

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen aktueller Wettbewerbsentwicklungen durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Naunhof

für die
Stadt Naunhof
Markt 1
04683 Naunhof

Ihr Ansprechpartner
Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)
Richard Engel (Projektleitung)
BBE Handelsberatung GmbH
Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
2.1. Entwicklungstrends.....	6
2.2. Distributionsstrukturen	7
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	10
3. Makrostandort Naunhof	11
4. Nachfragepotenzial in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen und dessen Entwicklung bis 2030 im Einzugsgebiet des Naunhofer Einzelhandels	16
5. Projektplanungen, Mikrostandorte & Versorgungsfunktionen	24
5.1. Erweiterung REWE in der Ladestraße	24
5.2. Erweiterung LIDL in der Brandiser Straße	26
5.3. Erweiterung Netto Marken-Discount in der Brandiser Straße	28
5.4. Verlagerung & Erweiterung ALDI in der Erdmannshainer Straße	29
5.5. Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Naunhof unter Berücksichtigung der Planvorhaben.....	31
6. Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet und deren Abstimmung auf die grundzentralen Versorgungsfunktionen	35
7. Auswirkungsanalyse.....	40
7.1. Umsatzprognosen der Planvorhaben	40
7.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	42
7.3. Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsentwicklungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung / städtebauliche Auswirkungen.....	45
7.4. Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Naunhof.....	48
7.5. Bewertung der Kompatibilität der gesamtstädtischen Entwicklung von Lebensmittelmärkten in Naunhof mit den raumordnerischen Zielen	50
8. Fazit	52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	6
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	7
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	8
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	9
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	10
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung Naunhof, Gemeinden im Nahbereich und Landkreis Leipzig	16
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019 (Einzelhandel insgesamt)	19
Abbildung 8: REWE und Standortumfeld	25
Abbildung 9: LIDL und Standortumfeld	27
Abbildung 10: Netto Marken-Discount und Standortumfeld	29
Abbildung 11: ALDI-Verlagerungsstandort und Standortumfeld	30
Abbildung 12: Begriff der qualifizierten Grundversorgung	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	20
Tabelle 2: Nachfrageentwicklung in der Stadt Naunhof bis 2030	21
Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Naunhof und im weiteren Einzugsgebiet bis 2030	22
Tabelle 4: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Einzugsgebiet nach Betriebsformen	35
Tabelle 5: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standortstrukturen	36
Tabelle 6: Aktuelle Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet	37
Tabelle 7: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet 2020	37
Tabelle 8: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch geplante Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet 2020 und 2030	38
Tabelle 9: Veränderung des Umsatzes durch die vier Planvorhaben	40
Tabelle 10: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort	43

Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung Naunhof	11
Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Naunhof	13
Karte 3: Ortsteile der Stadt Naunhof	14
Karte 4: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Naunhof	15
Karte 5: Wanderungssaldo der Stadt Leipzig mit dem Umland 2018	17
Karte 6: Neue Wohngebiete in Naunhof	18
Karte 7: Lageplan Erweiterung REWE-Markt Ladestraße	24
Karte 8: Lageplan Erweiterung LIDL-Markt Brandiser Straße	26
Karte 9: Lageplan Erweiterung Netto Marken-Discount Brandiser Straße	28
Karte 10: Lageplan Verlagerung und Erweiterung ALDI-Markt Erdmannshainer Straße	30
Karte 11: Zukünftige Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Naunhof	32
Karte 12: Zukünftige Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet von Naunhof	33

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Stadt Naunhof planen aktuell vier Lebensmittelmärkte eine Modernisierung ihrer Standorte in Verbindung mit Verkaufsflächenerweiterungen. Im Detail sind zu nennen:

- Netto Marken-Discount: Erweiterung Bestandsstandort in der Brandiser Straße von aktuell 826 m² auf zukünftig ca. 1.070 m²
- LIDL: Erweiterung Bestandsstandort in der Brandiser Straße von aktuell 799 m² auf zukünftig ca. 1.065 m²
- ALDI: Ersatzneubau mit Verlagerung innerhalb der Erdmannsheiner Straße und Erweiterung von aktuell 799 m² auf zukünftig ca. 1.200 m²
- REWE: Erweiterung Bestandsstandort in der Ladestraße (Innenstadt) von aktuell 1.644 m² auf zukünftig ca. 1.980 m².

Die Vorhaben von Netto Marken-Discount und LIDL fanden bereits Eingang in die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, beschlossen durch den Stadtrat der Stadt Naunhof am 27.09.2018. Die beiden weiteren Vorhaben wurden erst nach Verabschiedung des Einzelhandelskonzeptes präzisiert. Daraus leitet sich die Forderung ab, die Entwicklung der Nahversorgung in Naunhof in der Gesamtwirkung aller Planvorhaben neu zu bewerten.

Insgesamt summieren sich die angestrebten Flächenerweiterungen der vier Vorhaben auf 1.247 m² zusätzlicher Verkaufsfläche durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Naunhof. In einer Stellungnahme der Landesdirektion Sachsen, Dienststelle Leipzig vom 2. Oktober 2019 wird auf diese Summenwirkung verwiesen und zur raumordnerischen Beurteilung eine Gesamtbewertung aller Planvorhaben als notwendig erachtet.

Für den ALDI-Markt wird ein Bebauungsplanverfahren angestrebt, die drei weiteren Lebensmittelmärkte befinden sich im beplanten Innenbereich. Somit ist im Rahmen einer Auswirkungsanalyse der Nachweis zu führen, dass mit den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in Naunhof oder in angrenzenden Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dabei sind die städtebaulichen Zielvorstellungen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Naunhof, erarbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH, zu berücksichtigen.

Der REWE-Markt ist Teil des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, die beiden Märkte von LIDL und Netto Marken-Discount befinden sich am Nahversorgungsstandort Brandiser Straße und der Verlagerungsstandort von ALDI außerhalb der bisherigen Zentrenstruktur. In die Bewertung der Vorhaben sind die besondere städtebauliche Situation der Nahversorgung der Stadt Naunhof mit mehreren Ortsteilen sowie die aktuell neu geplanten Wohngebiete mit mehr als 600 Wohneinheiten in Naunhof einzubeziehen. Es wird somit geprüft, ob sich die wohnungsnah Versorgung in Naunhof und angrenzenden Gemeinden mit den vier Vorhaben verbessert, der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt gestärkt wird und somit städtebauliche Besonderheiten nach §11 Abs. 3 BauNVO vorliegen.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form werden die Projekte dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsstruktur einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in Naunhof vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie sind die Mikrostandorte der Vorhaben unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?

Auswirkungsanalyse – Wettbewerbsentwicklungen durch Lebensmittelmärkte in Naunhof

- Welche Nahversorgungsfunktionen können die einzelnen Vorhaben erschließen? Ist die Summenwirkung der Angebotsentwicklungen auf die grundzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Naunhof abgestimmt?
- Wie sind die Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung?
- Sind die Vorhaben mit den Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Naunhof kompatibel?

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

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

2.1. Entwicklungstrends

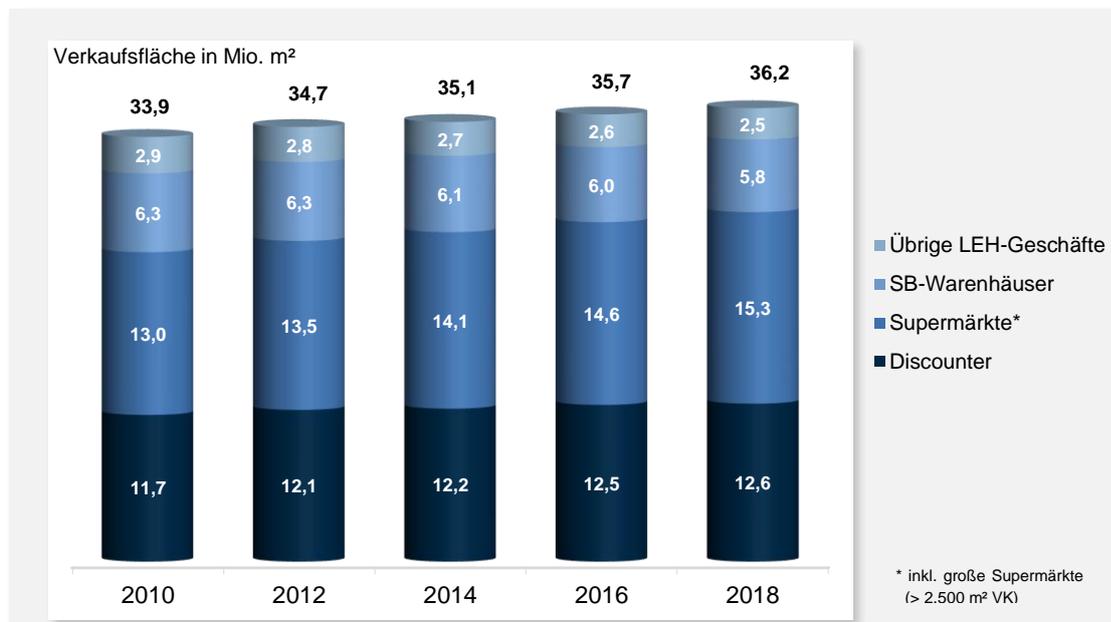
Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich auch geänderte Anforderungen an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdiensten. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).¹

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,41 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

¹ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen 2019

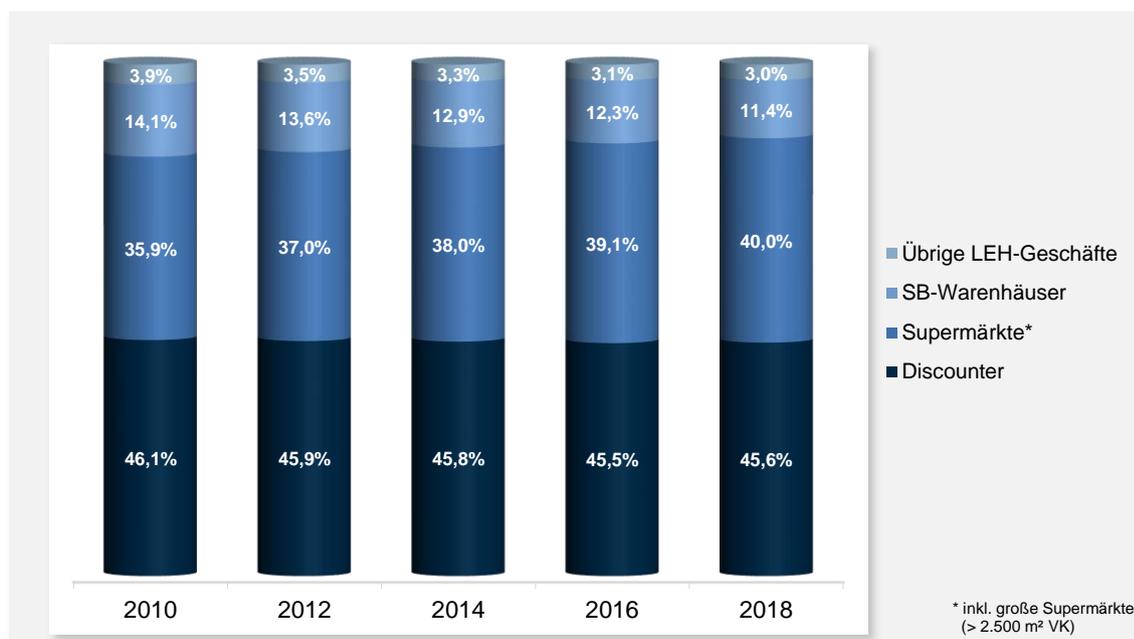
Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (+ 18 %) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 8 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und Discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformate Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.³ Der Convenience-Store „REWE to Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Arti-

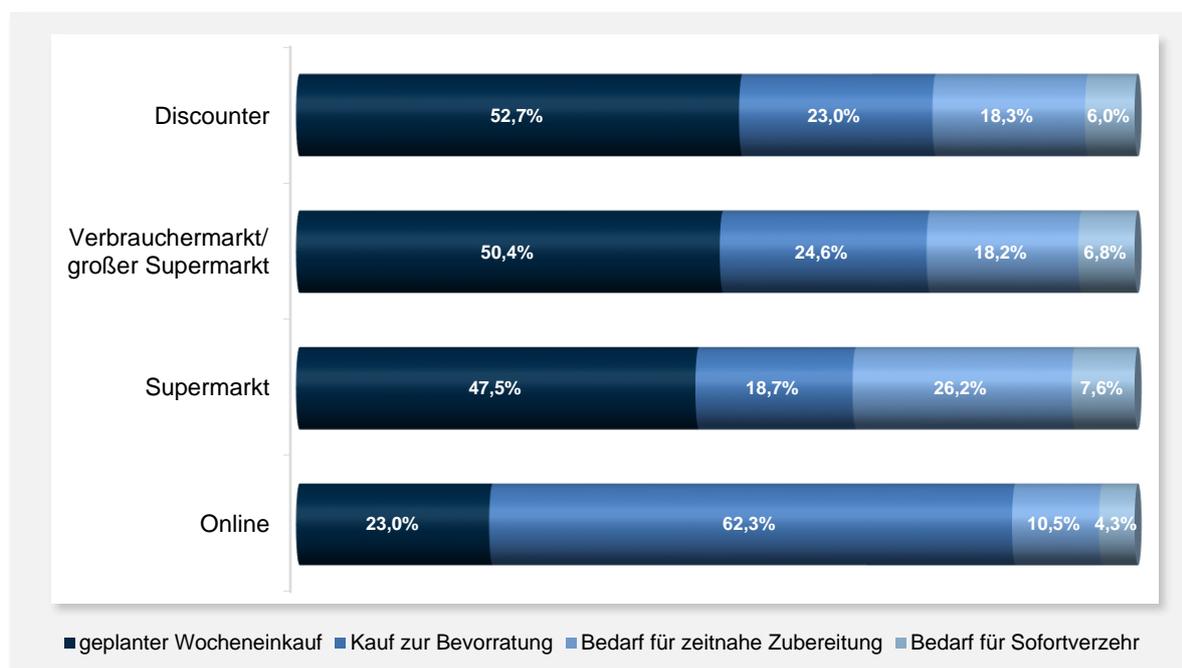
² Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

³ Ebenda, Stand: 2016

keln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte/große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen

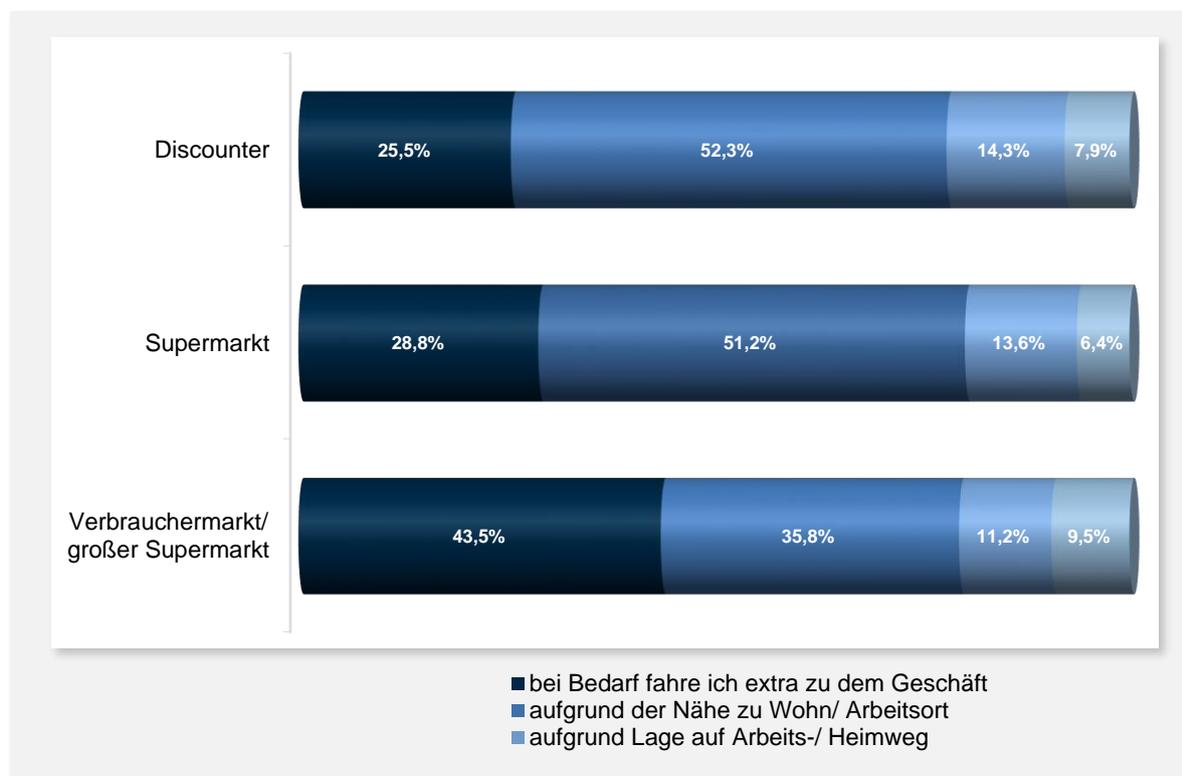


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niederschlagen.

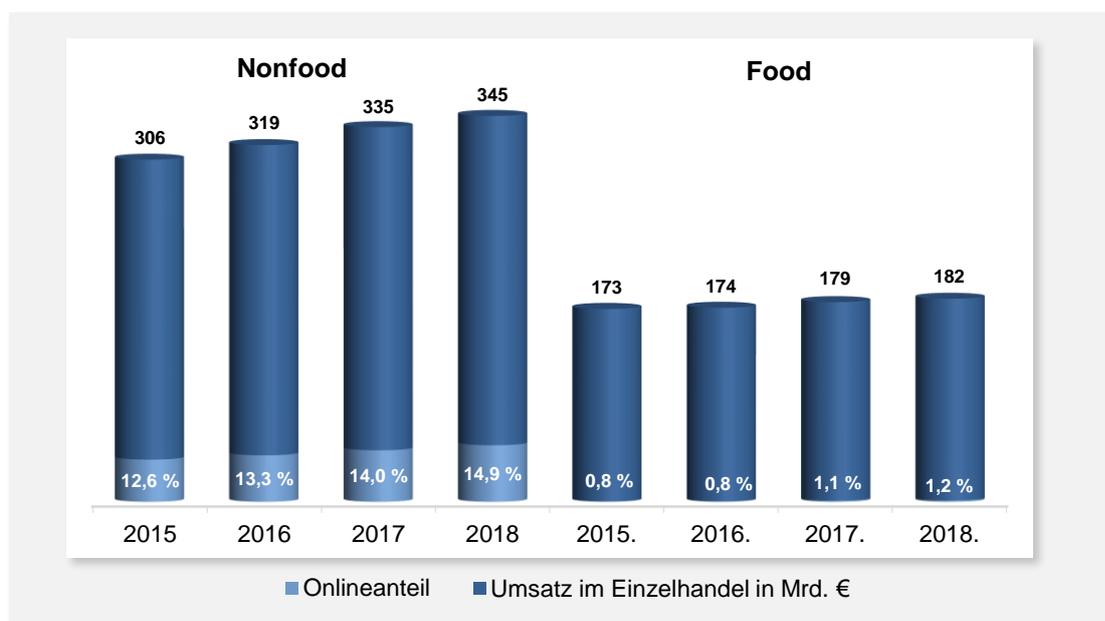
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2 %).⁴

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 20120

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.⁵

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

⁴ Vgl. HDE-Online-Monitor 2019

⁵ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019

Im aktuellen Vorentwurf des Regionalplans Westsachsen wird die Stadt Naunhof weiterhin als Grundzentrum ausgewiesen, allerdings im Verbund mit Großpösna.⁷

Als Grundzentrum nimmt die Stadt Naunhof wichtige Versorgungs-, Wirtschafts- und Dienstleistungsfunktionen für ihr Umland wahr. Der grundzentrale Verflechtungsbereich⁸ der Stadt Naunhof umfasst neben den eigenen Ortsteilen die zur Verwaltungsgemeinschaft gehörenden Gemeinden Belgershain und Parthenstein, letztere in teilweiser Zuordnung der Versorgungsfunktionen gemeinsam mit dem Mittelzentrum Grimma. Als grundzentraler Verbund besteht eine weitere teilweise Zuordnung der nördlich gelegenen Gemeinde Marchern, diese Funktionen werden jedoch von Brandis wahrgenommen.

Zur Stadt Naunhof zählen neben der Kernstadt die Ortsteile Albrechtshain, Ammelshain, Eicha, Erdmannshain, Fuchshain und Lindhardt.

Ein Grundzentrum sollte lt. Regionalplan Westsachsen ein Versorgungs- und Dienstleistungszentrum darstellen, das über einen Komplex mit zentralörtlichen Einrichtungen ausgestatteten Gemeindekern verfügt. Im Bereich des Einzelhandels wird eine qualifizierte Versorgung mit mehreren Lebensmittel-Supermärkten/Discountern und Fachgeschäften erwartet.⁹

Verkehrliche Erreichbarkeit

Eine wichtige Determinante von Standorten stellen die Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit dar, welche auch die perspektivische Entwicklung des lokalen Einzelhandels prägen. Ca. 4 km nordöstlich der Kernstadt Naunhof befindet sich die Anschlussstelle Naunhof der Autobahn A 14 (Wismar-Nossen) über die das Oberzentrum Leipzig erreicht werden kann. Zudem besteht über das Dreieck Parthenaue und die Anschlussstelle Leipzig-Südost Anbindung an die A 38 (Göttingen-Leipzig) und somit eine Ost-West-Verbindung. Das Zentrum des Oberzentrums Leipzig kann in rd. 25 Minuten Fahrtzeit angefahren werden.

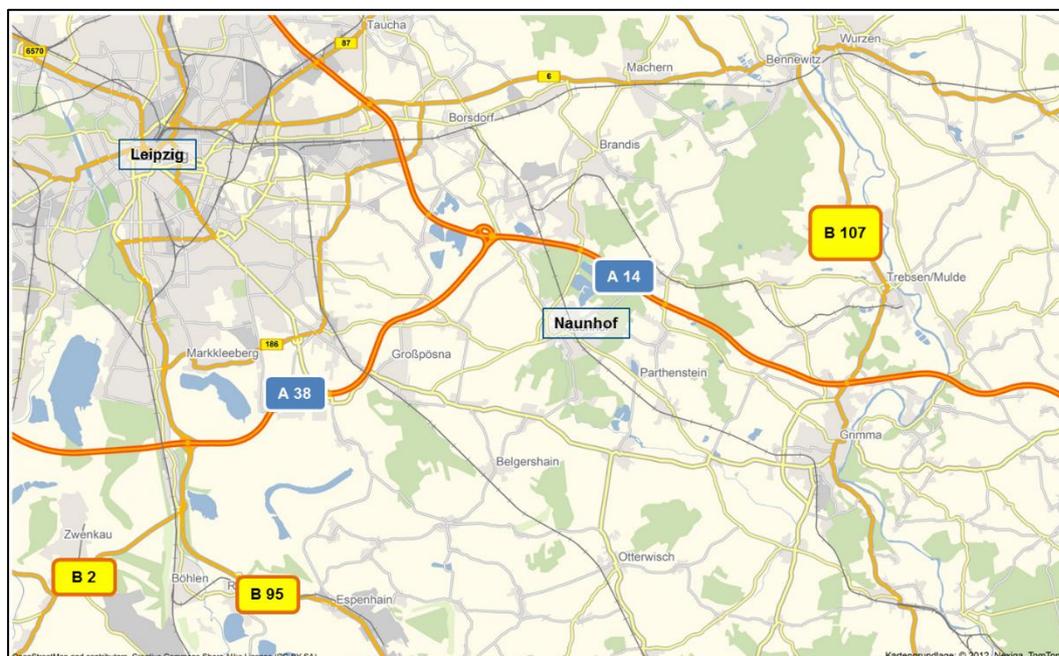
Der Flughafen Leipzig/Halle liegt ca. 30 km Luftlinie und etwa 36 km Fahrstrecke (A14) nordwestlich von Naunhof. Die Fahrtzeit beträgt ebenfalls rd. 25 Minuten.

Naunhof ist durch die Linien 3, 75, 640, 641 sowie 645 der Regionalbus Leipzig GmbH an den ÖPNV angebunden. Zudem verfügt Naunhof über eine Anbindung an das Bahnnetz der Deutschen Bahn über welches der Leipziger Hauptbahnhof im Taktverkehr mit einer Fahrzeit von ca. 22 Minuten erreicht werden kann.

⁷ Regionaler Planungsverband Leipzig-Westsachsen (2017): Vorentwurf Regionalplan Leipzig-Westsachsen 2017, Karte Raumstruktur

⁸ Regionaler Planungsverband Westsachsen, Regionalplan Westsachsen 2008, Tabelle 2-1

⁹ vgl. zu Grundforderungen und Ausweisungskriterien: Regionalplan Westsachsen in Kraft getreten am 25.07. 2008, Raumstrukturelle Entwicklung S. 21-24

Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Naunhof


Quelle: 2012, Nexiga, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmittel-einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Naunhof beträgt 1.503, demgegenüber zeigen sich 3.073 Auspendler, was ein negatives Pendlersaldo von -1.570 ergibt.¹⁰ Dieser Wert erklärt sich aus den intensiven Pendlerbeziehungen zum Oberzentrum Leipzig.

Siedlungsstruktur innerhalb des Stadtgebietes

Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels stehen im Kontext zur Struktur des Stadtraumes. Das Stadtgebiet von Naunhof untergliedert sich neben der Kernstadt auch in die Ortsteile Albrechtshain, Ammelshain, Eicha, Erdmannshain, Fuchshain sowie Lindhardt, die sowohl nördlich, östlich, südlich als auch westlich der Kernstadt gelegen sind (Karte 3).

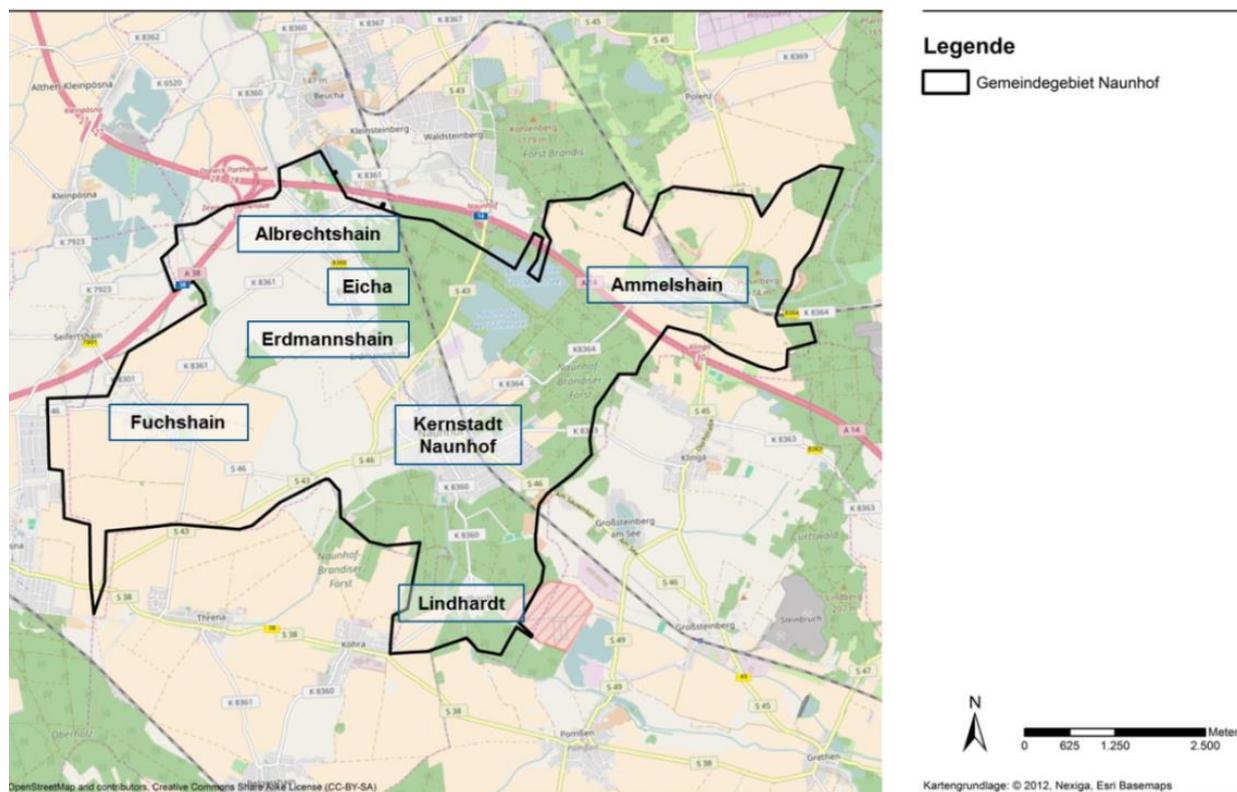
Zum Stand 31.12.2019 leben nach Angaben der Einwohnermeldestelle 8.833 Einwohner in Naunhof und seinen Ortsteilen. Dabei entfallen 5.318 Einwohner und somit rd. 60% der Bevölkerung auf die Kernstadt Naunhof. Die restlichen Einwohner verteilen sich auf die Ortsteile Ammelshain (1.078), Fuchshain (953), Erdmannshain (466), Albrechtshain (434), Lindhardt (375) sowie Eicha (209).¹¹ Darüber hinaus haben 194 Einwohner ihren Nebenwohnsitz in Naunhof.

Die Versorgungsfunktionen und damit das Einzelhandelsangebot sind an der Siedlungsstruktur ausgerichtet, weswegen sich der Großteil der Anbieter in der Kernstadt Naunhof befindet.

¹⁰ Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2019, Bundesagentur für Arbeit

¹¹ Einwohnermeldestelle Stadt Naunhof (2020): Einwohnerzahlen zum Stand 31.12.2019 (Hauptwohnsitz)

Karte 3: Ortsteile der Stadt Naunhof



Quelle: 2012, Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Naunhof

Die Stadt Naunhof verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2018. Das im Rahmen des Konzeptes erarbeitete Standortkonzept für die Stadt legt ein hierarchisches Zentrensystem ergänzt durch Nahversorgungsstandorte und Ergänzungsstandorte fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht. Im Fokus des Einzelhandelskonzeptes steht hierbei die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie die qualifizierte Nahversorgung der Kernstadt sowie der Ortsteile.

Der Standort des REWE-Marktes befindet sich hierbei innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, die Märkte von Netto Marken-Discount und LIDL sind Teil des Nahversorgungsstandorts Brandiser Straße. Der Verlagerungsstandort des ALDI-Marktes wurde erst nach der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bekannt, weshalb der Standort bisher nicht in die Zentrenstruktur eingebunden wurde. In der nachfolgenden Karte wird die Zentrenstruktur der Stadt Naunhof deutlich:

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



Quelle: 2012, Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Fazit zum Makrostandort Naunhof:

- Naunhof ist im Regionalplan Westsachsen als Grundzentrum im Verbund mit Brandis eingestuft, zu dessen südlichen grundzentralen Verflechtungsbereich die Gemeinden Belgershain und Parthenstein gehören. Damit übernimmt die Stadt grundzentrale Versorgungsfunktionen für die eigene und umliegend wohnende Bevölkerung.
- Die Stadt verfügt über eine sehr gute Verkehrsanbindung in Richtung Leipzig, jedoch auch überregional. Die Pkw-Anbindung wird über die Bundesautobahnen A 14 und A 38 gewährleistet. Die Deutsche Bahn und die Regionalbusse stellen im Stadtgebiet die ÖPNV-Anbindung sicher.
- Durch die Nähe zu Leipzig hat Naunhof als attraktiver Wohnstandort mit -1.570 ein negatives Pendlersaldo.
- Rund 60% der Einwohner entfallen auf die Kernstadt Naunhof, für die Versorgung sind allerdings auch die weiteren Ortsteile Ammelshain, Albrechtshain, Erdmannshain, Eicha, Lindhardt und Fuchshain zu beachten.
- Die Stadt Naunhof verfügt über ein hierarchisches Zentrenkonzept mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie ergänzenden Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten.

4. Nachfragepotenzial in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen und dessen Entwicklung bis 2030 im Einzugsgebiet des Naunhofer Einzelhandels

Bevölkerungsentwicklung in Naunhof sowie im weiteren Einzugsgebiet

Wie im Einzelhandelskonzept deutlich wurde, gehören zum Einzugsgebiet des Naunhofer Einzelhandels neben dem Grundzentrum selbst, noch die beiden Gemeinden Belgershain und Parthenstein als Nahbereich, für welche grundzentrale Versorgungsfunktionen übernommen werden.

Die nachfolgenden Berechnungen im Gutachten basieren auf der aktuell verfügbaren Datenbasis des Statistischen Landesamtes Sachsen. Zum 31. Oktober 2019 lebten in der Stadt Naunhof 8.731 Einwohner. Mit Ausnahme des Jahres 2019 ist seit dem Zensus 2011 ein deutlicher Anstieg der Einwohnerzahl von insgesamt 3,5% zu verzeichnen. Der Anstieg der Einwohnerzahl im Nahbereich fiel mit 0,7% geringer aus, bedingt durch Schwankungen zwischen den Jahren, im Jahr 2019 ist jedoch wieder ein Zuwachs um 0,8% zu verzeichnen. So lebten in Belgershain zum 31.10.2019 insgesamt 3.349 Einwohner und in Parthenstein 3.528 Einwohner. Innerhalb des Landkreises Leipzig war die Einwohnerentwicklung seit 2011 zunächst leicht negativ, seit 2015 ist eine Stagnation mit geringfügigen Schwankungen zu beobachten.

Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung Naunhof, Gemeinden im Nahbereich und Landkreis Leipzig

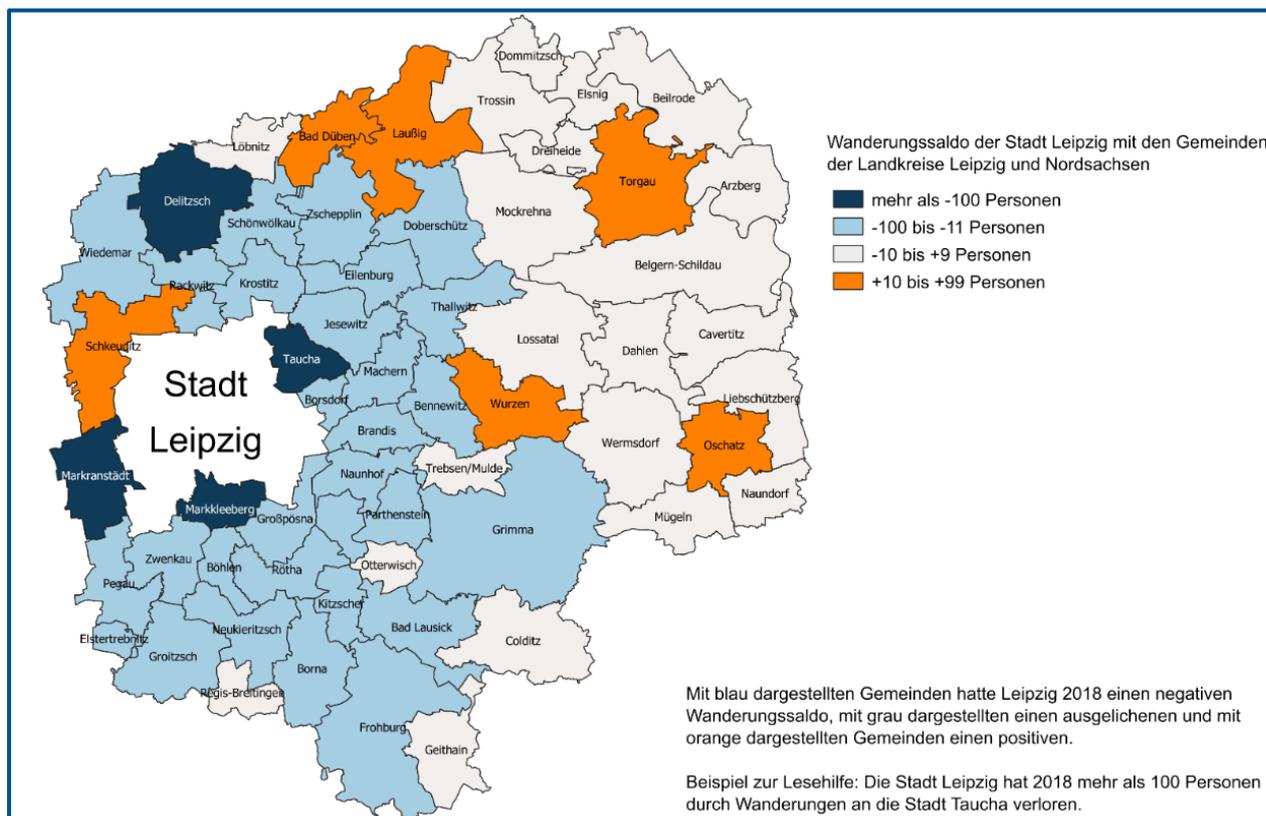
Einwohnerentwicklung	Stadt Naunhof		weitere Gemeinden Nahbereich		Landkreis Leipzig	
	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 Index	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 Index	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 Index
31.12.2011	8.435	100,0%	6.827	100,0%	260.925	100,0%
31.12.2012	8.452	100,2%	6.834	100,1%	259.207	99,3%
31.12.2013	8.534	101,2%	6.765	99,1%	257.596	98,7%
31.12.2014	8.528	101,1%	6.793	99,5%	257.647	98,7%
31.12.2015	8.618	102,2%	6.798	99,6%	258.408	99,0%
31.12.2016	8.639	102,4%	6.827	100,0%	258.333	99,0%
31.12.2017	8.728	103,5%	6.857	100,4%	258.008	98,9%
31.12.2018	8.735	103,6%	6.817	99,9%	257.763	98,8%
31.10.2019	8.731	103,5%	6.877	100,7%	258.081	98,9%
Prognose Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen						
Prog 2030 - Var. 1	9.100	107,9%			254.500	97,5%
Prog 2030 - Var. 2	8.800	104,3%			244.700	93,8%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, 6. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis 2030

Die Entwicklung der Stadt Naunhof und auch weiterer Kommunen, die sich direkt im Umland von Leipzig befinden, hängt hierbei eng mit der Entwicklung des Oberzentrums zusammen. Diese war in den letzten Jahren einer der am stärksten wachsenden Großstädte in Deutschland und ist mittlerweile mit knapp 600.000 Einwohnern achtgrößte Stadt Deutschlands. Begründete sich die positive Einwohnerentwicklung in früheren Jahren wesentlich durch Wanderungsgewinne aus den Umlandgemeinden von Leipzig, hat sich dies mittlerweile umgekehrt, wie in der folgenden Karte auf der nächsten Seite deutlich wird. Ein positives Wanderungssaldo können dabei vor allem die Gemeinden im unmittelbaren Umfeld von Leipzig verzeichnen, die über eine sehr gute Verkehrsanbindung verfügen, eine hohe Wohnqualität haben und eine stark

ausgebaute Infrastruktur mit Kitas und Schulen aufweisen. Die Stadt Naunhof kann hiervon besonders profitieren, allerdings ist die Einwohnerzahl zuletzt aufgrund mangelnder Wohnungsangebote nicht weiter gestiegen.

Karte 5: Wanderungssaldo der Stadt Leipzig mit dem Umland 2018



Quelle: Amt für Statistik und Wahlen (Hrsg. 2019): Statistischer Quartalsbericht I/2019, S. 2

Das Statistische Landesamt Sachsen geht in der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose bis zum Jahr 2030 für die Stadt Naunhof von einer weiterhin positiven Entwicklung von Naunhof aus. In Variante 1 wird im Jahr 2030 von rd. 9.100 Einwohnern ausgegangen und in Variante 2 von 8.800 Einwohnern.

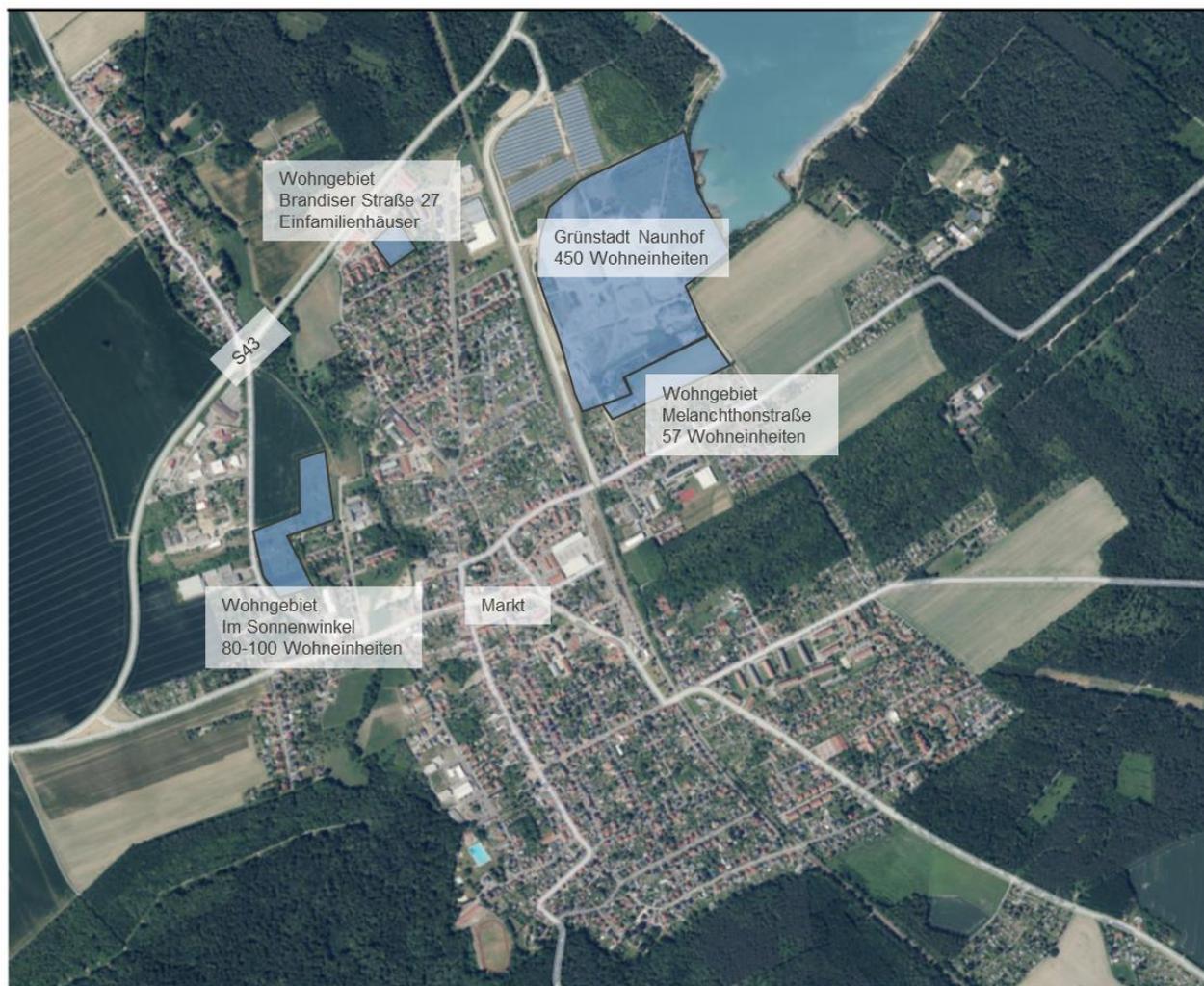
Vor dem Hintergrund aktueller Planvorhaben in Naunhof ist jedoch von einer stärkeren Steigerung der Einwohnerzahlen auszugehen. So sind folgende Wohngebiete geplant:

- **Grünstadt Naunhof mit insgesamt 450 Wohneinheiten:** 1. Abschnitt, im Herbst 2020 können Wohngebäude errichtet werden (60-70 Wohneinheiten), 2. Bauabschnitt Mehrfamilienhäuser (300 Wohneinheiten) 2-3 Jahre nach erstem Bauabschnitt, 3. Bauabschnitt Einfamilienhäuser (80 Wohneinheiten), insgesamt 450 Wohneinheiten möglich, 2-3 Jahren nach zweitem Bauabschnitt
- **Wohngebiet Melanchthonstraße mit insgesamt 57 Wohneinheiten:** ein Mehrfamilienhaus mit maximal 40 Wohneinheiten, 17 Einfamilienhausgrundstücke, B-Plan in Abwägungsphase, Satzungsbeschluss April, voraussichtlich nächstes Jahr Start für Hochbauten
- **Wohngebiet Brandiser Straße mit 27 Einfamilienhäuser:** Baurecht ist da, nächstes Jahr Start der Hochbaumaßnahmen
- **Wohngebiet zwischen Erdmannshainer Straße und Parthenstraße mit 80-100 Wohneinheiten:** B-Plan Am Sonnenwinkel, Start Baumaßnahmen nächstes Jahr
- **Zusätzlich 30 Einfamilienhäuser pro Jahr auf einzelnen Flächen verteilt im Stadtgebiet**

Insgesamt werden somit in den nächsten Jahren bis zu 630 Wohneinheiten in den geplanten Wohngebieten entstehen mit jährlich 30 zusätzlichen Wohneinheiten pro Jahr in einzelnen Potenzialflächen. Bis zum Jahr 2030 würden somit rund 900 Wohneinheiten entstehen. Bei 2 Einwohnern pro Wohneinheit entsteht in Naunhof Wohnraum für zusätzlich 1.800 Einwohner, was einem Anstieg der Einwohnerzahl auf ca. 10.500 (knapp 21% Einwohnerzuwachs gegenüber 2019) entspricht.

In der folgenden Karte wird die Lage der neuen Wohngebiete ersichtlich:

Karte 6: Neue Wohngebiete in Naunhof



Quelle: Auskunft der Stadtverwaltung Naunhof

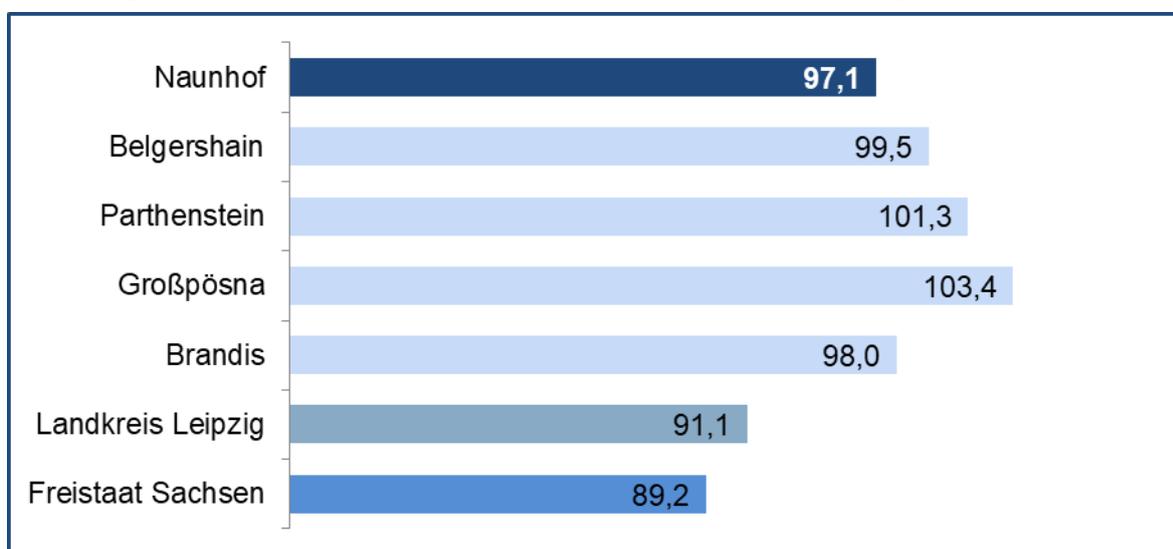
Für die beiden Gemeinden Belgershain und Parthenstein, welche zum grundzentralen Verflechtungsbereich von Naunhof gehören, gibt es bei einer Einwohnerzahl von weniger als 5.000 Einwohnern keine ausgewiesenen Prognosen des Statistischen Landesamtes Sachsen. Vor dem Hintergrund der stabilen Entwicklung in den letzten Jahren wird von einer mindestens gleichbleibenden Entwicklung ausgegangen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

Im regionalen Umfeld weist Naunhof ein sehr gutes Kaufkraftniveau auf. Mit 97,1 befindet sich Naunhof deutlich über dem Durchschnittswert des Freistaates Sachsen (89,2) und auch des Landkreises Leipzig (91,1). Jedoch weisen die direkt angrenzenden Gemeinden mit bis zur 103,4 höhere Kaufkraftwerte auf, was die hohe Wohnqualität östlich von Leipzig mit Waldflächen und den Seen aufzeigt.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019 (Einzelhandel insgesamt)



Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Aktuelles Nachfragepotenzial 2020 in der Stadt Naunhof und im weiteren Einzugsgebiet

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

Insgesamt leben derzeit im Einzugsgebiet rd. **15.600 Einwohner**, wobei sich 8.731 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet Naunhof und 3.340 Einwohner auf Belgershain und 3.538 Einwohner auf Parthenstein verteilen.

Tabelle 1: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Naunhof	Belgershain	Parthenstein	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	8.731	3.340	3.538	15.609
sortimentspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	98,0 2.370 €	99,4 2.403 €	102,1 2.469 €	99,2 2.399 €
sortimentspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Drogerie	95,3 335 €	95,5 336 €	96,2 339 €	95,5 336 €
sortimentspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	98,7 55 €	99,3 56 €	101,5 57 €	99,5 56 €
	in T€	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotential				
Lebensmittel	20.689	8.028	8.735	37.452
Drogerie	2.929	1.123	1.198	5.250
Heimtierbedarf	483	186	201	869
gesamt	24.101	9.336	10.134	43.571

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern

Auf die, gemessen am Niveau des Freistaates Sachsen, überdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Naunhof und der beiden Gemeinden im Nahbereich wurde bereits verwiesen. Diese drückt sich auch bei den sortimentspezifischen Kaufkraftziffern für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel (99,2), Drogerie (95,5) und Heimtiernahrung (99,5) im Einzugsgebiet aus. In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von insgesamt ca. 43,6 Mio. € im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 24,1 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet und ca. 19,4 Mio. € auf das erweiterte Einzugsgebiet.

Differenziert nach den Branchen ergibt sich für Lebensmittel ein Potenzial von 37,5 Mio. €, für Drogeriewaren von 5,3 Mio. € und für Heimtierbedarf von knapp 0,9 Mio. €.

Nachfrageentwicklung in der Stadt Naunhof bis 2030

In den letzten Jahren stiegen die Verbrauchsausgaben im Lebensmittelhandel, bei Drogeriewaren und für Tiernahrung im Gegensatz zu vielen anderen Branchen in Deutschland an. So werden bundesweit pro Einwohner 2.418 € pro Jahr für Lebensmittel, 352 € für Drogeriewaren und 56€ pro Jahr für Tiernahrung ausgegeben.

Die weiteren Planungsrechnungen gehen im Sinne einer eher vorsichtigen Kalkulation nur von einem mittleren Anstieg um 0,5% pro Jahr. Ursächlich hierfür sind:

- Generell ist in Deutschland langfristig mit einer weiteren Verringerung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Gesamtausgaben pro Kopf der Bevölkerung zu rechnen.

Jahrelang ist der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität / Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit zurückgegangen, seit 2014 ist jedoch ein geringfügiger Anstieg festzustellen. Diese Ausgabensteigerungen in den anderen Bereichen können gegebenenfalls durch eine positive Einkommensentwicklung aufgefangen werden, so dass zumindest die absoluten Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel konstant bleiben oder eventuell sogar geringfügig steigen.

Zukünftig wird diese Entwicklung zusätzlich durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnsektor / geringfügige

Beschäftigung) beeinflusst. Bei moderater Einkommensentwicklung wird auch mittelfristig der Einzelhandel nur geringfügig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls marginal steigen.

- Die ausgewiesenen Eigenheimgebiete werden zu einer positiven Kaufkraftentwicklung durch den stärkeren Zuzug kaufkraftstärkerer Zielgruppen führen.

Die nachfolgenden Berechnungen basieren auf den zu erwartenden Entwicklungen der Bevölkerung der Stadt Naunhof sowie auf der genannten Prognose zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung. Sie bilden die prognostizierte Nachfrageentwicklung der Stadt Naunhof im Zeitraum bis 2030 in einer Variante gemäß der optimistischen Prognose des Statistischen Landesamtes Sachsen und einer Variante auf Basis der konkret geplanten Wohnsiedlungen und einer daraus resultierenden Einwohnerentwicklung ab. Die Ergebnisse sind in der nachstehenden Tabelle 2 sortimentsgenau aufgeführt.

Tabelle 2: Nachfrageentwicklung in der Stadt Naunhof bis 2030

Stadt Naunhof	aktuell	2030 optimistisch	2030 neue Wohngebiete
Einwohner	8.731	9.100	10.500
Kaufkraft	97,1%	102,1%	102,1%
	in T€	in T€	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	20.689	22.642	26.125
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2.929	3.205	3.698
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	483	528	609
nahversorgungsrelevantes Potenzial insgesamt	24.101	26.375	30.433
Entwicklung des Einzelhandelsrelevanten Potenzials		9,4%	26,3%
Zusätzliches Potenzial durch Nachfrageentwicklung		2.275	6.332

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, BBE|CIMA|MB-Research, IFH-Verbrauchsausgaben

Die Bevölkerungsprognosen führen in der Modellrechnung zu einem Anstieg des Nachfragevolumens zwischen 2,3 Mio. € (9,4%) und 6,3 Mio. € (26,3%) zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Naunhof. Vor dem Hintergrund der aktuell konkret geplanten Wohngebiete ist diese Variante mit ihrem deutlichem Nachfragezuwachs sogar als genauer und wahrscheinlicher zu bewerten.

Im Sinne eines worst-case-Szenarios wird für die beiden Gemeinden Belgershain und Parthenstein von einem gleichbleibenden Nachfragepotenzial bis 2030 ausgegangen, somit ergibt sich ein Potenzial bis 2030 im gesamten grundzentralen Verflechtungsbereich von bis zu 50,9 Mio. €.

Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Naunhof und im weiteren Einzugsgebiet bis 2030

Stadt Naunhof und weiteres Einzugsgebiet	aktuell	2030 optimistisch	2030 neue Wohngebiete
Einwohner	15.608	15.977	17.377
Kaufkraft	98,8%	103,8%	103,8%
	in T€	in T€	in T€
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	37.452	40.251	43.778
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	5.250	5.642	6.137
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	869	934	1.016
nahversorgungsrelevantes Potenzial insgesamt	43.571	46.828	50.931
Entwicklung des Einzelhandelsrelevanten Potenzials		7,5%	16,9%
Zusätzliches Potenzial durch Nachfrageentwicklung		3.257	7.360

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, BBE/CIMA/MB-Research, IFH-Verbrauchsangaben

Zusätzliche Nachfragepotenziale durch Bewohner mit Nebenwohnsitz, Touristen, Tagesgäste und neue Arbeitsplätze

Bisher wurde das Nachfragepotenzial ausschließlich auf Basis der Bewohner mit Hauptwohnsitz berechnet. Der Einzelhandel der Stadt Naunhof verfügt jedoch über zusätzliche Potenziale auf die im Folgenden kurz eingegangen wird:

- Allein in Naunhof sind 194 Einwohner mit einem Nebenwohnsitz gemeldet. So eignet sich Naunhof durch die Lage an den Seen sowie den Waldflächen sehr gut als Wohnstandort am Wochenende in der Nähe des Oberzentrums Leipzig. Somit sind zusätzliche Potenziale durch die Bewohner mit Nebenwohnsitz zu erwarten.
- Naunhof wurde im Regionalplan als Gemeinde mit besonderer Gemeindefunktion „Fremdenverkehr“ ausgewiesen. Im Jahr 2018 verzeichnete die Stadt Naunhof in den sechs Beherbergungsbetrieben insgesamt 74.205 Übernachtungen bei 14.414 Ankünften.¹² Dazu kommen insbesondere durch die Naunhofer Seen und die Waldgebiete zahlreiche Tagesgäste. Auch durch die Übernachtungs- und Tagesgäste wird das Potenzial für den Einzelhandel in Naunhof erhöht.
- Durch den „Innovationspark Naunhof“, der an der Erdmannshainer Straße geschaffen werden soll, sollen bis zu 50 hochqualifizierte Arbeitsplätze entstehen. Durch die Nähe zur A14, die gute Anbindung an Leipzig und auch an den Flughafen sind perspektivisch weitere Arbeitsplätze denkbar.

Diese Potenziale sind im Sinne eines worst-case-Szenarios als zusätzlich zu bewerten und werden im Sinne eines Sicherheitspuffers nicht bei der Kaufkraftbindungsquote und den Umverteilungsrechnungen berücksichtigt.

¹² Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (Hrsg. 2019): Tourismus: Einrichtungen, Betten, Auslastung, Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer – Gemeinden 2018

Fazit zur Nachfrageentwicklung in Naunhof und im weiteren Einzugsgebiet:

- Naunhof kann vor allem von der hohen Wohnqualität, der Nähe zu Leipzig und der Infrastruktur bei Kitas und Schulen profitieren. Damit konnte Naunhof die Einwohnerzahl in den letzten Jahren auf 8.731 Einwohner steigern.
- Bereits auf Datenbasis der 6. Regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes Sachsen wird die Einwohnerzahl in Naunhof bis 2030 auf 8.800 in Variante 1 und 9.100 in Variante 2 weiter steigen.
- Der tatsächliche Bevölkerungszuwachs wird auf Grundlage neu ausgewiesener Wohngebiete noch höher ausfallen. Aktuell werden bis 2030 rund 900 zusätzliche Wohneinheiten erwartet, so dass von zusätzlich 1.800 Einwohnern ausgegangen werden kann und damit die Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes durch neue Entwicklungen übertroffen wird.
- Die Einwohnerentwicklung in Belgershain und Parthenstein ist stabil und es wird auch bis 2030 von einer weiterhin stabilen Bevölkerungsentwicklung ausgegangen.
- Mit 97,1 weist Naunhof ein deutlich überdurchschnittliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Landkreis Leipzig mit 91,1 und dem Freistaat Sachsen mit 89,2 auf. Auch Belgershain und Parthenstein verfügen mit 99,5 und 101,3 über ein hohes Kaufkraftniveau.
- Innerhalb des Einzugsgebietes gibt es ein Nachfragepotenzial für Lebensmittel, Drogeriewaren und Tiernahrung von 43,6 Mio. €, wobei 24,1 Mio. € auf Naunhof entfallen. Bis zum Jahr 2030 ist durch die positive Einwohnerentwicklung mit einer Steigerung des Potenzials auf bis zu 50,9 Mio. € zu rechnen.
- Zusätzliche Nachfragepotenziale für den örtlichen Einzelhandel ergeben sich durch Bewohner mit Nebenwohnsitz, Tages- und Übernachtungsgäste sowie den neu geplanten Innovationspark mit bis zu 50 Arbeitsplätzen.

5. Projektplanungen, Mikrostandorte & Versorgungsfunktionen

Die in Abschnitt 2 dargestellten Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel mit größeren Verkaufsflächen zeigen sich auch in Naunhof. So wollen die Märkte von REWE, ALDI, LIDL und Netto Marken-Discount ihre Verkaufsfläche erweitern, um das aktuelle Sortiment modern präsentieren zu können und auch logistischen und hygienischen Anforderungen zu entsprechen.

Nach Angaben von REWE, Netto Marken-Discount und LIDL soll das Angebotskonzept der Lebensmittelmärkte auch nach der Verkaufsflächenerweiterung vorrangig auf Lebensmittel sowie die Non-Food I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet sein, weshalb der Anteil an Non-Food II-Artikeln unterhalb von 10 % der Verkaufsfläche liegen wird.¹³

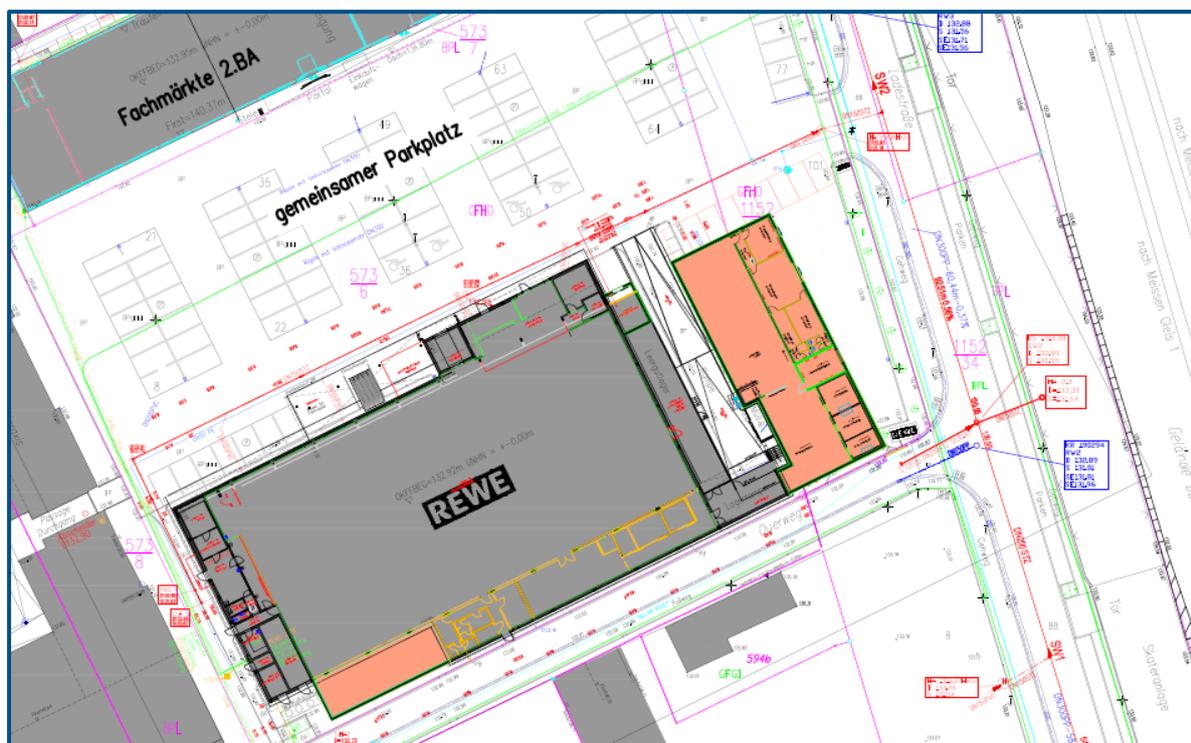
Im Folgenden werden die einzelnen Vorhaben kurz vorgestellt:

5.1. Erweiterung REWE in der Ladestraße

Projektplanung

Der REWE-Markt an der Ladestraße in Naunhof möchte sich von 1.644 m² auf 1.980 m² Verkaufsfläche erweitern, insgesamt ist somit eine Erweiterung um 336 m² geplant. Durch die Erweiterung wird es auch möglich sein, Lebensmittel, die bei REWE online bestellt werden, abzuholen. Wie aus der nachstehenden Abbildung deutlich wird, erweitert sich der Markt zunächst in nordöstlicher Richtung zur Ladestraße (Erweiterung orange eingefärbt).

Karte 7: Lageplan Erweiterung REWE-Markt Ladestraße



Quelle: Firma REWE

¹³ Non-Food I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Non-Food II-Waren in Lebensmittelmärkten alle Produkte, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Non-Food I-Waren) sind. Unter Non-Food II-Waren fallen somit u.a. Haus- und Heimtextilien, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die in wöchentlich wechselnden Aktionen angeboten werden. Die angebotenen Waren sind dabei im Gegensatz zum Fachhandel dem Discountbereich zuzuordnen

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der REWE-Markt an der Ladestraße ist Teil der Fachmarkttagglomeration mit dem Drogeriemarkt dm, dem Bekleidungsfachmarkt NKD, einem Bäcker und einem Fleischer. Im direkten Umfeld befinden sich weiterhin eine Ladenzeile mit Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, ein Sonderpostenmarkt, der Marktplatz sowie der Bahnhof von Naunhof. Damit gehört der Vollsortimenter zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Abbildung 8: REWE und Standortumfeld



REWE, Ladestraße



REWE, Ladestraße Anfahrt & Potenzialfläche



dm, NKD, Blumenladen und Fleischer



Bahnhof Naunhof



Sonderpostenmarkt



Rathaus mit Sparkasse

Quelle: eigene Aufnahme, Januar 2020

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Standorts

Der Standort ist durch seine zentrale Lage in der Kernstadt Naunhof zu Fuß oder mit dem Fahrrad sehr gut zu erreichen.

Die ÖPNV-Anbindung ist durch die Nähe zum Bahnhof als sehr gut zu bewerten. So kann der Standort sowohl mit dem Zug als auch dem Bus erreicht werden.

Über die Ladestraße kann der Standort auch mit dem Pkw angefahren werden. Parkplätze befinden sich direkt vor der Immobilie.

Insgesamt weist der Standort damit eine gute Erreichbarkeit sowohl für den nicht-motorisierten als auch für den motorisierten Kundenverkehr auf.

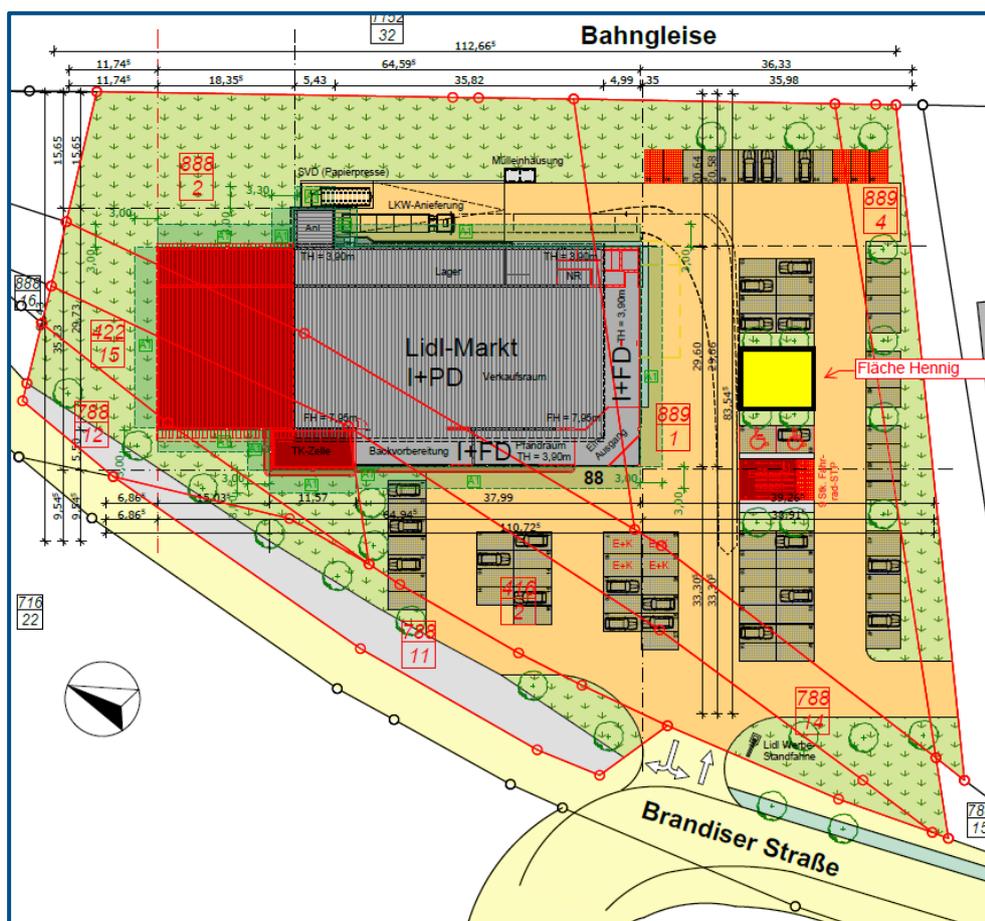
Planungsrechtliche Situation

Der Lebensmittelmarkt befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Sondergebiet Nachnutzung Industriebranche Ladestraße Naunhof“. Für eine Vergrößerung der Verkaufsfläche ist somit nach § 11 Abs. 3 BauNVO der Nachweis zu führen, dass mit dem Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind. Auch ist aufzuzeigen, ob sich das Vorhaben in die Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Naunhof einfügt.

5.2. Erweiterung LIDL in der Brandiser Straße

Wie bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ersichtlich wurde, möchte auch die Firma LIDL ihren Lebensmittel-discounter in Naunhof erweitern. Geplant ist eine Erweiterung von 799 m² auf 1.065 m², so dass sich die Verkaufsfläche um 266 m² erhöht. Der nachfolgende Lageplan gibt einen Überblick zum Erweiterungsvorhaben:

Karte 8: Lageplan Erweiterung LIDL-Markt Brandiser Straße



Quelle: Architektur- & Bauingenieurbüro Hippauf

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Am nördlichen Ortsrand der Kernstadt befindet sich an der Brandiser Straße ein Lebensmittel-discounter der Firma LIDL. Das direkte Umfeld wird dabei sowohl von Wohnnutzungen, als auch weiteren Einzelhandelsbetrieben geprägt. So befindet sich direkt westlich mit Netto Marken-Discount ein weiterer Lebensmittelmarkt und direkt südlich das Möbelhaus Günz. Südwestlich gibt es Ein- und Mehrfamilienhäuser. Östlich verläuft die neu gebaute Osttangente, welche perspektivisch die Anbindung in das geplante Wohngebiet Grünstadt mit 450 Wohneinheiten sicherstellt (siehe Abschnitt 4). Mit einer Fußgängerbrücke wird der LIDL-Markt für die Bewohner des zukünftigen Wohngebietes fußläufig erreichbar sein.

Abbildung 9: LIDL und Standortumfeld


LIDL, Brandiser Straße

Wohngebäude an der Brandiser Straße

Möbelhaus Günz

Quelle: eigene Aufnahme, Januar 2020

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Standorts

Über die Brandiser Straße, welche die Verbindung zur Naunhofer Innenstadt und der Staatsstraße 43 herstellt, ist der Standort sehr gut mit dem Pkw erreichbar. Vor dem LIDL-Markt befinden sich ebenerdige Parkplätze.

Durch die Bushaltestelle „Naunhof, Brandiser Straße“ ist mit den Linien 75 und 640 eine ÖPNV-Erreichbarkeit aus dem weiteren Stadtgebiet und angrenzenden Gemeinden gegeben.

Dazu kann der Markt fußläufig oder mit dem Fahrrad aus dem Umfeld erreicht werden. Mit der geplanten Fußgängerbrücke über die Osttangente in das neue Wohngebiet Grünstadt wird sich die Bedeutung der fußläufigen Erreichbarkeit erhöhen.

Insgesamt weist der Standort damit eine gute Erreichbarkeit sowohl für den nicht-motorisierten als auch für den motorisierten Kundenverkehr auf.

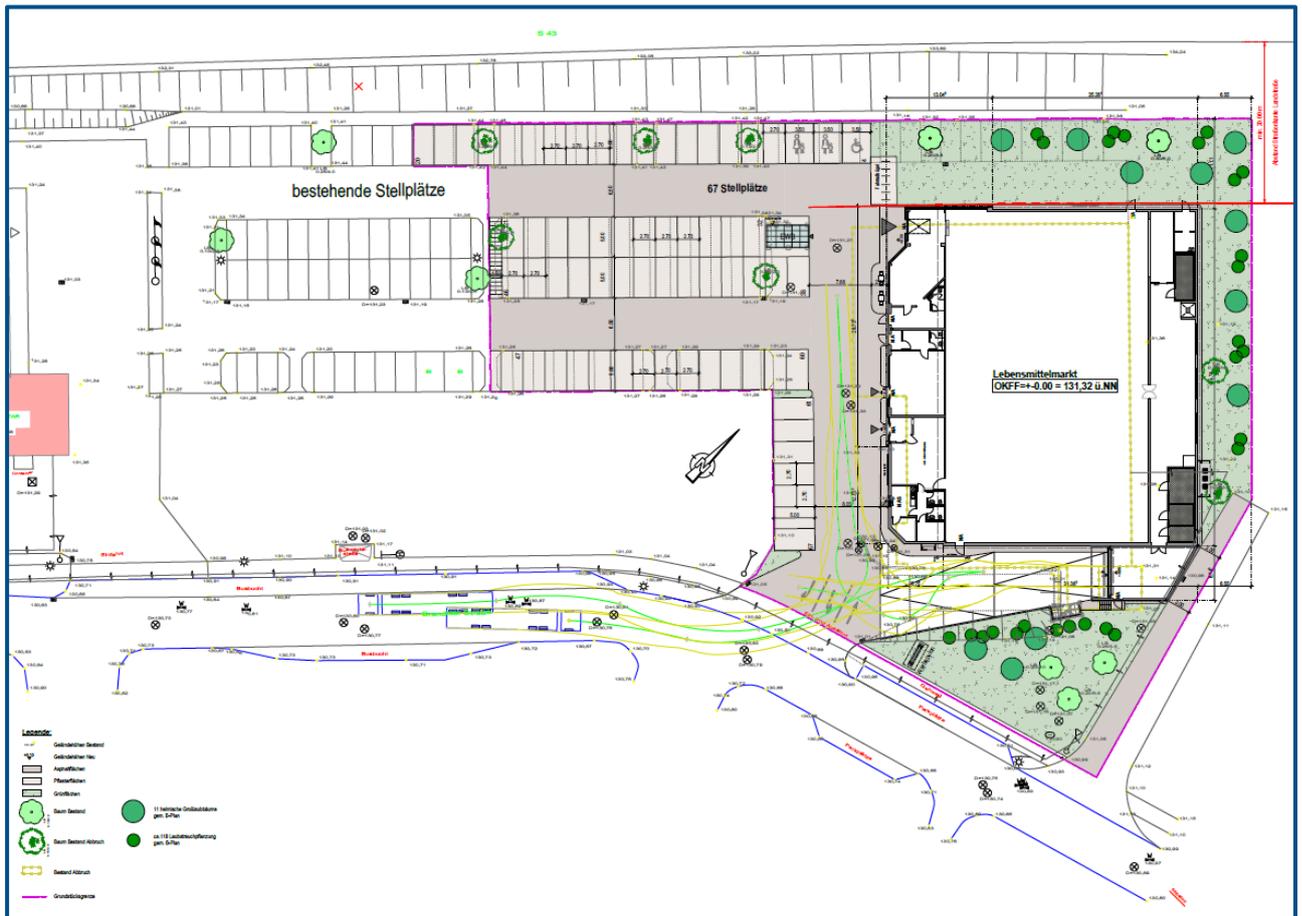
Planungsrechtliche Situation

Der Lebensmittelmarkt befindet sich im Geltungsbereich des im Vorentwurf befindlichen Bebauungsplanes „Lebensmittelmarkt Brandiser Straße 88“. Damit ist die geplante Erweiterung nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen. Innerhalb des Einzelhandelskonzeptes wurde im Abschnitt 4.4.2 die Erweiterung geprüft und städtebaulich positiv bewertet. Der Standort wurde als Nahversorgungsstandort bewertet, so dass eine Kompatibilität mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Naunhof gegeben ist.

5.3. Erweiterung Netto Marken-Discount in der Brandiser Straße

Auch der Netto Marken-Discount an der Brandiser Straße möchte, wie bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Naunhof dargestellt, erweitern. So soll sich die Verkaufsfläche um 244 m² von 826 m² auf zukünftig ca. 1.070 m² erweitern.

Karte 9: Lageplan Erweiterung Netto Marken-Discount Brandiser Straße



Quelle: Ratisbona Handelsimmobilien

Lage des Projektgrundstücks, Nutzungsumfeld und verkehrliche Erreichbarkeit

Der Netto-Markt ist rd. 100 m vom LIDL entfernt. Insofern unterscheidet sich das Standortumfeld nur marginal. Westlich des Netto Marken-Discount befinden sich eine Tankstelle, ein Getränkemarkt und ein Sonderpreis-Baumarkt. Auch vor dem Netto-Markt existieren ebenerdige Parkplätze, so dass die gleiche Erreichbarkeit wie beim LIDL-Markt besteht.

Abbildung 10: Netto Marken-Discount und Standortumfeld


Netto Marken-Discount



Tankstelle



Getränkemarkt und Sonderpreis-Baumarkt

Quelle: eigene Aufnahme, Januar 2020

Planungsrechtliche Situation

Der Standort des Netto-Marktes liegt innerhalb des im Vorentwurf befindlichen Bebauungsplanes „Handel und Gewerbe im Seepark an der Brandiser Straße“. Somit ist für die geplante Erweiterung unter Berücksichtigung der weiteren Vorhaben ebenfalls eine Prüfung nach § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich. Eine Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Naunhof wurde bereits im Konzept geprüft und ist gegeben.

5.4. Verlagerung & Erweiterung ALDI in der Erdmannshainer Straße

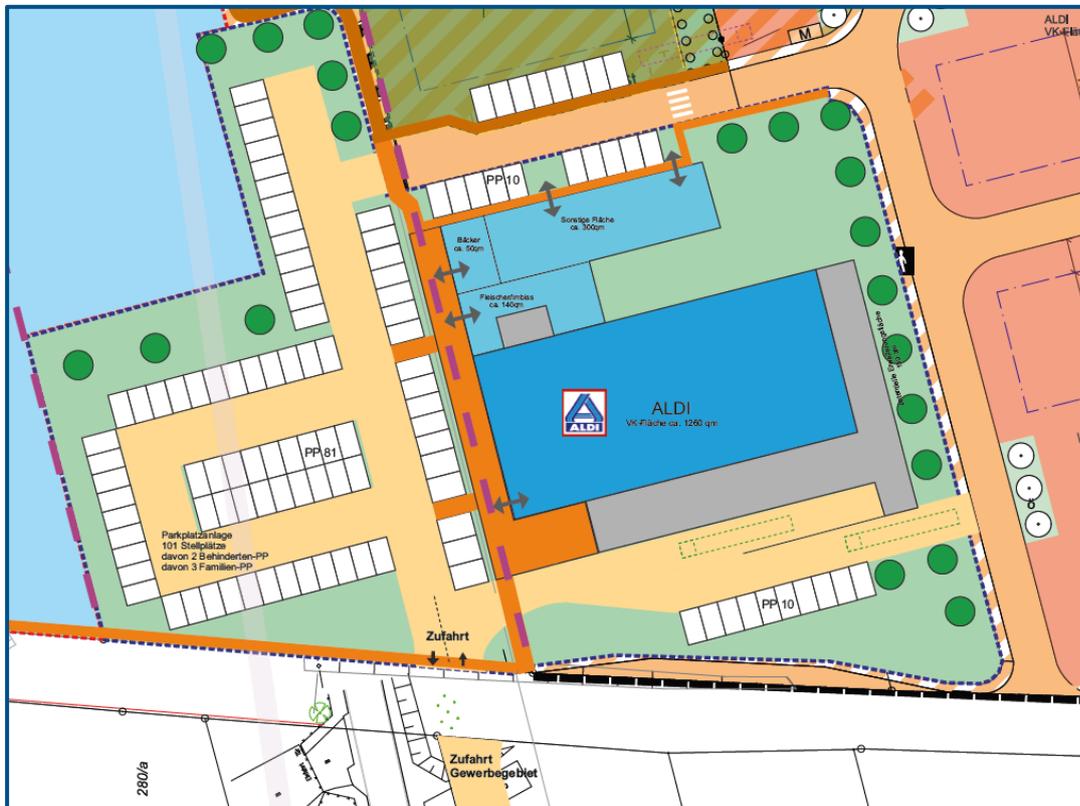
Der ALDI-Markt befindet sich aktuell an der Kreuzung der Erdmannshainer Straße mit der Staatsstraße 43. Im Gegensatz zum Einzelhandelskonzept, in der eine Erweiterung am bestehenden Standort geplant war, möchte die Firma ALDI nun die Filiale in südlicher Richtung an der Erdmannshainer Straße verlagern.

Aktuell gibt es neben dem ALDI-Markt mit 799 m² Verkaufsfläche am Bestandsstandort weiterhin einen Getränkemarkt, einen Bäcker und einen Fleischer. Zusammen weisen sie eine Verkaufsfläche von 1.135 m² auf. Im Zuge der Verlagerung ist geplant, die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes von 799 m² auf zukünftig ca. 1.200 m² zu erhöhen, wobei der Getränkemarkt mit 250 m² Verkaufsfläche nach aktuellem Planungsstand nicht umziehen soll. Für den Bäcker oder Fleischer könnten Teile der Flächen für Gastronomie genutzt werden, für eine Bewertung des Einzelhandelsumsatzes ist dies aber nicht relevant. Eine Handelsnachnutzung in der bestehenden Immobilie soll ausgeschlossen werden. Insgesamt erhöht sich somit die Verkaufsfläche durch das Verlagerungsvorhaben um rd. 150 m².

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Durch die Verlagerung in südlicher Richtung des ALDI-Marktes rückt der Markt stärker an die Wohngebiete der Kernstadt Naunhof heran. So befinden sich südwestlich und östlich vom Standort bereits Wohnnutzungen. Diese werden perspektivisch durch den Familienwohnpark im Sonnenwinkel mit 80-100 Wohneinheiten noch ausgebaut, so dass der Standort im Gegensatz zum bestehenden Markt über eine städtebaulich integrierte Lage verfügt. Darüber hinaus existieren westlich und nordwestlich vom Verlagerungsstandort gewerbliche Nutzungen, welche mit dem geplanten Innovationspark noch ausgebaut werden. Südlich befinden sich mit dem Baumarkt Landmaxx und Wohngebäuden heterogene Nutzungen.

Karte 10: Lageplan Verlagerung und Erweiterung ALDI-Markt Erdmannshainer Straße



Quelle: Architekturbüro Höer

Abbildung 11: ALDI-Verlagerungsstandort und Standortumfeld



Verlagerungsstandort

Wohngebäude an der Erdmannshainer Straße

Quelle: eigene Aufnahme, Januar 2020

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Standorts

Durch die Verlagerung in südlicher Richtung ist der Standort fußläufig deutlich besser für die Wohnbevölkerung zu erreichen, da sich die Entfernung zu den nächsten Wohngebäuden reduziert.

Darüber hinaus soll es für das neue Wohngebiet eine Bushaltestelle geben, so dass im Gegensatz zum bisherigen Standort eine ÖPNV-Anbindung existiert.

Der Verlagerungsstandort wird wie ebenso wie der Bestandsstandort über die Erdmannshainer Straße angefahren und ebenerdige Parkplätze werden die Erreichbarkeit absichern.

Insgesamt weist der Standort damit eine gute Erreichbarkeit sowohl für den nicht-motorisierten als auch für den motorisierten Kundenverkehr auf.

Planungsrechtliche Situation

Der Verlagerungsstandort liegt aktuell im unbeplanten Innenbereich, ein Bebauungsplanverfahren wird zur städtebaulichen Steuerung der zukünftigen Entwicklung seitens der Stadt für den Verlagerungsstandort des ALDI-Marktes angestrebt. Damit ist die geplante Erweiterung nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen. Der bisherige Standort des ALDI-Marktes wurde nicht in die Zentrenstruktur des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aufgenommen, insofern ist jetzt zu prüfen, inwiefern eine Kompatibilität mit dem Zentrenkonzept durch das Verlagerungsvorhaben erreicht werden kann.

5.5. Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Naunhof unter Berücksichtigung der Planvorhaben

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt.

Abbildung 12: Begriff der qualifizierten Grundversorgung



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH

Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen

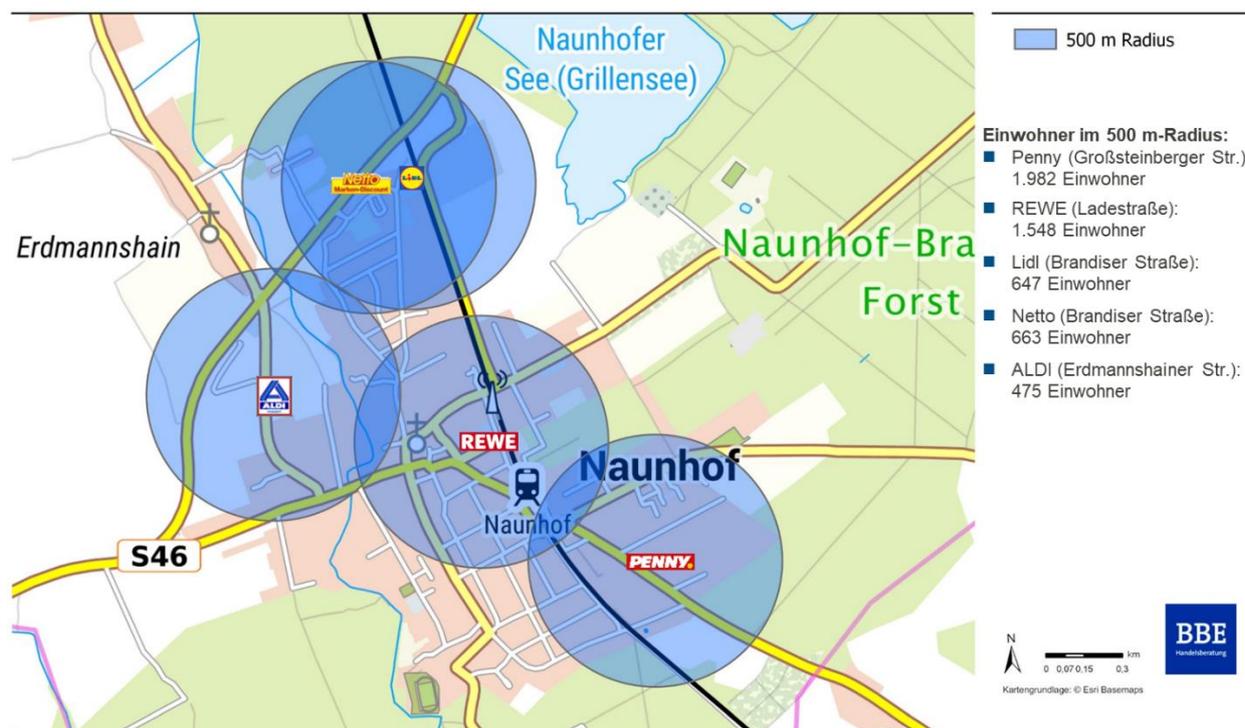
Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. vorrangig Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in die Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden.

Die von Naunhofer Angebotsstrukturen übernommenen Nahversorgungsfunktionen umfassen:

- standortspezifisch eine wohnungsnaher Versorgung mit direkter fußläufiger Erreichbarkeit
- wohnortnahe Funktionen für Einwohner der peripheren Ortsteile, hier steht eine gute und umfassende Erreichbarkeit im Mittelpunkt,
- letzteres gilt auch für grundzentrale Versorgungsfunktionen in den Gemeinden des Nahbereiches (Parthenstein, Belgershain), die über keine eigenständigen Strukturen verfügen.

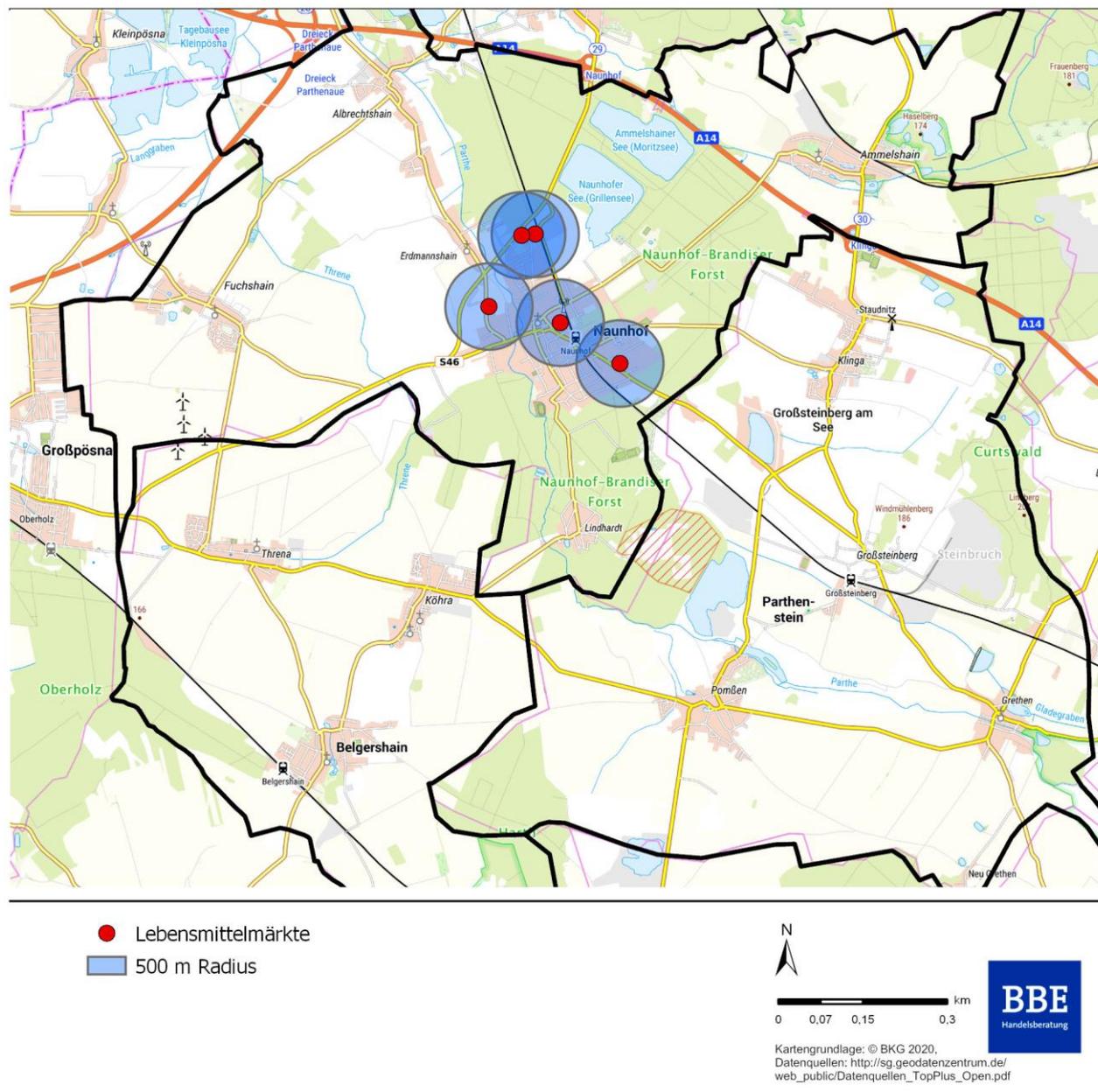
In den nachstehenden Karten sind zunächst wohnungsnaher Versorgungsfunktionen mit einem 500 m-Radius der fußläufigen Erreichbarkeit¹⁴ dargestellt, dem nachfolgend auch die Erreichbarkeit aus den Ortsteilen und den beiden weiteren Gemeinden im Nahbereich. Dabei ist zu beachten: In den weiteren Ortsteilen und auch in Parthenstein sowie Belgershain gibt es keine Lebensmittel über das Bäckereihandwerk und ein Teilsortiment des Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt hinaus, so dass sich die dortige Bevölkerung im Kernort Naunhof versorgen muss.

Karte 11: Zukünftige Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte in der Stadt Naunhof



¹⁴ Eine fußläufige Erreichbarkeit kann üblicherweise auch bis zu 600 m unterstellt werden, für das kompakte Stadtgebiet von Naunhof ist dieser Wert für die Mehrheit der Einwohner jedoch zu hoch, da dann in kürzerer Distanz bereits ein alternativer Anbieter vertreten ist.

Karte 12: Zukünftige Sicherung der Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet von Naunhof



Quelle: 2012, Nexiga, Esri Basemaps, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Wie aus den beiden Karten hervorgeht, sichert die vorhandene Standortstruktur eine wohnungsnahe Versorgung im Kernort der Stadt Naunhof ab. Hierbei sind neben der zentralen Funktion des REWE-Marktes in der Ladestraße auch die weiteren Standorte mit Lebensmittelmärkte von entsprechender Stadtgebietsbedeutung eingebunden. Es ist festzustellen, dass fast alle Anwohner im Kernort fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können. Darüber hinaus werden sich diese wohnungsnahen Versorgungsfunktionen durch neue Wohngebiete (siehe Abschnitt 4) erhöhen, da diese im direkten Umfeld der Märkte entstehen.

Insbesondere die Märkte von ALDI, Netto Marken-Discount und LIDL sind durch ihre Lage auf die weiteren Ortsteile ausgerichtet und berücksichtigen damit die besondere Struktur von Naunhof mit mehreren Ortsteilen und den Gemeinden Parthenstein und Belgershain im Einzugsgebiet.

Im Detail sind die standortspezifischen Versorgungsfunktionen und deren Wechselspiel für den gesamten grundzentralen Nahbereich wie folgt zu strukturieren:

- Standort Innenstadt (REWE): Der REWE-Markt ist der Magnetanbieter der Innenstadt. Er hat durch seine zentrale Lage im Stadtgebiet sowohl wohnungsnahe Versorgungsfunktionen für das Umfeld und als einziger Vollsortimenter im Einzugsgebiet wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das gesamte Naunhofer Stadtgebiet sowie Parthenstein und Belgershain.
- Standort Großsteinberger Straße (Penny): Mit rd. 2.000 Einwohnern im 500 m-Radius hat der Lebensmitteldiscounter Penny bedeutende wohnungsnahe Versorgungsfunktionen für den südöstlichen Bereich der Kernstadt. Durch die Lage an der Erdmannshainer Straße hat der Standort ebenfalls wohnortnahe Versorgungsfunktionen für Parthenstein.
- Standort Brandiser Straße (Lidl und Netto Marken-Discount): Im 500 m-Radius der beiden Märkte von Netto Marken-Discount und LIDL leben aktuell ca. 650 Einwohner. In den nächsten Jahren wird sich diese Anzahl durch den südlichen Wohnkomplex sowie die Grünstadt Naunhof deutlich erhöhen und damit die wohnungsnahe Versorgungsbedeutung im direkten Umfeld ansteigen. Über eine Brücke können die Bewohner der Grünstadt zukünftig die beiden Märkte erreichen. Aufgrund der Nähe zur S43 können die beiden Lebensmittelmärkte darüber hinaus wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktionen für die weiteren Ortsteile (insbesondere Erdmannshain, Albrechtshain, Fuchshain) wahrnehmen, in denen keine Lebensmittelmärkte existieren.
- Verlagerungsstandort Erdmannshainer Straße (ALDI): Der ALDI-Markt kann wie bisher durch die Nähe zur S43 wohnungsnahe Versorgungsfunktionen für die Naunhofer Ortsteile Erdmannshain, Albrechtshain und Fuchshain sowie die Gemeinde Belgershain übernehmen. Durch die Verlagerung und das geplante Wohngebiet am Verlagerungsstandort wird sich die wohnungsnahe Versorgungsbedeutung des Lebensmittelmarkts im westlichen Stadtgebiet deutlich erhöhen.

6. Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet und deren Abstimmung auf die grundzentralen Versorgungsfunktionen

Die Analyse der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet (Naunhof, Parthenstein, Belgershain) der geplanten Lebensmittelmarkterweiterungen bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Die aktuelle Erhebung dieses relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Januar 2020 in Naunhof, Parthenstein und Belgershain. Ein Einzugsgebiet darüber hinaus, kann ausgeschlossen werden. So verfügen die angrenzenden Kommunen Großpösna, Grimma und Brandis über umfassende eigene Versorgungsstrukturen.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Supermärkte, Verbrauchermärkte, Lebensmittel-Discounter) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und somit eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Einzugsgebiet, als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch die Vorhaben.

Nachfolgende Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet. Insgesamt sind im Untersuchungsgebiet 28 nahversorgungsrelevante Anbieter mit zusammen ca. 7.600 m² Verkaufsfläche zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 32,9 Mio. €. Bis auf kleinere Lebensmittelhandwerksbetriebe und dem Teilsortiment im Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt sind alle weiteren Anbieter der Kernstadt Naunhof zuzuordnen, woraus bereits die Ausrichtung der Planvorhaben und daraus resultierende gesamtstädtische und regionale Funktionen sichtbar werden.

Wie aus der nachstehenden Tabelle 4 hervorgeht, sind die Lebensmitteldiscounter der am stärksten vertretene Betriebstyp im Einzugsgebiet. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 3.300 m² generieren diese einen Umsatz von rd. 15 Mio. €. Durch den Supermarkt REWE mit rd. 1.640 m² Verkaufsfläche wird ein Umsatz von rund 8 Mio. € generiert. In Ergänzung dazu haben spezialisierte Einzelhandelsbetriebe, wie der Drogeriemarkt dm, drei Getränkemarkte sowie das Lebensmittelhandwerk und Lebensmittelfachgeschäfte, ebenfalls eine wichtige Bedeutung. Die Sonderpostenmärkte von Thomas Philipps in Belgershain sowie Groschen-Hausrat-Discount (relevante Teilfläche berücksichtigt) können nur ein partielles Nahversorgungsangebot im Discountbereich vorhalten.

Tabelle 4: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Einzugsgebiet nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt	1.644	7.970	7.240	330	170
Discounter	3.264	15.000	12.770	1.040	300
Bäcker / Fleischer	475	3.330	3.330		
Getränkemarkt	566	1.380	1.380		
Drogeriemarkt	650	3.250	390	2.600	30
Sonstiger Fachhandel	205	1.060	960		
Sonderpostenmarkt	825	930	480	320	130
gesamt	7.629	32.920	26.550	4.290	630

Quelle: BBE-Erhebung 2020

Die Nahversorgung im Einzugsgebiet konzentriert sich im Wesentlichen auf vier Standorte mit insgesamt fünf Lebensmittelmärkten (siehe Abschnitt 5.5, Karten 11 und 12). Zweifellos zeichnet sich damit auch eine besondere Wettbewerbsrelevanz zwischen den fünf Lebensmittelmärkten in Naunhof ab, gleichzeitig ist aber auch die funktionale Ergänzung innerhalb der Nahversorgungsstruktur hervorzuheben, so zum einen zwischen dem Vollsortimenter und den Lebensmitteldiscountern, zum anderen aber auch durch die Standortverteilung der Lebensmitteldiscounter und deren standortspezifische Ausstrahlung.

Mit den Getränkemärkten, dem Drogeriemarkt dm, sonstigen Fachgeschäften und dem Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt in Belgershain sind die Wettbewerbsverflechtungen der Lebensmittelmärkte aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtung und Entfernung sehr gering, so dass zunächst ein Wettbewerb zwischen den Lebensmittelmärkten in Naunhof stattfindet.

Tabelle 5: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standortstrukturen

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Innenstadt	2.755	12.980	9.320	2.970	230
Nahversorgungsstandort Brandiser Straße	1.686	8.030	6.790	630	170
Nahversorgungslage Großsteinberger Straße	840	3.530	3.110	210	60
Standort ALDI, Erdmannshainer Straße	1.135	5.120	4.550	200	70
Standort Thomas Philipps, Belgershain	690	840	460	280	100
sonstige	523	2.420	2.320		
gesamt	7.629	32.920	26.550	4.290	630

Quelle: BBE-Erhebung 2020

Aus der Tabelle 5 wird die wichtige Stellung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt auch in der Nahversorgung deutlich. Die insgesamt 10 Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten verfügen über eine Verkaufsfläche von rd. 2.750 m² und binden einen Umsatz von 13 Mio. €. Der Vollsortimenter **REWE** ist zugleich der einzige Vollsortimenter in Naunhof und im gesamten Einzugsgebiet, hat damit ein Alleinstellungsmerkmal. Eingebunden sind im Markt eine Bäckerei sowie ein Fleischer, gegenüberliegend besteht der Drogeriemarkt dm, diese Kostellation unterstreicht die Leistungsfähigkeit und Ausstrahlungskraft des Standortes.

Intensive Wettbewerbsverflechtungen bestehen zwischen den drei Lebensmitteldiscountern **ALDI** in der **Erdmannshainer Straße** (Bestandsstandort) sowie **Netto Marken-Discount** und **LIDL** in der **Brandiser Straße**, bedingt durch die Discountausrichtung sowie der Lage in der Nähe der S43, mit einer damit verbundenen stärkeren Ausrichtung auf die angrenzenden Ortsteile. Alle drei Märkte präsentieren sich bisher nicht mit dem modernsten Konzept, weshalb sie sich mit erweiterter Verkaufsfläche bzw. dem Ersatzneubau des ALDI neu aufstellen möchten.

Im südlichen Bereich existiert an der **Großsteinberger Straße** der Lebensmitteldiscounter **Penny**. Dieser hat knapp 2.000 Einwohner im fußläufigen Umfeld und ist deutlich stärker auf das südöstliche Stadtgebiet von Naunhof sowie angrenzende Ortsteile ausgerichtet. Die Immobilie zeigt sich von außen in einem veralteten Zustand, wurde jedoch von innen modernisiert, so dass sich Penny innerhalb der Immobilie mit seinem aktuellen Konzept präsentieren kann.

Um den aktuellen Besatz im Lebensmittelhandel in Naunhof sowie im weiteren Einzugsgebiet bewerten zu können, werden die realisierten Umsätze dem Nachfragepotenzial gegenübergestellt.

Tabelle 6: Aktuelle Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

	Nachfragepotenzial Einzugsgebiet	Umsatz der Angebotsstrukturen Einzugsgebiet	Kaufkraftbindung Einzugsgebiet	Saldo Einzugsgebiet
	in T€	in T€	in %	in T€
Lebensmittel	37.452	26.550	70,9	- 10.902
Drogeriewaren	5.250	4.290	81,7	- 960
Heimtierbedarf	869	630	72,5	- 239
gesamt	43.571	31.470	72,2	- 12.101

Quelle: BBE-Erhebung 2020

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2020

Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten. Über die drei nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf errechnet sich eine Bindungsquote von 72,2% im Einzugsgebiet, so dass sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 12,1 Mio. € ergibt. Dies stellt gerade für ein Grundzentrum, was Versorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweist, einen ausbaufähigen Wert dar, insbesondere auch unter Berücksichtigung der zu erwartenden Nachfrageentwicklung (vgl. Abschnitt 4). Die Abflüsse unterliegen sicherlich verschiedenen Einflussfaktoren, Pendlerbeziehungen und die Ausstrahlung des Einkaufszentrums „Pösna-Park“ in der benachbarten Gemeinde Großpösna zählen zu den ausgeprägteren Faktoren.

Ein vergleichbares Bild ergibt sich bei Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung durch Lebensmittelmärkte. Hierzu wird die Gesamtverkaufsfläche der fünf Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet ins Verhältnis zur Einwohnerzahl gesetzt und mit dem Durchschnitt in Deutschland verglichen.

Tabelle 7: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet 2020

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m²)	VKF je Objekt (m²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	26.950	23.400.000	868	3.080	282	100
Nahbereich Naunhof gesamt	15.608	5	4.908	982	3.122	314	112
Stadt Naunhof	8.731	5	4.908	982	1.746	562	199
weitere Gemeinden im Nahbereich	6.877						
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	2.001	9.800.000	4.898	41.489	118	100
Nahbereich Naunhof gesamt	15.608						
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	28.951	33.200.000	1.147	2.868	400	100
Nahbereich Naunhof gesamt	15.608	5	4.908	982	3.122	314	79
Stadt Naunhof	8.731	5	4.908	982	1.746	562	141
weitere Gemeinden im Nahbereich	6.877						

VKF = Verkaufsfläche
¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut
²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2020

Aus der obigen Tabelle wird die Versorgungsbedeutung der Lebensmittelmärkte für Naunhof sowie die weiteren Gemeinden deutlich. Wird nur der Dichte-Index über alle Betriebsformen für Naunhof betrachtet, ergibt sich zunächst ein überdurchschnittlicher Wert von 141%, da 562 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner vorhanden sind. Werden weiterführend die grundzentralen Funktionen für Belgershain und Parthenstein einbezogen, ergibt sich ein Besatz von lediglich 314 m² je 1.000 Einwohner, was einem Dichte-Index von 79% entspricht, der damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Die Bewertungen zur Verkaufsflächenausstattung und zur Bindungsquote in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten veranschaulichen: Die aktuelle Nachfragebindung wird annähernd der kommunalen Funktion im Stadtgebiet gerecht, nicht jedoch den grundzentralen Versorgungsfunktionen.

In der nachstehenden Tabelle wird der Dichte-Index bei Realisierung aller vier Vorhaben sowie einem Anstieg der Einwohnerzahl in Naunhof bis 2030 auf 10.500 Einwohner (konkretes Szenario auf Grundlage der neuen Wohngebiete) und einer gleichbleibenden Einwohnerentwicklung in Parthenstein in Belgershain, dargestellt.

Tabelle 8: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch geplante Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet 2020 und 2030

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m ²)	VKF je Objekt (m ²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m ²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	26.950	23.400.000	868	3080	282	100
Nahbereich Naunhof gesamt 2020	15.608	5	6.155	1.231	3.122	394	140
Stadt Naunhof 2020	8.731	5	6.155	1.231	1.746	705	250
weitere Gemeinden im Nahbereich 2020	6.877						
Nahbereich Naunhof gesamt 2030	17.377	5	6.155	1.231	3.475	354	126
Stadt Naunhof 2030	10.500	5	6.155	1.231	2.100	586	208
weitere Gemeinden im Nahbereich 2030	6.877						
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	2.001	9.800.000	4.898	41.489	118	100
Nahbereich Naunhof gesamt 2020	15.608						
Nahbereich Naunhof gesamt 2030	17.377						
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.019.213	28.951	33.200.000	1.147	2.868	400	100
Nahbereich Naunhof gesamt 2020	15.608	5	6.155	1.231	3.122	394	99
Nahbereich Naunhof gesamt 2030	17.377	5	6.155	1.231	3.475	354	89

VKF = Verkaufsfläche
¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut
²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Berechnung: BBE Handelsberatung, Februar 2020

Werden sich die vier Lebensmittelmärkte wie geplant erweitern, ergibt sich mit der aktuellen Einwohnerzahl im Einzugsgebiet ein Dichte-Index von 99%, wird die positive Einwohnerentwicklung bis 2030 mit den neu geplanten Wohngebieten mitberücksichtigt, wird der Dichte-Index auf 89% durch die höhere Einwohnerzahl absinken. Dies verdeutlicht, dass innerhalb des Einzugsgebietes bei Realisierung aller Vorhaben in Bezug zur Verkaufsflächenausstattung für ein Grundzentrum, sowohl mit der aktuellen als auch der zukünftigen Einwohnerzahl kein Überbesatz vorhanden wäre, was bereits aus der Bindungsquote deutlich wurde.

Es ist davon auszugehen, dass die Vorhaben mit vier modernen Lebensmitteldiscounter und einem modernen Vollsortimenter eine erweiterte Zielgruppenansprache erreichen kann und damit ein Teil der bisherigen Kaufkraftabflüsse an das Grundzentrum Naunhof gebunden wird.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Insgesamt 28 wettbewerbsrelevante Anbieter im Einzugsgebiet verfügen derzeit über rd. 7.600 m² Einzelhandelsfläche und binden einen Gesamtumsatz von ca. 32,9 Mio. €, darunter ca. 31,5 Mio. € für Lebensmittel und Nonfood I.
- Wichtigste Träger der Nahversorgung sind die fünf Lebensmittelmärkte. Der vorhandene Drogeriemarkt, das Lebensmittelhandwerk, die Getränkemarkte sowie der Sonderpostenmarkt haben allerdings eine wichtige ergänzende Nahversorgungsfunktion.
- Alle fünf Lebensmittelmärkte sind dem Naunhofer Kernort zuzuordnen. In den weiteren Naunhofer Ortsteilen sowie in den Gemeinden Belgershain und Parthenstein existieren keine weiteren Lebensmittelmärkte.
- Aus der aktuellen Bindungsquote von 72,2% für nahversorgungsrelevante Sortimente bzw. dem damit verbundenen Kaufkraftabfluss von 12,1 Mio. € sowie einer Verkaufsflächenausstattung durch Lebensmittelmärkte im gesamten grundzentralen Einzugsgebiet von lediglich 79% wird deutlich, dass die aktuellen Angebotsstrukturen den grundzentralen Versorgungsfunktionen nicht vollumfänglich gerecht werden und Entwicklungspotenziale im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere auch durch die erwartete Einwohnerentwicklung, durch eine adäquate Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen aufgegriffen werden können.

7. Auswirkungsanalyse

7.1. Umsatzprognosen der Planvorhaben

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird für alle Planvorhaben nachfolgend zunächst eine individuelle Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der Flächenproduktivitäten, die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Kaufkraft, der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet und der Wettbewerbssituation realistischerweise an sich binden kann.

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung der Projektvorhaben, wird im Rahmen einer Modellrechnung jeweils die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognosen bauen folglich auf die bestehenden, regionalen Standortstrukturen auf, berücksichtigen die aktuelle, anbieterspezifische Kundenbindung im Einzugsgebiet sowie die mit den Versorgungsfunktionen des Projektvorhabens zu erwartende Kundenorientierung und werden in den nachfolgenden Abschnitten in ihrer Wechselwirkung und der städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Nachfolgende Tabelle fasst die aktuell relevanten Planvorhaben hinsichtlich der Verkaufsflächenentwicklung und der Umsatzerwartung zusammen:

Tabelle 9: Veränderung des Umsatzes durch die vier Planvorhaben

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung	darunter Food+Non-Food I	darunter Non-Food II
REWE (Ladestraße)					
Lebensmittelmarkt (Bestand)	1.644 m ²	4.850 €/m ²	8.000 T€	7.700 T€	230 T€
Lebensmittelmarkt (Planvorhaben)	1.980 m ²	4.450 €/m ²	8.800 T€	8.500 T€	250 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung	336 m ²		800 T€	800 T€	20 T€
LIDL (Brandiser Str.)					
Lebensmittelmarkt (Bestand)	799 m ²	5.000 €/m ²	4.000 T€	3.800 T€	210 T€
Lebensmittelmarkt (Planvorhaben)	1.065 m ²	4.500 €/m ²	4.800 T€	4.600 T€	250 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung	266 m ²		800 T€	800 T€	40 T€
Netto Marken-Discount (Brandiser Str.)					
Lebensmittelmarkt (Bestand)	826 m ²	4.300 €/m ²	3.600 T€	3.300 T€	230 T€
Lebensmittelmarkt (Planvorhaben)	1.070 m ²	4.000 €/m ²	4.300 T€	3.900 T€	270 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung	244 m ²		700 T€	600 T€	40 T€
ALDI (Erdmannshainer Str.)					
Lebensmittelmarkt (Bestand)	799 m ²	4.900 €/m ²	3.900 T€	3.600 T€	300 T€
Getränkemarkt (Bestand)	250 m ²	2.500 €/m ²	600 T€	600 T€	
Lebensmittelmarkt (Planvorhaben)	1.200 m ²	4.400 €/m ²	5.300 T€	4.900 T€	410 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung abzgl. Getränkemarkt	151 m ²		800 T€	700 T€	110 T€
Verkaufsflächen- / Umsatzentwicklung gesamt	997 m²		3.100 T€	2.900 T€	210 T€

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Im Vergleich zur aktuellen Verkaufsfläche wird sich die Verkaufsfläche beim REWE-Markt um 336 m², beim LIDL-Markt um 266 m², beim Netto-Markt um 244 m² und beim ALDI-Markt um 401 m² erhöhen, wobei der Getränkemarkt mit 250 m² Verkaufsfläche entfallen soll. Insgesamt beträgt somit die zusätzliche Verkaufsfläche der vier Planvorhaben 997 m².

Für die vier Märkte werden unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situationen (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) im „Worst-Case-Szenario“ von folgenden Flächenproduktivitäten nach Erweiterung ausgegangen:

- Der **REWE-Markt** befindet sich zentral in Naunhof, ist mit allen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen, hat hohe Kopplungspotenziale mit den Anbietern im direkten Umfeld, ist der einzige Vollsortimenter im Einzugsgebiet und präsentiert sich in einer modernen Immobilie, die erweitert werden soll. Insofern ist mit 4.450 €/m² auch perspektivisch mit einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität zu rechnen. Bei einem zukünftigen Umsatz von rd. 8,8 Mio. € errechnet sich ein Mehrumsatz von ca. 0,8 Mio. €.
- Die höchste Flächenproduktivität im Naunhofer Stadtgebiet wird auch weiterhin der Lebensmitteldiscounter **LIDL** mit einer Flächenproduktivität 4.500 €/m² erreichen. Diese ist für den Betreiber LIDL zwar unterdurchschnittlich, jedoch kann der Gesamtumsatz mit der Realisierung der Grünstadt Naunhof und weiterer Wohngebiete im nördlichen Bereich von Naunhof deutlich steigen. Für den LIDL-Markt wird ein perspektivischer Gesamtumsatz von 4,8 Mio. € prognostiziert, so dass ein zusätzlicher Umsatz von 0,8 Mio. € erwartet wird.
- Mit einer Flächenproduktivität von 4.000 €/m² ist eine für **Netto Marken-Discount** annähernd durchschnittliche Flächenproduktivität zu erwarten, selbst für die überdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung des Vorhabens.¹⁵ Daraus ergibt sich ein Umsatz von rd. 4,3 Mio. €, was einem zusätzlichen Umsatz von rd. 0,7 Mio. € entspricht.
- Infolge der Verlagerung und damit verbundenen Verkaufsflächenerweiterung des **ALDI**-Marktes wird sich der Umsatz auf 5,3 Mio. € erhöhen. Dies entspricht einem Umsatzzuwachs von rd. 1,4 Mio. € für den ALDI-Markt, durch die Schließung des Getränkemarktes wird der Umsatz am Standort nur um 0,8 Mio. € ansteigen. Der durchschnittliche Netto-Umsatz für eine Verkaufsstelle der ALDI-Regionalgesellschaft beträgt 3,95 Mio. €¹⁶. Somit wird nach Verlagerung mit einem überdurchschnittlichen Umsatz gerechnet.

Für alle Anbieter ist festzuhalten, dass die Umsatzleistung durch die Verkaufsflächenerweiterung nicht adäquat zur Verkaufsfläche ansteigt. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Nach Auskunft der Vorhabenträger werden die geplanten Erweiterungsmaßnahmen nur zu einem geringeren Anteil der Ausweitung des Sortimentsangebotes führen. Vielmehr haben die Erweiterungen den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Die vier Märkte sind seit Jahren im Stadtgebiet etabliert, sie erschließen bereits gegenwärtig Nachfragesegmente des täglichen Bedarfs innerhalb ihrer Einzugsgebiete. Durch die Erweiterung der Lebensmittelmärkte werden sich die Einkaufsorientierungen bei einer Erweiterung und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher nicht wesentlich verändern.

Werden die Planumsätze über alle Vorhaben aggregiert, wird ein Mehrumsatz von 3,1 Mio. € erwartet, davon entfallen ca. 2,9 Mio. € auf Food und Non-Food I und lediglich rd. 0,2 Mio. € auf Nonfood II, da der Verkaufsflächenanteil bei allen Anbietern unter 10% beträgt.

¹⁵ Die Spannweite einer durchschnittlichen Flächenproduktivität der Anbieter REWE, LIDL und Netto Marken-Discount variiert stark zwischen Regionen. Bundesdurchschnittlich liegt der Wert bei 7.400 Euro/m² für den Anbieter LIDL, 4.250 Euro/m² für den Anbieter Netto Marken-Discount und 4.010 €/m² für REWE (vgl. Retail real estate report germany 2019 | 2020, S.31).

¹⁶ Bundesanzeiger: Jahresabschluss zum Geschäftsjahr vom 01.01.2018 bis zum 31.12.2018 der ALDI GmbH & Co. Beucha KG

7.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz bei Erweiterung der Verkaufsflächen der vier Lebensmittelmärkte prognostiziert und damit die absatzwirtschaftliche Bedeutung des Projektstandortes als "Worst-Case-Szenario" abgeschätzt. Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit einer Modernisierung der Märkte und einer Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, sowohl aus der erwarteten Bevölkerungs- und Nachfrageentwicklung resultiert als auch zu stärkeren Wechselwirkung der Vorhabenstandorte untereinander führen kann.

Dieses absehbare Wechselspiel ist in nachfolgender Modellrechnung detailliert zu untersuchen. Insbesondere nach städtebaulichen und raumordnerischen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Fügen sich die Planvorhaben in ihrer Summenwirkung in die Nachfrageentwicklung des Grundzentrums Naunhof ein? Führen die Wettbewerbseffekte der Lebensmittelmärkte untereinander zu einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches?

Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher und / oder raumordnerischer Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnungsnahe Versorgung zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzumverteilungsquoten zwischen den vier Lebensmittelmärkten, die eine Erweiterung anstreben und den weiteren Anbietern im Einzugsgebiet sowie die prognostizierte zusätzliche Rückgewinnung bisheriger Kaufkraftabflüsse. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so werden beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten jeweils mitberücksichtigt.

Wie aus der Modellrechnung hervorgeht, ergibt sich der **Mehrumsatz einerseits durch das starke Potenzialwachstum bis 2030 von 6,3 Mio. € (siehe Tabelle 3 in Abschnitt 4), andererseits aus der Umverteilung gegenüber bestehenden Angebotsstrukturen** im Einzugsgebiet.

Der Mehrumsatz der vier Planvorhaben kann rechnerisch vollumfänglich aus den zusätzlichen Potenzialen aus dem Einzugsgebiet abgedeckt werden. Tatsächlich ist aber bei gleichzeitiger Modernisierung von vier Lebensmittelmärkten auch eine zunehmende Wettbewerbsintensität zu erwarten.

Das Potenzialwachstum entwickelt sich durch die neuen Wohngebiete bis 2030 nach und nach, weshalb in einer vorsichtigen Bewertung der Modellrechnung zunächst von der Hälfte des zusätzlichen Potenzials ausgegangen wird. Darüber hinaus ist wie bisher mit einer Bindungsquote von 72,2% nicht von einer vollständigen Bedarfsdeckung auszugehen, so dass die Märkte rd. 75% des zusätzlichen Potenzials binden können. Hieraus ergibt sich eine Partizipation der Lebensmittelmärkte am zusätzlichen Nachfragepotenzial von 2,4 Mio. €.

Tabelle 10: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort

Standortentwicklungen REWE, Netto, LIDL, ALDI	Zusätzliche Verkaufsfläche	Mehrumsatz Food + Nonfood I	Mehrumsatz Nonfood II
REWE-Erweiterungsvorhaben	336 m²	0,80 Mio. €	0,02 Mio. €
Netto Marken-Discount-Erweiterungsvorhaben	266 m²	0,80 Mio. €	0,04 Mio. €
Lidl-Erweiterungsvorhaben	244 m²	0,60 Mio. €	0,04 Mio. €
Aldi-Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben	151 m²	0,70 Mio. €	0,11 Mio. €
Summe Mehrumsatz aller vier Standorte		2,90 Mio. €	0,19 Mio. €
Wettbewerb REWE / Netto / LIDL / ALDI untereinander		0,46 Mio. €	
Lage	Planumsatz	Umsatzumverteilung	
Standort REWE, ZVB Innenstadt	8,50 Mio. €	1%	Standortspezifisch nicht ausweisbar
Standort LIDL, Brandiser Straße	4,60 Mio. €	3%	
Standort Netto Marken-Discount, Brandiser Straße	3,90 Mio. €	3%	
Standort ALDI, Erdmannshainer Straße	4,90 Mio. €	3%	
Umverteilung gegenüber sonstigen Wettbewerbsstandorten		0,07 Mio. €	
Lage	aktueller Umsatz	Umsatzumverteilung	
Weitere Anbieter ZVB Innenstadt	4,8 Mio. €	0%	
Standort Penny, Großsteinberger Straße	3,4 Mio. €	2%	
Standort Thomas Philipps, Belgershain	0,8 Mio. €	0%	
Sonstige	2,3 Mio. €	0%	
Partizipation der Lebensmittelmärkte an zusätzlichem Potenzial (6,3 Mio. €) bis 2030		2,37 Mio. €	

Quelle: Eigene Berechnungen

Von den Mehrumsätzen von 2,9 Mio. € werden 2,37 Mio. € durch den Anstieg des Nachfragepotenzials generiert, somit resultieren 0,53 Mio. € aus Umverteilungen. Hierbei wird zwischen den Umverteilungen der vier Planvorhaben untereinander und den Umverteilungen gegenüber den sonstigen Angebotsstrukturen unterschieden.

So ist nicht zu erwarten, dass die vier zu erweiternden Lebensmittelmärkte ihre Planumsätze vollumfänglich erzielen können, wenn gleichzeitig die Attraktivität der weiteren Anbieter steigt und somit auch die Wettbewerbsintensität zwischen den vier Lebensmittelmärkten. Insgesamt ergibt sich eine Umsatzumverteilung zwischen den vier Vorhaben von 0,46 Mio. €. Städtebauliche Auswirkungen sind aus den Umverteilungen auszuschließen, die vier Lebensmittelmärkte werden durch die geplanten Erweiterungen mehr Umsatz als beim Ist-Zustand erwirtschaften können, auch wenn dieser jeweils geringer ausfällt, als wenn nur einer der Märkte erweitern würde.

Besonders stark ist dabei die Wettbewerbsverflechtung zwischen den drei betriebstypengleichen Lebensmitteldiscountern **ALDI, LIDL und Netto Marken-Discount**, welche sich zudem im nördlichen Bereich der Kernstadt in der Nähe der S43 befinden. Es wird unter Berücksichtigung der Schließung des Getränkemarkts am Standort des ALDI-Marktes bei einer vergleichbaren Verkaufsflächenerweiterung jeweils mit einer Umverteilungsquote von 3% gerechnet.

Mit dem **REWE-Markt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** sind die Wettbewerbsverflechtungen deutlich geringer. Der REWE-Markt ist der einzige Vollsortimenter im Stadtgebiet von Naunhof und durch seine zentrale Lage weniger auf die weiteren nordwestlichen Stadtteile und das nördliche Stadtgebiet ausgerichtet. Die Umverteilungsquote von einem Prozent widerspiegelt die Wettbewerbssituation für den dominierenden Standort im Stadtgebiet.

Der **Penny-Markt in der Großsteinberger Straße** ist vorrangig auf das umliegende Wohnumfeld im südöstlichen Stadtbereich ausgerichtet und wurde innerhalb des Einzelhandelskonzeptes deshalb als Nahversorgungslage ausgewiesen. Der Standort steht folglich bei einer stärkeren Ausrichtung auf das südöstliche Stadtgebiet sowie angrenzender Ortsteile in geringerem Maße im Wettbewerb. Mit einer Umverteilungsquote von 2% und einem prognostiziertem Umsatzrückgang von weniger als 0,1 Mio. € bleiben die Umverteilungen auf sehr geringem Niveau.

Die sonstigen Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten stehen aufgrund einer spezialisierten Sortimentsausrichtung oder aufgrund der Entfernung nur geringfügig im Wettbewerb. Die Umverteilungen sind einzelbetrieblich nicht messbar.

Bei **Non-Food II-Sortimenten** wird ein Mehrumsatz von 0,2 Mio. € ausgewiesen. Deren Umsatzherkunft aus Umverteilungseffekten gegenüber den maßgeblichen Wettbewerbsstandorten ist grundsätzlich mit den projektrelevanten Kernsortimenten vergleichbar. Dieser verteilt sich jedoch auf eine große Anzahl von Sortimenten und Anbietern, weshalb eine Aufgliederung auf einzelne Standorte modelltheoretisch nicht nachweisbar ist.

7.3. Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsentwicklungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

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

Mit den beschriebenen Planvorhaben im Stadtgebiet Naunhof sind differenzierte Entwicklungen zu erwarten, die auf die Nachfrageentwicklungen und Nahversorgungsfunktionen abgestimmt sind, in diesem Kontext folglich nicht zu negativen städtebaulichen Auswirkungen führen. Dies gründet sich im Einzelnen auf folgende Anhaltspunkte:

- **Planvorhaben entsprechen der Modernisierung und Attraktivitätssteigerung bestehender Lebensmittelmärkte**

Die Lebensmittelmärkte stellen sich als wichtige Nahversorger in der Stadt Naunhof und weiterführend für die grundzentralen Versorgungsfunktionen dar. Die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen und die damit verbundene Modernisierung der Märkte sind als derzeit branchentypische Entwicklung und Anpassung an aktuelle, marktfähige Konzepte zu bewerten. Durch die geplante Modernisierung werden wichtige Nahversorgungsstandorte nachhaltig gesichert und gestärkt.

- **Verkaufsflächenanteil der nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente bleibt auch nach den Verkaufsflächenerweiterungen jeweils unterhalb von 10% - Planvorhaben zielen auf die Funktion als großflächige Nahversorger**

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln und Drogerieartikeln.

In diesem Zusammenhang sei sowohl auf die Bestandssituation als auch auf die Projektplanungen (Abschnitt 5) verwiesen. Das aktuelle Angebotskonzept der vier Lebensmittelmärkte konzentriert sich fast ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente, auf Food- und Non-Food I-Sortimente entfallen mehr als 90% der Verkaufsfläche.

Auch mit der Realisierung der Erweiterung der vier Märkte wird der Anteil der Non-Food II-Sortimente unterhalb von einem Anteil von 10% bleiben. Folglich zielen die Projektvorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf über 90% der Verkaufsfläche aus Sicht des Angebotskonzeptes klar auf die städtebauliche Besonderheit großflächiger Nahversorger ab.

- **Städtebaulich integrierte Standorte der Planvorhaben**

Städtebaulich integrierte Lebensmittelmärkte sind für die Wohnbevölkerung gut erreichbar und sichern mit ihren nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten die verbrauchernahe Grundversorgung der Bevölkerung.

- Der Vollsortimenter REWE ist Teil der Naunhofer Innenstadt und befindet sich umgeben von Wohn- und Geschäftshäusern sowie der Bahnlinie in zentraler Lage der Kernstadt Naunhof. Der Standort verfügt mit dem nahen Bahnhof sowie der Bushaltestelle über eine sehr gute ÖPNV-Anbindung. Dazu ist durch die zentrale Lage eine sehr gute Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Rad gegeben. Der Standort ist dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zugeordnet. Die Einbindung eines Vorhabenstandortes innerhalb einer städtebaulich angestrebten Zentrenstruktur ist bereits ein gewichtiges Indiz für eine städtebauliche

Verträglichkeit, soweit die Größendimensionierung des Planvorhabens auch auf die spezifischen Versorgungsfunktionen abgestimmt ist.¹⁷

- Für die beiden Lebensmitteldiscounter von LIDL und Netto Marken-Discount an der Brandiser Straße ist ebenfalls eine städtebaulich integrierte Lage zu konstatieren. Im Umfeld werden zu den bestehenden Wohngebäuden direkt südlich der Tankstelle ein Wohnkomplex und östlich der Bahngleise die Grünstadt Naunhof mit 450 neuen Wohneinheiten entstehen. Vor dem Hintergrund, dass ein wesentlicher Anteil aus Einfamilienhäusern bestehen wird, ist mit zusätzlich ca. 1.000 neuen Einwohnern gemeinsam mit dem südlichen Wohnkomplex zu rechnen. Eine Brücke über die neue Osttangente von Naunhof stellt eine fußläufige Erreichbarkeit der Bevölkerung zu den Lebensmittelmärkten Netto und LIDL her, so dass diese beiden Märkte stärker wohnungsnah Versorgungsfunktionen aufweisen. Über die Bushaltestelle Brandiser Straße ist der Standort auch weiterhin mit dem ÖPNV zu erreichen, so dass wesentliche Merkmale für eine integrierte Lage gegeben sind.
- Der bestehende ALDI-Lebensmitteldiscounter an der Erdmannshainer Straße verfügt aktuell über keine integrierte Lage, wie bereits im Einzelhandelskonzept festgestellt wurde. Allerdings wird sich dies durch die geplante Verlagerung des Marktes in südlicher Richtung näher an die bestehenden Siedlungen heran ändern. Dazu entstehen im neu geplanten Familienwohnpark im Sonnenwinkel mit 80-100 Wohneinheiten weitere Wohngebäude und eine neue Bushaltestelle wird die ÖPNV-Erreichbarkeit herstellen, so dass eine städtebaulich integrierte Lage zukünftig gegeben ist.

■ **Sicherung der verbrauchernahen Grundversorgung – Lebensmittelmärkte sprechen ein fußläufiges Nahversorgungsumfeld an**

Zu den potenziellen städtebaulichen Auswirkungen zählt weiterhin die Gefährdung einer verbrauchernahen Grundversorgung. Eine derartige Gefährdung kann ausgeschlossen werden, wenn ein Planvorhaben in städtebaulich integrierter Lage selbst der verbrauchernahen Versorgung dient. Anknüpfungspunkt ist für das einzelne Vorhaben die oben bereits dargelegte integrierte Lage in der Naunhofer Kernstadt mit eigenständiger Nahversorgungsbedeutung(siehe auch Abschnitt 5.5).

- Grundsätzlich ist für die Nahversorgung der Stadt Naunhof mit fünf Lebensmittelmärkten und ergänzenden Getränkemärkten sowie Fachgeschäften eine Struktur vorzufinden, welche eine fußläufige Versorgung im Kernort sicherstellt und mit einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit auch die weiteren Ortsteile sowie Parthenstein und Belgershain versorgt. Wie bereits im Einzelhandelskonzept deutlich wurde, ist diese Struktur zu sichern und zu qualifizieren, der zentrale Versorgungsbereich kann jedoch nicht allein die Nahversorgung sicherstellen.
- Die Einwohnerentwicklung war in den letzten Jahren positiv und wird auch perspektivisch weiter ansteigen. Insbesondere im Umfeld der vier Märkte mit neuen Wohngebieten wird die Einwohnerzahl ansteigen. Insofern fügen sich die vier Vorhaben in die Einwohnerentwicklung und in die Siedlungsstruktur der Stadt Naunhof ein, was die besondere städtebauliche Situation für die vier Vorhaben in Naunhof verdeutlicht.
- Der Vollsortimenter REWE hat rd. 1.550 Einwohner im 500 m-Radius und spricht damit bereits im Ist-Zustand eine hohe Einwohnerzahl in der Kernstadt an, welche sich mit der geplanten Entwicklung der Grünstadt Naunhof und des Wohngebiets Melanchthonstraße weiter erhöhen wird. Gemeinsam mit den weiteren Anbietern der Innenstadt und als einziger Vollsortimenter in Naunhof, Belgershain und Parthenstein hat der Vollsortimenter darüber hinaus wohnortnahe Versorgungsfunktionen für die Naunhofer Ortsteile sowie die beiden

¹⁷ vgl. OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

weiteren Gemeinden im Verflechtungsbereich. Durch die Erweiterung wird es auch möglich sein, Lebensmittel, die bei REWE online bestellt werden, abzuholen.

- Im 500 m-Radius der beiden Märkte von Netto Marken-Discount und LIDL leben ca. 650 Einwohner, durch den südlichen Wohnkomplex sowie die Grünstadt Naunhof wird sich die wohnungsnahе Versorgungsbedeutung im direkten Umfeld ebenfalls deutlich erhöhen. Aufgrund der Nähe zur S43 können die beiden Lebensmittelmärkte darüber hinaus wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktionen für die weiteren Ortsteile wahrnehmen, in denen keine Lebensmittelmärkte existieren.
- Dies gilt ebenfalls für den ALDI-Lebensmitteldiscounter an der Erdmannshainer Straße, der auch nach Verlagerung sehr gut für die westlichen und nördlichen Ortsteile erreichbar ist. Durch die Verlagerung und das geplante Wohngebiet am Verlagerungsstandort wird sich die wohnungsnahе Versorgungsbedeutung des Lebensmittelmarkts im westlichen Stadtgebiet deutlich erhöhen.

■ **Planvorhaben führen zu einer Stärkung der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet von Naunhof und zu begrenzten Wettbewerbseffekten in den Bestandsstrukturen**

Der Umsatz der bestehenden vier Lebensmittelmärkte trägt bereits rd. 84% zum prognostizierten Planumsatz bei. Ein zu erwartender Mehrumsatz von insgesamt 3,1 Mio. € resultiert gemäß dem „Worst-Case-Szenario“ der Modellrechnung zu 2,9 Mio. € in den Kernsortimenten Food und Non-Food I aus Umverteilungseffekten. Die Modellrechnung zeigt jedoch auf, dass die zu erwartenden Umverteilungseffekte in den Bestandsstrukturen stets auf einem geringen, verträglichen Niveau verbleiben, die höchste Umverteilungsquote von lediglich 2% bezieht sich auf den Penny-Lebensmitteldiscounter in Naunhof.

■ **Planvorhaben führen zu keinen städtebaulich-relevanten Auswirkungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in der Stadt Naunhof**

Die Stadt Naunhof verfügt über ein Einzelhandelskonzept und damit über eine planerische Ausweisung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Mit der Erweiterung des Vollsortimenters REWE wird der zentrale Versorgungsbereich wesentlich gestärkt ohne die weiteren Anbieter zu gefährden, die Umverteilungen verbleiben unterhalb der Messbarkeitsschwelle.

Die drei weiteren Lebensmittelmärkte von ALDI, LIDL und Netto Marken-Discount werden ebenfalls durch die geplanten Erweiterungen gesichert und gestärkt. Die Umverteilungen auf die Nahversorgungslage Erdmannshainer Straße (Penny) bleiben dabei auf geringem Niveau und werden gerade vor dem Hintergrund der weiterhin positiven Einwohnerentwicklung und dem von innen modernen Markt mit der höchsten Einwohnerzahl im direkten Umfeld (rd. 2.000 Einwohner) keine städtebauliche Relevanz haben. Für alle weiteren Betriebe bleiben Umverteilungen auf marginalem Niveau.

■ **Keine städtebaulich-relevanten Wechselwirkungen mit Nachbargemeinden**

Zum abgegrenzten Einzugsgebiet des Projektstandortes gehören weiterhin die Gemeinden Parthenstein und Belgershain. In diesen gibt es bis auf Lebensmittelhandwerksbetriebe und ein Teilsortiment eines Sonderpostenmarktes kein Nahversorgungsangebot. Entsprechend kann die dortige Bevölkerung von einem verbesserten Angebot von Lebensmittelmärkten in Naunhof profitieren. Schädliche Auswirkungen auf die dortigen Betriebe sind aufgrund der Entfernung und der unterschiedlichen Ausrichtung der Anbieter auszuschließen.

■ **Verträglichkeit des induzierten Verkehrs**

Das Einzugsgebiet der Lebensmittelmärkte wird sich durch die jeweils begrenzten Verkaufserweiterungen nicht vergrößern, der zusätzliche Umsatz wird fast ausschließlich im abgegrenzten Einzugsgebiet gebunden. Das zu erwartende Kundenaufkommen erhöht sich damit nur geringfügig und kann aufgrund der integrierten Lagen der Projektstandorte, welche sowohl fußläufig, mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV und dem Auto erreicht werden können, nur marginal steigen.

7.4. Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Naunhof

Die Stadt Naunhof verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2018. Das im Rahmen des Konzeptes erarbeitete Standortkonzept für die Stadt legt ein hierarchisches Zentrensystem ergänzt durch Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht. Der REWE-Markt befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und die beiden Märkte von LIDL und Netto Marken-Discount im Nahversorgungsstandort Brandiser Straße. Durch die nichtvorhandene integrierte Lage des bestehenden ALDI-Marktes an der Erdmannshainer Straße wurde der Bestandsstandort nicht in die Zentrenstruktur integriert (siehe Abschnitt 3), der ALDI-Verlagerungsstandort bedarf einer Neubewertung.

Im Abschnitt 4.2.2 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde die Erweiterungen der beiden Märkte und LIDL und Netto Marken-Discount unter städtebaulichen Gesichtspunkten bereits geprüft und eine Erweiterung empfohlen. Vor dem Hintergrund der beiden aktuellen Vorhaben von ALDI und REWE erfolgt allerdings auch eine Gesamtbetrachtung aller vier Vorhaben.

Zur Umsetzung des Konzeptes der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Naunhof wurden innerhalb des Konzeptes Leitlinien definiert. Folgende Leitlinien sind für die vier Lebensmittelmarktvorhaben relevant:

„Leitlinie 1 – Priorität der innerstädtischen Entwicklung:

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität. Die Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten bedeutet eine Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb der lokalen Einzelhandelsstandorte. Dazu ist es notwendig, dass fortlaufend einzelhandelsbezogene Maßnahmen zur Aufwertung des zentralen Versorgungsbereiches umgesetzt werden.

Weiterhin sollten auch Komplementärfunktionen sowie vor allem die Gastronomie verstärkt entwickelt werden, um eine hohe Funktionsvielfalt in der Innenstadt zu gewährleisten. Die Ansiedlungsbemühungen sollten durch städtebauliche Maßnahmen unterstützt werden (bspw. attraktive Stadtmöblierung, Sicherung der ÖPNV-Erreichbarkeit, ausreichendes Stellplatzangebot, barrierefreie Laufwege).

Die bestehende Gebäudesubstanz bietet Entwicklungsmöglichkeiten bzw. kann durch einen Ersatzneubau auch mit einem neuen Lebensmitteldiscounter ein neuer Magnetanbieter in die Naunhofer Innenstadt integriert werden und zur Frequenzsteigerung beitragen.

Auch zukünftig sollten die Kundenströme gezielt in das Innenstadtzentrum gelenkt werden, um somit einen Funktionsverlust der Naunhofer Innenstadt abzuwenden. Dies ist für die Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Naunhofer Innenstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Leitlinie 5 – Steuerung der Ergänzungsstandorte:

In den bestehenden Ergänzungsstandorten werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert. Eine konsequente Ausrichtung an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist zwingend.

Grundzentrale Versorgungsfunktionen werden in der Stadt Naunhof ergänzend zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von den ausgewiesenen Ergänzungsstandorten großflächiger Einzelhandel wahrgenommen. Zukünftige Standortentwicklungen an den Ergänzungsstandorten ordnen sich der Priorität der zentralen Versorgungsbereiche und der wohngebietsintegrierten Versorgung unter. Folglich sind Entwicklungen an den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels stets in ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ausgewiesene Nahversorgungsstandorte zu prüfen. Das Zentrenkonzept regelt eine klare Funktionszuweisung (vgl. Abschnitt 5.3) und begrenzt die Zulässigkeit auf städtebaulich verträgliche Einzelhandelsnutzungen.

Leitlinie 6 - Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes begrenzen:

Neuansiedlungen sowie die Erweiterung und Sortimentsveränderungen bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentren- und Standortstruktur integriert sind, sollen für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Ausnahmen von dieser Empfehlung können nur bei Einhaltung folgender Kriterien zugelassen werden:

Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Leitlinie 4 (Naunhofer Nachbarschaftsläden).

oder

Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der „Naunhofer Sortimentsliste“ zu mindestens 90 % als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente überschreitet 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 75 m² begrenzt und der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche verbunden ist.

Ausnahmsweise zulässig sind auch Tankstellenshops sowie Einzelhandelsbetriebe, die in unmittelbarem räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen, keine zentrenrelevanten Sortimente gemäß der ortsspezifischen Sortimentsliste („Naunhofer Sortimentsliste“) führen und nicht mehr als 10 von Hundert der mit dem Betriebsgebäude überbauten Fläche als Verkaufs- und Ausstellungsfläche haben.“¹⁸

Auf Basis der Leitlinien ist zu den vier Vorhaben festzustellen:

- Der REWE-Markt befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, welcher gemäß Leitlinie 1 prioritär zu entwickeln ist. Die geplante Erweiterung des Marktes sichert und stärkt den Magnetanbieter der Innenstadt und trägt damit zur prioritären Entwicklung der Innenstadt bei. Das Vorhaben ist somit kompatibel mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Naunhof.
- Die ergänzenden Nahversorgungsstandorte werden zur Sicherung einer verbrauchernahen Grundversorgung aufgrund der besonderen städtebaulichen Situation der Stadt Naunhof ausgewiesen. Sie zielen jeweils auf eigenständige Versorgungsfunktionen in Teilbereichen der Kernstadt, in den peripheren Ortsteilen und als grundzentrale Funktion für Parthenstein und Belgersheim.
- Die beiden Märkte von LIDL und Netto Marken-Discount befinden sich am Ergänzungsstandort Nahversorgung in der Brandiser Straße, so dass Leitlinie 5 für die beiden Vorhaben relevant ist. Die Nahversorgungsfunktion der beiden Märkte wurde bereits im Zentrenkonzept geprüft, weshalb eine Einordnung als Nahversorgungsstandort erfolgte. Auch unter Berücksichtigung der erweiterten Wettbewerbswirkung durch die beiden Vorhaben von REWE und ALDI können schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Nahversorgungslage Großsteinberger Straße ausgeschlossen werden, so dass die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept kompatibel sind.
- Der Verlagerungsstandort des ALDI-Marktes befindet sich bisher außerhalb der Zentrenstruktur der Stadt Naunhof, hierzu ist Leitlinie 6 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes relevant. Aus dieser wird deutlich, dass eine Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht zulässig ist. Allerdings ist zu beachten, dass es sich um eine Verlagerung eines bestehenden Lebensmittelmarktes an einen integrierten Standort handelt, welcher zukünftig stärker eigenständige, wohnungsnaher Versorgungsfunktionen im westlichen Bereich der Kernstadt hat und auch weiterhin wichtig für die wohnortnahe Versorgungsfunktion der weiteren Ortsteile ist.

¹⁸ Stadt Naunhof: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentren-konzeptes für die Stadt Naunhof, S. 57 ff.

Insofern wird auf Basis der aktuellen Entwicklung empfohlen, den ALDI-Verlagerungsstandort als Nahversorgungslage in Ergänzung zum bestehenden Einzelhandelskonzept auszuweisen.

Insgesamt sind die vier Vorhaben als sinnvolle Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur in Naunhof zu bewerten, welche sich in die positive Einwohnerentwicklung in Naunhof in den letzten Jahren und auch in Zukunft einfügt.

7.5. Bewertung der Kompatibilität der gesamtstädtischen Entwicklung von Lebensmittelmärkten in Naunhof mit den raumordnerischen Zielen

Gemessen an den Zielen des Landesentwicklungsplanes Sachsen 2013 sind die Planvorhaben in Naunhof wie folgt zu werten:

Z 2.3.2.2 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.

- Die Stadt Naunhof ist als Grundzentrum ausgewiesen, die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben der Nahversorgung gehört zu den Versorgungsfunktionen als Grundzentrum.

Z 2.3.2.3 Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

- In der Begründung wird ausgeführt, das „Integrationsgebot dient dem Schutz der Innenstädte. [...] Zudem trägt das Integrationsgebot aber auch dem Umstand Rechnung, dass die innenstadtrelevanten großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in den städtebaulich integrierten Lagen ihre Versorgungsfunktionen am besten erfüllen können. Dies gilt sowohl im Hinblick auf die städtische Bevölkerung als auch auf die Bevölkerung des Verflechtungsbereiches.“¹⁹
- Als städtebaulich integriert sind die vier Projektstandorte zweifellos einzuschätzen, die Einbindung in eine städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur ist bereits als ein gewichtiges Indiz für den Vollsortimenter REWE und die beiden Lebensmitteldiscounter von LIDL und Netto Marken-Discount einzuschätzen. Für den ALDI-Markt wird aufgrund der Verlagerung und der damit verbundenen stärkeren wohnungsnahen Versorgungsfunktionen ebenfalls eine Einbindung in das Einzelhandelskonzept der Stadt Naunhof empfohlen. Das Zentren- und Standortkonzept der Stadt Naunhof umfasst neben dem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zusätzlich zwei Nahversorgungsstandorte zu Sicherung einer flächendeckenden, möglichst wohnungsnahen Grundversorgung.
- Ursächlich hierfür ist die besondere städtebauliche Struktur der Stadt Naunhof mit der Kernstadt und den zum Teil weit entfernten, peripheren Ortsteilen. In diesen leben rd. 40% der Naunhofer Bevölkerung, die derzeit von einer Nahversorgung faktisch abgeschnitten sind. Die Entfernung zum nächstgelegenen Lebensmittelmarkt kann für die Bevölkerung in Naunhof bis zu 5 km betragen, die Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt ist in Belgershain und Parthenstein teilweise noch höher.

¹⁹ Landesentwicklungsplan (LEP) 2013, Begründung zu Ziel 2.3.2.3, S. 74

- Diese Distanz ist nicht als Nahversorgung einzustufen, der zentrale Versorgungsbereich kann dies für alle Ortsteile und für die Gemeinden im grundzentralen Verflechtungsbereich nicht gewährleisten, für die Entwicklung eines eigenen zentralen Versorgungsbereiches ist das Nachfragepotenzial der Naunhofer Ortsteile und in Parthenstein sowie Belgershain nicht ausreichend. Folglich ist ein Zusammenspiel aller Standorte für eine wohnungsnah und wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung wichtig. Die Planvorhaben werden dieser Anforderung gerecht, sind auf die Versorgungsfunktionen abgestimmt und hinsichtlich der prognostizierten Kunden- und Umsatzbindung auch geeignet, diese auszufüllen.
- Das Planvorhaben entspricht in diesem Kontext der atypischen städtebaulichen Situation in Naunhof – also abweichend von der in § 11 Abs. 3 BauNVO zugrundeliegenden städtebaulichen Ausgangssituation – großflächiger Nahversorger in städtebaulich integrierter Lage.
- Wie aus den Abschnitten 5 und 7.4 deutlich wurde, weisen alle Lebensmittelmärkte in integrierter Lage mit einer ÖPNV-Anbindung wohnungs- und wohnortnahe Versorgungsfunktionen auf. Die Standorte ergänzen sich dabei und sichern damit die Versorgung der Bevölkerung quantitativ und qualitativ ab.
- Das Angebotskonzept der Märkte konzentriert sich mit mehr als 90% der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

Z 2.3.2.4 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.

Z 2.3.2.5 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.

- Das Einzugsgebiet der Planvorhaben erstreckt sich ausschließlich auf das Stadtgebiet von Naunhof sowie die zum grundzentralen Verflechtungsbereich gehörenden Gemeinden Belgershain und Parthenstein. Keinesfalls geht ein erwartetes Einzugsgebiet über den Verflechtungsbereich des Grundzentrums Naunhof hinaus.
- Folgewirkungen auf das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit zentralörtlichen Versorgungszentren oder auf Nahversorgungsstrukturen in benachbarten Orten sind ausgehend von der erwarteten Kundenherkunft nicht zu erwarten.

G 2.3.2.6 Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.

- Auf die Anbindung an den ÖPNV wurde bereits mehrfach verwiesen, sie ist für alle vier Lebensmittelmärkte gegeben.

8. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Verkaufsflächenerweiterungen der Lebensmittelmärkte in der Stadt Naunhof keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung zu erwarten sind. Die vier Vorhaben dienen der Weiterentwicklung der Naunhofer Nahversorgungsstruktur, welche letztlich einer besonderen städtebaulichen Situation gerecht werden muss.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen zielen auf eine Modernisierung der Märkte ab, mit der eine großzügigere Warenpräsentation und eine verbesserte Kundenführung einhergehen. Das Angebotskonzept bleibt unverändert primär auf nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet, die auch zukünftig einen Verkaufsflächenanteil von mehr als 90% einnehmen werden.
- Die vier Lebensmittelmärkte von REWE, ALDI, LIDL und Netto Marken-Discount existieren seit Jahren in der Stadt Naunhof und sind fest in die Versorgungsstruktur eingebunden. Eine integrierte Lage ist für die drei Märkte von Netto, LIDL und REWE bereits aktuell gegeben, diese ist zukünftig auch bei der geplanten Verlagerung des ALDI-Marktes festzustellen. Die vier Lebensmittelmärkte weisen eine vollumfänglich gute Erreichbarkeit auf, sowohl per Pkw, zu Fuß, mit dem Rad als auch per ÖPNV.
- Die aktuelle Nahversorgungsstruktur in Naunhof mit fünf Lebensmittelmärkten im Kernort und ergänzenden Getränkemärkten sowie Fachgeschäften sichert für fast die gesamte Bevölkerung der Kernstadt eine fußläufig erreichbare Nahversorgung ab und kann durch die gute Erreichbarkeit aus den weiteren Ortsteilen der Stadt sowie aus Parthenstein und Belgershain auch die wohnortnahe Versorgung sicherstellen. Mit den vier Planvorhaben wird diese Struktur gesichert und qualifiziert.
- In den letzten Jahren war die Einwohnerentwicklung von Naunhof positiv und auch in Zukunft ist durch die Nähe zu Leipzig mit einer sehr guten Erreichbarkeit, der örtlichen Infrastruktur, der hohen Wohnqualität und den geplanten Wohngebieten mit einem weiteren Einwohneranstieg zu rechnen. Die neuen Wohngebiete entstehen dabei im direkten Umfeld der vier Lebensmittelmärkte, so dass sich die geplanten Erweiterungen in die Einwohnerentwicklung einfügen.
- Das Einzugsgebiet der Märkte wird sich im Zuge der geplanten Verkaufsflächenerweiterungen nicht vergrößern, sondern bleibt auf Naunhof, Parthenstein und Belgershain, welche zum grundzentralen Verflechtungsbereich gehören, begrenzt. Unter Berücksichtigung der Nahversorgungsstruktur in Naunhof, Parthenstein und Belgershain sind städtebauliche Besonderheiten gegeben, welche eine raumordnerische Kompatibilität mit den Zielen des Landesentwicklungsplans Sachsen ermöglichen.
- Innerhalb des Einzugsgebietes beträgt die Bindungsquote für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf lediglich ca. 72%, was gerade für ein Grundzentrum einen unterdurchschnittlichen Wert darstellt. So fließen aktuell 12,1 Mio. € aus dem Einzugsgebiet ab.
- Der aktuelle Bestandumsatz der Märkte macht bereits einen Anteil von 84% am prognostizierten Planumsatz aus. Aus den ausgewiesenen Umverteilungseffekten lassen sich in keinem Fall existenzielle Wirkungen für die Anbieter oder städtebauliche-relevante Auswirkungen ableiten.
- Die Verkehrsbelastung wird durch die Erweiterungsvorhaben nicht wesentlich erhöht, da alle vier Standorte über eine allumfassende Erreichbarkeit verfügen.
- Für die Vorhaben von REWE, Netto Marken-Discount und LIDL ist eine Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Naunhof gegeben. Der ALDI-Markt wurde bisher aufgrund der nicht-integrierten Lage nicht in die Zentrenstruktur eingeordnet, weshalb eine Kompatibilität nicht gegeben

war. Allerdings verändert sich durch die Verlagerung die Standortsituation, so dass der Markt umgeben von einem Wohngebiet und einer ÖPNV-Anbindung eine integrierte Lage aufweist und dadurch auch die wohnungsnaher Versorgungsfunktion an Bedeutung gewinnt. Vor diesem Hintergrund wird eine Ergänzung des Einzelhandelskonzeptes mit einer neuen Nahversorgungslage empfohlen.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich die Erweiterungsvorhaben in die örtlichen Versorgungsstrukturen der Stadt Naunhof städtebaulich und raumordnerisch einordnen. Die Nahversorgung des Grundzentrums Naunhof (periphere Ortsteile sowie Belgershain und Parthenstein) unterliegt städtebaulichen Besonderheiten, für die eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden kann. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung können ausgeschlossen werden.

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

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i. V. Richard Engel
Projektleitung

Leipzig, 27. März 2020

Anhang, Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmitteldiscounter:

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Hard-Discountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Non-Food-Umsatzanteil ca. 10 - 13%.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke)
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt:

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche
- Eingeschränktes Sortiment
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

Supermarkt:

- Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Non-Food-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15%, Flächenanteil ca. 20 - 30%.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Verbrauchermarkt:

- Verkaufsfläche über 1.500 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 - 40%, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60%.
- Autokundenorientierter Standort.

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 - 50%, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 - 75%.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration