

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen für den Neubau eines Lebensmittelmarktes Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

für die
Ratisbona Projektentwicklung KG
Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)

Ute Menrath (Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341098386-80
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 · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Leipzig, 22. Juli 2020

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.1. Entwicklungstrends.....	5
2.2. Distributionsstrukturen	6
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	9
3. Projektplanung und Projektdaten.....	10
4. Makrostandort Stadt Gefell	12
5. Mikrostandortanalyse	16
6. Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet.....	20
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	27
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	30
8.1. Baunutzungsverordnung § 11 Abs. 3	30
8.2. Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 (LEP 2025)	31
9. Auswirkungsanalyse.....	33
9.1. Umsatzprognose.....	33
9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	35
9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen	38
9.4. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens	40
10. Fazit	42

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	5
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	6
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	7
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	8
Abbildung 5: Onlineanteil Food / Non-Food am Einzelhandel	9
Abbildung 6: Grundriss des geplanten Netto-Marktes	10
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Gefell im Vergleich (Einzelhandel insgesamt)	14
Abbildung 8: Vorhabengrundstück des Netto Marken-Discount mit Umfeld	17
Abbildung 9: Standort der Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verkaufsfläche am Projektstandort	10
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Gefell im regionalen Vergleich	13
Tabelle 3: Pendlerzahlen Gefell und Städte des Grundzentrums	15
Tabelle 4: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen	21
Tabelle 5: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standorten	21
Tabelle 6: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet	25
Tabelle 7: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	28
Tabelle 8: Bindungsquoten im Einzugsgebiet	29
Tabelle 9: Umsatzprognose des geplanten Netto-Marktes an der Schleizer Straße in Gefell	33
Tabelle 10: Flächenproduktivitäten des Netto-Marktes und des Backshops	34
Tabelle 11: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten der relevanten Angebotsstrukturen	35

Kartenverzeichnis

Karte 1: Regionalplanerische Einordnung der Stadt Gefell in die Raumstruktur	13
Karte 2: Mikrostandort an der Schleizer Straße in Gefell	16
Karte 3: Mikrostandort an der Schleizer Straße in Gefell	18
Karte 4: Regionale Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet	20
Karte 5: Abgrenzung der faktischen zentralen Versorgungsbereiche: Ortskern von Gefell und Ortskern von Tanna	24
Karte 6: Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in der Schleizer Straße in Gefell	27

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Firma Ratisbona Projektentwicklung KG plant in der Stadt Gefell einen neuen Lebensmittelmarkt (Netto Marken-Discount) zu errichten. Der Planstandort liegt an der Schleizer Straße 44, dem innerörtlichen Verlauf der Bundesstraße B2, unmittelbar gegenüber dem bisher einzigen Lebensmittelmarkt (Lidl) im Stadtgebiet. Das Netto-Planvorhaben soll die Angebotsstrukturen ergänzen und erweitern.

Die Verkaufsflächendimensionierung des aktuell geplanten Bauvorhabens umfasst rd. 1.090 m² inkl. eines Backshops.

Das Grundstück liegt zum Teil im unbeplanten Innenbereich und zum Teil im Außenbereich der Stadt Gefell, geplant ist jedoch die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes. Das Vorhaben unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Danach dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch umliegenden Kommunen ausgehen.

Die Frage von potenziell schädlichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Vorhabens, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch der Nachbargemeinden, bewertet werden.

Die Stadt Gefell bildet zusammen mit den Städten Tanna und Hirschberg ein funktionsteiliges Grundzentrum. Besondere Beachtung gilt folglich den Wechselwirkungen innerhalb des Grundzentrums.

Die BBE Handelsberatung hat für das Vorhaben eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form wird das Projekt dabei hinsichtlich der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die räumliche Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen zur städtebaulichen Ordnung und Entwicklung sowie zu den Auswirkungen auf das Ziel und die Grundsätze der Landesplanung getroffen. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Gefell und im Grundzentrum vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel in der Stadt Gefell und dem Grundversorgungsbereich von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie lässt sich das Vorhaben in die Einzelhandelsstruktur einordnen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen sind insbesondere auf Versorgungszentren und zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers, einer Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation und einer Besichtigung des Vorhabenstandortes 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 Köln sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

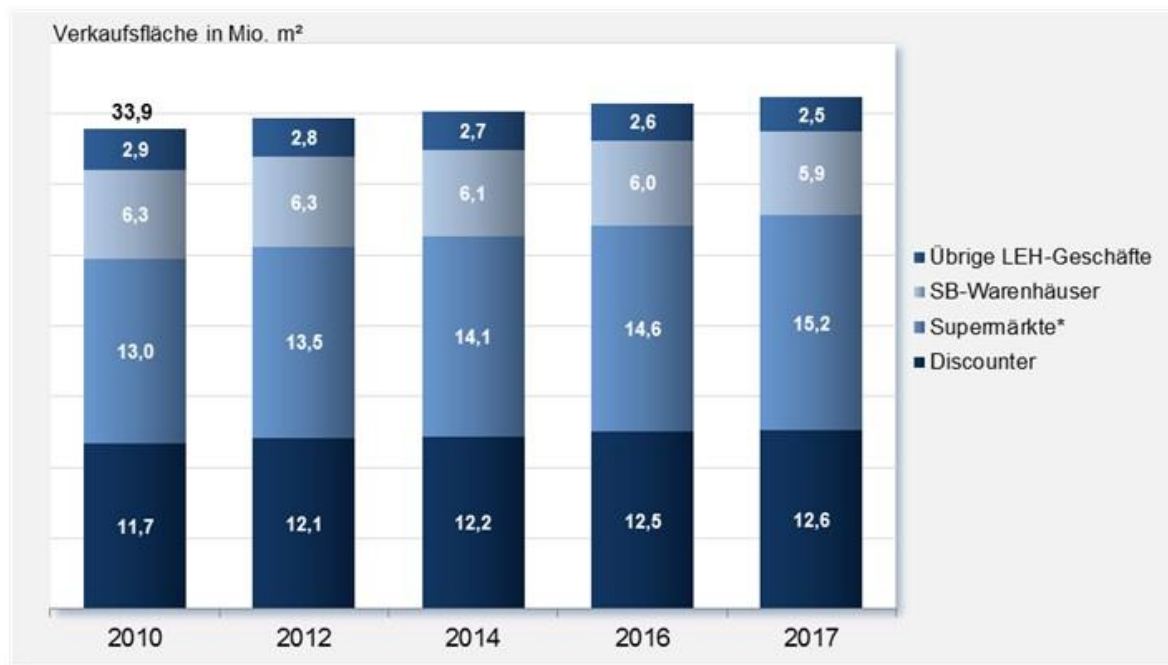
2.1. Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter werden 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 zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferservice. 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. 523,7 Mrd. Euro entfallen aktuell ca. 43 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 226,3 Mrd. Euro).¹

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

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.

¹ vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2017, BBE-Berechnungen 2018

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

36,2 Mio. m² im Jahre 2017 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17 %, große Supermärkte + 15%) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 6 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

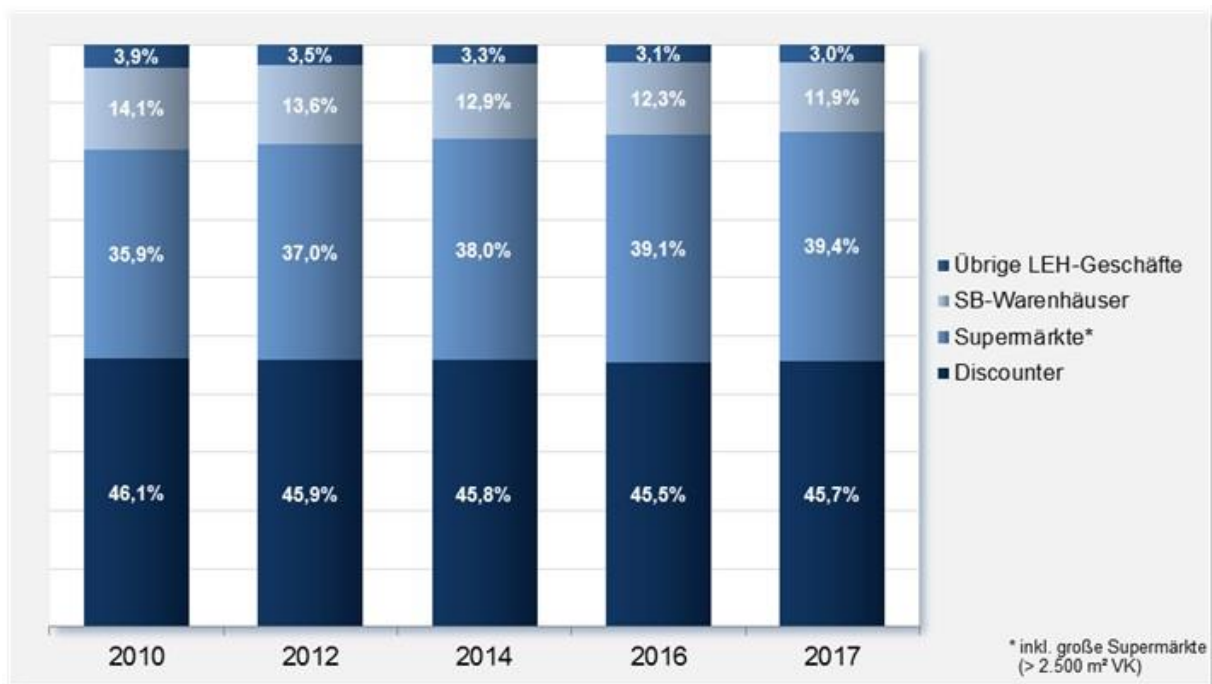
2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 16.162 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 780 m² ca. 12.049 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.250 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-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 kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quel-

le: EHI handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

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 Con-

² vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2017 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

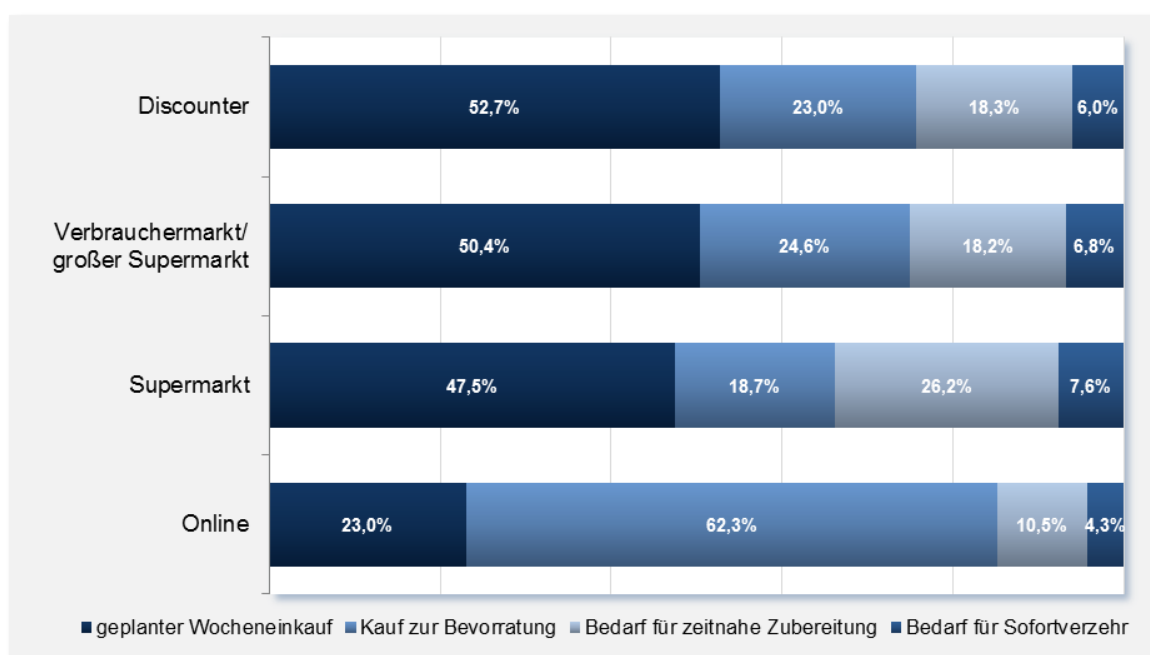
³ Ebenda, Stand: 2016

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

venience-Store „Rewe To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln 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 2019

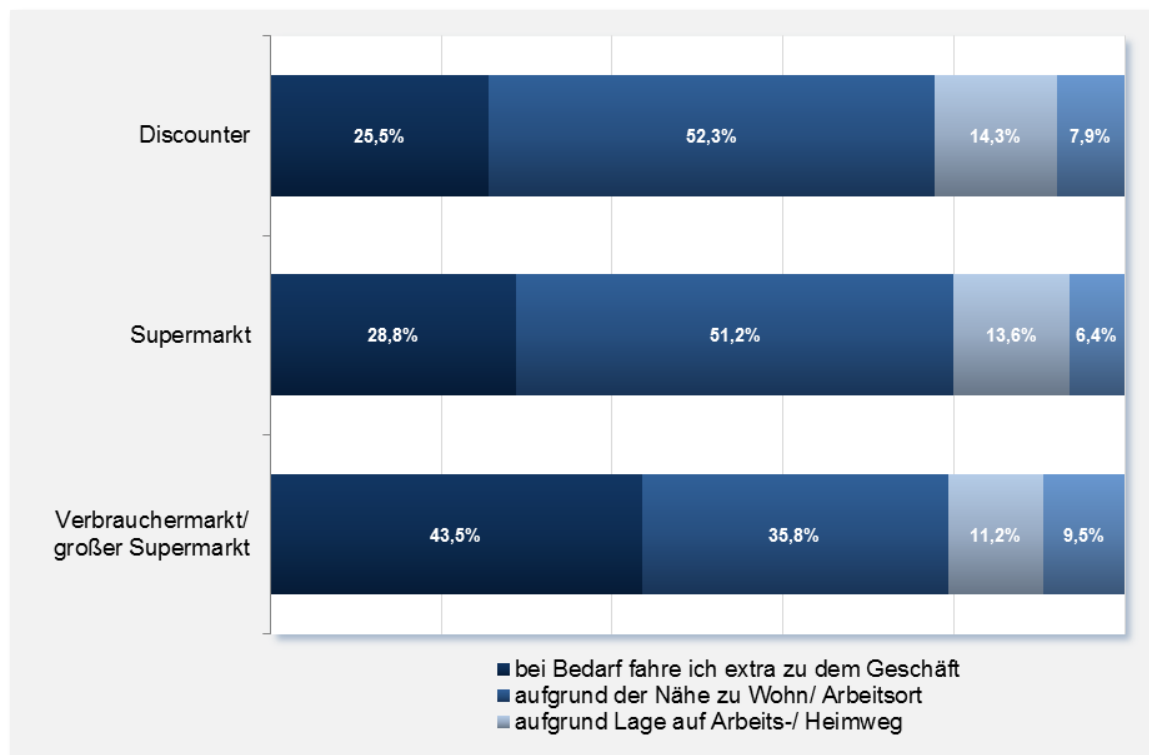
Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, 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 neusten Generation über min. rd. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute rd. 1.500 - 3.000 m² Verkaufsfläche üblich.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps

Quelle: HDE / IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, $719 \leq n \leq 1.176$), BBE-Darstellung 2019



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- und Markenangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

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.

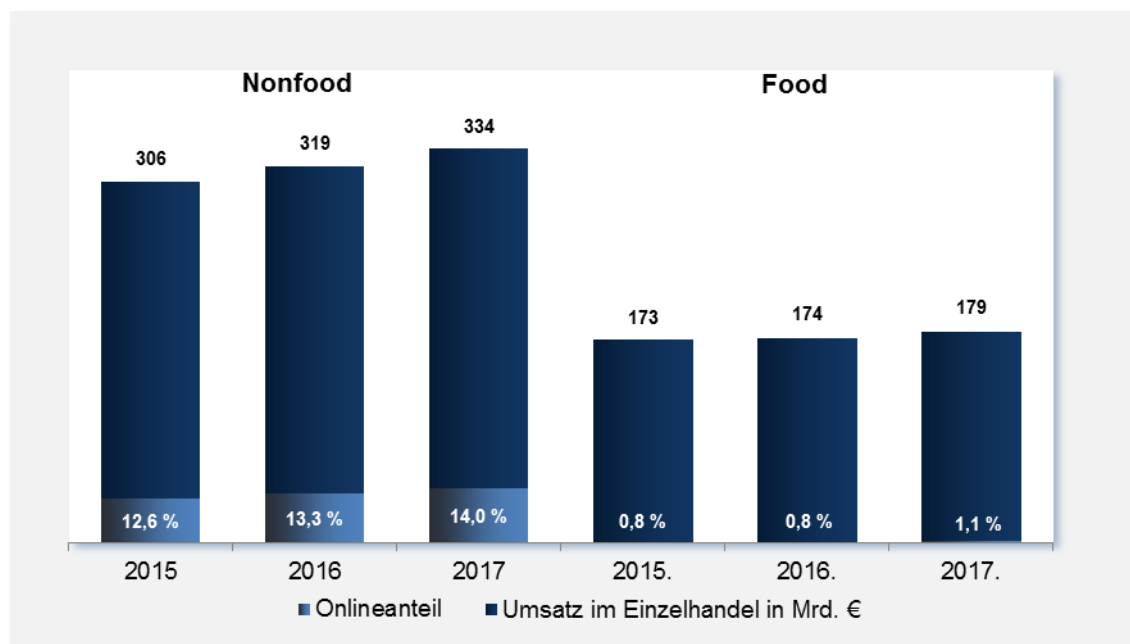
Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen,⁴ sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

⁴ vgl. Habona-Report 2018, Seite 41

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. 1,1 % des Umsatzes.⁵ Dabei weist das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile auf (z. B. Wein / Sekt: ca. 5,6 %).

Abbildung 5: Onlineanteil Food / Non-Food am Einzelhandel



Quelle: HDE / IFH Online-Monitor Lebensmittel 2018 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2019

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 ca. 2,67 Mrd. €.⁶

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.

⁵ vgl. HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018

⁶ vgl. Nielsen, Wöchentlicher LEH-Umsatz 2018, KW 43/2017 – 42/2018

3. Projektplanung und Projektdaten

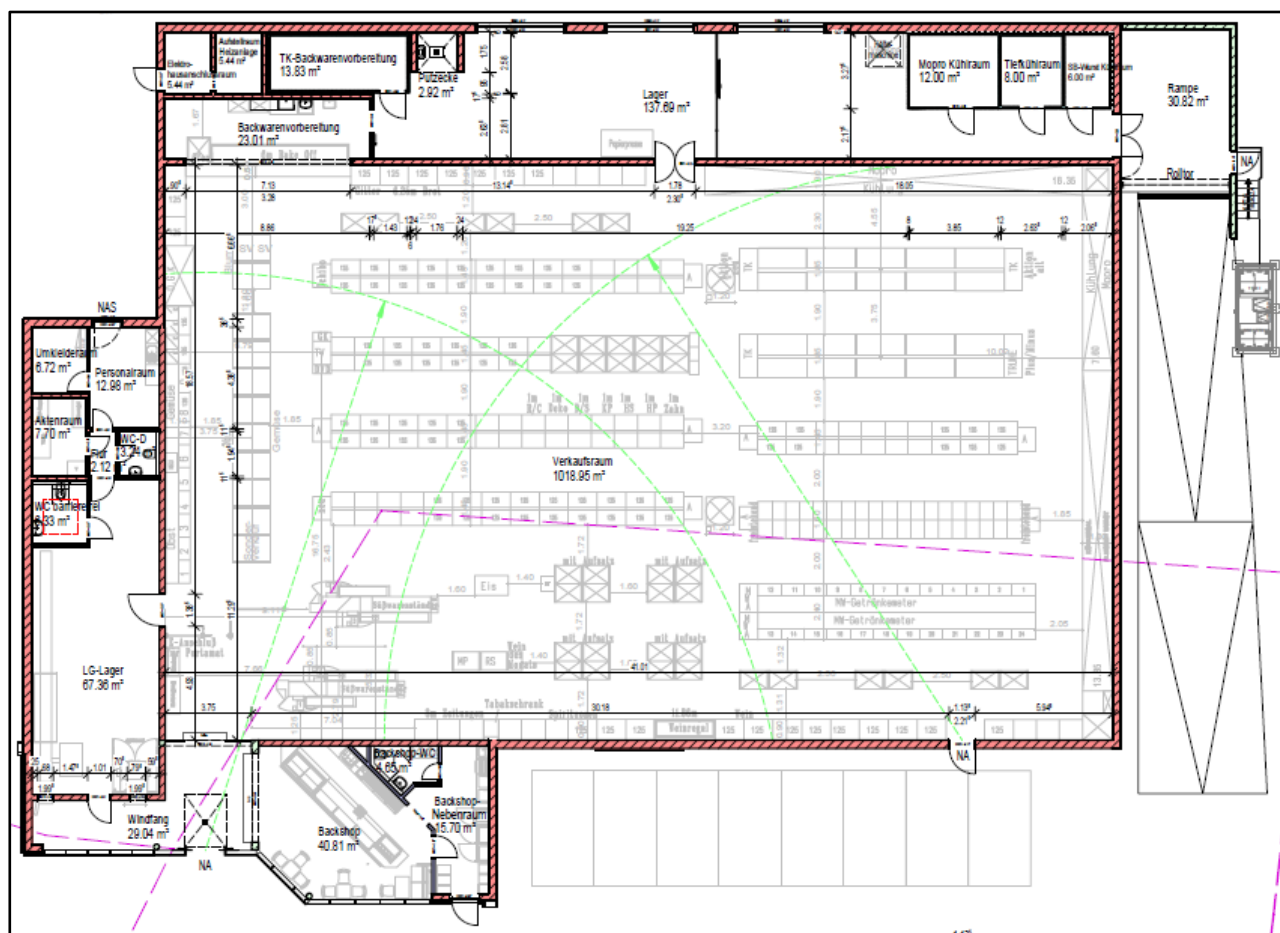
An der Schleizer Straße 44 in Gefell soll eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount entstehen. Die Verkaufsfläche des Netto-Marktes beläuft sich gemäß den aktuellen Planungen zukünftig auf ca. 1.048 m² (inkl. Windfang), der geplante Backshop wird eine Verkaufsfläche von ca. 41 m² einnehmen, woraus sich eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.089 m² für das Projektvorhaben ableitet.

Tabelle 1: Verkaufsfläche am Projektstandort

Planvorhaben	Verkaufsfläche
Netto	1.048 m ²
Backshop	41 m ²
Standortentwicklung	1.089 m²

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über den Grundriss des Netto-Marktes mit der aktuell geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.090 m².

Abbildung 6: Grundriss des geplanten Netto-Marktes



Quelle: Ratisbona Projektentwicklung KG, Grundrissplan (Stand 21.08.2017) und Vorabzug des Bauantrags, Freiflächenplan (Ausschnitt).

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Die Zufahrt zum Projektgrundstück erfolgt zukünftig über die Schleizer Straße. Der Gebäudekörper des Netto-Marktes soll straßenversetzt im östlichen Bereich des Vorhabengrundstücks errichtet werden.

Das Angebotskonzept des Netto Marken-Discount weist einen Schwerpunkt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf, die Food und Non-Food I-Sortimente⁷ verfügen zusammen über ca. 96% der Verkaufsfläche.

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Planvorhabens maßgeblich:

- Umsatzbindung und –herkunft des Projektstandortes,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Errichtung des Marktes,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Gefell und den weiteren Gemeinden des funktionsteiligen Grundzentrums,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen und Abstimmung auf die örtlichen und regionalen Grundversorgungsfunktionen.

⁷ Non-Food I-Sortimente umfassen Drogerieartikel und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung.

4. Makrostandort Stadt Gefell

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten. Zur grundsätzlichen Einordnung des Projektstandortes erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu den Rahmenbedingungen der Stadt Gefell und den Städten Tanna und Hirschberg, die zum funktionsteiligen Grundzentrum gehören, sowie den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

Regionale Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Gefell liegt im südöstlichen Bereich des Freistaates Thüringen im Landkreis Saale-Orla-Kreis im Thüringer Vogtland. Die Landesgrenzen zum Freistaat Bayern und dem Freistaat Sachsen sind unweit entfernt. Die Region um Gefell ist ländlich geprägt, zu den nächstgelegenen größeren Städten zählen die beiden thüringischen Mittelzentren Bad Lobenstein (15 km) und Schleiz (15 km) sowie das sächsische Mittelzentrum Oelsnitz/Vogtl. (22 km). Nächstgelegene Oberzentren sind die bayerische Stadt Hof (15 km) sowie die sächsische Stadt Plauen (25 km).

Das Stadtgebiet von Gefell unterteilt sich in die Kernstadt Gefell und die Ortsteile Blintendorf, Dobareuth, Frössen, Göttengrün, Langgrün sowie Gebersreuth.

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung

Die Bundesautobahn A9 verläuft westlich des Ortsteils Blintendorf und der Kernstadt in nord-südlicher Richtung durch das Gemeindegebiet von Gefell und bietet über die Ausfahrt "Bad Lobenstein" Anschluss an das überregionale Straßenverkehrsnetz. Die Autobahn verläuft in nördlicher Richtung über Leipzig bis nach Berlin und in südlicher Richtung über Nürnberg nach München. Die nächstgelegene Anschlussstelle "Hof-Nord" an die Bundesautobahn A72, die südlich der Stadtgrenze von Gefell verläuft, liegt in ca. 10 km Entfernung.

Mit der Bundesstraße B2, die unmittelbar am Projektstandort entlang läuft, und der Landesstraße L3002 ist eine sehr gute Anbindung an Gefell aus der Region gegeben.

Die Stadt Gefell verfügt über keinen eigenen Bahnhofpunkt, die nächstgelegenen Bahnhöfe mit überregionaler Anbindung verkehren ab Bad Lobenstein und Hof. Im Stadtgebiet von Gefell verkehren regelmäßig zwei Buslinien, die auch eine regionale Verbindung in die umliegenden Gemeinden bis nach Schleiz und Hof gewährleisten.

Regionalplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Gefell

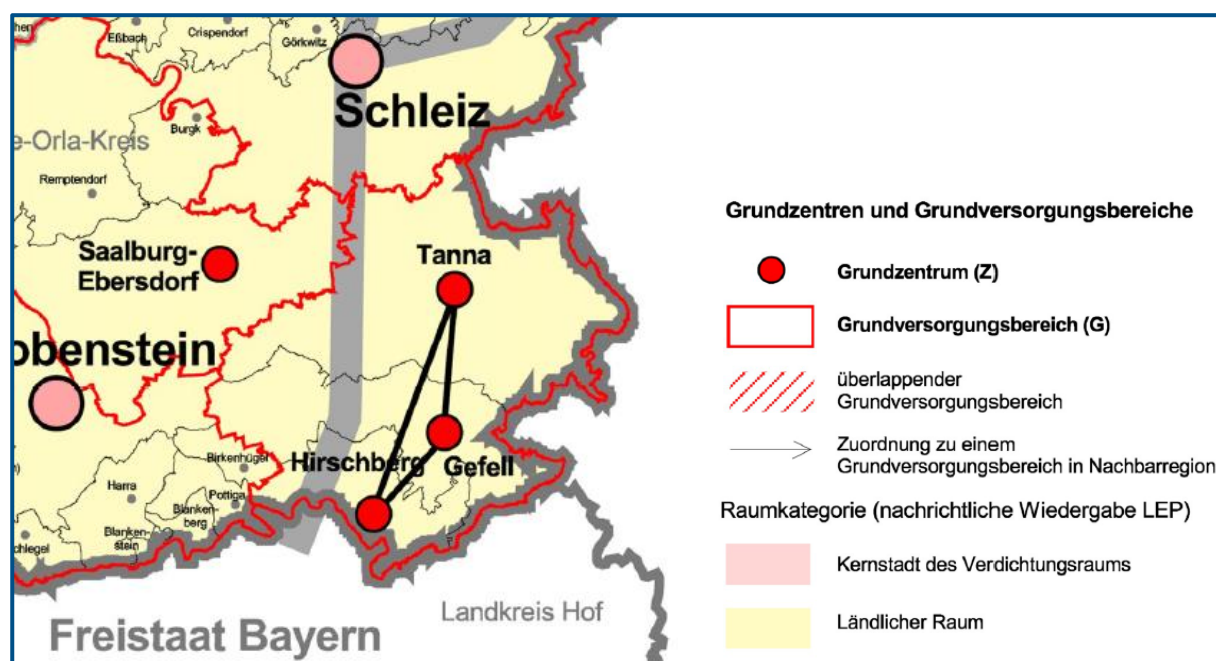
Gemäß dem Regionalplan Ostthüringen aus dem Jahr 2012 bildet die Stadt Gefell zusammen mit den Städten Tanna und Hirschberg ein funktionsteiliges Grundzentrum, die Gemeinden bilden ebenfalls den Grundversorgungsbereich des Grundzentrums ab. *Grundzentren sind die unterste Stufe des Zentrale-Orte-Netzes zur Deckung des qualifizierten Grundbedarfes.*⁸ Als Siedlungs- und Versorgungskerne werden die Ortsteile Gefell, Hirschberg und Tanna ausgewiesen.

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die Lage der Stadt Gefell im Raum sowie die Einordnung in die regionale Raumstruktur.

⁸ vgl. Regionalplan Ostthüringen 2012, Abschnitt 1.2.4, S. 11.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Karte 1: Regionalplanerische Einordnung der Stadt Gefell in die Raumstruktur



Quelle: Regionalplan Ostthüringen 2012, Karte 1-1 Raumstruktur (Ausschnitt).

Soziodemographische Daten

Die nachfolgenden Berechnungen des Gutachtens basieren auf der aktuell verfügbaren Datenbasis des Thüringer Landesamts für Statistik.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Gefell im regionalen Vergleich

Gebietseinheit	Gefell		Weitere Gemeinden des funktionsteiligen Grundzentrums		Landkreis Saale-Orla-Kreis	
	Einwohner absolut	in %	Einwohner absolut	in %	Einwohner absolut	in %
31.12.2011	2.629	100,0%	6.071	100,0%	85.259	100,0%
31.12.2012	2.584	98,3%	5.986	98,6%	84.435	99,0%
31.12.2013	2.566	97,6%	5.870	96,7%	83.654	98,1%
31.12.2014	2.498	95,0%	5.886	97,0%	82.887	97,2%
31.12.2015	2.508	95,4%	5.875	96,8%	82.951	97,3%
31.12.2016	2.491	94,8%	5.826	96,0%	82.362	96,6%
31.12.2017	2.465	93,8%	5.733	94,4%	81.501	95,6%
31.12.2018	2.468	93,9%	5.671	93,4%	80.868	94,8%
31.12.2019	2.477	94,2%	5.646	93,0%	80.312	94,2%
Prognose 2025*	2.273	86,5%	5.033	82,9%	75.000	88,0%
Prognose 2035*	2.018	76,8%	4.332	71,4%	67.100	78,7%

Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerungsstand und -struktur, Stand: 16.07.2020;

* 1. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (rBV), Gebietsstand: 31.12.2013 für die Gemeinden Gefell, Tanna und Hirschberg / 2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (rBV) für Thüringen, Gebietsstand: 01.01.2019 für den Landkreis

In der Stadt Gefell lebten zum 31.12.2019 insgesamt 2.477 Einwohner, zusammen mit den beiden Städten Tanna und Hirschberg lebten zum Stichtag im funktionsteiligen Grundzentrum 8.123 Einwohner.

Die Stadt Gefell weist im Zeitraum zwischen 2011 und 2019 einen Bevölkerungsrückgang um 5,8% auf, auch in den anderen beiden Städten ist ein Rückgang um insgesamt 7% zu beobachten. Diese Entwicklung fällt für das gesamte funktionsteilige Grundzentrum im Vergleich mit dem Landkreis Saale-Orla-Kreis etwas stärker aus, fügt sich aber insgesamt in den rückläufigen Trend ein.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Gemäß der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Thüringer Landesamts für Statistik wird für die Städte der Region ein weiterer Bevölkerungsrückgang prognostiziert. So soll die Einwohnerzahl in der Stadt Gefell bis zum Jahr 2035 gegenüber 2019 um weitere 459 Einwohner sinken, in den Städten Tanna und Hirschberg um absolut 1.314 Einwohner. Für den Landkreis Saale-Orla-Kreis wird im Vergleich zum aktuellen Bevölkerungsstand ein weiterer Rückgang um 16,5% erwartet.

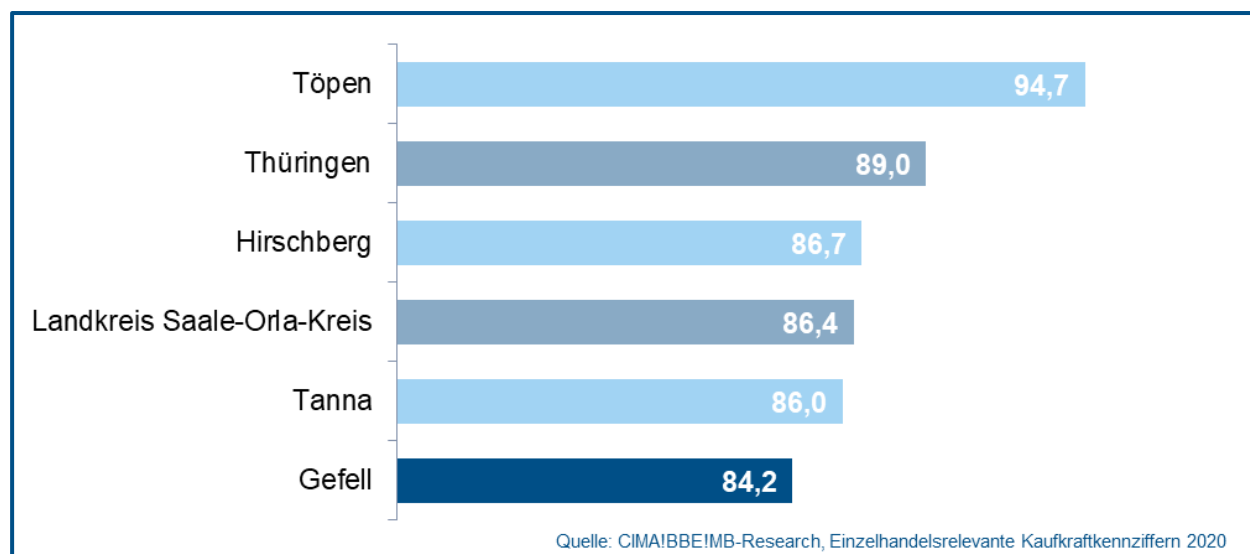
Die 1. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung ist bereits veraltet, die Daten der 2. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung liegen jedoch aktuell nur auf Kreisebene vor. Bezieht man die Entwicklung des Landkreises auf die relevanten Städte⁹, errechnen sich differenzierte Werte. Für die Stadt Gefell ergibt dann ein Bevölkerungsstand von 2.047 Einwohnern im Jahr 2035, was vergleichbar mit der 1. Bevölkerungsvorausberechnung ist. Für die Städte Tanna und Hirschberg könnte sich jedoch ein höherer Wert von zusammen 4.704 Einwohnern abzeichnen. Für Hirschberg wurde in der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung ein überdurchschnittlicher Rückgang erwartet, die zwischenzeitliche Entwicklung der Einwohnerzahlen fügt sich aber in den regionalen Kontext ein.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

Die Stadt Gefell liegt mit einer Kaufkraft von 84,2 sowohl unter dem Durchschnitt des Landkreises Saale-Orla-Kreis und des Freistaates Thüringen. Im regionalen Vergleich mit den weiteren Städten des Grundzentrums weist die Stadt Gefell ebenso eine niedrigere Kaufkraft auf, für Tanna wird eine Kaufkraft von 86,0 und für Hirschberg von 86,7 ausgewiesen. Die angrenzende bayerische Gemeinde Töpen weist erwartungsgemäß eine höhere Kaufkraftkennziffer von 94,7 auf. Insgesamt bleiben jedoch alle Kaufkraftkennziffern unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100).

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Gefell im Vergleich (Einzelhandel insgesamt)



⁹ Übertragung der erwarteten, relativen Entwicklung des Landkreises bis 2035 gegenüber dem Basisjahr 2018 auf die Gemeinden des funktionsteiligen Grundzentrums

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

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 Anzahl der täglichen Einpendler nach Gefell beträgt 365, demgegenüber sind 1.020 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein negativer Pendlersaldo von - 665 (vgl. nachfolgende Tabelle). Die beiden Städte Tanna und Hirschberg weisen ebenfalls negative Pendlersalden auf. Dies lässt sich durch die verkehrsgünstige Lage der Stadt Gefell und dem Grundzentrum insgesamt sowie der geringen Entfernung zu den nächstgelegenen Mittel- und Oberzentren erklären, welche überörtliche Ausstrahlungseffekte erzielen.

Tabelle 3: Pendlerzahlen Gefell und Städte des Grundzentrums

	Einpendler	Auspendler	Pendlersaldo
Gefell	365	1.020	-655
Hirschberg	385	749	-364
Tanna	945	1115	-170

Quelle: Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort, 30.06.2019, Bundesagentur für Arbeit

Einzelhandelsstrukturen

Die Stadt Gefell verfügt aktuell über kein Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Eine planerische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche liegt demnach im Sinne der Rechtsprechung bisher nicht vor. Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens wurden aus einer Gesamtbetrachtung heraus faktische zentrale Versorgungsbereiche in den Städten Gefell und Tanna identifiziert (vgl. Abschnitt 5).

Die Einzelhandelsstrukturen im Grundzentrum beschränken sich insgesamt überwiegend auf Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereiches. Das Einzelhandelsangebot in Gefell konzentriert sich auf den Standort des einzigen Lebensmittelmarktes Lidl, der bisher die Versorgungsfunktion für die Stadt Gefell übernimmt. Darüber hinaus sind im Ortskern von Gefell, der sich entlang der Bundesstraße B2 befindet, Einzelhandelsnutzungen vorhanden, die im Wesentlichen durch Lebensmittelhandwerksbetriebe dargestellt werden.

Fazit zum Makrostandort Gefell

- Die Stadt Gefell bildet zusammen mit den Städten Tanna und Hirschberg ein funktionsteiliges Grundzentrum, die drei Städte bilden zugleich den Grundversorgungsbereich ab.
- Insgesamt weisen die Stadt Gefell und die beiden weiteren Städte des Grundzentrums im Zeitraum zwischen 2011 und 2019 Bevölkerungsrückgänge zwischen 5,8 - 7% auf.
- Mit 84,2 erreicht Gefell im Vergleich mit dem Landkreis Saale-Orla-Kreis und dem Freistaat Thüringen ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Die Städte Tanna und Hirschberg erreichen höhere Werte von 86,0 bzw. 86,7.
- Die Stadt Gefell wird von mehreren Mittel- und Oberzentren umgeben, die eine wesentliche Rolle als Wirtschafts- und Arbeitsstandorte in der Region übernehmen. Dies spiegelt sich unter anderem in den negativen Pendlersalden der Stadt Gefell und dem Grundzentrum insgesamt wider.
- Die Grundversorgungsfunktion wird in Gefell bisher von dem einzigen Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet, dem Discounter Lidl, übernommen, der sowohl die wohnungsnahe als auch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherstellt. Das Einzelhandelsangebot im Ortskern von Gefell wird im Wesentlichen durch Lebensmittelhandwerksbetriebe dargestellt.

Mikrostandortanalyse

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

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Das Projektgrundstück ist unmittelbar an der Schleizer Straße (B2) gelegen, die in nord-südlicher-Richtung durch die Kernstadt von Gefell verläuft. Auf dem Vorhabensgrundstück war ehemals eine Weberei angesiedelt.

Der Projektstandort liegt in integrierter Lage. Nördlich, westlich sowie südlich schließt sich straßenbegleitende Wohnbebauung entlang der Schleizer Straße in Form von mehrgeschossigen Wohnhäusern an. Der östlich gelegene Bereich ist durch eine Freifläche gekennzeichnet. Der Ortskern der Stadt Gefell liegt in ca. 350 m Entfernung.

Gegenüber des Projektstandortes ist der Discounter Lidl angesiedelt, dessen Angebot am Standort durch einen Getränkemarkt, einen Textil- und Geschenkartikelshop sowie Gastronomie- und Dienstleistungsangebote ergänzt wird.

Karte 2: Mikrostandort an der Schleizer Straße in Gefell



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Abbildung 8: Vorhabengrundstück des Netto Marken-Discount mit Umfeld



Quelle: Eigene Aufnahmen, November 2017

Verkehrliche Situation

Der Projektstandort ist aufgrund der Lage an der Schleizer Straße (B2) durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gekennzeichnet. Die Zu- und Abfahrt zum Vorhabengrundstück wird zukünftig ebenfalls über die Schleizer Straße erfolgen. Die Bundesstraße führt in nördlicher Richtung weiter nach Schleiz und südlich aus dem Stadtgebiet in Richtung des bayerischen Oberzentrums Hof.

Entlang der Schleizer Straße ist beidseitig ein Fußgängerweg vorhanden, sodass auch eine fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten in der Kernstadt gewährleistet wird. Separate Radfahrwege sind nicht ausgewiesen.

Unmittelbar am Projektstandort befindet sich die Bushaltestelle "Gefell Post", die von zwei Buslinien (155 und 710) etwa im Stundentakt bedient wird und eine Anbindung in das Umland von Gefell, an die Städte Schleiz, Töpen, Hof (Saale) und Hirschberg gewährleistet.

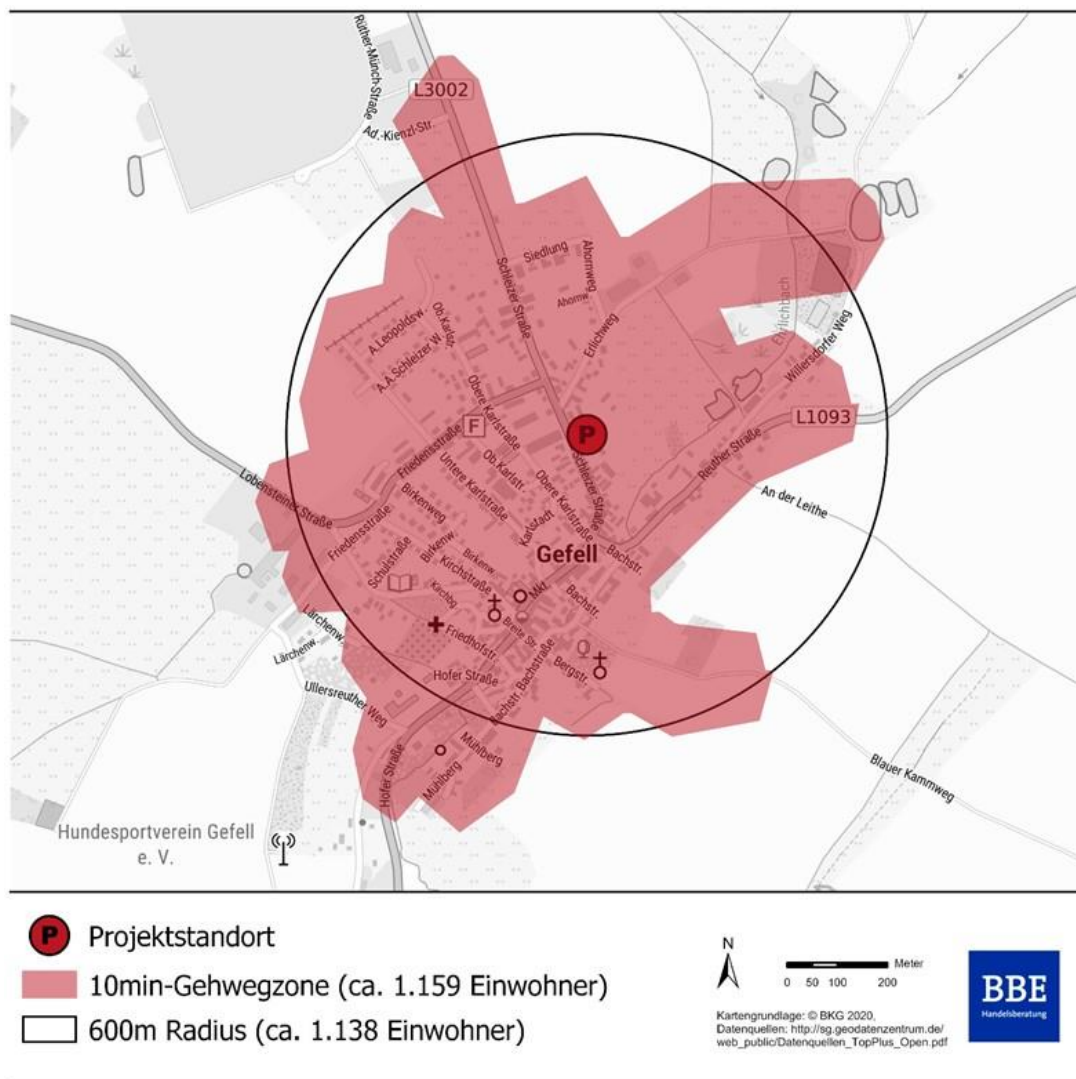
Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Für die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist in der Regel eine Gehzeit von 10-15 Minuten anzusetzen, was einer fußläufigen Entfernung von bis zu 1.000 m entspricht. In der nachstehenden Karte sind der 600 m-Radius sowie die 10-Minuten-Gehzeit um den Vorhabenstandort dargestellt. Der 600 m Radius weist ein Bevölkerungspotenzial von ca. 1.140 Einwohnern auf, in der 10 min-Gehzeitzone um den Planstandort wohnen rd. 1.160 Einwohner.

Aufgrund der Lage ist der Vorhabenstandort für die Bewohner der Kernstadt sehr gut zu erreichen. Der 600 m Umkreis umfasst annähernd das gesamte Kernstadtgebiet, für das folglich eine wohnungsnaher Versorgung gewährleistet wird. Nur für wenige Einwohner in der Kernstadt sind größere Entfernungen gegeben. Über die wohnungsnaher Versorgung hinaus kommt dem Vorhabenstandort zusammen mit dem unmittelbar gegenüber befindlichen Lidl-Markt auch eine wohnortnahe Versorgung der peripher gelegenen Ortsteile von Gefell zu, die nicht über eigene Versorgungsstrukturen verfügen. Der Discounter Lidl ist der bisher einzige Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet von Gefell. Durch die Ansiedlung des Netto-Marktes erfährt der Nahversorgungsstandort insgesamt eine sinnvolle Ergänzung, die zur Sicherung und Stärkung der Grundversorgung sowohl im Stadtgebiet als auch im Grundzentrum insgesamt beiträgt.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Karte 3: Mikrostandort an der Schleizer Straße in Gefell



Planungsrechtliche Situation

Das Vorhabengrundstück liegt aktuell zum Teil im unbeplanten Innenbereich und zum Teil im Außenbereich der Stadt Gefell. Für das Grundstück ist jedoch die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes "Lebensmittelmart Schleizer Straße" geplant. Die Zulässigkeit des Planvorhabens ist somit nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen. Es gilt zu prüfen, ob von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet oder auf die verbrauchsnahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet zu erwarten sind.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Fazit zum Mikrostandort an der Schleizer Straße

- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage. An den Projektstandort schließt sich Wohnbebauung in Form von mehrgeschossigen Wohnhäusern an. Unmittelbar gegenüber dem Vorhabenstandort ist der bisher einzige Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet von Gefell, der Discounter Lidl, angesiedelt. Dieser übernimmt bisher die wohnungsnahe sowie die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung. Die angebotsseitige Ergänzung durch den geplanten Netto-Markt wird zukünftig eine Gesamtausstrahlung in Verbindung mit dem Lidl-Standort induzieren.
- Der Vorhabenstandort zeichnet sich aufgrund der Lage an der B2 insgesamt durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus. Für die Bewohner im unmittelbaren Nahbereich ist er ebenso fußläufig gut zu erreichen. In einem Umkreis von 600 m leben ca. 1.140 Personen. Die am Standort befindliche Bushaltestelle sichert eine angemessene Anbindung an den ÖPNV.
- Für das Vorhabengrundstück ist die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes "Lebensmittelmarkt Schleizer Straße" geplant.

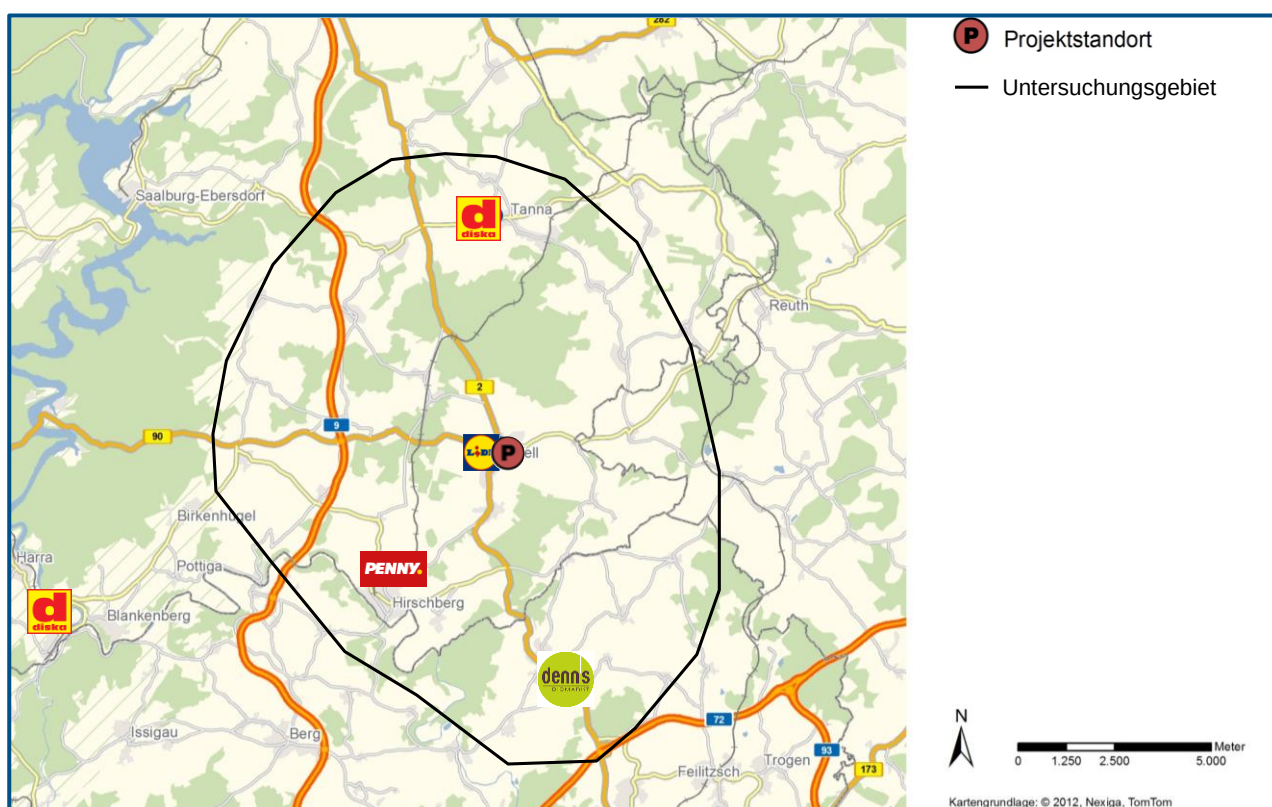
5. Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet

Die Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet des Projektstandortes bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Die Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im November 2017, eine Aktualisierung erfolgte im Juli 2020.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (=Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und 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 maßgebliche Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet ist in nachfolgender Karte dargestellt.

Karte 4: Regionale Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Der wettbewerbsrelevante Untersuchungsraum erstreckt sich zunächst über das gesamte Stadtgebiet von Gefell, in diesem sind derzeit acht nahversorgungsrelevante Anbieter mit zusammen ca. 1.440 m² Verkaufsfläche vertreten, die einen Gesamtumsatz von rd. 7,05 Mio. € erzielen. Aufgrund der raumordnerischen Einstufung als funktionsteiliges Grundzentrum fallen ebenso die Städte Tanna und Hirschberg in das Untersuchungsgebiet des Projektvorhabens. Die beiden Städte verfügen über zwölf nahversorgungsrelevante Anbieter, mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.000 m² und einem Umsatz von ca. 8,5 Mio. €. Eingeschlossen in die Betrachtung ist letztlich auch die bayerische Gemeinde Töpen, aufgrund der geringen Entfernung zu Gefell und der Angebotssituation im Umland der Gemeinde. In Töpen sind drei nahversorgungs-

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

relevante Anbieter mit einer Verkaufsfläche von ca. 500 m² vorhanden, die einen Umsatz von rd. 2,1 Mio. € erzielen.

In der vorstehenden Karte dargestellt ist auch der Lebensmittelmarkt diska in Blankenstein, welcher jedoch aufgrund der Entfernung von etwa 12 km zum Vorhabenstandort außerhalb des Untersuchungsgebietes liegt und keine direkten Wettbewerbsbeziehungen mit dem Planvorhaben erwarten lässt.

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

Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet differenziert nach den Betriebsformen der wettbewerbsrelevanten Anbieter. Wie ersichtlich ist, wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch den Betriebstyp Discounter dominiert, Supermärkte bzw. Vollsortimenter sind im Untersuchungsgebiet nicht vorhanden. Die drei Discounter diska, Lidl und PENNY verfügen zusammen über ca. 63% der projektrelevanten Verkaufsfläche und rd. 60% des projektrelevanten Gesamtumsatzes. In der Gemeinde Töpen ist der Biomarkt denn's vorhanden, der jedoch lediglich 11% der projektrelevanten Gesamtverkaufsfläche und ca. 9% des wettbewerbsrelevanten Umsatzes ausmacht. Im Untersuchungsgebiet sind vier Getränkemarkte und ein Tankstellenshop vorhanden, die zusammen etwa 17% der projektrelevanten Verkaufsfläche und 10% des wettbewerbsrelevanten Umsatzes erwirtschaften. Unter die Kategorie der Lebensmittelhandwerksbetriebe fallen insgesamt 14 Anbieter (9 Bäckereien und 4 Fleischerereien), die mit ca. 9% den geringsten Verkaufsflächenanteil aufweisen und etwa 21% des projektrelevanten Umsatzes erzielen.

Tabelle 4: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen

	Verkaufsfläche im Untersuchungsgebiet	Umsatz-einschätzung	darunter Lebensmittel	darunter Non-Food I
Discounter	2.441 m ²	10.600 T€	9.250 T€	650 T€
Biomarkt	405 m ²	1.600 T€	1.530 T€	50 T€
Getränkemarkt, Tankstelle	667 m ²	1.760 T€	1.660 T€	0 T€
Bäckerei, Fleischerei	365 m ²	3.680 T€	3.680 T€	0 T€
gesamt	3.878 m²	17.640 T€	16.120 T€	700 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Die nachstehende Tabelle stellt die Angebotsstrukturen differenziert nach Standortlagen dar. Erkenntlich wird hieraus, dass sich die projektrelevanten Angebotsstrukturen im Wesentlichen auf die drei Standorte der Lebensmitteldiscounter konzentrieren, wie sich dies bereits in der Betrachtung nach Betriebstypen zeigte.

Tabelle 5: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standorten

	Verkaufsfläche im Untersuchungsgebiet	Umsatz-einschätzung	darunter Lebensmittel	darunter Non-Food I
Ortskern Gefell	80 m ²	760 T€	760 T€	0 T€
Ortskern Tanna	30 m ²	260 T€	260 T€	0 T€
Lidl, Schleizer Straße Gefell	1.300 m ²	5.790 T€	4.940 T€	350 T€
diska, Koskauer Straße Tanna	805 m ²	3.400 T€	3.200 T€	150 T€
PENNY, Lobensteiner Straße Hirschberg	928 m ²	3.890 T€	3.590 T€	150 T€
denn's, Hofer Straße Töpen	420 m ²	1.830 T€	1.760 T€	50 T€
Sonstige	315 m ²	1.710 T€	1.610 T€	0 T€
gesamt	3.878 m²	17.640 T€	16.120 T€	700 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Am Standort des **Lidl-Marktes in der Schleizer Straße in Gefell** sind neben dem großflächigen Lebensmitteldiscounter weitere nahversorgungsrelevante Anbieter, darunter auch ein Getränkemarkt, einzubeziehen. Zusammen verfügen diese Anbieter über ca. 34% der projektrelevanten Gesamtverkaufsfläche und erzielen rd. 33% des vorhabenrelevanten Gesamtumsatzes. Der Discounter Lidl ist der bisher einzige Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet von Gefell. Die Versorgungsfunktion des Standortes, an dem sich neben den aufgeführten Einzelhandelsangeboten ebenso ein Textil- und Geschenkartikelgeschäft sowie Dienstleistungsangebote (Fahrschule und Logopädie/ Physiotherapie) befinden, besteht sowohl in der wohnungsnahen Versorgung der Kernstadtbevölkerung von Gefell sowie der wohnortnahen Versorgung der peripher gelegenen Ortsteile, die über keine eigenen Angebotsstrukturen verfügen. Der Lidl-Markt ist unmittelbar gegenüber dem Projektstandort gelegen, woraus sich zukünftig Kopplungspotenziale für beide Anbieter ergeben können, jedoch auch Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten sind. Der Lebensmitteldiscounter Lidl präsentiert sich mit einem modernen Angebotskonzept und ist als wettbewerbsfähiger Anbieter einzustufen.

An der **Koskauer Straße in der Stadt Tanna** befindet sich der Lebensmitteldiscounter **diska**, der zusammen mit der Bäckerei und der Fleischerei in der Vorkassenzonenzone die Angebotsstrukturen in dieser Standortlage bestimmt. Zusammen verfügen die drei Anbieter über ca. 21% der projektrelevanten Gesamtverkaufsfläche und rd. 19% des vorhabenrelevanten Gesamtumsatzes. Der Standort ist zentral an der Koskauer Straße gelegen, welche die Kernstadt von Tanna in West-Ost-Richtung durchläuft und im weiteren Verlauf als Landesstraße L1090 mit den peripher gelegenen Ortsteilen der Stadt verbindet. Der kleinflächige Discounter übernimmt im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für das Gemeindegebiet von Tanna sowie Zielkunden aus den peripher gelegenen Ortsteilen. Wesentliche Pendlerströme sind nicht zu erwarten, diese konzentrieren sich vielmehr auf die nördlich der Kernstadt Tanna verlaufende Bundesstraße B282 und die westlich gelegene L3002, welche ebenfalls südlich weiter in Richtung Gefell verläuft. Der Standort des diska-Marktes liegt in etwa 7 km Entfernung zum Vorhabenstandort und präsentiert sich als wettbewerbsfähiger Anbieter.

In der Stadt Hirschberg, in etwa 7 km Entfernung zum Projektstandort befindet sich der Lebensmitteldiscounter **PENNY an der Lobensteiner Straße**. Zusammen mit den weiteren projektrelevanten Anbietern am Standort (Bäckerei und Fleischerei in der Vorkassenzonenzone sowie Getränkemarkt) verfügt dieser über rd. 24% der wettbewerbsrelevanten Gesamtverkaufsfläche und ca. 22% des projektrelevanten Gesamtumsatzes. Ebenfalls am Standort angesiedelt ist der Rest- und Sonderpostenmarkt REPO, der jedoch keine nahversorgungsrelevanten Sortimente im Hauptsortiment führt. Der Standort ist in Ortsrandlage der Kernstadt von Hirschberg an der Lobensteiner Straße gelegen, die eine wichtige Verbindungsstraße zu den nordwestlich gelegenen Ortsteilen von Hirschberg darstellt. Die Versorgungsfunktion des Discounters PENNY erstreckt sich im Schwerpunkt auf das Stadtgebiet von Hirschberg.

An der **Hofer Straße (B2) in Töpen** befindet sich in ca. 7,5 km Entfernung zum Vorhabenstandort der Biomarkt **denn's**, eingebunden in die Firmenzentrale der Biomarktkette. Die Wettbewerbsverflechtungen mit dem Netto-Markt des Projektvorhabens sind aufgrund der unterschiedlichen Angebotskonzepte als gering zu bewerten. Der Biomarkt denn's übernimmt zum einen eine Versorgungsfunktion für das Gemeindegebiet von Töpen, strahlt zum anderen zielgruppenspezifisch in die Region aus und ist insgesamt als wettbewerbsfähig einzustufen. Der Biomarkt verfügt zusammen mit der in der Vorkassenzonenzone befindlichen Bäckertheke über ca. 10% der projektrelevanten Verkaufsfläche und hat einen Anteil von rd. 9% am vorhabenrelevanten Umsatz.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Abbildung 9: Standort der Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet



Eigene Aufnahmen, November 2017

Im Rahmen des Gutachtens soll geprüft werden, inwiefern von der Neuansiedlung des Netto-Marktes schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Gefell und den umliegenden Gemeinden zu erwarten sind.

Bisher liegt für die Stadt Gefell kein Einzelhandelskonzept und demnach keine planerische Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches vor. Für die Prüfung städtebaulich relevanter Auswirkungen wurde im vorliegenden Gutachten die Existenz faktischer zentraler Versorgungsbereiche geprüft.

Exkurs „Zentrale Versorgungsbereiche“:

Grundsätzlich handelt es sich bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben bündelt ein zentraler Versorgungsbereich typischerweise auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Für einen zentralen Versorgungsbereich existiert keine Mindestgröße. Dem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teiles davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer, verkehrsgünstig angebunden. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.¹⁰

In den Städten Gefell und Tanna lassen sich jeweils die Ortskerne als faktische zentrale Versorgungsbereiche ausweisen. In den Gemeindegebieten von Hirschberg und Töpen konnten aufgrund der fehlenden Bündelung von Handels- und Dienstleistungsangeboten keine weiteren faktischen zentralen Versorgungsbereiche ausgemacht werden.

Der traditionelle **Ortskern von Gefell** erstreckt sich entlang der B2 zwischen der Braugasse und dem Kreuzungsbereich mit der Friedhofstraße. Das Einzelhandelsangebot wird von nahversorgungsrelevanten Anbietern, zwei Bäckereien, einer Fleischerei und einer Apotheke geprägt, darüber hinaus ist dort eine Buchhand-

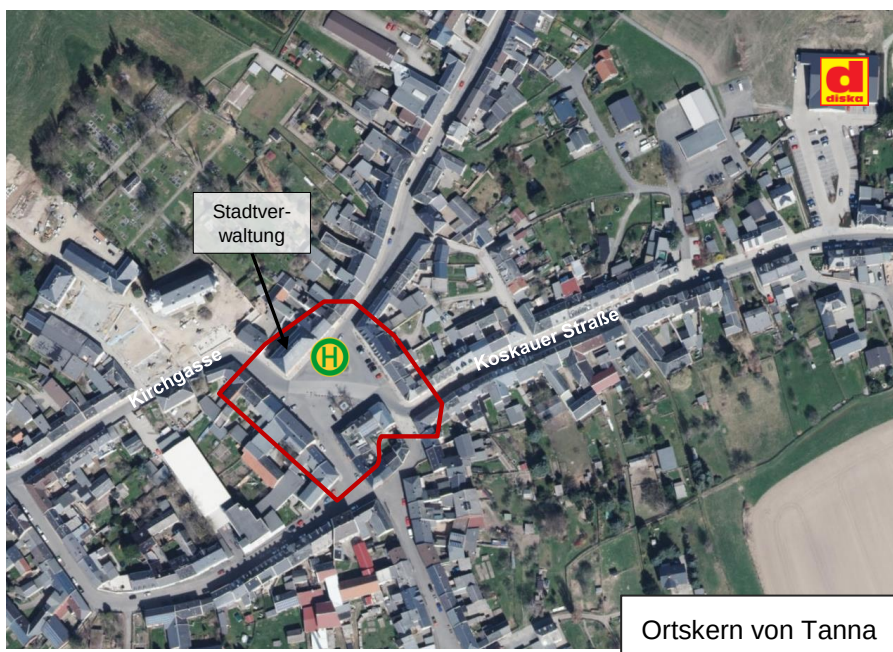
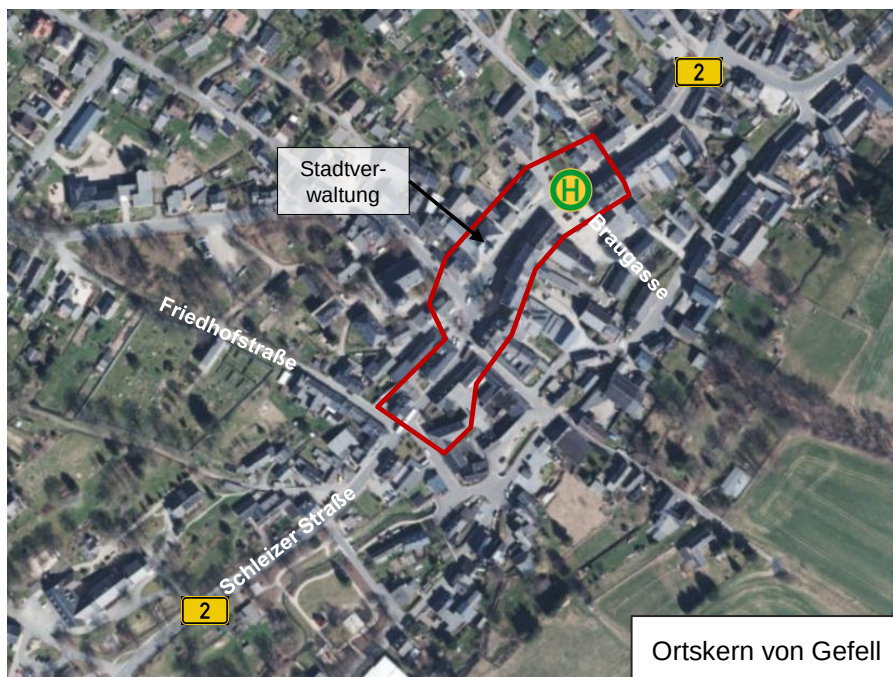
¹⁰ vgl. zum Begriff faktischer zentraler Versorgungsbereiche: Bundesverwaltungsgericht, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

lung, eine Postfiliale, eine Sparkasse, ein Imbiss sowie das Rathaus angesiedelt. Die Lebensmittelhandwerksbetriebe sind als wettbewerbsrelevant einzustufen, sie repräsentieren ca. 2% der wettbewerbsrelevanten Verkaufsfläche und rd. 4% des projektrelevanten Umsatzes.

Der **Ortskern von Tanna** erstreckt sich im Umfeld des Marktes und schließt neben einer Bäckereifiliale, Dienstleistungsangebote (Reisebüro, Frisör, Post, Volksbank) sowie die Stadtverwaltung ein. Die Bäckerei ist als projektrelevanter Anbieter einzustufen, auf diese entfallen jedoch lediglich jeweils 1% der projektrelevanten Verkaufsfläche und des wettbewerbsrelevanten Umsatzes.

Karte 5: Abgrenzung der faktischen zentralen Versorgungsbereiche: Ortskern von Gefell und Ortskern von Tanna



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

In der Kategorie **sonstige Standortlagen** sind insgesamt sechs projektrelevante Anbieter zusammengefasst, die über rd. 9% der wettbewerbsrelevanten Verkaufsfläche und ca. 11% des wettbewerbsrelevanten Umsatzes verfügen. Darunter fallen eine Bäckerei und ein Getränkemarkt im Umfeld der Bahnhofstraße in Tanna, eine Bäckerei und ein Getränkemarkt in Hirschberg, eine Bäckerei in Töpen sowie der Tankstellenshop in Gefell.

Die Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet als Hauptwettbewerber befinden sich demnach außerhalb der faktischen zentralen Versorgungsbereiche in Gefell und Tanna.

Die Ansiedlung des Netto-Marktes ist insbesondere hinsichtlich der Wechselwirkungen innerhalb des funktionssteiligen Grundzentrums zu begutachten. Der **Verkaufsflächenbesatz durch Lebensmittelmärkte im Grundzentrum** wird demnach in nachfolgender Tabelle in Relation zum grundzentralen Bevölkerungspotenzial bewertet.

Die aktuell vorhandenen drei Lebensmitteldiscounter verfügen zusammen über eine Verkaufsfläche von ca. 2.441 m². Im Verhältnis zum örtlichen Bevölkerungspotenzial errechnet sich eine Ausstattung von 301 m² je 1.000 Einwohner, dies entspricht einem durchschnittlichen Besatz von 105% des Bundesdurchschnitts für Supermärkte und Discounter. Bei Ansiedlung des Netto-Marktes mit einer Verkaufsfläche von 1.048 m² ergibt sich eine Gesamtverkaufsfläche von 3.489 für vier Lebensmitteldiscounter, was einem durchschnittlichen Besatz von 150% des Bundesdurchschnittes entspricht. Der Dichte-Index relativiert sich, wenn man berücksichtigt, dass im Grundzentrum keine großflächigen Betriebsformen (Große Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser) vorhanden sind und infolgedessen die Discounter auch typische Nachfragesegmente dieser Lebensmittelanbieter wahrnehmen. Die nächstgelegenen Verbrauchermärkte befinden sich in einer Mindestentfernung von ca. 16 km in Plauen (3x Kaufland), Hof (Marktkauf und Kaufland) und Schleiz (Kaufland), in Weischlitz ist das SB-Warenhaus Globus angesiedelt. In diesem Kontext sind in der Tabelle auch Ausstattungskennziffern bezogen auf die bundesdurchschnittliche Flächenausstattung über alle Lebensmittelbetriebsformen dargestellt. Es ergibt sich eine Ausstattung von 106% des Bundesdurchschnittes, was weiterhin der grundzentralen Versorgungsfunktion entspricht.

Tabelle 6: Flächenausstattung (Dichte-Index) durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet

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}	83.200.000	27.057	23.800.000	880	3.075	286	100
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Ist	8.123 *	3	2.441	814	2.708	301	105
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Plan	8.123 *	4	3.489	872	2.031	430	150
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.200.000	1.978	9.900.000	5.005	42.063	119	100
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Ist	8.123 *					0	0
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Plan	8.123 *					0	0
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	83.200.000	29.035	33.700.000	1.161	2.866	405	100
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Ist	8.123 *	3	2.441	814	2.708	301	74
Grundzentrum (Gefell, Tanna + Hirschberg) Plan	8.123 *	4	3.489	872	2.031	430	106

VKF = Verkaufsfläche; Einwohnerdaten Stand 30.06.2016 gemäß Thüringer Landesamt für Statistik und Statistisches Bundesamt

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

* Netto-Markt mit 800 m² VKF; ** Netto-Markt mit 1.000 m² VKF

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Fazit zur Angebotsstruktur:

- Insgesamt 23 projektrelevante Anbieter verfügen derzeit über ca. 3.878 m² Einzelhandelsfläche und binden einen Gesamtumsatz von ca. 17,6 Mio. € im Untersuchungsgebiet.
- Die Angebotsstruktur wird durch drei Lebensmitteldiscounter (diska, Lidl und PENNY) geprägt, die ebenfalls als Hauptwettbewerber des Projektvorhabens anzusehen sind.
- Für die Ortskerne von Gefell und Tanna konnten faktische zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden. Die Standorte der Lebensmittelmärkte befinden sich jedoch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

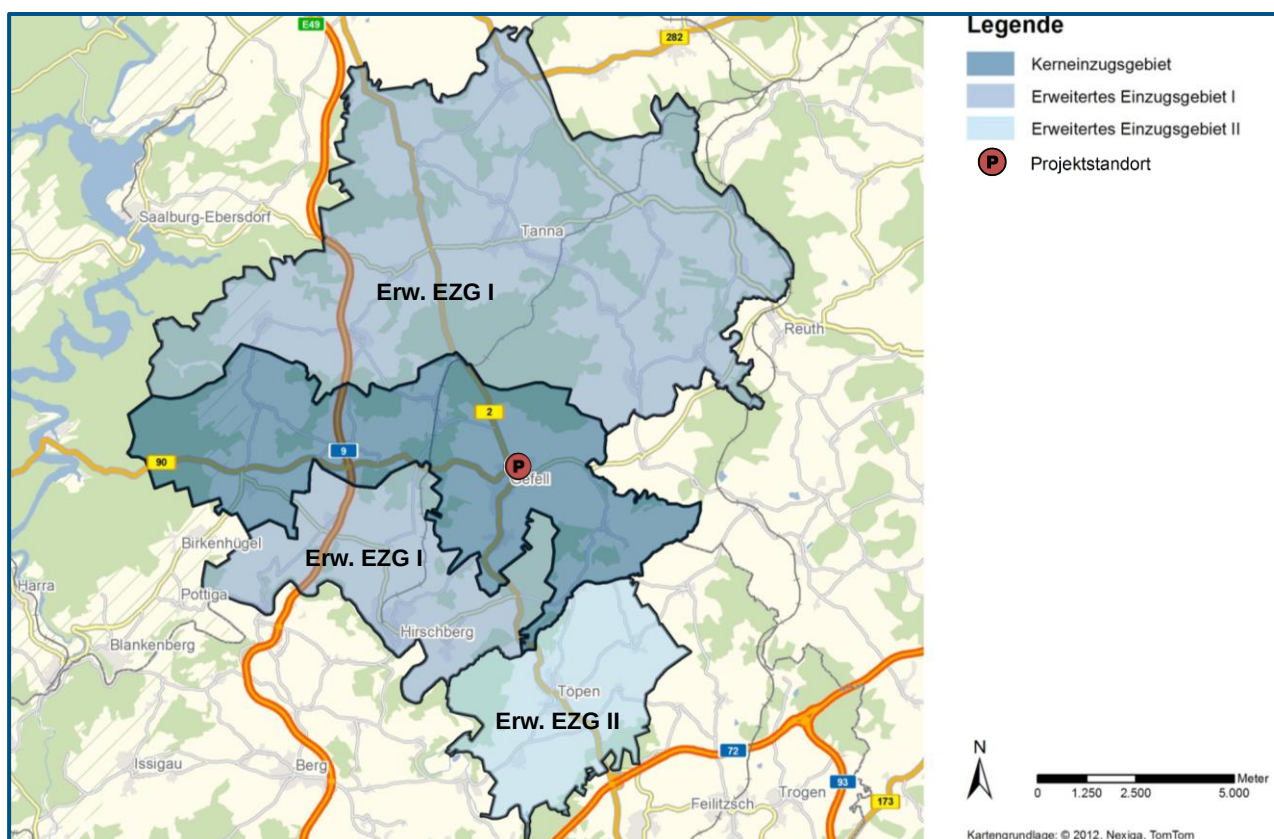
6. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

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

Von Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Vorhabenstandortes an der Schleizer Straße sind die Siedlungsstruktur der Stadt Gefell und den umliegenden Gemeinden, die regionale Wettbewerbssituation und die sehr gute Erreichbarkeit des Standortes. Unter Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich das in Karte 6 dargestellte Einzugsgebiet:

Karte 6: Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in der Schleizer Straße in Gefell



Kartengrundlage: Nexiga GmbH 2012, ESRI Basemaps; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

- Das Kerneinzugsgebiet umfasst das Stadtgebiet von Gefell und charakterisiert die eigenständigen Nahversorgungsfunktionen des Projektstandortes. Es schließt sowohl die fußläufige Erreichbarkeit aus der Kernstadt Gefell als auch die erwartete Orientierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung aus den peripheren Ortsteilen der Stadt Gefell mit ein.
- Das erweiterte Einzugsgebiet differenziert sich in zwei Zonen:
Zone I umfasst die Stadtgebiete von Tanna und Hirschberg, die zusammen mit Gefell ein funktions- teiliges Grundzentrum bilden. Für diese Städte weist das Angebot in Gefell in Ergänzung zu den eigenen Angebotsstrukturen eine kurze Zeit-Wege-Distanz auf.
Zone II umfasst die bayerische Gemeinde Töpen, die südlich von Gefell in etwa 7 km Entfernung liegt. In Töpen ist als einziger Lebensmittelmarkt der Biomarkt denn's vorhanden, neben Gefell sind die nächstgelegenen Versorgungsmöglichkeiten in Hof (ca. 10 km entfernt) zu erreichen. Aufgrund der sehr guten Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes über die Bundesstraße B2, die Gefell und Töpen verbindet, ist eine Kundenbindung aus Töpen nicht auszuschließen, jedoch mit abnehmender Bindungsintensität einzubeziehen.

Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet ca. 9.440 Einwohner. Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Erwartungsgemäß liegt die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer für Lebensmittel leicht über dem Kaufkraftdurchschnitt der jeweiligen Gemeinde (vgl. Abschnitt 4). Das Kaufkraftniveau der Warengruppen Drogerie und Heimtierbedarf bleibt jedoch darunter.

Wie aus der nachfolgenden Tabelle hervorgeht, ergibt sich für das gesamte Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von ca. 22,9 Mio. €, welches sich wie folgt auf die einzelnen Zonen verteilt:

- Kerneinzugsgebiet: 6,3 Mio. €
- erweitertes Einzugsgebiet Zone I: 14,0 Mio. €
- erweitertes Einzugsgebiet Zone II: 2,7 Mio. €.

Tabelle 7: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet I	erweitertes Einzugsgebiet II	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	2.477	5.646	1.018	9.141
sortimentsspezifisches Kaufkraftniveau	89,8	88,3	93,7	89,3
Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	2.171 €	2.135 €	2.266 €	2.159 €
sortimentsspezifisches Kaufkraftniveau	87,9	83,1	89,3	85,1
Ausgaben pro Kopf Drogerie	309 €	293 €	314 €	300 €
sortimentsspezifisches Kaufkraftniveau	88,6	86,3	93,1	87,7
Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	50 €	48 €	52 €	49 €
Nachfragepotenzial				
Lebensmittel	5.378 T€	12.055 T€	2.306 T€	19.739 T€
Drogerie	766 T€	1.652 T€	320 T€	2.738 T€
Heimtierbedarf	123 T€	273 T€	53 T€	449 T€
relevante Warengruppen gesamt	6.267 T€	13.980 T€	2.679 T€	22.926 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Stellt man die Umsätze der vorhandenen Angebotsstrukturen in den Sortimenten Food und Non-Food I dem errechneten Marktpotenzial gegenüber, errechnen sich Bindungsquoten des Einzelhandels. Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten.

Im funktionsteiligen Grundzentrum ergibt sich aktuell eine Bindungsquote von 72,9%, für das gesamte abgegrenzte Einzugsgebiet, einschließlich der Gemeinde Töpen von 73,4%. Daraus sind ein aktueller Kaufkraftabfluss von ca. 5,5 Mio. € bzw. ca. 6,1 Mio. € für die Food und Non-Food I-Sortimente abzuleiten. Wie bereits dargestellt, fließt ein Teil der Kaufkraft in Richtung der Großbetriebsformen in den umliegenden Mittel- und Oberzentren ab, was unter anderem auch durch die Pendlerverflechtungen zu begründen ist. Ebenso sind im abgegrenzten Einzugsgebiet keine Supermärkte mit einem Vollsortiment vorhanden, sodass eine vollständige Bedarfsdeckung als nicht realistisch einzustufen ist. Dennoch bestehen weitere Entwicklungsmöglichkeiten durch eine Angebotserweiterung, wodurch eine stärkere Eigenbindung der Kaufkraft vor Ort bestärkt werden kann.

Tabelle 8: Bindungsquoten im Einzugsgebiet

	Nachfragepotenzial Einzugsgebiet Food + Non-Food I	Umsatz relevanter Angebotsstrukturen	Kaufkraftbindung
Grundzentrum	20.247 T€	14.760 T€	72,9%
Einzugsgebiet (inkl. Töpen)	22.926 T€	16.820 T€	73,4%

7. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

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

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen unter besonderer Berücksichtigung der planerischen Vorgaben in der Stadt Gefell erläutert. Dabei werden insbesondere mit Blick auf die Regelungen auf Landesebene nur diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

7.1. Baunutzungsverordnung § 11 Abs. 3

Der Standort befindet sich im noch unbeplanten Innenbereich, jedoch ist die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes geplant, so dass sich die Zulässigkeit zukünftig nach § 30 BauGB bestimmt in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO bemisst. Hierin heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹¹
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten. Im Falle des Planvorhabens ist dies zweifelsfrei gegeben.

Ob jedoch im konkreten Fall entsprechende Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu prüfen. Dabei sind hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Eine Abweichung von den laut Regelvermutung erwarteten Auswirkungen kann in betrieblichen oder städtebaulichen **Besonderheiten** des konkreten Sachverhaltes resultieren.¹² **Betriebliche Besonderheiten**, die

¹¹ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

beispielsweise auf ein schmales Warensortiment oder einer Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen begründet sein können, sind für Lebensmittel- und Drogeriemärkte nicht zu erwarten.

Städtebauliche Besonderheiten können jedoch vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

In wieweit im Rahmen des Planvorhabens städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, wird in Abschnitt 9 geprüft.

7.2. Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 (LEP 2025)

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie die Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen werden großflächige Einzelhandelsbetriebe durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Das Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 (LEP 2025) aus dem Jahr 2014 trifft im Kapitel 2 „Gleichwertige Lebensverhältnisse gewährleisten“ unter Punkt 2.6 „Einzelhandelsgroßprojekte“ entsprechende Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit den Zielen 2.6.1 sowie den Grundsätzen 2.6.2 - 2.6.4.

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot). Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte

– in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und

– in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht. (Ziel 2.6.1)

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). [...] (Grundsatz 2.6.2)

¹² BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). (Grundsatz 2.6.3)

Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot). (Grundsatz 2.6.4)

Inwieweit das Projektvorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist, wird in Abschnitt 9.4 geprüft.

8. Auswirkungsanalyse

8.1. Umsatzprognose

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

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung des Planvorhabens, wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die bestehenden, regionalen Standortstrukturen auf, berücksichtigt die mit den Versorgungsfunktionen des Planvorhabens zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich funktionalen Einordnung bewertet.

Wie bereits dargestellt wurde, soll im Rahmen des Projektvorhabens ein neuer Lebensmitteldiscounter an der Schleizer Straße in Gefell angesiedelt werden. Gemäß der aktuellen Planung soll das Projektvorhaben insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 1.089m² (inkl. Backshop und Windfang) umfassen. Für dieses Vorhaben ist mit einem Gesamtumsatz von rd. 4,2 Mio. € zu rechnen.

Tabelle 9: Umsatzprognose des geplanten Netto-Marktes an der Schleizer Straße in Gefell

Kundenherkunft	relevantes Kaufkraftvolumen Food + Non-Food I	erwartete Bindungsquote	Umsatz- erwartung
Kerneinzugsgebiet	6.267 T€	30%	1.900 T€
erweitertes Einzugsgebiet I	13.980 T€	12%	1.700 T€
erweitertes Einzugsgebiet II	2.679 T€	8%	200 T€
Umsatzerwartung Food + Non-Food I	22.926 T€		3.800 T€
Umsatzerwartung Non-Food II			200 T€
Streuumsätze (5%)			200 T€
Umsatzerwartung gesamt			4.200 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Der prognostizierte Umsatz wird im Schwerpunkt aus den Städten des funktionsteiligen Grundzentrums generiert. Von dem im Kerneinzugsgebiet in den Food- und Non-Food I-Sortimenten verfügbaren Kaufkraftpotenzial (ca. 6,3 Mio. €) können durch den Netto-Markt zukünftig rd. 30% gebunden werden. Der für das Kerneinzugsgebiet zu erwartende Umsatz macht ca. 45% des prognostizierten Gesamtumsatzes des Planvorhabens aus. Für die im Kerneinzugsgebiet lebende Bevölkerung, auch für die peripher gelegenen Ortsteile, weisen die Angebote in der Kernstadt von Gefell die geringste Zeit-Wege-Distanz auf, was sich auch insbesondere durch die verkehrsgünstige Lage an der B2 begründet. Aus dem erweiterten Einzugsgebiet I können bei einer erwarteten Bindungsquote von 12% zukünftig ca. 40% des prognostizierten Gesamtumsatzes (1,7 Mio. €) gebunden werden. Von Bedeutung werden die qualitative Erweiterung des Lebensmittellangebotes in Gefell und daraus entstehende Kopplungseffekte der beiden Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto sein sowie die Lage des Projektstandortes. Ein sehr viel geringerer Umsatzanteil (ca. 5%) ist mit einer Bindungsquote von 8% für die Gemeinde Töpen (erweitertes Einzugsgebiet II) zu erwarten. In Töpen ist als einziger Lebensmittelmarkt der Biomarkt denn's vorhanden, die Angebote in Gefell sind für die Einwohner der Gemeinde ebenfalls mit der geringsten Zeit-Wege-Distanz zu erreichen. Das Oberzentrum Hof besitzt dennoch für die Gemeinde Töpen aufgrund der größeren Angebotsvielfalt eine stärkere Anziehungskraft.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Die zu erwartenden Non-Food II-Umsätze des Netto-Marktes haben einen Anteil von ca. 5% am Gesamtumsatz und sind mit ca. 0,2 Mio. € zu beziffern.

Darüber hinaus gehende Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes, generiert über die unmittelbare Lage an der B2, sind ebenfalls nur in eher geringem Umfang zu erwarten. Ausschlaggebend sind die Wettbewerbssituation in den Nachbarkommunen sowie die bereits erhebliche Distanz für potenzielle Kunden.

Für den Netto-Markt ergibt sich durch die aufgezeigten Marktanteilsquoten keine dominante Markstellung innerhalb des Stadtgebietes von Gefell oder dem Gesamtgebiet des funktionsteiligen Grundzentrums, unterstrichen auch durch den bereits großflächigen Lebensmitteldiscounter Lidl.

Die dargelegten Umsatzerwartungen entsprechen einer **Flächenproduktivität** von 3.800 €/m² für den Netto-Markt. Die Flächenproduktivität ist abgestimmt auf die zukünftige Verkaufsfläche und die örtliche Kaufkraft (vgl. Abschnitt 4, Abbildung 3) und liegt deshalb unterhalb des Durchschnittswertes von Netto, welcher aber auch für eine mittlere Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit repräsentativ ist.¹³ Bei zunehmender Verkaufsflächendimensionierung ist zwar grundsätzlich von einem Anstieg der absoluten Umsatzerwartung auszugehen, jedoch bei leicht sinkender Flächenproduktivität, da überwiegend die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation und eine verbesserte Kundenführung geschaffen werden, jedoch keine adäquate Ausweitung des Sortimentsangebotes damit einhergeht.

Für den geplanten Backshop ist von einem Umsatzziel von ca. 0,25 Mio. € auszugehen, was einer Flächenproduktivität von 5.000 €/m² entspricht.

Tabelle 10: Flächenproduktivitäten des Netto-Marktes und des Backshops

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Netto	1.048 m ²	3.800 €/m ²	4.000 T€
Backshop	41 m ²	5.000 €/m ²	200 T€
Standortentwicklung	1.089 m²		4.200 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Die dargestellten Umsatzerwartungen sind unter Beachtung der Standortvoraussetzungen als bestmögliche Werte und dementsprechend als "Worst-Case-Szenario" einzustufen.

¹³ Die durchschnittliche Flächenproduktivität von Netto-Märkten beträgt 4.250 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 4.235 Märkte der Firma Netto ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 792 m² (Quelle bulwiengesa / TradeDimensions, Stand 31.12.2018).

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

8.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Vorhaben induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt: Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Planumsatz, der mit Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Ein zusätzlicher Anbieter vergrößert demnach nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dabei kommt es zu innerörtlichen und außerörtlichen Umverteilungseffekten in den bestehenden Angebotsstrukturen.

Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet.

Tabelle 11: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten der relevanten Angebotsstrukturen

Lage	aktueller Umsatz Food + Non-Food I	Umsatzumverteilung	
Ortskern Gefell	0,76 Mio. €	6,5%	0,05 Mio. €
Ortskern Tanna	0,26 Mio. €		
Lidl, Schleizer Straße Gefell	5,29 Mio. €	9,5%	0,50 Mio. €
disca, Koskauer Straße Tanna	3,35 Mio. €	7,0%	0,23 Mio. €
PENNY, Lohnsteiner Straße Hirschberg	3,74 Mio. €	8,5%	0,32 Mio. €
denn's, Hofer Straße Töpen	1,81 Mio. €	5,5%	0,10 Mio. €
Sonstige	1,61 Mio. €	6,5%	0,10 Mio. €
Umsatzumverteilung durch Planvorhaben im Einzugsgebiet			1,30 Mio. €
Bindung aktueller überregionaler Abflüsse			2,50 Mio. €
Streuumsätze durch Verkehrsfrequenzen auf der B2			0,20 Mio. €
Umsätze Non-Food II-Sortimente			0,20 Mio. €
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt			4,20 Mio. €

Berechnung: BBE Handelsberatung GmbH

Dargestellt sind die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Anbietern im Einzugsgebiet sowie die prognostizierte zusätzliche Rückgewinnung bisheriger Kaufkraftabflüsse und die zu erwartenden Streuumsätze durch Verkehrsfrequenzen auf der B2. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so werden beispielsweise die integrierten Bäckereien und Fleischereien in den Märkten sowie die am Standort befindlichen Getränkemärkte mitberücksichtigt.

Die prognostizierten Umsätze für den Netto-Markt können rechnerisch vollumfänglich aus den bisherigen Kaufkraftabflüssen abgedeckt werden, die sich im gesamten abgegrenzten Einzugsgebiet auf ca. 6,1 Mio. € belaufen. Die bisherige Bindungsquote (vgl. Abschnitt 7) von 73,4% durch relevante Anbieter innerhalb des Einzugsgebietes zeigt grundsätzlich Entwicklungsmöglichkeiten für weitere Angebotsstrukturen auf. Auch der negative Pendlersaldo (vgl. Abschnitt 4), der etwa 27% des Einwohnerpotenzials von Gefell entspricht, ist ein Indiz für starke Kaufkraftabflüsse.

Die in der Tabelle dargestellte Bindung aktueller überregionaler Kaufkraftabflüsse berücksichtigt die Kundenströme in Richtung überregionaler Lebensmittelangebote. Von besonderer Bedeutung sind hinsichtlich dessen die Großflächenanbieter (Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser) im weiteren Umland von Gefell

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

(vgl. Abschnitt 6), die von Kunden insbesondere für den Groß- und Wocheneinkauf aufgesucht werden. Dazu zählen die drei Kauflandstandorte in Plauen sowie die Filialen in Schleiz und Hof. Darüber hinaus ziehen auch das SB-Warenhaus in Weischlitz sowie der Anbieter Marktkauf in Hof Kundennachfrage auf sich. Lebensmitteldiscounter können diese Kaufkraftabflüsse zwar nur zu einem gewissen Anteil auffangen, dem Netto Marken-Discount gelingt dies jedoch als Hybrid-Discounter mit einem höheren Anteil an Markenartikeln gegenüber den weiteren Discountern erfolgreicher. Aktuell fließen ca. 6,1 Mio. € an Kaufkraft in den Food und Non-Food I-Sortimenten ab. Es ist davon auszugehen, dass durch eine Ausweitung der Angebotsstrukturen an der Schleizer Straße in Gefell infolge der Ansiedlung des Netto-Marktes ein Umsatzanteil von mindestens 2,5 Mio. €, etwa 60% der gesamten Umsatzerwartung, durch eine Rückgewinnung von derzeitigen Kaufkraftabflüssen erzielt werden kann. Die weiteren Umverteilungseffekte sind deutlich nachrangig zu dieser stärkeren Eigenbindung der Nachfrage vor Ort.

Die Umverteilungseffekte gegenüber den Bestandsstrukturen im Einzugsgebiet sind als Maximalwerte einzustufen und konzentrieren sich vorrangig auf die Standorte der Lebensmittelmärkte, berühren aber in unterschiedlicher Stärke die Mehrheit der Anbieter.

Mit der Ansiedlung des Netto-Marktes ergibt sich die stärkste Betroffenheit für den Standort des Discounters **Lidl an der Schleizer Straße**, der sich unmittelbar gegenüber dem Vorhabenstandort befindet. Für diesen Standort ist folglich mit den höchsten Umverteilungseffekten zu rechnen. Neben dem Lebensmittelmarkt sind auch die weiteren nahversorgungsrelevanten Anbieter zu berücksichtigen. Vergleichbar mit dem Projektstandort zeichnet sich ebenso der Lidl-Standort durch eine sehr gute Erreichbarkeit aus und profitiert in hohem Maße von den Verkehrsfrequenzen auf der B2. Darüber hinaus nimmt er als bisher alleiniger Lebensmittelmarkt in Gefell eine besondere Stellung in der Versorgung der Bevölkerung ein. Die Umverteilungseffekte gegenüber dem Lidl-Standort sind als Saldo aus zu erwartenden Umsatzverlusten infolge eines weiteren Lebensmitteldiscounters am Standort sowie dem Zugewinn aus der hervorgehenden gemeinsamen Magnetwirkung der beiden Märkte zu sehen. Bei einer Umverteilungsquote von 9,5% (0,5Mio. €) sind vor dem Hintergrund der Wettbewerbsfähigkeit des Lidl-Marktes keine existenziellen Wirkungen zu erwarten. Es ist ebenso darauf hinzuweisen, dass sich die Umverteilungseffekte, wenngleich sie sich am stärksten auf den Lidl-Markt als sog. Systemwettbewerber auswirken, auf mehrere Anbieter verteilen. Auf lange Sicht werden sich die Umsatzverluste aufgrund der qualitativen Angebotserweiterung für den Lidl-Standort relativieren.

Der Standort des Lebensmitteldiscounters **PENNY in der Lobensteiner Straße in Hirschberg** befindet sich in ca. 7 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Neben dem Lebensmitteldiscounter sind am Standort ebenso als projektrelevante Anbieter eine Bäckerei, Fleischerei sowie ein Getränkemarkt vorhanden. Zusätzlich profitiert der PENNY-Markt von den Kundenfrequenzen des auf dem Grundstück befindlichen Rest- und Sonderpostenmarktes REPO. Aufgrund der Lage des Vorhabenstandortes an der B2, die auch eine wichtige Verbindungsstraße in Richtung Hirschberg darstellt, ist infolge der Ansiedlung des Netto-Marktes für den PENNY-Standort von Umverteilungsquoten in Höhe von 8,5% (0,32 Mio. €) auszugehen. Diese Umsatzverluste verteilen sich auf die vier wettbewerbsrelevanten Anbieter, betreffen aber in verstärktem Maße den Systemwettbewerber PENNY. Für die Anbieter am Standort ist aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte nicht mit existenziellen Wirkungen zu rechnen.

Der Discounter **diska an der Koskauer Straße in Tanna** übernimmt als einziger Lebensmittelmarkt in Tanna eine Versorgungsfunktion schwerpunktmäßig für das Gemeindegebiet und befindet sich in ca. 8 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Als weitere projektrelevante Anbieter sind die Bäckerei und die Fleischerei in der Vorkassenzonen des Marktes zu sehen. Aufgrund der größeren Wegedistanz zum Vorhabenstandort ergeben sich gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten geringere Umverteilungsquoten in Höhe von 7% (0,23 Mio. €). Auch hier betreffen die Umsatzverluste vorrangig den diska-Markt. Schädliche Auswirkungen durch die Ansiedlung des Netto-Marktes an der Schleizer Straße sind jedoch nicht zu beziffern.

Generell ist im Grundzentrum mit ca. 20,2 Mio. € für Food und Non-Food I-Sortimente ausreichend Potenzial vorhanden, sodass sich die vorhandenen Lebensmittelmärkte, auch bei Neuansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters, im Rahmen ihrer Möglichkeiten vollumfänglich profilieren können. Die Ansiedlung

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

des Netto-Marktes bewirkt einen Anstieg der derzeitigen, niedrigen Bindungsquote des Grundzentrums in den vorgenannten Sortimenten, von bisher lediglich 72,9%. Mit der Realisierung des Planvorhabens ist ein Anstieg der Bindungsquote um ca. 20%-Punkte zu erwarten.

Der Biomarkt **denn's an der Hofer Straße in Töpen** weist aufgrund der unterschiedlichen Angebotsausrichtung geringere Wettbewerbsverflechtungen mit dem Vorhabenmarkt auf. Ebenso ist die in der Vorkassenzonen integrierte Bäckerei stärker auf hochwertige Warenangebote ausgerichtet als herkömmliche Bäckereien. Die Ansiedlung des Netto-Marktes und die daraus resultierende stärkere Einkaufsorientierung hin zu den Angebotsstrukturen ergeben für den Standort Umverteilungsquoten von maximal 5,5% (0,1 Mio. €), die auf einzelbetrieblicher Ebene für die Anbieter jedoch unterhalb der Spürbarkeitsschwelle bleiben.

Am geringsten betroffen von der Ansiedlung des Netto-Marktes sind in absoluter Größenordnung die beiden **Ortskerne von Gefell und Tanna**. Innerhalb der Ortskerne sind als projektrelevante Anbieter lediglich Lebensmittelhandwerksbetriebe vorhanden. Beide Ortskerne sind durch kleinteilige Handelsstrukturen geprägt, sodass die Lebensmittelmärkte in den Städten bereits außerhalb der (faktischen) zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt sind. Gegenüber den Anbietern im Ortskern von Gefell ergeben sich aufgrund der Nähe zum Projektstandort nur sehr geringe Umverteilungseffekte von 50 T€, die auf drei Anbieter verteilt einzelbetrieblich nicht nachweisbar sind. Für den Ortskern von Tanna lassen sich modelltheoretisch keinerlei Auswirkungen ausweisen. Für die beiden Ortskerne sind demnach keine schädlichen Auswirkungen infolge der Netto-Ansiedlung zu erwarten.

Alle **sonstigen Anbieter**, darunter drei Bäckereien, zwei Getränkemärkte und ein Tankstellenshop, stehen aufgrund der Ausrichtung nur marginal im Wettbewerb mit dem Projektvorhaben. Die ausgewiesenen Wettbewerbseffekte von 0,1 Mio. € bleiben bei insgesamt sechs Anbietern auf einzelbetrieblicher Ebene weit unter der Spürbarkeitsschwelle.

8.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

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

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

- Für die Stadt Gefell liegt bisher kein Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen vor, im Rahmen der Vor-Ort-Besichtigung konnten jedoch der Ortskern von Gefell und der Ortskern von Tanna als (faktische) zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden. Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe stellen im Schwerpunkt Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs. Als projektrelevante Anbieter sind in beiden Ortskernen ausschließlich Lebensmittelhandwerksbetriebe vorhanden. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf den jeweiligen faktischen zentralen Versorgungsbereich sind nicht zu erwarten, die ermittelten Umverteilungseffekte von 50 T€ für den Ortskern Gefell bleiben auf einzelbetrieblicher Ebene deutlich unterhalb der Spürbarkeitsschwelle, so dass existenzielle Wirkungen ausgeschlossen werden können. Für die Betriebe im Ortskern Tanna konnten modelltheoretisch keinerlei Auswirkungen nachgewiesen werden.
- Der Planstandort des neu anzusiedelnden Netto-Marktes befindet sich in städtebaulich integrierter Lage in der Kernstadt von Gefell. Als qualitative Ergänzung zu dem bereits bestehenden Versorgungsstandortes des Lidl-Marktes können sich zukünftig daraus Synergieeffekte für den Standort insgesamt ergeben, woraus sich eine langfristige Sicherung und Stärkung des Standortes ergibt.
- Beide Märkte übernehmen dabei wichtige Nahversorgungsfunktionen sowohl für die Bevölkerung in fußläufiger Erreichbarkeit, als auch für die peripher gelegenen Ortsteile der Stadt Gefell und die weiteren Städte des funktionsteiligen Grundzentrums. In einem fußläufigen Nahversorgungsradius des Projektstandortes von 600 m leben bereits 1.140 Einwohner.
- Existenzielle Wirkungen können ebenfalls für die weiteren Nahversorgungsstandorte ausgeschlossen werden. Für den Lidl-Standort an der Schleizer Straße in Gefell haben sich Umverteilungsquoten von 9,5 % (0,5 Mio. €) ergeben. Aus den daraus resultierenden Umlenkungseffekten lassen sich jedoch keine schädlichen Auswirkungen ableiten, die zukünftig die Nahversorgungsfunktion des Standortes gefährden würden. Dies ergibt sich aus der starken Marktposition des Marktes und den Synergieeffekten, die sich zukünftig aus der Ansiedlung des Netto-Marktes ergeben. Auch für den PENNY-Standort an der Lobensteiner Straße in Hirschberg, der mit einer Umverteilungsquote von 8,5% (0,32 Mio. €) betroffen ist, lassen sich infolge einer Neuansiedlung des Netto-Lebensmittelmarktes keine städtebaulichen Auswirkungen ausweisen. Ebenfalls bleibt der Standort des Lebensmitteldiscounters diska an der Koskauer Straße in Tanna in Hinsicht auf städtebauliche Auswirkungen von dem Planvorhaben unberührt. Die ausgewiesenen Umverteilungsquoten von 7,0% (0,23 Mio. €) lassen keine existenziellen Wirkungen für den Lebensmittelmarkt erwarten.
- Bei ausschließlicher Betrachtung der vorhandenen Angebotsstrukturen im Gebiet des Grundzentrums in Relation zum vorhandenen Marktpotenzial in diesem Gebiet ergibt sich eine Bindungsquote von lediglich 72,9 % in den Food- und Non-Food I-Sortimenten, die weiteres Entwicklungspotenzial aufzeigt. Mit der Neuansiedlung des Netto-Marktes steigt die legitime Eigenbindung der Nachfrage um ca. 20 %-Punkte.
- Die bayerische Gemeinde Töpen wurde als Teil des erweiterten Einzugsgebietes ausgewiesen, da sich eine partielle Kundenbindung aufgrund der räumlichen Nähe zu Gefell ergibt, für diese Gemein-

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

de bestehen jedoch keine Versorgungsfunktionen. Das Vorhaben weist nur geringe Wechselwirkungen mit den projektrelevanten Angebotsstrukturen in Töpen ohne städtebauliche Relevanz auf. Die ausgewiesenen Umverteilungseffekte in Höhe von 5,5% (0,1 Mio. €) bleiben für die projektrelevanten Anbieter weit unterhalb der Spürbarkeitsschwelle.

- Eine Differenzierung der sonstigen Anbieter nach betroffenen Gemeinden oder regionalen Wettbewerbsstandorten ist aufgrund der Geringfügigkeit modelltheoretisch nicht möglich.
- Wesentliche Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung können insofern ausgeschlossen werden.

8.4. Landesplanerische Beurteilung des Vorhabens

Für das Planvorhaben ist die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes geplant. Bei der Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie der Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus, sind die Ziele und Grundsätze der Landesplanung zu beachten. Nachfolgend wird geprüft, inwieweit das Vorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist.

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot). Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte

- in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und
- in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht. (Ziel 2.6.1)

Gemäß dem Regionalplan Ostthüringen bildet die Stadt Gefell zusammen mit den Städten Tanna und Hirschberg ein funktionsteiliges Grundzentrum.¹⁴ Demnach ist das Vorhaben zulässig, wenn es zur Sicherung der Grundversorgung dient. Durch die Ansiedlung des Netto-Marktes in der Stadt Gefell wird die Grundversorgung vor Ort qualitativ verbessert. Der aktuell bereits vorhandene Nahversorgungsstandort erfährt trotz entstehender Wettbewerbseffekte auch aufgrund der eintretenden Kopplungs- und Synergieeffekte auch eine nachhaltige Stärkung.

Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). [...] (Grundsatz 2.6.2)

Das Kerneinzugsgebiet umfasst das Stadtgebiet von Gefell. Zu dem erweiterten Einzugsgebiet zählen die Städte Tanna und Hirschberg, die zusammen mit der Stadt Gefell das funktionsteilige Grundzentrum bilden und zugleich den Grundversorgungsbereich darstellen. Ebenso wurde die Gemeinde Töpen als erweitertes Einzugsgebiet ausgewiesen. Im Rahmen der Analyse wurde jedoch für die Gemeinde Töpen nur eine sehr geringe Marktanteilsquote von 8% für den Netto-Markt ausgewiesen, die lediglich einem Anteil von ca. 5% am prognostizierten Gesamtumsatz entspricht. Das Einzugsgebiet bleibt also im Wesentlichen auf den Grundversorgungsbereich beschränkt und die ausgewiesene Umsatzerwartung für den Netto-Markt kann auch unabhängig des Marktpotenzials aus der Gemeinde Töpen aus dem vorhandenen Marktpotenzial im funktionsteiligen Grundzentrum generiert werden.

Eine Überschreitung bzw. Ausweitung des Einzugsgebietes ist auch zukünftig nicht realistisch. Dies leitet sich aus flächenseitigen Ausrichtung auf überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente, von fehlenden Alleinstellungsmerkmalen hinsichtlich des Gesamtkonzepts und aus der regionalen Wettbewerbssituation ab. Demnach wird das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region nicht beeinträchtigt, so dass das im LEP Thüringen formulierte Kongruenzgebot eingehalten wird.

Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). (Grundsatz 2.6.3)

Gegen das Beeinträchtigungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch das Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstruktur im überörtlichen Einzugsgebiet beein-

¹⁴ vgl. Regionalplan Ostthüringen 2012, Abschnitt 1.2.4, S. 11.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

trächtig werden. Diese negativen Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Die Grundversorgungsstrukturen durch Lebensmittelmärkte im funktionsteiligen Grundzentrum befinden sich allesamt außerhalb der ausgewiesenen (faktischen) zentralen Versorgungsbereiche. Die für die Standortlagen ausgewiesenen Umsatzzumlenkungseffekte lassen keine schädlichen Auswirkungen auf die (faktischen) zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung in städtebaulich integrierten Lagen oder eine Absiedlung von Anbietern aus diesen Bereichen vermuten. Auch die vorhandenen Nahversorgungsstandorte durch Lebensmittelmärkte in den Gemeinden bleiben durch das Projektvorhaben unberührt.

Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot). (Grundsatz 2.6.4)

Der Vorhabenstandort des Netto-Marktes an der Schleizer Straße in Gefell ist als siedlungsintegriert einzustufen. Dies resultiert aus der Tatsache, dass der Standort im direkten räumlichen Umfeld überwiegend durch Wohnbebauung eingegrenzt wird.

Der Netto-Markt verfügt in seinem fußläufigen Umfeld (600 m Laufweg) über ein Bevölkerungspotenzial von etwa 1.140 Personen. Dieses Bevölkerungspotenzial umfasst annähernd die gesamte Wohnbebauung der Kernstadt von Gefell, die sich insbesondere im westlichen Bereich des Verlaufs der B2 konzentriert. Die baulichen Strukturen sind hier überwiegend durch Wohnbebauung mit mehrgeschossigen Wohnhäusern geprägt. Somit kann der Lebensmittelmarkt für diese Bevölkerungsteile eine qualifizierte und wohnortnahe Versorgung anbieten.

Die ÖPNV-Anbindung des Netto-Marktes wird über die Bushaltestelle "Gefell Post" an der Schleizer Straße unmittelbar vor dem Vorhabenstandort sichergestellt. Die Haltestelle wird durch zwei überörtlich verkehrende Buslinien bedient.

Fazit: Für das geplante Vorhaben ist eine Kompatibilität mit den Zielen bzw. Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 gegeben.

9. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass für die geplante Neuansiedlung des Netto-Marktes an der Schleizer Straße in Gefell mit einer Größendimensionierung des Marktes von rd. 1.089 m² Verkaufsfläche (inklusive Backshop) keine städtebaulich oder raumordnerisch relevante Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Vorhabenstandort ist in der Kernstadt von Gefell unmittelbar an der Schleizer Straße (B2), ca. 350 m vom Ortskern von Gefell entfernt, gelegen. Der Projektstandort wird an drei Seiten durch Wohnbebauung eingegrenzt und liegt gegenüber des bisher einzigen Lebensmittelmarktes Lidl in Gefell.
- Im Rahmen des Gutachtens wurden die Ortskerne von Tanna und Gefell als faktische zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt. Für die Stadt Hirschberg konnte aufgrund fehlender funktional zusammenhängender Handels- und Dienstleistungsangebote kein faktischer zentraler Versorgungsbereich ausgemacht werden. Aus den errechneten Umverteilungen können keine schädlichen Auswirkungen auf die projektrelevanten Einzelhandelsstrukturen innerhalb der faktischen zentralen Versorgungsbereiche, die sich ausschließlich auf Lebensmittelhandwerksbetriebe beschränken, abgeleitet werden.
- Die Nahversorgungsstrukturen im funktionsteiligen Grundzentrum werden aktuell durch drei Lebensmitteldiscounter (disca, PENNY und Lidl) in den Städten Tanna, Hirschberg und Gefell geprägt. Die Standorte der Märkte befinden sich außerhalb der jeweiligen Ortskerne. Aktuell bestehen im Grundzentrum ein unterdurchschnittlicher Flächenbesatz und wesentliche Kaufkraftabflüsse in den Food und Non-Food I-Sortimenten in Richtung überörtlicher großbetrieblicher Angebotsstrukturen. Ziel sollte eine legitime Eigenbindung der örtlichen Nachfrage sein. Die ausgewiesene Umsatzerwartung für den Netto-Markt kann weitestgehend aus dem Grundversorgungsbereich erzielt werden.
- Die Prüfung der raumordnerischen Vorgaben für großflächige Nahversorgungsstandorte hat für den Vorhabenstandort eine Kompatibilität mit dem Ziel und den Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms Thüringen (LEP 2025) ergeben.
- Der Projektstandort übernimmt für einen fußläufigen Nahbereich Versorgungsfunktionen in der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in der Kernstadt von Gefell. Auch für die peripher gelegenen Ortsteile sowie die Städte des Grundzentrums können wohnortnahe Versorgungsfunktionen übernommen werden. Der fußläufige Nahversorgungsbereich stimmt dabei im Wesentlichen mit dem des bereits aktuell in Gefell vorhandenen Lidl-Marktes überein. Ungeachtet entstehender Wettbewerbseffekte entsteht dadurch zukünftig eine qualitative Aufwertung des Nahversorgungsstandortes in Gefell, die eine Gesamtausstrahlung der beiden Standorte bewirkt.
- Die ausgewiesenen Umsatzerwartungen für den Netto-Markt können zu einem großen Anteil aus einer Rückgewinnung bestehender Kaufkraftabflüsse aus dem Grundzentrum dargestellt werden. Durch eine stärkere Eigenbindung im grundzentralen Bereich, sind raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen auf Nachbargemeinden nicht zu erwarten. Die eigenständigen Nahversorgungsstrukturen in den Städten Tanna und Hirschberg sind weiterhin gesichert.
- Spürbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf Nahversorgungsstandorte im Einzugsgebiet ergeben sich lediglich für die Standorte der drei Lebensmitteldiscounter disca, PENNY und Lidl. Alle drei Standorte sind jedoch als wettbewerbsfähig einzustufen, so dass sich aus den ausgewiesenen Umverteilungsquoten keine existenziellen Wirkungen ergeben.

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die geplante Neuansiedlung des Netto-Marktes die Grundversorgungsstrukturen im Grundzentrum stärkt und mit den raumordnerischen Zielen übereinstimmt. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO werden nicht induziert.

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

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung

Leipzig, 22. Juli 2020



i.V. M.A. Ute Menrath
Projektleitung

Auswirkungsanalyse Netto Marken-Discount in der Stadt Gefell

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 Fachmarktagglomeration