumarkt (Sonderpreis Baumarkt) geprägt ist. Weitere kleinere Handelsbetriebe ergänzen dieses Angebot, dass insgesamt eine Fläche von ca. 2.900 m² umfasst. Der Handelsstandort ist durch die direkte Lage an der Bundesstraße B90 durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

In den Ortsteilen Holleben und Zscherben sind lediglich wenige Handelsbetriebe vorzufinden, wobei das Angebot durch einen kleineren Baumarkt (Holleben) und einen Autoteilehandel bzw. einen Anbieter für Kamine/Öfen (Zerben) geprägt ist.

In den restlichen Ortsteilen besteht lediglich ein rudimentäres Angebot, da hier nur vereinzelte kleinformatige Betriebe angesiedelt sind.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Handelsbestands der Gemeinde Teutschenthal.

Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in der Gemeinde Teutschenthal



Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2020
Bearbeitung: BBE Handelsberatung



12 Die Filiale von Netto Marken-Discount wird aktuell umgebaut und modernisiert.

3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

Die Gemeinde Teutschenthal besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens einer solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeption sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ausgewiesen.

Prinzipiell handelt es sich bei sog. **zentralen Versorgungsbereichen** um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.¹³ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.¹⁴

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – beispielsweise in einem Fachmarktzentrum – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Nahversorgungszentrum) geben.

Auf Grundlage der vorstehenden Ausführungen bzw. der Anforderungen an einen sog. zentralen Versorgungsbereich konnte in der Gemeinde Teutschenthal **kein innerörtlicher zentraler Versorgungsbereich** identifiziert werden. Grundsätzlich besteht in den Ortskernen aller Gemeindeteile lediglich ein geringer Handelsbesatz, so dass diese Bereiche gemäß der Rechtsprechung nicht als zentrale Versorgungsbereiche eingestuft werden können.

Die rudimentäre Ausprägung der innerörtlichen Handelsstrukturen ist dabei auf die jeweils geringe Bevölkerung in den einzelnen Ortsteilen und das daraus folgende niedrige Nachfragevolumen zurückzuführen, so dass die Ausbildung von langfristig tragfähigen innerörtlichen Handelsstrukturen nicht möglich ist.

Dies trifft auch auf den einwohnerseitig größten **Gemeindeteil Teutschenthal** zu. Im zentralen Bereich dieses Ortsteils – dies ist der Bereich östliche Friedrich-Henze-Straße / westliche Albert-Heise-Straße – ist lediglich ein geringes Handelsangebot von fünf Handelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche von ca. 260 m² vorhanden. Dieser Bereich bildet somit unzweifelhaft keinen zentralen Versorgungsbereich, zumal auch im weiteren Verlauf der beiden benannten Straßenzüge nur vereinzelte Handelsbetriebe vorzufinden sind.

Grundsätzlich besteht in der Ortsmitte von Teutschenthal keine zusammenhängende Einzelhandelslage. Eine verdichtete oder komplexe Handelslage ist nicht vorzufinden, da die Geschäfte relativ breit verstreut liegen und zahlreiche Funktionsunterbrechungen bestehen. Ferner führt die Landesstraße L164 direkt durch den Ortskern und verursacht eine hohe Verkehrsbelastung, wodurch sich die Aufenthaltsqualität dieses Bereiches deutlich abmindert.

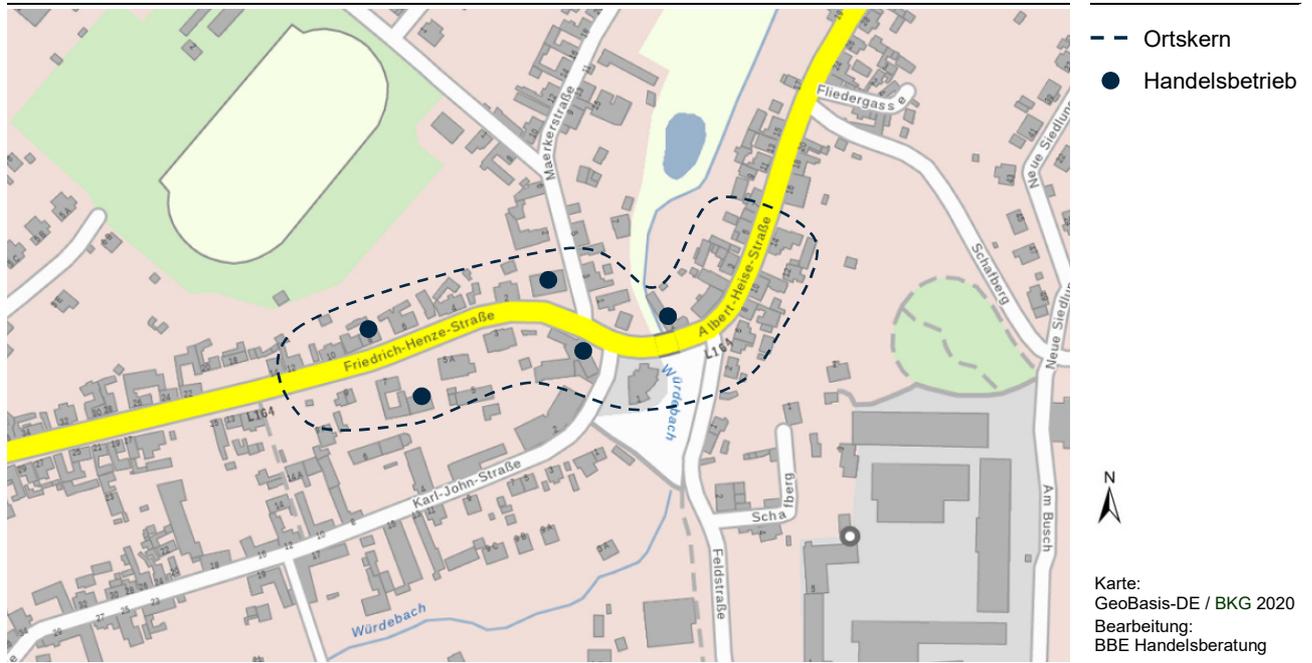
Im Ortskern von Teutschenthal sind keine größeren innenstadttypischen Geschäfte vorzufinden, die üblicherweise prägend für ein Zentrum sind (bspw. der Branchen Mode, Haushaltwaren, Drogeriewaren). Das Angebot ist auf zwei Apotheken, eine Parfümerie (mit hohem Dienstleistungsanteil), einen Optiker und ein Elektrofachgeschäft begrenzt. Des Weiteren ist auf Grund des Fehlens eines größeren Lebensmittelmarktes keine umfängliche Grundversorgung in diesem Bereich möglich. Im Fazit ist im Ortskern von Teutschenthal

¹³ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹⁴ vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

unter versorgungsstrukturellen Aspekten kein innenstadttypischer Handelsbesatz ausgeprägt, wenngleich dieser Bereich unter städtebaulichen Gesichtspunkten die funktionale Ortsmitte darstellt.

Karte 3: Innerörtlicher Bereich von Teutschenthal (Skizzierung)



Aktuell stehen in der skizzierten Ortsmitte nur vereinzelte Ladenlokale leer. Eine verstärkte Nutzung dieses Bereiches mit Einzelhandel ist somit nicht realistisch, zumal auch die bestehenden Wohn- und Geschäftshäuser – die durch einen Dienstleistungsbetrieb genutzt werden – nur über kleine Flächen verfügen. Demnach bestehen faktisch keine größeren Angebotsreserven – insbesondere für großformatige Handelsbetriebe – im Bestand.

Eine zukünftige Innenentwicklung ist auch auf Grund der bereits bestehenden Wohnbebauung und des kleinteiligen Immobilienbesatzes nicht umsetzbar. Eine prospektive Nutzung mit Einzelhandel ist augenscheinlich bei vielen Immobilien nicht möglich, so dass keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden kann, die als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren wäre.

In Bezug auf mögliche Potenzialflächen stehen offensichtlich in dem vorstehend skizzierten Bereich keine größeren Freiflächen für eine Bebauung und Nutzung mit Einzelhandel zur Verfügung. Es ist eine durchgehende Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern vorhanden, so dass die Errichtung von größeren Handelsbetrieben – insbesondere auch eines großflächigen Lebensmittelmarktes – faktisch nicht möglich ist.

Abbildung 6: Ortsmitte von Teutschenthal



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Des Weiteren stellen die geringe Mantelbevölkerung in Teutschenthal sowie das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial prinzipiell einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel dar. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben – außerhalb des Lebensmittelhandels – grundsätzlich deutliche Grenzen gesetzt, so dass sich marktfähige Einzelhandelsstrukturen und somit ebenfalls zentrale Versorgungsbereiche – auch zukünftig – nicht ausprägen können.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion ist abzuleiten, dass derzeit im Ortskern von Teutschenthal kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden kann. Die prospektive Ausprägung eines solchen Bereiches erscheint auf Grund

- des geringen IST-Besatzes an Handelsbetrieben,
- des kleinteiligen und größtenteils geschlossenen Immobilienbesatzes,
- fehlender größerer Leerstands- und Potenzial- bzw. Freiflächen,
- der bestehenden Nutzung zahlreicher Erdgeschosslagen durch Wohnungen und
- insbesondere auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren Nachfrageplattform

praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Teutschenthal auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe zentral-liegende Versorgung stattfinden können.¹⁵ Diese Aussage trifft auch auf die einzelnen dezentralen Ortsteile von Teutschenthal und die Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet zu.

Neben dem Einzelhandelsbestand im Ortskern von Teutschenthal wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass im gesamten Gemeindegebiet kein Nahversorgungszentrum¹⁶ vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren in Teutschenthal nicht vorhanden, wenngleich weitere Lebensmittelmärkte vorzufinden sind. Diese Betriebe stellen jedoch hinsichtlich ihrer Lagequalität und auch des geringen Handelsbesatzes an dem jeweiligen Standort keinen zentralen Versorgungsbereich dar, wenngleich diese Märkte eine wichtige Grundversorgungsfunktion für Teutschenthal übernehmen.

15 Sollte dennoch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden, so wäre dies in einem Einzelhandels-/ Zentrenkonzept zu verankern. Insbesondere wären hier realistische und umsetzbare Optionen für eine Weiterentwicklung des Teutschenthaler Ortskerns aufzuzeigen.

16 Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. vgl. auch Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

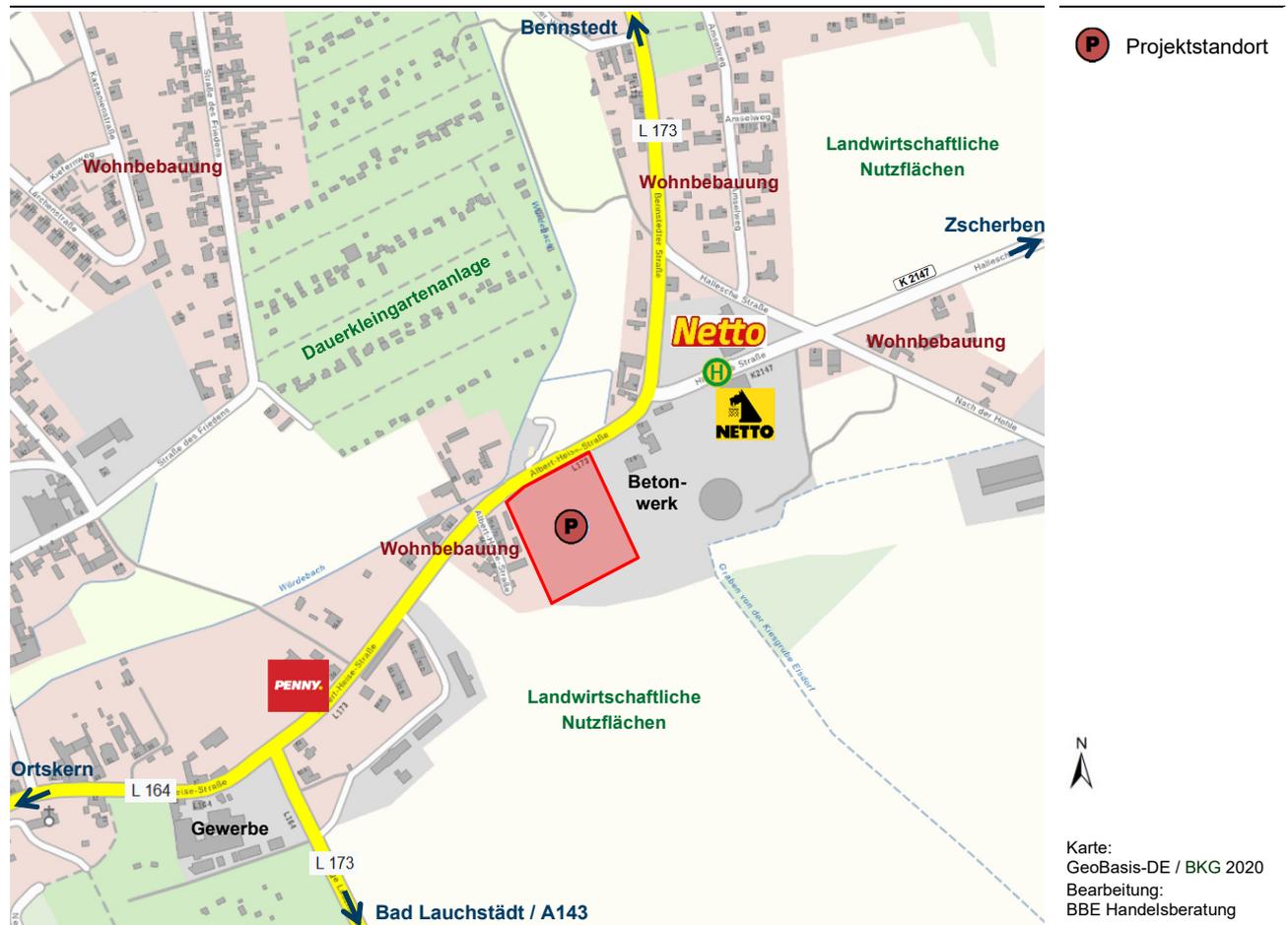
4. Mikrostandort

Der **Planstandort** des REWE-Marktes befindet sich im Gemeindeteil Teutschenthal. Das avisierte Standortareal liegt an der Albert-Heise-Straße zwischen dem Penny-Markt und den Märkten von Netto und Netto Marken-Discount. Das Areal ist derzeit durch eine Spedition belegt und dient als Abstellplatz.

Die **Umfeldnutzung** des geplanten REWE-Standortes ist in westlicher Richtung durch eine straßenbegleitende Wohnbebauung mit ein- und zweigeschossigen freistehenden Wohnhäusern geprägt. Im Kreuzungsbereich der Albert-Heise-Straße und der Langen Lauchstädter Straße liegt ein Penny-Markt. Nördlich des Vorhabenstandortes befindet sich eine begrünte und zum Teil bewachsene Freifläche; an diesen Bereich schließt sich eine Dauerkleingartenanlage an.

Östlich des Planstandort ist ein Betonwerk adressiert, in nordöstlicher Richtung befinden sich die beiden Lebensmittelmärkte von Netto und Netto Marken-Discount. Der Bereich südlich des Standortes unterliegt einer landwirtschaftlichen Nutzung; hier beginnt der Übergang zur offenen Landschaft.

Karte 4: Lage des geplanten REWE-Marktes an der Albert-Heise-Straße (Skizzierung)



Der REWE-Planstandort ist durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet. Die Anfahrtbarkeit des Marktstandortes ist über die Albert-Heise-Straße – der innerörtlichen Hauptdurchfahrtsstraße von Teutschenthal – möglich. Somit ist eine zügige Erreichbarkeit aus Teutschenthal und auch den dezentralen Ortsteilen gegeben.

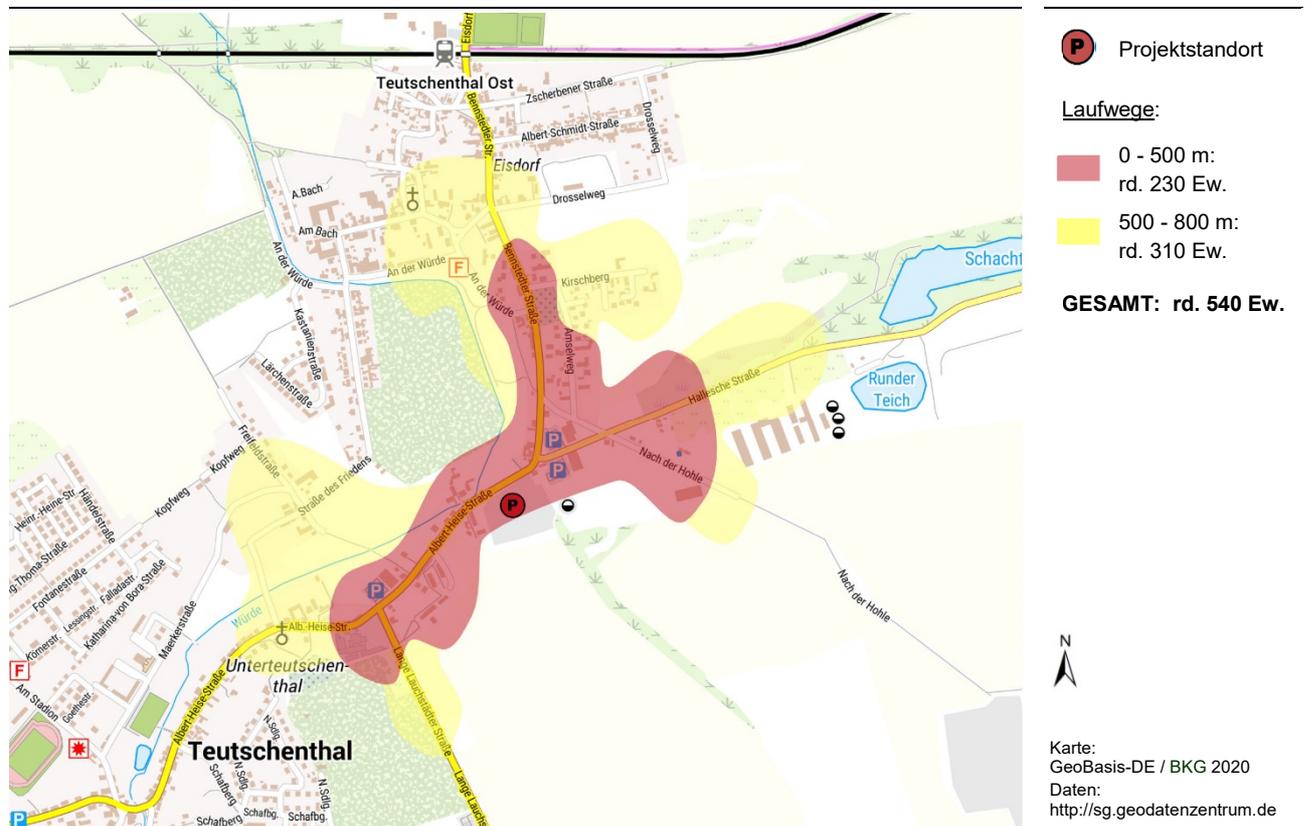
Die An- und die Abfahrt auf die Parkplatzanlage des REWE-Marktes erfolgt über eine bestehende Zuwegungen von der Albert-Heise-Straße, die derzeit bereits von dem Verkehr zu dem Betonwerk bzw. zu der Spedition genutzt wird. Auf dem betriebseigenen und kostenfreien Parkplatzareal sind 134 **Pkw-Abstellplätze**

(inkl. 4 Stellplätze für beeinträchtigte Personen, 1 Eltern-Kind-Stellplatz, 1 Ladeplatz für Elektrofahrzeuge) geplant. Die Anzahl der Parkplätze weist in Relation zur Verkaufsfläche mit rd. 15 m² Verkaufsfläche pro Stellplatz eine übliche Größenordnung¹⁷ auf und ist somit ausreichend, zumal der Standort auf Grund seiner zentralen Lage von einem großen Teil der Einwohner aus Teutschenthal zu Fuß bzw. auch mit dem Fahrrad erreicht werden kann.

Die **ÖPNV-Anbindung** des geplanten REWE-Standortes wird über eine nahegelegene Bushaltestelle in der Halleschen Straße, unmittelbar vor den Märkten von Netto und von Netto Marken-Discount sichergestellt. Die Haltestelle („Eisdorf, Hallesche Str.“) wird während der Hauptverkehrszeiten in einer regelmäßigen Taktung von einer Regionalbuslinie bedient. Somit verfügt der Standort über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Der Planstandort ist relativ zentral innerhalb von Teutschenthal gelegen, im **fußläufigen Nahbereich** ist jedoch nur eine gering verdichtete Wohnbebauung vorzufinden. Die Bebauung ist meist durch ein- und zweigeschossige Wohnhäuser geprägt.

Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Planstandortes in der Albert-Heise-Straße in Teutschenthal



Im engeren fußläufigen Nahbereich¹⁸ (Laufwege bis 500 m) des Planstandortes leben ca. 200 Einwohner; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen ca. 500 Personen. Die Einwohner in dem Naheinzugsgebiet des geplanten REWE-Marktes entsprechen ca. 11 % der Bewohner des Ortsteils Teutschenthal.¹⁹ Somit kann der geplante Markt insbesondere für die Bewohner des nordöstlichen Bereichs von Teutschenthal eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten.

17 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei Supermärkten bei ca. 14 bis 15 m² VK je Abstellplatz. Diese Werte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen.

18 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Gebieten kann ein Laufweg von ca. 1.000 m unterstellt werden.

19 Im Ortsteil Teutschenthal (inkl. Eisdorf) wohnen ca. 4.800 Personen (vgl. Seite 6).

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** wird der geplante REWE-Markt – arbeitsteilig mit den anderen Teutschenthaler Lebensmittelmärkten – die lokale Grundversorgung mit sicherstellen und wird eine Nahversorgungsfunktion übernehmen. Dieser Fakt leitet sich aus zwei Bewertungsebenen ab, die zum einen die Fristigkeit des Warenangebots bzw. die Häufigkeit der Nachfrage nach dem geführten Sortiment umfasst. Zum anderen ist die räumliche Dimension zu betrachten, d.h. die im Nahbereich vorhandene Nachfrage.

Bezüglich der Einstufung des Sortimentes führt REWE eindeutig Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, da sich das Kernsortiment des Supermarktes größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammensetzt und den Großteil der Verkaufsfläche belegt. Demzufolge unterliegt das Sortiment grundsätzlich einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“), so dass das Angebot des REWE-Marktes der Grundversorgung²⁰ der Bevölkerung dient.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Die Nahversorgungsfunktion des REWE-Marktes erstreckt sich auf den nordöstlichen Ortschaftsbereich. Im Nahbereich des Standorts leben ca. 500 Einwohner (vgl. Karte 5), somit kann der Markt für einen Teil der Bewohner des Ortsteiles Teutschenthal eine fußläufige Lebensmittelversorgung sicherstellen. Demzufolge ist dem geplanten Lebensmittelmarkt eine Nahversorgungsfunktion zuzusprechen.

Im Fazit besitzt der geplante REWE-Markt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – eine wichtige und auch wohnortnahe Grundversorgungsfunktion für Teutschenthal. Hierzu ist auch auf ein aktuelles Urteil des VG Sigmaringen zu verweisen, in welchem die verbrauchernahe Versorgungsfunktion von Märkten in Gemeinden im ländlichen Raum beleuchtet wurde.²¹

In Auswertung der vorstehenden Mikrostandortanalyse ist der Planstandort des REWE-Marktes an der Albert-Heise-Straße als **integrierte Lage** einzustufen, da der Standort

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt,
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet,
- über gewisse Bevölkerungsanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich) verfügt und
- eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung besitzt.

20 Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

21 Das Verwaltungsgericht Sigmaringen hat in einem Urteil vom 18.05.2017 zur **Nahversorgung im ländlichen Raum** hingewiesen, dass in einer ländlich geprägten Gemeinde ein großflächiger Nahversorgungsbetrieb auf Grund der besonderen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten auch außerhalb eines Sondergebietes zulässig sein kann. Hierbei sei insbesondere auf die Gliederung und Größe der Gemeinde und auf die besonderen Erfordernisse bei der Sicherung der verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung abzustellen:

„Denn auch die Beurteilung von Verbrauchernähe kann nicht gänzlich losgelöst vom konkreten Einzelfall bewertet werden. Gerade in ländlichen Bereichen ist es seit Jahrzehnten üblich, dass vor allem kleinere Gemeindeteile keine eigene Nahversorgung mehr besitzen und die Einwohner mithin darauf angewiesen sind, in andere Gemeindeteile oder gar andere Gemeinden zu fahren, um die Grundversorgung sicherzustellen. „Verbrauchernah“ ist im ländlichen Raum nicht zwingend identisch mit „fußläufig erreichbar.“

Auch die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändere nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn: *„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“*

Im Fazit stellt das Urteil damit auch heraus, dass ein (großflächiger) Lebensmittelmarkt im ländlichen Raum auch dann der verbrauchernahe Versorgung dient, wenn er auch die Bevölkerung in benachbarten Ortschaften versorgt, die außerhalb der fußläufigen Erreichbarkeit liegen, jedoch keine eigene Nahversorgungsausstattung aufweisen.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

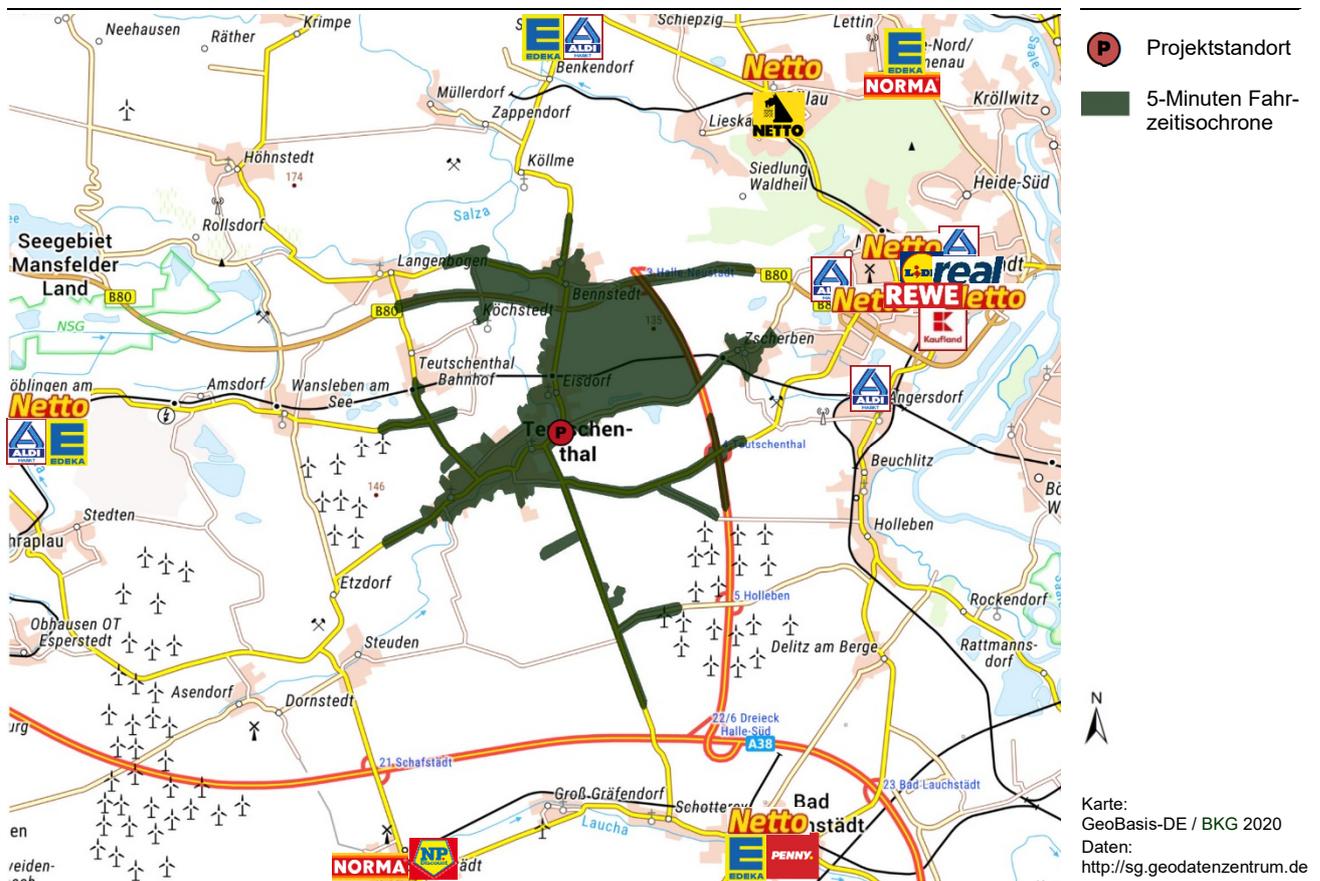
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²²
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des REWE-Marktes, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzeptes bestimmt werden und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Teutschenthal.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im regionalen Umfeld von Teutschenthal. Die folgend dargestellten Lebensmittelmärkte stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des REWE-Marktes dar.

Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Teutschenthal (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone



²² Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Auto-Minuten.

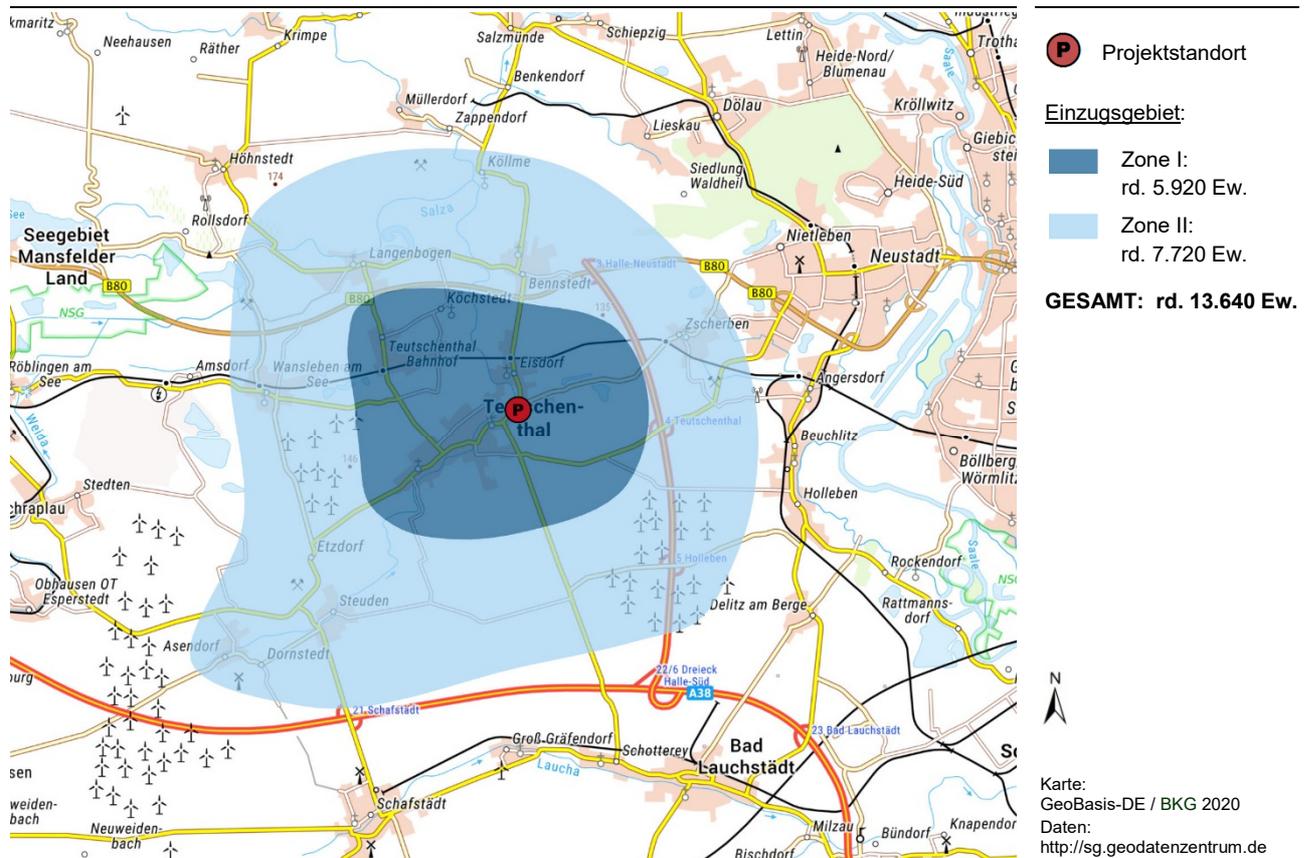
Als **Konkurrenzorte** – die das Einzugsgebiet des geplanten REWE-Marktes in Teutschenthal limitieren – sind umliegende Städte einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten aufweisen. Von besonderer Bedeutung sind insbesondere Standorte, die durch einen angebotsaffinen Supermarkt oder einen Discounter bzw. Verbrauchermarkt belegt sind.

Die maßgeblichen Konkurrenzorte sind Halle-Neustadt, Querfurt und Eisleben, da hier jeweils ein vollumfängliches und sehr gut ausgeprägtes Lebensmittelangebot vorzufinden ist. Das Angebot wird von zahlreichen Discountern, Super- und Verbrauchermärkten geprägt. Weiterhin sind in kleineren Orten wie Bad Lauchstädt, Schafstädt, Röblingen am See oder Salzmünde jeweils Lebensmittelmärkte ansässig, die das Marktgebiet des geplanten REWE-Marktes in Teutschenthal begrenzen.

Des Weiteren wird der Einzugsbereich des REWE-Marktes durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und der aufgezeigten Angebotssituation wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des projektrelevanten REWE-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten REWE-Marktes



Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) des REWE-Marktes wird sich auf den Kernort Teutschenthal und die angrenzenden Ortsteile Köchstedt und Teutschenthal Bahnhof beziehen. Aus diesen Gebieten kann der REWE-Standort zeitnah – aus Teutschenthal insbesondere auch fußläufig – erreicht werden kann. In diesem Marktgebiet leben derzeit ca. 5.900 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst dezentrale Ortsteile von Teutschenthal, wobei die östlichen Gemeindebereiche – die unmittelbar an der Gemarkungsgrenze zu Halle liegen²³ – nicht mit zu dem Marktgebiet zählen. Die Einwohner dieser Orte tendieren zum Lebensmitteleinkauf überwiegend in den naheliegenden Stadtteil Halle-Neustadt, was auf das deutlich attraktivere Lebensmittelangebot – im Vergleich zu Teutschenthal – zurückzuführen ist.

Dem erweiterten Einzugsgebiet sind die Orte Wansleben am See, Bennstedt und Köllme zuzurechnen, da in diesen Orten überhaupt kein Lebensmittelmarkt vorzufinden ist. Somit decken die Bewohner dieser Orte bereits auch schon heute ihre Lebensmittelnachfrage u.a. in Teutschenthal ab. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen rd. 7.700 Personen, so dass der REWE-Markt auf ein Konsumentenpotenzial von ca. 13.600 Personen zurückgreifen kann.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen deshalb in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet des geplanten Supermarktes endet daher nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist bezüglich der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren können.

Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet des geplanten REWE-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten im weiteren Umfeld von Teutschenthal (vgl. Karte 6) zu rechnen ist.

23 Dies sind die Teutschenthaler Ortsteile Angersdorf, Schlettau, Beulitz, Holleben und Benkendorf.

5.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für das vorhabenrelevante Sortiment Nahrungs- und Genussmittel angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.²⁴

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des geplanten REWE-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem Marktgebiet errechnet.²⁵

Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchsausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex ²⁶	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	5.920	2.418	101,1	14,47
Zone II	7.720	2.418	99,3	18,54
Summe	13.640			33,01

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2019 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2019 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Teutschenthal bzw. die einzelnen Orte im überörtlichen Einzugsgebiet

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus der einzelnen Orte im Einzugsgebiet errechnet sich in dem prospektiven Marktgebiet des REWE-Marktes ein jährliches Nachfragepotenzial nach Lebensmitteln von rd. 33,0 Mio. EUR.

²⁴ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt beispielsweise die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln in Teutschenthal mit 101,1 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 99,2 % (vgl. Abb. 3).

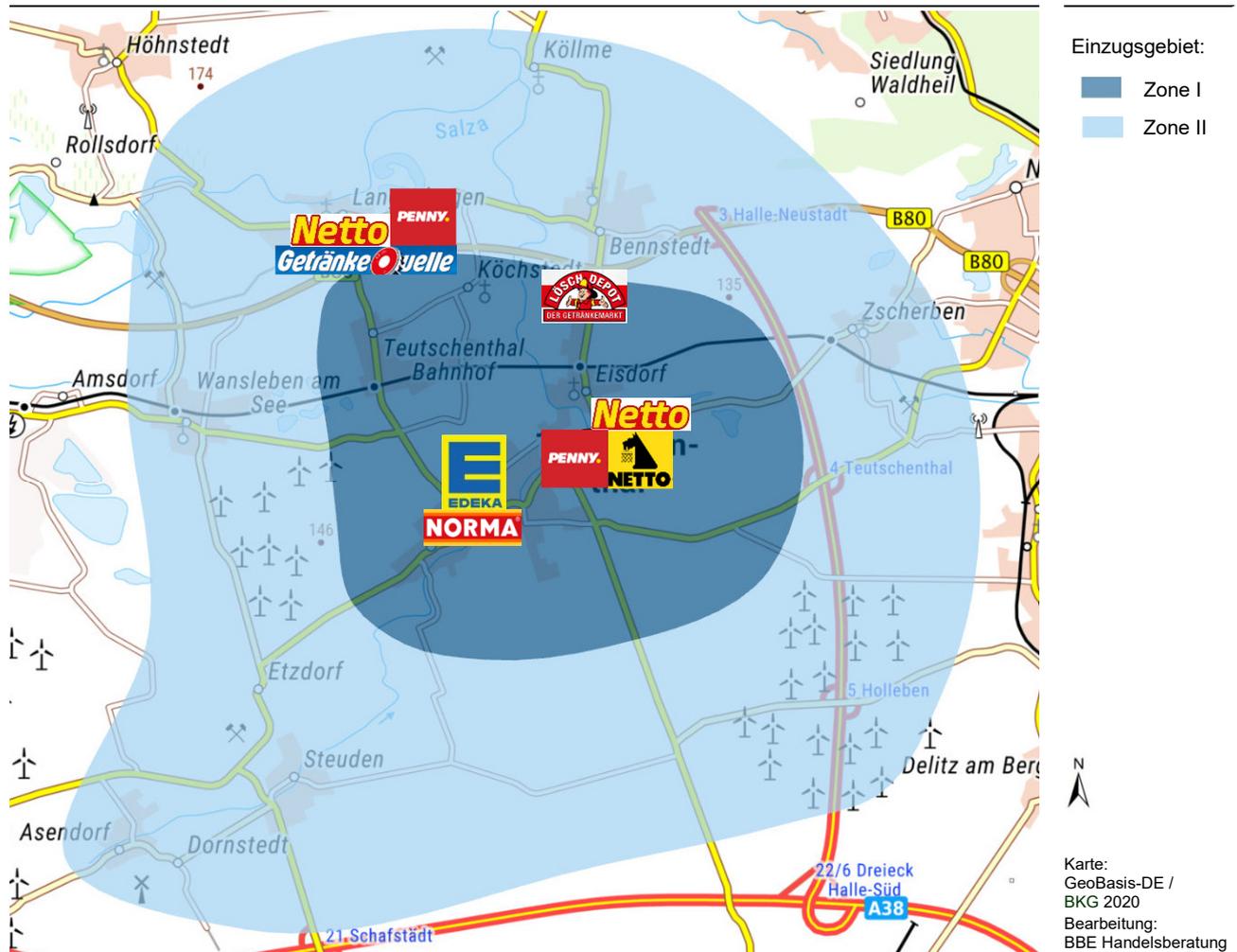
²⁵ Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet:
Einwohnerzahl je Gebiet x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer je Gebiet.

²⁶ Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde aus den nach der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Gebiete des Einzugsgebiets gebildet.

5.3. Angebot

Für die folgende Analyse wurden im September 2020 alle projektrelevanten Betriebe mit dem Umsatzschwerpunkt Lebensmittel (inkl. Ladenhandwerker) im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierten Einzugsgebiet aufgenommen. Nachstehend werden die **strukturprägenden Lebensmittelmärkte**²⁷ kartographisch dargestellt.

Karte 8: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet



In **Teutschenthal** bzw. in dem zum REWE-Einzugsbereich zählenden Gemeindegebiet²⁸ sind aktuell 23 Lebensmittelanbieter vorhanden, die über eine summierte Verkaufsfläche²⁹ von ca. 7.000 m² verfügen. In Bezug auf die räumliche Verteilung sind die großformatigen Lebensmittelmärkte im Kernort an der Poststraße (Edeka, Norma) und an der östlichen Albert-Heise-Straße (Penny, Netto, Netto Marken-Discount) konzentriert. Weiterhin sind drei großformatige Anbieter (Penny, Netto, Getränkequelle) im südlichen Bereich des Ortsteils Langenbogen ansässig.

27 Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, die Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe sind dabei jedoch flächenseitig vergleichbar große Betriebe im Fokus, die auch nahversorgungsrelevante Sortimente als Kernsortiment führen.

28 Die Teutschenthaler Ortsteile Angersdorf, Schlettau, Beulitz, Holleben und Benkendorf liegen nicht im Einzugsgebiet des REWE-Marktes.

29 Zur Verkaufsfläche werden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle von dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Die Betriebstypenstruktur (vgl. Definition in Anlage 1) wird eindeutig durch die Betriebsform *Discounter* geprägt, da die sechs Discountermärkte (Netto Marken-Discount [2x], Penny [2x], Norma, Netto) eine summierte Verkaufsfläche von ca. 4.500 m² belegen.³⁰ Das Angebot dieser Betriebe ist im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt, wobei die Discounter ausschließlich ein preisorientiertes Warenssegment abdecken. Alle Anbieter führen ein standardisiertes Sortiment und sind – mit Ausnahme von Netto Marken-Discount in Teutschenthal³¹ – als durchschnittlich attraktive Betriebe einzustufen. Mit Edeka ist ein *Supermarkt* in Teutschenthal ansässig; dieser Markt wurde bereits im Jahr 1995 eröffnet. Der inhabergeführte Markt offeriert auf ca. 1.400 m² ein attraktives und qualitativ höherwertiges Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Auswahlbreite. Immobilienseitig stellt sich der Edeka-Markt tendenziell unattraktiv dar, da Investitionen in eine Modernisierung der Marktimmobilie augenscheinlich notwendig sind.³²

Abbildung 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Teutschenthal (Auswahl)



Neben den benannten Anbietern ergänzen weitere Betriebsformen das Lebensmittelangebot in Teutschenthal. In Langenbogen ist ein *Getränkemarkt* (Getränkequelle) mit einer Verkaufsfläche von knapp 600 m² adressiert, der das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke abdeckt.

Weiterhin komplettieren Betriebe des *Nahrungsmittelhandwerks* (Bäcker, Fleischer) die Lebensmittelversorgung im Frischebereich. Diese kleinflächigen Angebotsformate sind u.a. in den Vorkassenzonen von Lebensmittelmärkten und in Streulagen vorzufinden. Insgesamt präsentieren sich die elf Betriebe attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp 400 m². Zum großen Teil verfügen die Lebensmittelhandwerker auch über Imbissangebote.

In dem Einzugsgebiet sind vereinzelte *sonstige Lebensmittelanbieter* vorhanden. Hierbei handelt es sich um einen Dorfladen und um drei Tankstellenshops.

Abbildung 8: Sonstige Lebensmittelanbieter in Teutschenthal (Auswahl)



30 Im Ortsteil Angersdorf (außerhalb des Einzugsgebiets) ist mit Aldi ein weiterer Discounter ansässig, somit ist das gesamtgemeindliche Lebensmittelangebot als discountorientiert einzustufen ist.

31 Der Markt befindet sich in einer baulich unattraktiven Immobilie, die Bausubstanz wirkt augenscheinlich verschlissen. Im Gegensatz zu diesem Markt wird die Netto-Filiale in Langenbogen derzeit bereits modernisiert.

32 Der Edeka-Markt wurde bereits von ca. 900 m² auf ca. 1.400 m² erweitert, dies erfolgte jedoch durch einen Anbau an das bereits im Jahr 1995 errichtete Bestandsgebäude.

Im **Fazit** ist in Teutschenthal – für die Ortsgröße – ein flächenseitig hohes Lebensmittelangebot vorhanden, das sich aus verschiedenen, überwiegend discountlastig ausgerichteten Lebensmittelmärkten zusammensetzt. Auffällig ist die hohe Anzahl an Lebensmitteldiscountern, zumal Teutschenthal eine vergleichsweise hohe einzelhandelsrelevante Kaufkraft (99,2 %, vgl. Abb. 3) als auch eine überdurchschnittliche sortimentspezifische Kaufkraft für Lebensmittel (101,1 %, vgl. Tab. 4) ausweist. Dementsprechend kann die gehobene Nachfrage in diesem Segment vor Ort nicht vollständig abgedeckt werden, da sich der einzige höherwertige Lebensmittelmarkt (Edeka) tendenziell unterdurchschnittlich attraktiv präsentiert.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** ist ein Lebensmittelangebot von lediglich rd. 900 m² Verkaufsfläche vorhanden, das sich auf sieben Betriebe verteilt. Das flächenseitige Angebot ist maßgeblich in der Gemeinde **Bennstedt** konzentriert, da hier ein moderner Getränkemarkt (Löschdepot) mit über 700 m² Verkaufsfläche (zzgl. Tabakladen, Imbiss) angesiedelt wurde. Das restliche Angebot in Bennstedt bezieht sich auf drei kleinformatige Lebensmittelanbieter.

In **Wansleben am See** sind drei Lebensmittelanbieter ansässig. Hierbei handelt es sich um zwei Bäcker und einen Dorfladen. Die Betriebe können nur eine anteilige Grundversorgung für die ca. 1.500 Einwohner dieser Gemeinde erbringen, so dass die Bewohner zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils zu umliegenden Lebensmittelmärkten fahren.

Abschließend wird das Lebensmittelangebot in dem Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz³³ – nach **Versorgungslagen** zusammenfassend dargestellt. Hierbei wird nach dem Angebot in den einzelnen Ortsteilen und dem überörtlichen Einzugsgebiet³⁴ unterschieden.

Tabelle 5: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet nach Lagen

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Ortsteil Teutschenthal	4.580	13	22,08
Ortsteil Langenbogen	2.350	7	10,58
sonstige Ortsteile Teutschenthal	100	3	0,65
überörtliches Einzugsgebiet	910	7	2,34
Gesamt	7.940	30	35,65

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

³³ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelgeschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

³⁴ Da in Teutschenthal und auch in den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet kein (faktischer) zentraler Versorgungsbereich ausgeprägt ist, konnte keine Unterteilung des Angebots nach diesen schützenswerten Bereichen und nach den sonstigen Lagen vorgenommen werden. In den drei Ortskernen im überörtlichen Einzugsgebiet ist lediglich ein rudimentäres Einzelhandelsangebot vorzufinden, so dass unzweifelhaft keine zentralen Versorgungsbereiche bestehen. Ferner ist auch die prospektive Ausbildung solcher Bereiche nicht realistisch, was sich aus dem geringen Einwohnerpotenzial und der daraus folgenden eingeschränkten einzelhandelsrelevanten Nachfrage ergibt. Demnach ist die Ausprägung eines umfangreichen Handelsangebots und somit auch eines zentralen Versorgungsbereiches nicht möglich.

6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die projektrelevante Liegenschaft soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden, der den Ansiedlungsstandort als **Sondergebiet Handel** ausweist. Ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Teutschenthaler Gemeinderats im November 2019 einstimmig gefasst.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Insbesondere ist in der vorliegenden Untersuchung zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.³⁵ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.³⁶

Tabelle 6: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)³⁷

35 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

36 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

37 In einer DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 wurde festgestellt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat.
vgl. DSSW-Studie, Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kurzfassung), 2017.

Diese Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.³⁸

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.³⁹

Mögliche Umsatzumlenkungen, die **keine schädlichen städtebaulichen Folgen** haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.⁴⁰

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

Im vorliegenden Fall besitzt die Gemeinde Teutschenthal kein Zentrenkonzept, so dass auf Grund des Fehlens eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Solche Versorgungsbereiche konnten auch nach einer Ortsbegehung in Teutschenthal nicht identifiziert werden (vgl. Seite 11-13); dies trifft auch für die Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet zu. Im Fazit ist an dieser Stelle festzuhalten, dass mögliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf Grund des **Nichtvorhandenseins solcher Bereiche** auszuschließen sind.

38 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

39 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

40 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung ist der Umsatz des jeweiligen Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlagen wettbewerbswirksam wird.

Nachfolgend wird für den konkret angefragten Lebensmittelsupermarkt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**⁴¹) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität in Teutschenthal

ergibt sich für den projektierten Lebensmittelmarkt ein zu erwartender Jahresumsatz zwischen 4,5 Mio. EUR und 5,2 Mio. EUR. Folgende Tabelle bildet die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 4) des Lebensmittelmarktes in seinem Marktgebiet ab, wobei für die weitere Berechnung im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Supermarktes gerechnet wird.

Tabelle 7: Marktanteilsprognose des geplanten Supermarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil ⁴²		Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.	
Food	Zone I	14,47	~15 / 17		2,17	2,46
	Zone II	18,54	~8 / 10		1,46	1,80
	<i>Zwischensumme</i>	<i>33,01</i>	<i>~11 / 13</i>		<i>3,63</i>	<i>4,26</i>
Non-Food					0,40	0,48
	<i>Zwischensumme</i>				<i>4,03</i>	<i>4,74</i>
Streuumsätze					0,49	0,50
Gesamt					4,52	5,24

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Supermarktes (Zone I), das sich auf den Kernort Teutschenthal und die angrenzenden Ortsteile Köchstedt und Teutschenthal Bahnhof bezieht, ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 17 % des Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht zu erwarten, da im näheren Umfeld des REWE-Standortes ein angebotsaffiner Supermarkt und zudem noch sechs Discounter ansässig sind. Demnach ist ein höherer Marktanteil nicht realisierbar.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten in diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten tendieren. Hierbei ist insbesondere auf Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten (vgl. Karte 6) zu verweisen. Ferner verringert sich durch die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des REWE-Standorts die Bindungsintensität des Lebens-

41 Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

42 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

mittelmarktes. In dem erweiterten Einzugsbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 10 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von rd. 1,8 Mio. EUR entspricht.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 4,3 Mio. EUR werden von dem Supermarkt weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert. Es ist mit jährlichen Erträgen von knapp 0,5 Mio. EUR zu rechnen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren REWE-Supermärkten ca. 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (ca. 7 %) zu einem deutlich geringeren Teil mit Waren des Non-Food II-Segments (ca. 3 %) zusammen, wobei es sich hier ebenfalls um einen festen Artikelstamm handelt. Demnach belegen

- die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 97 % der Verkaufsfläche und
- die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Non-Food II, sog. nicht-nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 3 % der Verkaufsfläche.

Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll ist.

Die Artikel des Non-Food II stellen ferner lediglich eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da das Non-Food II-Segment eines Supermarktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet ist. Grundsätzlich verzichten Supermarktanbieter auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies beispielsweise bei einigen Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von rd. 0,5 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze⁴³ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem auf den Durchgangsverkehr an der Albert-Heise-Straße (bspw. Zufallskunden, Pendler, Durchreisende) oder auf aperiodisch einkaufenden Verbraucher zurückzuführen.

Auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche wird die **Raumleistung** berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Insbesondere kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für das Planvorhaben belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 8: Prospektive Raumleistung des Supermarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	5,24	1.868	2.810

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Lebensmittelmarktes von rd. 2.800 EUR/m² liegt im unteren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Supermärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m² erzielen.⁴⁴ Ein höherer Umsatz ist für diesen Markt jedoch hinsichtlich

- der hohen Ansiedlungsdichte an Lebensmittelmärkten in Teutschenthal und des daraus resultierenden Wettbewerbsdrucks,

⁴³ Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich beispielsweise aus sporadischen oder aperiodischen Einkäufen oder von Zufallskunden.

⁴⁴ Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Lebensmittelsupermärkten auf 3.600 EUR/m², wobei eine Spannweite zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m² zu beobachten ist.
Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 - vgl. Anlage 3.

- des Vorhandenseins eines konzeptgleichen Supermarkts (Edeka),
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets, das durch diverse angebotsgleiche Supermarktfilialen in umliegenden Orten begrenzt wird und
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils⁴⁵ des Supermarktes

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Lebensmittelanbieter den sog. Worst-Case darstellen.

Unter betreiberspezifischer Sicht ist zu konstatieren, dass REWE mit seiner Supermarktschiene bundesweit eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 4.010 EUR/m² erzielt.⁴⁶ Diese liegt in den ostdeutschen Bundesländern i.d.R. niedriger, was insbesondere auf die meist unterdurchschnittliche Kaufkraft und den grundsätzlich stärker ausgeprägten Wettbewerb zurückzuführen ist.

Somit ist auch auf Grund der vorstehend dargestellten Punkte abzuleiten, dass eine Steigerung der Raumleistung über den Prognosewert von rd. 2.800 EUR/m² nicht realistisch ist. Unter Berücksichtigung der lokalen Standortvoraussetzungen stellt die berechnete Raumleistung demnach den Höchstwert für diese geplante Filiale dar.

Des Weiteren bezieht sich der REWE-Vergleichswert der Raumleistung auf eine Verkaufsfläche⁴⁷ von ca. 1.490 m². Da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt, kann diese durchschnittliche Raumleistung nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden. Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Fläche des geplanten REWE-Marktes liegt mit rd. 380 m² über der üblichen bundesweiten REWE-Fläche – keine gleichbleibende Raumleistung angenommen werden.

Dies ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter), so dass der Markt keine bundesübliche Flächenproduktivität erreichen wird.

Mit Blick auf die prognostizierte **Gesamtumsatzleistung** des REWE-Marktes ist auf Grund der vorstehend genannten Faktoren keine weitere Umsatzerhöhung zu erwarten. Dies ist auch unter dem Blickwinkel des bundesweit durchschnittlichen Filialumsatzes von REWE zu sehen.

Die REWE-Gruppe erwirtschaftet über alle Supermärkte in Deutschland hinweg einen durchschnittlichen Filialumsatz⁴⁸ von ca. 6,0 Mio. EUR je Markt, so dass es sich bei der vorstehenden Umsatzprognose von rd. 5,2 Mio. EUR um einen annähernd bundesüblichen Filialumsatz handelt. Unter Berücksichtigung der aufgeführten Standortfaktoren ist demnach eine Umsatzausweitung des geplanten REWE-Markts auszuschließen, so dass die zu erwartenden handelswirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Lebensmittelanbieter den Maximalwert darstellen.

Abschließend wird die Umsatzschätzung⁴⁹ für den geplanten **Back-Shop** in der Vorkassenzone des REWE-Marktes vorgenommen. Die Gesamtfläche des Bäckers wird ca. 87 m² betragen (vgl. Tab. 1), wovon ein Teil

45 Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird bspw. der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf vorwiegend bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt. Da die Marktdurchdringung eines Lebensmittelsupermarktes bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte nicht beliebig steigerungsfähig ist, ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt auch die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für diesen Supermarkt dar.

46 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche von REWE in Deutschland 2018.

47 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im Lebensmittelhandel in Deutschland 2018.

48 Bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 1.490 m² und einer Raumleistung von rd. 4.010 EUR/m² Verkaufsfläche errechnet sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von rd. 5,97 Mio. EUR p.a.
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020.

49 Die Umsatzprognose des Bäckers erfolgt auf Basis der Plan-Verkaufsfläche, die mit der branchenüblichen Raumleistung multipliziert wird.

der Fläche für einen Sitzbereich⁵⁰ zu subtrahieren ist. Auf der „reinen“ Verkaufsfläche von maximal ca. 40 m² wird für diesen Ladenhandwerker eine branchenübliche Raumleistung⁵¹ von ca. 5.000 EUR/m² unterstellt, so dass sich ein zu erwartender Jahresumsatz mit Backwaren von rd. 0,2 Mio. EUR ergibt.

Tabelle 9: Umsatzplanung des Back-Shops

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung EUR/m ²	Umsatzprognose Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	40	5.000	0,20

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Je nach Konzept des Bäckers können die Erlöse höher ausfallen, da ein Sitz- bzw. Imbissbereich geplant ist. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelsumsätze zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (z.B. Erlöse aus dem Verkauf von Speisen oder Getränken⁵²).

50 Die Sitz- und Laufbereiche sind mit zur Verkaufsfläche der Betriebe zu zählen, wenngleich auf diesen Flächen keine Einzelhandelsumsätze getätigt werden.

51 vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 – vgl. Anlage 3.

52 Der Unterschied wird auch in der Besteuerung deutlich. Die Umsätze mit Backwaren unterliegen einem verminderten Mehrwertsteuersatz von 7 % (5 %), während Speisen in einer gastronomischen Einrichtung mit dem allgemeinen Steuersatz von 19 % (16 %) besteuert werden.

6.3. Wirkungsprognose des Projektvorhabens

6.3.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist insbesondere die Überprüfung möglicher **Umsatzverlagerungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzzumlenkungen, die durch das Planvorhaben von REWE in den Orten des Einzugsgebietes hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁵³, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Mit der Ansiedlung des Supermarktes wird sich das räumliche Angebotsgefüge in Teutschenthal verändern. Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind dabei die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzzumlenkungseffekte** für die in dem Einzugsgebiet ansässigen Betriebe relevant. Im Realisierungsfall geht der am REWE-Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Umsatzverluste der Bestandsanbieter in dem Einzugsgebiet sind auf maximal **ca. 4,9 Mio. EUR**⁵⁴ zu schätzen.

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁵⁵ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des REWE-Ansiedlungsvorhabens.

53 Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 7) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 10) nicht identisch.

54 Die Umsatzzumlenkungen von ca. 4,94 Mio. EUR ergeben sich aus dem Umsatz des REWE-Marktes in seinem Einzugsgebiet (ca. 4,74 Mio. EUR, vgl. Tab. 7), hierzu addieren sich die Erlöse des Bäckers (ca. 0,20 Mio. EUR, vgl. Tab. 9).

55 Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF („Defining and Estimating a Trading Area“) basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden bspw. die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzzumverlagerungen bei einer Umsetzung des geplanten Ansiedlungsvorhabens von REWE vornehmen zu können.

6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen⁵⁶, die durch die Ansiedlung des REWE-Marktes ausgelöst werden, errechnet sich eine **Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich rd. 14 %** des in dem Einzugsgebiet getätigten Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittsbetrag aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zum REWE-Planstandort,
- der Betriebstypenzugehörigkeit und
- der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der jeweiligen Lebensmittelanbieter

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Handelsbetriebe im Einzugsgebiet.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Discounter/ Supermärkte) einzustufen sind. Andere Betriebe – beispielsweise Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker oder Lebensmittelspezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Ferner werden sich für näher am Projektstandort liegende Lebensmittelanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben – insbesondere im Segment Lebensmittel – mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird.⁵⁷

Die folgende Tabelle beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen in dem Einzugsgebiet (vgl. Tab. 5).

Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Ortsteil Teutschenthal	22,08		3,84	17,4
Ortsteil Langenbogen	10,58		0,99	9,4
sonstige Ortsteile Teutschenthal	0,65		0,02	n.n.
überörtliches Einzugsgebiet	2,34		0,09	n.n.
Gesamt	35,65		4,94	13,9

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

⁵⁶ In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Supermarktes inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des Supermarktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden. Die Umverteilungseffekte des geplanten Supermarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der geringen flächenseitigen Größenordnung der einzelnen Sortimente städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig deutlich untergeordnet. Des Weiteren stellen die Sortimente nur einen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginalen Non-Food-Verkaufsfläche auf Fachhandelsanbieter auszuschließen, zumal sich diese Erlöse maßgeblich zu Lasten der bestehenden Lebensmittelmärkte ergeben.

⁵⁷ Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der verhältnismäßig hohen Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass zur Deckung der Nachfrage von Kunden i.d.R. nur geringe Zeitdistanzen akzeptiert werden.

Der durchschnittliche Wert der Umsatzumverlagerung von ca. 14 % liegt über dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit (rd. 10 %, vgl. Tab. 6), so dass von einer **deutlichen Intensivierung des Wettbewerbs** in dem Einzugsgebiet auszugehen ist. Die berechneten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind prinzipiell als ein Anhaltspunkt, jedoch nicht als alleiniges Kriterium der Verträglichkeit zu sehen. Deshalb muss für die Bewertung der Auswirkungen auch eine Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit der betroffenen Betriebe und auch der städtebaulichen Situation an dem jeweiligen Standort erfolgen. Somit können die zu erwartenden monetären Auswirkungen des REWE-Ansiedlungsvorhabens unter betreiberspezifischen Aspekten und auch unter Berücksichtigung städtebaulicher Gesichtspunkte bewertet werden (vgl. auch Seite 25).

Im Ortsteil **Teutschenthal** konnte kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden (vgl. Pkt. 3.2), so dass prinzipiell negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf Grund des Fehlens eines solchen schützenswerten Bereiches auszuschließen sind. Ferner ist die Entwicklung der Ortsmitte hin zu einem zentralen Versorgungsbereich unwahrscheinlich, was insbesondere auf den verhältnismäßig geringen Handelsbestand und die fehlenden räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten zurückzuführen ist (vgl. Seite 11-13).

Der Immobilienbestand des Teutschenthaler Ortskerns setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bauungsstruktur zusammen. Mit Ausnahme von vereinzelt leerstehenden und nur kleinteiligen Ladenflächen sind keine Angebotsflächen vorzufinden, die mit einer großflächigen Einzelhandelsnutzung belegt werden könnten. Ebenso sind größere Potenzialflächen, die für eine Bebauung und eine Nutzung durch Handel infrage kommen würden, augenscheinlich nicht vorhanden.⁵⁸

Des Weiteren sind die für einen Lebensmittelsupermarkt notwendigen Standortvoraussetzungen auch bezüglich des induzierten Verkehrs und der Logistik (Anfahrbarkeit des Lieferverkehrs) nicht gegeben. Gerade die verträgliche Aufnahme des An- und Abreiseverkehrs eines großflächigen Lebensmittelmarktes (inkl. des Lieferverkehrs) ist im Teutschenthaler Ortskern – der maßgeblich durch eine Wohnnutzung geprägt ist – fraglich.

Zusammenfassend ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes in dem innerörtlichen Kernbereich (vgl. Karte 3) – der als Frequenzbringer und Magnetbetrieb fungieren würde – unrealistisch. Mit der avisierten Ansiedlung des REWE-Marktes wird somit einer möglichen Weiterentwicklung des Ortskerns von Teutschenthal nicht entgegengewirkt.⁵⁹

Die Umsatzverluste für die Lebensmittelanbieter im Ortsteil Teutschenthal werden bei ca. 17 % liegen. Die maßgeblichen Erlösrückgänge werden die beiden naheliegenden Lebensmittelmärkte von Netto und von Netto Marken-Discount zu verkraften haben.

Die Filiale von Netto Marken-Discount stellt sich derzeit nur unterdurchschnittlich attraktiv dar. Die resultiert aus dem baulichen Zustand der Handelsimmobilie, die sich veraltet und nicht-zeitgemäß präsentiert. Insbesondere sind auch Modernisierungsinvestitionen in der Marktimmobilie erforderlich, da der Betreiber diese Filiale noch nicht auf das aktuelle Marktkonzept umgestellt hat.

Dies trifft auch auf die Verkaufsfläche zu, die mit ca. 650 m² (zzgl. Fleischer) unterhalb der Marktzutrittsgröße (ca. 800 m²) des Betreibers liegt. Somit wird diese Filiale auf Grund der unterdurchschnittlichen Attraktivität deutliche Umsatzverluste hinnehmen müssen, wobei auf Grund der aktuellen Ausrichtung des Marktes eine Absiedlung nicht auszuschließen wäre.

Auf der anderen Seite steht zu erwarten, dass Netto Marken-Discount diese Filiale attraktivieren wird. Bezüglich der verschlissenen Bausubstanz ist ein Abriss / Neubau realistisch, so dass sich dieser Markt dann als moderner Discounter präsentieren wird.

58 Die Grundfläche, die für die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes benötigt wird, liegt bei minimal rd. 6.000 m². Dieses Flächenpotenzial ist augenscheinlich in der Ortsmitte von Teutschenthal vorhanden. Ferner muss der Standort u.a. auf Grund der Logistik eines Lebensmittelmarktes (Lieferverkehr) verkehrlich gut erreichbar sein und erzeugt auch einen hohen An- und Abreiseverkehr.

59 Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren oder eines bereits geplanten Ansiedlungsvorhabens in der Teutschenthaler Ortsmitte gefährdet wäre.

Grundsätzlich ist auf die Standortqualität dieses Marktes zu verweisen. Diese stellt sich aus Betreibersicht sehr gut dar. Die Filiale von Netto Marken-Discount ist an dem innerörtlichen Hauptverkehrsträger angesiedelt und zudem auch aus Richtung Zscherben verkehrlich gut erreichbar. Dem Eingangsbereich des Marktes ist konzeptkonform eine kostenfreie und großzügig dimensionierte Parkplatzanlage mit ca. 70 Stellplätzen vorgelagert. Netto Marken-Discount verfügt auf Grund seiner Lage im Kreuzungsbereich der Bennstedter Straße / Halleschen Straße über eine barrierefreie Sichtachse zu diesen Verkehrsträgern und kann so eine hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr erzielen.

Neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit kann Netto Marken-Discount bereits in seinem Nahbereich auf ein hohes Nachfragepotenzial zurückgreifen, da der Markt insbesondere aus dem nördlich angrenzenden Wohnsiedlungsbereich der Ortschaft Eisdorf fußläufig gut erreichbar ist. Ferner ist direkt von dem Markt in der Halleschen Straße eine Bushaltestelle vorhanden, so dass die Erreichbarkeit auch für nicht-mobile Verbraucher möglich ist.

Im Fazit wären die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Filiale von Netto Marken-Discount auf Grund der sehr guten Standortqualität als verkräftbar einzuschätzen; auf Grund des Zustands der Filiale besitzt der Markt allerdings deutliche Attraktivitätsnachteile. Da jedoch perspektivisch eine Modernisierung der Filiale zu erwarten ist, erscheinen die Umsatzverluste als verkräftbar.

Der nebenliegende Discountmarkt von Netto präsentiert sich – im Gegensatz zu Netto Marken-Discount – modern und attraktiv. Die Marktimmobilie befindet sich in einem konzeptkonformen Zustand, die Filiale verfügt mit knapp 800 m² über eine übliche Fläche. In der Vorkassenzone des Discounters rundet ein Bäcker das Angebot von Netto im Frischebereich ab.

Die Standortqualität des Netto-Marktes ist adäquat zu der Filiale von Netto Marken-Discount, da beide Märkte im Standortverbund an der Halleschen Straße liegen. Da sich die Erreichbarkeit des Marktes, die Parkplatzsituation (knapp 80 Parkplätze), die Fernwirkung und auch die fußläufige Erreichbarkeit für Konsumenten aus dem Nahbereich sehr gut darstellen, ist von einer hohen Wettbewerbsfähigkeit dieses Marktes auszugehen. Demnach wäre ein Rückzug dieses Marktes – trotz der zu erwartenden Umsatzrückgänge – eher unwahrscheinlich.

Ferner werden sich die Umsatzverluste des Netto-Marktes im gewissen Sinne relativieren, da das Angebot eines Discounters – im Gegensatz zu einem Supermarkt – nur auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelteilsortimente und vorwiegend auf sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt ist. Ein Discounter wie Netto ist auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt wie REWE ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt.⁶⁰

Die beiden Betriebstypen Supermarkt und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Beide Betriebstypen stehen zwar grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, haben aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen bzw. Kaufimpulse.

Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiger und serviceorientierter Lebensmittelsupermarkt mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten oder preisaggressiven Anbietern in Konkurrenz tritt.⁶¹ Auf Grund der vorstehenden Betriebstypencharakteristika sind daher verkräftbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen für den Netto-Markt zu erwarten.

60 Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei rd. 12.000 Artikeln und somit deutlich über der durchschnittlichen Auswahlbreite von Discountern mit rd. 2.000 Artikeln.

61 Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopplungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind. Dies wird in Teutschenthal deutlich, da sich Edeka und Norma (Poststraße) im Standortverbund befinden.

Westlich des REWE-Standortes ist im Kreuzungsbereich der Albert-Heise-Straße / Lange Lauchstädter Straße der Penny-Markt verortet. Penny betreibt hier bereits langjährig eine Filiale mit ca. 740 m² Verkaufsfläche. Die Standortqualität von Penny ist mit den beiden vorstehend beschriebenen Discountern vergleichbar, da auch Penny direkt an dem innerörtlichen Hauptverkehrsträger (Albert-Heise-Straße) angesiedelt ist. Die Zufahrt ist von dieser Hauptdurchfahrtsstraße direkt auf die großzügig dimensionierte Parkplatzanlage möglich.

Des Weiteren kann der Markt auch von der östlich befindlichen Autobahnanschlussstelle direkt angefahren werden, da die von der Autobahn A143 kommende Lange Lauchstädter Straße direkt vor dem Penny-Markt in die Albert-Heise-Straße mündet. Gerade die gute Sichtachse der Penny-Immobilie sowohl auf die Albert-Heise-Straße als auch auf die Lange Lauchstädter Straße und die damit verbundene hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr sind als Standortvorteil zu sehen.

Penny wird ebenfalls wie Netto und wie Netto Marken-Discount hohe Umsatzverluste zu verkraften haben. Da auch Penny als Discountanbieter agiert, werden sich die Umsatzumverlagerungen zu dem REWE-Markt relativieren. Ferner ist Penny zur REWE-Group zugehörig, so dass die Umsatzumverlagerungen innerhalb des Konzerns als „verträglich“ eingestuft werden. Zusammenfassend werden sich für Penny zwar hohe Umsatzverluste ergeben, ein Rückzug des Marktes wäre jedoch nicht zu erwarten.

In der Poststraße sind mit Edeka und mit Norma zwei weitere Lebensmittelmärkte ansässig. Beide Betriebe sind im Standortverbund etabliert; mit einem Asia-Textilmarkt, einem Optiker und einem Bäcker (Vorkassenzone von Edeka) sind drei weitere Handelsbetriebe vorzufinden. Der Edeka-Markt präsentiert auf knapp über 1.400 m² ein attraktives Lebensmittelvollsortiment; der Markt hat zudem bereits in der Vergangenheit seine Fläche von ca. 900 m² erhöht. Norma verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 730 m².

Beide Anbieter besitzen eine sehr gute Standortqualität. Die Betriebe sind verkehrsgünstig an der nordwestlichen Verbindungsstraße von Teutschenthal zur Bundesstraße B80 adressiert und somit zügig aus dem gesamten Gemeindegebiet erreichbar. Die Handelsbetriebe wurden U-förmig zur Poststraße angeordnet, mittig zu diesen Betrieben befindet sich die Parkplatzanlage (ca. 140 Stellplätze). Das Handelszentrum besitzt eine barrierefreie und direkte Sichtachse zur Poststraße und somit eine sehr hohe Werbewirksamkeit.

Neben der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist auch auf das hohe Nachfragepotenzial im Nahbereich zu verweisen, wobei dieser dezentrale Standort aus den umliegenden Wohnsiedlungsquartieren fußläufig gut erreichbar ist. Die Anbieter können dabei insbesondere im Nahbereich auf die Bewohner im südlichen bzw. südwestlichen Bereich von Teutschenthal zurückgreifen, während Netto, Netto Marken-Discount und Penny vorwiegend die nördlichen Siedlungsbereiche von Teutschenthal versorgen.

Ferner ist die gute Angebotsausrichtung dieses Handelsstandortes zu beachten. So können Verbraucher einerseits ihre Nachfrage in einem Vollsortimentsmarkt (Edeka) abdecken, der eine hohe Angebotsbreite und -tiefe besitzt. Andererseits können auch preiswerte bzw. discountorientierte Produkte im Norma-Markt nachgefragt werden. Somit besitzt der Standort eine optimale Angebotsausrichtung. Ferner wird die Versorgung im Frischebereich durch einen Bäcker in der Vorkassenzone des Edeka-Marktes gewährleistet.

Grundsätzlich sind zwar für die beiden Lebensmittelmärkte hohe absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten, auf Grund der guten Standortqualität ist jedoch ein Rückzug von einem der beiden Märkte nicht realistisch. Dies beruht insbesondere auf der guten Positionierung beider Märkte bzw. der gemeinsamen Lage im Standortverbund und der daraus resultierenden Kopplungs- und Synergieeffekte.

Das Lebensmittelangebot in Teutschenthal wird ferner durch verschiedene Bäcker und Fleischer geprägt. Diese Nahrungsmittelhandwerker führen dabei kein dem REWE-Markt vergleichbares Lebensmittelangebot. Somit werden diese Betriebe absatzwirtschaftlich von dem REWE-Planvorhaben nicht wesentlich tangiert, da diese Anbieter durch ihre spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Lebensmittelgrundsortiment des Supermarktes darstellen.

Es ist lediglich mit sehr geringen Umsatzverlusten der bestehenden Bäcker zu rechnen, die aus der Neuansiedlung eines entsprechenden Anbieters in der REWE-Vorkassenzone resultieren. Auf Grund der Höhe der zu erwartenden Erlöse, die sich zudem auf verschiedene Anbieter in Teutschenthal und auch in den anderen

Ortschaften verteilen, sind keine messbaren monetären Auswirkungen auf andere Bestandsanbieter zu erwarten.

Im Ortsteil Teutschenthal sind zwei Tankstellen ansässig; für diese Betriebe sind keine messbaren Umsatzverluste zu sehen. Beide Tankstellen bieten neben Kraftstoffen vor allem Getränke und Tabakwaren und ein Minisortiment an Lebensmitteln an. Eine Beeinträchtigung ergibt sich für diese Anbieter – die im Vergleich mit dem REWE-Markt eine andere Zielkundschaft ansprechen – nicht, da der Hauptteil der Erlöse aus dem Kraftstoffverkauf stammt.

Fazit: Nach dem Hinzutreten des REWE-Marktes sind innerhalb des Ortsteils Teutschenthal Umsatzverluste zu erwarten, die mit ca. 17 % (vgl. Tab. 10) oberhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit (ca. 10 %) liegen. Die berechneten Umsatzumlenkungswerte sind unter folgendem Blickwinkel zu bewerten:

- In Teutschenthal existiert kein zentraler Versorgungsbereich, demnach ist die Schädigung eines solchen schützenswerten Bereichs auf Grund des Nichtvorhandenseins unmöglich.
- Sollte in Teutschenthal ein Lebensmittelmarkt infolge der REWE-Ansiedlung schließen, so werden sich keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung ergeben. Bei Schließung eines Marktes im Standortbereich von Netto, Netto Marken-Discount und Penny werden die beiden verbleibenden Märkte und auch der neue REWE-Markt die wohnortnahe Versorgung weiterhin aufrechterhalten. Sollte Edeka oder Norma schließen, wird die Versorgung von dem jeweils am Standort verbliebenen Markt erfolgen. Somit ist eine Schädigung der verbrauchernahen Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszuschließen.
- Die skizzierten Auswirkungen stellen den sog. Worst-Case dar, da bei der Umsatzplanung der maximale Umsatz von ca. 5,2 Mio. EUR unterstellt wurde (vgl. Tab. 7). Im Real-Case dürften die Erlöse des REWE-Marktes bei lediglich ca. 4,5 Mio. EUR liegen.
- Erfahrungsgemäß „antworten“ die wettbewerblich betroffenen Betriebe auf die Wettbewerbsverschärfung mit einem verstärkten Marketing und auch mit Kostensenkungsmaßnahmen und „holen“ sich einen Anteil der Umsatzumlenkungen wieder zurück. In der Regel werden die Umsatzverluste so kompensiert bzw. führen auch – nachdem sich die Marktsituation wieder „eingependelt“ hat – zu einem geringeren Umsatz des Ansiedlungsvorhabens. Somit werden sich die ausgewiesenen Umsatzverluste im gewissen Sinne relativieren.
- Alle Lebensmittelmärkte in Teutschenthal verfügen über eine sehr gute und auch vergleichbare Standortqualität (Erreichbarkeit, Anfahrbarkeit, Parkplätze, Fernwirkung, Einwohner Nahbereich etc.), die sich jeweils als betreiberkonform darstellt. Somit findet der Wettbewerb aller Betriebe „auf Augenhöhe“ statt, wobei die Angebotsausweitung durch ein neues Supermarktkonzept und die damit einhergehende Angebotsdiversifikation im Sinne des Verbrauchers zu begrüßen ist.

Für die Lebensmittelanbieter im Ortsteil **Langenbogen** werden die Umsatzverluste nach dem Hinzutreten des REWE-Marktes mit ca. 9 % (vgl. Tab. 10) unterhalb des Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit (ca. 10 %) ausfallen. Demnach zeigt sich primär kein Anhaltspunkt für negative Auswirkungen auf die Bestandsbetriebe in diesem Ortsteil.

Die beiden maßgeblich betroffenen Anbieter Penny und Netto Marken-Discount sind im südlichen Bereich des Ortsteil Langenbogen verortet. Die Betriebe sind in einer Fachmarkttagglomeration ansässig, in der noch ein Getränkemarkt (Getränkequelle), ein Multisortimentsmarkt (Groschenmarkt) und weitere kleinere Handelsbetriebe angesiedelt sind. Die Verkaufsfläche dieses Standortbereiches beträgt ca. 2.900 m², so dass diese Handelsbetriebe einen Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Gemeinde Teutschenthal bilden. Insbesondere können gute Kopplungseffekte und Synergien unter den insgesamt acht Betrieben ausgeprägt werden, was auch in der hohen Kundenfrequenzierung dieser Handlungslage deutlich wird.

Der Standort dieser Fachmarkttagglomeration ist als autokundenorientiert zu beschreiben, da dieser direkt an der Bundesstraße B80 entwickelt wurde. Die Handelsbetriebe befinden sich nicht in wohnsiedlungsintegrierter Lage und zielen auch maßgeblich auf den Verkehr der benannten Bundesstraße ab. Dies wird auch in den großzügigen Parkplatzfazilitäten deutlich; ferner verfügen die Handelsbetriebe über eine direkte Sichtachse auf den passierenden Verkehr und somit über eine hohe Werbewirksamkeit.

Die beiden Lebensmitteldiscounter besitzen eine marktübliche Verkaufsfläche von ca. 800 m², wobei sich beide Märkte attraktiv zeigen. Aktuell wird die Filiale von Netto Marken-Discount modernisiert, so dass mit der Wiedereröffnung von einer hohen Attraktivität dieses Marktes auszugehen ist. Zusammenfassend sind – unter Berücksichtigung der guten Standortqualität – die prognostizierten Umsatzzumlenkungen zu dem innerörtlichen REWE-Markt im Ortsteil Teutschenthal als hinnehmbar zu bewerten.⁶²

Das Angebot der beiden Lebensmitteldiscounter wird neben drei Nahrungsmittelhandwerkern zusätzlich durch einen Getränkemarkt abgerundet. Somit ist – aus Sicht des Kunden – eine umfassende Lebensmittelversorgung an diesem Standort möglich. Insbesondere verfügt der Getränkemarkt (Getränkequelle) mit knapp 600 m² über eine leistungsfähige Verkaufsfläche, so dass auch in diesem Segment eine ansprechende Auswahlvielfalt gezeigt wird. Im Gegensatz zu dem Getränkemarkt führt ein Supermarkt nur einen Teilausschnitt aus diesem Sortimentsbereich. Da ein Getränkemarkt grundsätzlich eine höhere Kundenakzeptanz besitzt und eine klare Spezialisierung aufweist, sind für die Firma Getränke Quelle in Langendorf keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten.

Fazit: Die prognostizierten Umsatzrückgänge der Lebensmittelanbieter im Ortsteil Langenbogen werden nicht zu einem Rückzug von hier bestehenden Betrieben führen. Dies ist insbesondere mit der sehr guten Standortqualität zu begründen, so dass die Umsatzverluste als verkraftbar zu bewerten sind.

In den **sonstigen Ortsteilen der Gemeinde Teutschenthal** (vgl. Karte 8) ist kein vergleichbarer Lebensmittelmarkt vorhanden, der in direkter Konkurrenz zu dem projektierten REWE-Markt steht. Somit werden sich für die hier befindlichen Anbieter nur geringfügige Wettbewerbswirkungen vollziehen, da sich die wesentlichen Konkurrenzbetriebe von REWE im Kernort bzw. in Langendorf befinden.

Dies wird aus der Höhe der Umsatzzumverlagerungen deutlich, da die Umsatzverluste für die Lebensmittelanbieter in den sonstigen Ortsteilen mit rd. 0,02 Mio. EUR (vgl. Tab. 10) deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR⁶³ liegen werden. Da sich der Umsatzverlust zudem auf die drei kleinformigen Lebensmittelanbieter (siehe nachstehende Ausführungen) verteilt, sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar.

In den sonstigen Ortsteilen⁶⁴ sind zwei Nahrungsmittelhandwerker und ein Hofladen ansässig. Diese Betriebe unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ausrichtung bzw. Positionierung und auch des Einzugsgebietes von dem REWE-Markt, so dass für diese Anbieter keine spürbaren Ertragsausfälle zu erwarten sind. Stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der betroffenen Betriebe führen.

Fazit: Mit der Ansiedlung des REWE-Marktes ergeben sich keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf die drei kleineren Lebensmittelanbieter in den restlichen Teutschenthaler Ortsteilen, so dass diese Betriebe weiterhin eine anteilige Grundversorgung in ihrer jeweiligen Ortschaft übernehmen können. Da in allen dezentralen Teutschenthaler Ortsteilen kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet ist, können naturgemäß auf Grund des Fehlens eines solchen Bereiches keine negativen Auswirkungen ausgelöst werden.

62 Sollte sich dennoch einer der beiden Discounter – was nicht zu erwarten ist – von dem Standort zurückziehen, so wären keine versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen zu erwarten. In diesem Fall könnte der jeweils am Standort verbleibende Markt die Versorgung weiterhin aufrechterhalten. Daher sind negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung in diesem Ortsteil grundsätzlich auszuschließen.

63 Umsatzzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

64 Hierbei handelt es sich um Betriebe in den Ortsteilen Teutschenthal Bahnhof, Steuden und Zscherben.

Das **überörtliche Einzugsgebiet** des REWE-Marktes bezieht sich auf die drei Gemeinden Wansleben am See, Bennstedt und Köllme. Hier ist ein Lebensmittelangebot von lediglich rd. 900 m² Verkaufsfläche vorhanden, das sich auf sieben Betriebe verteilt. Mit einem Getränkemarkt (Löschdepot) ist lediglich ein großformatiger Betrieb vorhanden, das restliche Angebot umfasst vor allem Nahrungsmittelhandwerker.

Für den Getränkemarkt Löschdepot in Bennstedt sind keine einzelbetrieblichen Umsatzverluste nachweisbar, da ein Supermarkt wie REWE nur einen Teilausschnitt aus diesem Segment führt und ein Getränkemarkt ein deutlich kompetenteres Sortiment besitzt. Löschdepot belegt in Bennstedt über 700 m² Verkaufsfläche und ist als überdurchschnittlich leistungsfähiger Betreiber einzustufen. Ferner befindet sich der Markt im Standortverbund mit einem gut frequentierten Globus-Baumarkt und auch einem Möbelhaus (Sconto), so dass der Betrieb über sehr gute Standortvoraussetzungen verfügt.

Zusammenfassend ist ein Rückzug dieses Marktes infolge der REWE-Ansiedlung auszuschließen, zumal dieser Betrieb auf Grund seiner autokundenorientierten Lage auf der „Grünen Wiese“ keinen Schutzstatus im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO⁶⁵ besitzt.

Für die Nahrungsmittelhandwerker ergeben sich auch in den Orten außerhalb der Gemeinde Teutschenthal keine nachweisbaren Umsatzverluste. Eine Absiedlung von Bestandsbetrieben in Wansleben am See oder in Bennstedt ist daher auszuschließen. Dies trifft auch für einen Hofladen („Hühnerhof Steuden“) in Bennstedt zu, der im Vergleich zu einem REWE-Markt eine andere konzeptionelle Ausrichtung bzw. Positionierung besitzt.

Fazit: Durch den hinzutretenden REWE-Markt werden sich keine spürbaren monetären Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter im überörtlichen Einzugsgebiet ergeben. Eine Beeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen ist auf Grund des Fehlens solcher Bereiche prinzipiell auszuschließen.

⁶⁵ Löschdepot liegt weder in einem zentralen Versorgungsbereich noch dient der Markt der verbrauchernahen Versorgung. Die Umsatzrückholungen nach Teutschenthal – ausgelöst durch den REWE-Markt – sind daher als wünschenswert einzustufen.

6.3.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Eine relevante Wirkung des REWE-Ansiedlungsvorhabens auf benachbarte Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets wäre zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Planvorhabens die dort vorhandenen Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion zentraler Versorgungsbereiche gefährdet wäre.

Das Marktgebiet der geplanten REWE-Filiale erstreckt sich über das zonierte Einzugsgebiet. Eine **Ausweitung des Einzugsgebiets** scheidet aus, da weitere Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten – insbesondere in Halle, Querfurt und Eisleben – den Marktbereich des geplanten Teutschenthaler REWE-Marktes begrenzen (vgl. Karte 6). So kann der REWE-Markt bereits in seinem Einzugsgebiet nicht auf das gesamte Einwohnerpotenzial von Teutschenthal zurückgreifen, da die Konsumenten im östlichen Gemeindegebiet zum Einkauf vorwiegend nach Halle tendieren.

Ferner wird für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit-/ Kostenaufwand geringer, wobei die Waren des täglichen Bedarfs hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch die Verbraucher überwiegend wohnortnah.

Von dem Gesamtumsatz des Supermarktes setzt sich nur ein geringer Teil der Erlöse (rd. 0,50 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) aus sog. **Streuumsätzen** zusammen, die vor allem vom Durchgangsverkehr an der vorbeilaufenden Albert-Heise-Straße, von Zufallskunden oder von aperiodischen Kundeneinkäufen stammen. Die Kundenzuflüsse nach Teutschenthal ergeben sich auch aus dem Fehlen größerer Lebensmittelmärkte in den umliegenden ländlichen Gebieten, so dass diese Bewohner aperiodisch auch nach Teutschenthal zum Einkauf von Lebensmitteln fahren.

Die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** auf umliegende Städte außerhalb des Einzugsgebiets – insbesondere auf die zentralen Orte Halle, Bad Lauchstädt, Röblingen am See, Querfurt oder Eisleben – liegen hinsichtlich

- der geringen Höhe der prognostizierten Streuumsätze und
- der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelanbieter

deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Der Abfluss der Streuumsätze zu dem geplanten Teutschenthaler REWE-Markt wird somit für die Lebensmittelmärkte in den umliegenden Orten monetär nicht spürbar sein, so dass schädliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Im **Fazit** kann der geplante REWE-Markt an der Albert-Heise-Straße in Teutschenthal auf Grund

- seiner Gesamtgröße,
- der flächenseitigen Fokussierung auf nahversorgungsrelevante Sortimente,
- fehlender Alleinstellungsmerkmale hinsichtlich des Gesamtkonzepts,
- der Ausrichtung auf ein überwiegend lokales Marktgebiet und
- der innerörtlichen Lage (kein „Fahrstandort“, kein Standort auf der „Grünen Wiese“)

keine wesentlichen bzw. überdimensionalen Kaufkraftzuflüsse aus dem Bereich außerhalb des zonierten Einzugsgebiets auslösen. Es ist demnach nicht mit schädlichen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen in umliegenden Orten außerhalb des Einzugsgebietes zu rechnen.

7. Zusammenfassung

Nachstehend werden die wichtigsten Aspekte der Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Ansiedlung eines REWE-Marktes in Teutschenthal resultieren, zusammengefasst.

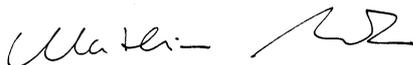
- Die Handelskette REWE plant in Teutschenthal und hier in der Albert-Heise-Straße 72b die **Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes**. Die Verkaufsfläche des Supermarktes (inkl. Back-Shop) soll ca. 1.955 m² betragen und liegt demnach oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.
- Das Projektgrundstück wird derzeit als Lager- bzw. Abstellfläche genutzt. Auf Grund der Belegung der Fläche durch ungenutzte Maschinen oder Baumaterial stellt sich der Standort städtebaulich unattraktiv dar. Durch die Neubebauung erfolgen eine städtebauliche Neuordnung und eine **optische Aufwertung** dieses Standortbereiches, der sich an der innerörtlichen Hauptdurchfahrtsstraße von Teutschenthal befindet.
- Der **Projektstandort** ist als wohnortnah einzustufen und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen her. Hinsichtlich der Lagequalität ist der REWE-Markt fußläufig aus den angrenzenden Wohnquartieren zu erreichen und kann einen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung im östlichen Gemeindegebiet des Ortsteils Teutschenthal leisten. Im Nahbereich des Standortes ist nur eine leicht verdichtete Wohnbebauung vorzufinden, dennoch können ca. 11 % der Bewohner des Ortsteils Teutschenthal den Planstandort fußläufig erreichen.
- Das flächenseitige **Einzelhandelsangebot** der ca. 60 Handelsbetriebe in Teutschenthal beläuft sich auf rd. 28.900 m², was einer Verkaufsflächendichte von rd. 2,3 m² je Einwohner entspricht. Das Angebot wird maßgeblich durch die Einrichtungsbranche und die Lebensmittelbranche geprägt. Die verhältnismäßig hohe Flächenausstattung wird durch eine Fachmarkttagglomeration im Ortsteil Angersdorf getragen, wobei die hier befindlichen Großflächenanbieter Roller, toom, Aldi und ATU vordringlich auf Konsumenten in der östlich angrenzenden Stadt Halle fokussieren.
- In Teutschenthal konnte **kein zentraler Versorgungsbereich** identifiziert werden, da der Handelsbestand im Ortskern bezüglich seiner geringen flächenseitigen Ausprägung nicht die Maßgaben eines solchen schützenswerten Bereiches erfüllt. In den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet ist ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich ausgeprägt.
- Der prospektive **betriebliche Einzugsbereich** von REWE erstreckt sich über große Teile der Gemeinde Teutschenthal und angrenzende Gemeinden, wobei die östlichen Ortsteile von Teutschenthal auf Grund der räumlichen Nähe zu Halle-Neustadt nicht zu dem Einzugsgebiet zählen. Der REWE-Markt kann auf ein Einwohnerpotenzial von ca. 13.600 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 33,0 Mio. EUR verfügen.
- Im Einzugsgebiet des geplanten REWE-Marktes ist ein gut strukturiertes, jedoch discountlastiges **Lebensmittelangebot** vorhanden, das von sechs Discountern (Netto Marken-Discount, Penny [je 2x], Norma, Netto) und von einem Supermarkt (Edeka) geprägt ist. Dieses Angebot wird von sonstigen Betrieben (v.a. Nahrungsmittelhandwerker, Getränkemärkte) arrondiert, so dass für die Bevölkerung von Teutschenthal und die Einwohner des Umlandes eine hohe Auswahlvielfalt besteht.
- Mit dem Hinzutreten des REWE-Marktes würde das **gehobene Angebotssegment** durch einen zusätzlichen Anbieter erweitert werden, wobei eine derartige Ansiedlung durch die vergleichsweise hohe Kaufkraft in Teutschenthal unterlegt ist. Des Weiteren wird mit der Ansiedlung eine Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion von Teutschenthal erreicht, wobei auch eine gewisse lokale Ausgewogenheit zwischen den Vertriebsschienen Supermarkt und Discounter hergestellt wird.
- Der projektierte Supermarkt wird in seiner Konfiguration von ca. 1.868 m² Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von maximal 13 % erzielen können. Somit deckt der Markt nur anteilig die Nachfrage ab, so dass auch nach der Ansiedlung offene Nachfragepotenziale für andere Lebensmittelanbieter in dem betrachteten Marktgebiet verbleiben. Der Umsatz

des REWE-Marktes wird bei ca. 5,2 Mio. EUR p.a. liegen, wobei mit einer Flächenleistung von ca. 2.800 EUR/m² zwar ein geringer, jedoch standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht wird.

- In allen Orten im Einzugsgebiet – auch in Teutschenthal – konnte **kein zentraler Versorgungsbereich** identifiziert werden. Da auch perspektivisch die Ausprägung eines solchen schützenswerten Bereiches unrealistisch ist, sind Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf Grund des Nichtvorhandenseins eines zentralen Versorgungsbereiches auszuschließen
- Der Umsatz des REWE-Marktes wird naturgemäß aus **Verlagerungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld des Marktstandortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 14 % und deuten auf einen stark erhöhten Wettbewerb hin. Auf Basis der Höhe der Umsatzumverlagerungen wäre die Absiedlung eines bestehenden Marktes nicht auszuschließen.
- Auf Grund der Lage des REWE-Marktes im Kernort Teutschenthal werden die hier befindlichen Lebensmittelmärkte verstärkt durch den neuen Supermarkt tangiert. Selbst bei Absiedlung einer der hier befindlichen Märkte ist jedoch **keine Einschränkung der verbrauchernahen Versorgung** zu erwarten, da sich die bestehenden Lebensmittelmärkte jeweils im Standortverbund (Netto, Netto Marken-Discount und Penny / Edeka, Norma) befinden und somit die wohnortnahe Versorgung grundsätzlich weiterhin aufrechterhalten wird. Ferner wird mit dem REWE-Markt ein moderner und attraktiver Markt entstehen, der selbst eine wichtige Grundversorgungsfunktion für Teutschenthal übernehmen wird.
- Im **überörtlichen Einzugsgebiet** des REWE-Marktes sind lediglich ein Getränkemarkt und verschiedene kleinformatische Lebensmittelanbieter (vorwiegend Ladenhandwerker) vorzufinden. Für diese Betriebe ergibt sich nach dem Hinzutreten des REWE-Marktes keine Gefährdung, so dass negative Auswirkungen für die wohnortnahe Versorgung der Einwohner in den Orten im überörtlichen Einzugsgebiet auszuschließen sind.
- Ein geringer Teil der Erlöse des Lebensmittelsupermarktes setzt sich aus **Streuumsätzen** zusammen, die vor allem von Zufallskunden stammen. Ein überdimensionaler Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebiets kann durch den REWE-Markt nicht ausgelöst werden, so dass eine Beeinträchtigung von Lebensmittelmärkten in umliegenden – insbesondere in gleich- oder höherrangigen zentralen – Orten auszuschließen ist.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek
Projektleitung

Erfurt, 22. September 2020

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.300 m² Verkaufsfläche
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren)
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska

Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.000 m², i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, Sky, tegut, Combi

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf, real

Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH

Non-Food I

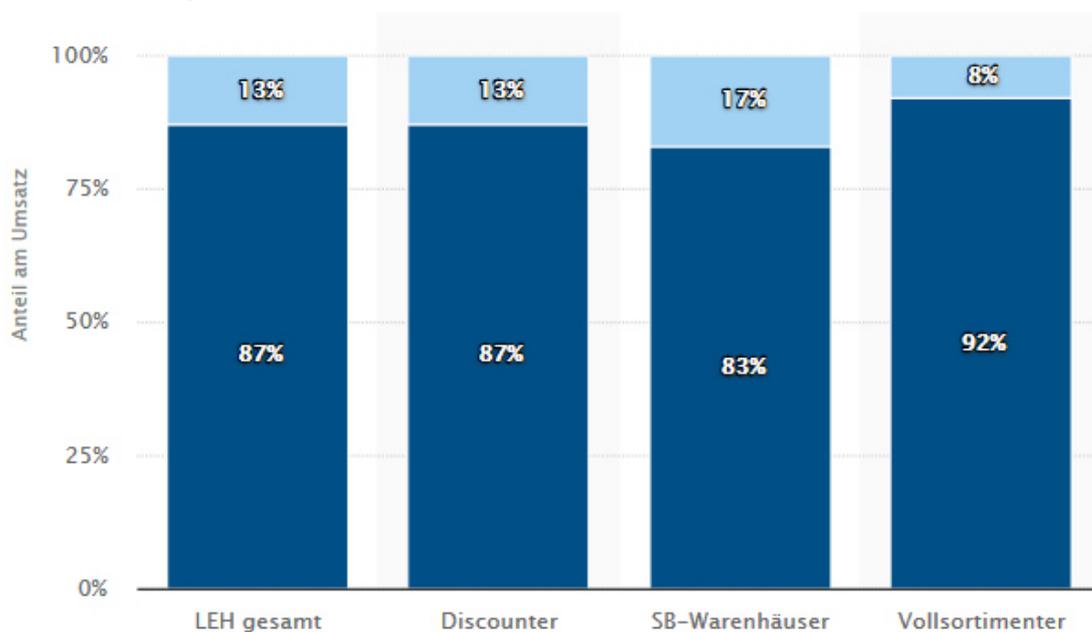
Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandsstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

Umsatzverteilung des Food- und Nonfood-Sortiments im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



© Statista 2019

Quelle: GfK

● Food ● Nonfood

Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im LEH nach Betriebsformen

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
SB-Warenhäuser			
nur Food-Abteilung	6.600	7.100	7.600
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermärkte			
nur Food-Abteilung	5.100	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Große Supermärkte (ab 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	4.000	4.300
Supermärkte (bis 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	3.600	4.100
Discounter	3.800	4.800	5.800
SB-Märkte	3.600	4.100	4.600
City-Supermärkte	3.800	4.300	4.900
Metzgereien	6.800	7.300	7.800
Bäckereien	4.500	5.000	5.500
Getränkemärkte	1.400	1.600	1.800

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenprogramm des geplanten REWE-Marktes in Teutschenthal	4
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Teutschenthal im Vergleich	6
Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Gemeinde Teutschenthal	9
Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	20
Tabelle 5: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet nach Lagen	23
Tabelle 6: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	24
Tabelle 7: Marktanteilsprognose des geplanten Supermarktes	26
Tabelle 8: Prospektive Raumleistung des Supermarktes	27
Tabelle 9: Umsatzplanung des Back-Shops	29
Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes im Einzugsgebiet	31

Kartenverzeichnis

Karte 1: Grundzentraler Verflechtungsbereich von Teutschenthal	5
Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in der Gemeinde Teutschenthal.....	10
Karte 3: Innerörtlicher Bereich von Teutschenthal (Skizzierung)	12
Karte 4: Lage des geplanten REWE-Marktes an der Albert-Heise-Straße (Skizzierung).....	14
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Planstandortes in der Albert-Heise-Straße in Teutschenthal.....	15
Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Teutschenthal (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone.....	17
Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des geplanten REWE-Marktes.....	18
Karte 8: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet	21

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück Albert-Heise-Straße 72b in Teutschenthal	3
Abbildung 2: Lageplan des projektierten REWE-Marktes in der Albert-Heise-Straße in Teutschenthal	3
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	6
Abbildung 4: Ausgewählte Zentralitätskennziffern	8
Abbildung 5: Einzelhandelsstruktur Teutschenthal	9
Abbildung 6: Ortsmitte von Teutschenthal	12
Abbildung 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Teutschenthal (Auswahl)	22
Abbildung 8: Sonstige Lebensmittelanbieter in Teutschenthal (Auswahl)	22

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	41
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	43
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im LEH nach Betriebsformen.....	44