

Stellungnahme zur Beteiligung der Behörden und sonstiger Träger öffentlicher Belange zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan Sondergebiet „Lebensmittelmarkt Schleizer Straße – Stadt Gefell“

Auswertung der Stellungnahme der IHK Ostthüringen

In Schreiben der IHK Ostthüringen vom 26.11.2020 wurden vermeintliche gutachterliche Unschärfen in der vorliegenden Auswirkungsanalyse angesprochen und um deren Prüfung im Zuge des weiteren Verfahrens gebeten. Dies ist erfolgt, die angesprochenen Punkte zeigen sich jedoch eher als methodisches Verständnisproblem seitens der IHK und sind z.T. auf den Bezug zu einer veralteten Datengrundlage zurückzuführen. Im Detail sind folgende Ausführungen festzuhalten:

■ Bewertung der Versorgungssituation im funktionsteiligen Grundzentrum

Die IHK verweist darauf, dass in den drei Orten des funktionsteiligen Grundzentrums je ein Lebensmittelmarkt und weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter vertreten sind und kommt zu dem pauschalen Schluss, dass eine Unterversorgung gemäß der Begründung zum Bebauungsplan nicht erkennbar ist. Der dabei vorgenommene Bezug zur Seite 15 der Auswirkungsanalyse bleibt unklar, diese Passage des Gutachtens trifft Aussagen zur Pendlersituation und fasst die wesentlichen Aussagen zum Makrostandort Gefell zusammen, bietet aber keine detaillierteren Angaben zur Versorgungssituation.

Für letztere ist auf die Beschreibung der Angebotsstrukturen im Abschnitt 5 (Seiten 20-26) zu verweisen und insbesondere auf die Ausweisung der aktuellen Kaufkraftbindung im Abschnitt 6 auf Seite 29.

Im funktionsteiligen Grundzentrum werden aktuell 72,9% der nahversorgungsrelevanten Nachfrage gebunden, im gesamten, betrachteten Einzugsgebiet (inkl. Töpen) liegt die Bindungsquote mit 73,4% nur unwesentlich höher.

Folglich fließt mehr als ein Viertel der relevanten Nachfrage, ausgewiesen sind die Werte von ca. 5,5 Mio. € für das Grundzentrum bzw. 6,1 Mio. € für das gesamte Einzugsgebiet, zu regionalen Standorten von Großbetriebsformen und Supermärkten ab. In der Auswirkungsanalyse wird konstatiert, dass *„...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.“*

Die erwartete stärkere Eigenbindung der Nachfrage wird in Verbindung mit den Wettbewerbseffekten auf den Seiten 35 und 36 bewertet, dort sind auch wesentliche Magnetanbieter für die aktuellen Abflüsse benannt. Auch wenn rechnerisch der gesamte Planumsatz aus den bisherigen Abflüssen generiert werden könnte, wird im Sinne eines „worst-case-Szenarios“ und der ergänzenden Zielgruppenansprache eines Netto Marken-Discount als Hybrid-Discounter (Supermarkt-Discount-Hybrid - positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl aber auch der Bedienform zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter) von einer anteilig verstärkten Eigenbindung in einer Größenordnung von ca. 2,5 Mio. € ausgegangen.

■ Fehlerhafter Umgang mit Flächenproduktivitäten der Lebensmittelmärkte

Der IHK erscheinen die Flächenleistungen der bestehenden Lebensmittelmärkte in Relation zum Planvorhaben überbewertet, als Anhaltspunkt werden Flächenproduktivitätswerte angeführt, die durch die IHK selbst auf Grundlage der Tabelle 5 (S. 21 Auswirkungsanalyse) errechnet wurden. Diese Wertung ist aus verschiedenen Gründen als fehlerhaft einzuschätzen, zu verweisen ist auf falsch ausgewiesene bzw. falsch interpretierte Werte seitens der IHK, auf die Nichtberücksichtigung betreiberspezifischer unterschiedlicher Marktstellungen sowie dem methodisch unkorrekten Vergleich der Flächenproduktivitäten mit dem Planvorhaben. Flächenproduktivitäten sind sicherlich zur Plausibilisierung heranzuziehen, aber stets im Kontext der örtlichen bzw. regionalen

Marktstellung (realisierbarer Marktanteil), der Größendimensionierung und des Betreiberkonzeptes. Im Detail sind aber hinsichtlich der IHK-Einschätzung die folgenden Punkte zu erörtern:

- falsch ausgewiesene bzw. falsch interpretierte Werte seitens der IHK
Die IHK hat die standortbezogenen Umsatzeinschätzungen der Tabelle 5 mit den Gesamt-Verkaufsflächen an diesem Standort verrechnet und den so ermittelten Durchschnittswert dem jeweiligen Lebensmittelmarkt zugewiesen. Allerdings schließen die standortbezogenen Werte jeweils alle Anbieter vor Ort ein, also auch Lebensmittelhandwerk oder Getränkemarkt. Dies ist in der Auswirkungsanalyse auch ausführlich beschrieben und soll hier nicht wiederholt werden. Folglich ist der durch die IHK dem Lebensmittelmarkt Lidl zugewiesene Wert ein wenig aussagekräftiger Durchschnitt von Lidl, Bäcker, Fleischer und Getränkemarkt. Tatsächlich liegt die Flächenproduktivität von Lidl erwartungsgemäß sogar über den von der IHK ermittelten Wert (siehe nachfolgender Punkt). Im Falle des diska-Standortes führt demgegenüber der Einschluss von Bäcker und Fleischer dann zu einem überhöhten Durchschnittswert, an der generell geringeren Dimensionierung und Umsatzbindung dieses Standortes wirkt sich die Verrechnung des Lebensmittelhandwerks überdurchschnittlich aus. Es ist offensichtlich, dass auf dieser Grundlage kein Vergleich möglich ist.
- Nichtberücksichtigung betreiberspezifischer unterschiedlicher Marktstellungen
Generell ist die unterschiedliche Marktstellung, Kundenakzeptanz und somit letztlich auch Flächenproduktivität betreiberspezifisch zu werten. Als erster Anhaltspunkt sei auf die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten im deutschen Lebensmittelhandel zu verweisen, als Quellen können beispielsweise die BBE Markt- und Strukturdaten oder der Hahn-Report Retail Real Estate Report 2020/2021 herangezogen werden. Demnach erzielen die einzelnen Betreiberkonzepte eine enorme Spannweite in den Flächenproduktivitäten, zu den Spitzenwerten zählen ALDI und Lidl, letztere mit einem bundesweitem Durchschnitt 7.420 €/m². Demgegenüber liegt der Bundesdurchschnitt von Netto Marken-Discount bei 4.280 €/m², Penny ordnet sich bei 5.170 €/m² in diese Rangfolge ein, diska eher wieder auf dem Niveau von Netto Marken-Discount. Auch wenn insbesondere die hohen Werte in Mitteleuropa und insbesondere in der betrachteten ländlichen Region bei weitem nicht zu erzielen sind, so ist dennoch von einer deutlich leistungsstärkeren Marktstellung des Lidl auszugehen.
Die Flächenproduktivität des Planvorhabens resultiert aus der erwarteten, plausiblen Kundenbindung im Einzugsgebiet (Tabelle 9) und ist nachfolgend auf S. 34 auch betreiberspezifisch bewertet.
- methodisch unkorrekter Vergleich der Flächenproduktivitäten mit dem Planvorhaben
Schließlich ist darauf zu verweisen, dass Marktstellungen und Flächenproduktivitäten von Standorten nur mit einheitlichem Bezugszeitpunkt sinnvoll zu vergleichen sind. Flächenproduktivitäten der Bestandsstrukturen können nicht mit jener des Planvorhabens nach dessen Realisierung verglichen werden, hier sind die mit der Realisierung eingetretenen Wettbewerbseffekte einzubeziehen. Die Umsatzumverteilungseffekte sind in Tabelle 11 auf Seite 35 ausgewiesen, der Wettbewerbseffekt für den Lidl-Standort insgesamt ist dabei mit 500 T€ angegeben.
- Veraltete Datengrundlage zur Verkaufsflächenerhebung
Zusätzlich zweifelt die IHK die Verkaufsflächendimensionierung des Lidl-Marktes an, sie verweist auf die landesweite Verkaufsflächenerhebung des Thüringer Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft (TMIL), die 2017/2018 durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) durchgeführt wurde, darin sind 790 m² ausgewiesen. Allerdings sollte eine inzwischen mehr als drei Jahre alte Datengrundlage nicht ungeprüft für aktuelle B-Plan-Verfahren herangezogen werden. Die Lidl-Erweiterung wurde bereits 2017, also während der Erarbeitung der landesweiten Erhebung, genehmigt und im folgenden Jahr realisiert. Seit Februar 2019 ist der erweiterte

Lidl-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.005 m² (zzgl. Lebensmittelhandwerk und Getränke- markt ergibt sich die standortbezogene Verkaufsfläche von ca. 1.300 m², vgl. Tabelle 5) präsent. Die nachfolgend von der IHK angeführte Beispielrechnung mit reduzierter Lidl-Verkaufsfläche ist somit obsolet. Es sei nur angemerkt, dass bei einer verringerten Verkaufsfläche nicht vereinfacht die gleiche Flächenproduktivität zu übertragen ist, Bewertungsmaßstab wäre hier der alte Markt- auftritt gewesen. Ausschlaggebend ist für eine Umsatzprognose stets die Nachfrage und der von einem Betreiberkonzept zu bindende Marktanteil, Flächenproduktivität ist dann ein nachfolgendes Plausibilitätskriterium. Vielleicht war zum Zeitpunkt vor Erweiterung der Kaufkraftabfluss aus dem Einzugsgebiet sogar noch höher und die potenzielle Verdrängungswirkung wäre niedriger. Dies sind Spekulationen, die aus heutiger Sicht gutachterlich nicht untersetzt werden können. Die sei- tens der IHK spekulierte Umverteilungsquote von 15,5% entbehrt aber einer methodischen Grund- lage.

■ Gefährdung des Lidl-Standortes

Aussagen zu städtebauliche relevanten Auswirkungen sind stets aus der Gesamtbetrachtung aller Analysedaten und Bewertungskriterien zu treffen, die Umverteilungsquote ist eine geeignetes Kri- terium zur Quantifizierung der Wettbewerbswirkung und als Grundlage für die städtebauliche Be- wertung. In wie weit Umverteilungsquoten eine existenzielle Wirkung entfalten und letztlich städte- bauliche Wirkungen hervorrufen, ist in der konkreten Situation über die Marktstellung der Wettbe- werber zu bewerten. Bei der seitens der IHK angesprochenen 10 %-Schwelle handelt es sich um einen sogenannten Anhaltswert, nicht um eine statische Grenze. Bei leistungsstarken Anbietern / Standorten können sogar höhere Werte ohne städtebauliche Folgewirkungen bleiben, während bei vorgeschädigten Standorten auch geringere Prozentwerte als kritische Größe anzusehen sind (vgl. zur 10%-Schwelle auch gif-Richtlinie: Qualitätskriterien für Einzelhandelskonzepte). Für die auch seitens der IHK hoch eingeschätzte Marktstellung des Lidl-Standortes sind Umverteilungen von 500 T€ (verteilt auf alle Anbieter vor Ort) eine starke wettbewerbliche, aber keine existenzielle Wirkung. Es verbleibt auch zukünftig eine wirtschaftlich tragfähige Marktstellung, eingebunden in eine gemeinsame regionale Ausstrahlung mit dem Planvorhaben.

Zudem sei noch einmal auf die Nachfragebindung im Einzugsgebiet verwiesen, die es auch ande- ren Anbietern ermöglicht, durch erweiterte Kundenansprache / Kundenbindung den bestehenden Abflüssen entgegenzuwirken.

Bei umfassender Würdigung der Datenlage kann eine städtebaulich problematische Entwicklung des Lidl-Standortes ausgeschlossen werden.

■ Unsachgemäßer Vergleich des Lebensmittelhandwerks im Ortskern Gefell mit dem Projektstandort

Der Ortskern von Gefell ist in der Auswirkungsanalyse ausführlich auf den Seiten 23/24 beschrie- ben, wettbewerbsrelevant sind ausschließlich zwei Bäckereien und eine Fleischerei. Diese drei Anbieter verfügen über kleine Ladenlokale mit insgesamt lediglich 80 m², erzielen knapp 800 T€ Umsatz. Die Anbieter erzielen somit entsprechend der regionaltypischen Situation leicht unter- durchschnittliche Filialumsätze.

Im Planvorhaben ist demgegenüber ein Backshop mit 41 m² eingebunden, der auch einen kleinen Imbiss- / Sitzbereich einschließt. Dessen Umsatzerwartung wird lt. Tabelle 10 mit ca. 200 T€ ver- anschlagt, ordnet sich somit in die Umsatzstruktur der insgesamt 14 Lebensmittelhandwerksbe- triebe des Einzugsgebietes ein.

Die ebenfalls starke Ausrichtung der IHK-Stellungnahme auf eine primäre Betrachtung der Flä- chenproduktivität ist auch in diesem Fall nicht zielführend, für Lebensmittelhandwerk sollte stets ein realisierbarer Filialumsatz im Mittelpunkt stehen, Angebots- und Lagequalitäten haben den entscheidenden Einfluss. Durch unterschiedliche Flächenstrukturen – mit oder ohne Gastrotfläche – ergeben sich rechnerisch sehr unterschiedliche Flächenproduktivitäten. Folglich ist die Rech- nung der IHK mit „einer angeglichenen Flächenleistung“ methodisch nicht korrekt und letztlich auch hinsichtlich der ausgewiesenen 10% nicht nachvollziehbar.

Selbst wenn hypothetisch von höheren Wettbewerbseffekten durch den Backshop ausgegangen wird, sind zur Beurteilung städtebaulicher Wirkungen stets relative und absolute Umsatzwirkungen heranzuziehen. Die Wettbewerbswirkung durch das Planvorhaben auf den Ortskern von Gefell bleiben mit Sicherheit unter 100 T€, es sind vor allem Kundensegmente der Lebensmittelmarktstandorte, die umgelenkt werden, nicht jene von solitären Bäckerfilialen. Absolutwerten von unter 100 T€, die sich zudem auf mehrere Anbieter verteilen, kann keine städtebauliche Relevanz bescheinigt werden. Die Anlehnung der Bewertung an die 10%-Schwelle ist hier offensichtlich ungeeignet.

Auswertung der Stellungnahme der Stadt Tanna

In Schreiben der Stadt Tanna vom 03.12.2020 werden Verständnisfragen zur Flächenausstattung, zur Wettbewerbsbewertung auf den Lidl-Standort in Gefell sowie zur Einordnung des Ortskerns von Tanna als faktischer zentraler Versorgungsbereich aufgeworfen, die nachfolgend zu klären sind.

■ Flächenausstattung durch Lebensmittelmärkte

Die Flächenausstattung und deren Entwicklung wird auf Seite 25 der Auswirkungsanalyse erläutert, idealerweise betrachtet man Flächenbesatz und Nachfragebindung als zwei unterschiedliche aber zusammengehörige Blickwinkel für die Sicherung der Nahversorgung.

Wie in der Auswirkungsanalyse erläutert, entstehen die aktuellen Kaufkraftabflüsse insbesondere durch die einseitig discountergeprägte Angebotsstruktur, Vollsortimenter (Supermärkte, Großbetriebsformen) fehlen. Ein Netto Marken-Discount als Hybrid-Discounter (Supermarkt-Discount-Hybrid) kann diesbezüglich zu einer erweiterten Zielgruppenbindung führen. Folglich sind auch die Ausstattungskennziffern umfassend zu betrachten. Zwar steigt die spezifische Kennziffer zum Dichte-Index für Discounter + Supermärkte auf 150% des Bundesdurchschnittes, in der Gesamtbetrachtung aller Lebensmittel-Betriebsformen ergibt sich aber nur ein Zielwert von 106% Die vorhandenen Anbieter sowie das Planvorhaben erschließen letztlich die Perspektiven einer umfassenderen Grundversorgung vor Ort.

Dies zeigt sich auch bei Betrachtung der Nachfragebindung, welche derzeit nur 73,4% im Einzugsgebiet beträgt und mit einem Kaufkraftabfluss von über 6 Mio. € einhergeht. Die anteilige Rückgewinnung dieser Abflüsse ist mit der dargelegten Flächenentwicklung realistisch.

■ Wettbewerbsbewertung für den Lidl-Standort

Für den Lidl-Standort können gerade keine „existenziellen Wirkungen“ abgeleitet werden. Nicht zuletzt durch seine Erweiterung hat er nach 2019 seine Marktposition deutlich gestärkt und ausgebaut. Dies kommt auch in der Erläuterung der aktuellen Angebotsstrukturen zum Ausdruck, mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.300 m² (incl. aller Anbieter vor Ort) und eines Gesamtumsatzes von ca. 5,8 Mio. € ist dies mit Abstand der leistungsstärkste Nahversorgungsstandort im betrachteten Einzugsgebiet.

Zusammen mit dem Planvorhaben entstehen zwar einerseits auch Wettbewerbseffekte, andererseits aber auch eine gemeinsame Ausstrahlung als Einzelhandelsstandort.

Die Skepsis der Stadt Tanna gegenüber der gemeinsamen Magnetwirkung des Planvorhabens mit dem gegenüberliegenden Lidl-Standort ist in diesem Zusammenhang nicht nachvollziehbar. Zweifellos lässt die zukünftige Agglomeration aus Netto-Marken-Discount, Lidl, Getränkemarkt und diverser Lebensmittelhandwerk eine deutlich höhere Standortattraktivität auf die Region erwarten.

Es ist sogar ein gutachterliches Erfordernis, die damit verbundenen Wettbewerbseffekte im Sinne eines „worst-case-Szenarios“ auf städtebauliche und raumordnerische Folgewirkungen zu untersuchen. Letztlich schlägt sich diese Attraktivität in der Umsatzentwicklung aller relevanten Standorte nieder, wäre die Attraktivität niedriger, wären auch die Folgewirkungen niedriger. Für das B-Plan-Verfahren bietet diese Herangehensweise somit eine gesicherte Entscheidungsgrundlage.

Diese aktuelle Leistungsstärke und die erwartete Standortentwicklung führen letztlich auch zu dem

Ergebnis, dass ungeachtet der Wettbewerbswirkungen vor Ort (Umverteilung von 9,5% bzw. 0,5 Mio. € gegenüber dem Lidl-Standort) nicht mit einer existenziellen oder strukturellen Gefährdung zu rechnen ist.

■ Einordnung des Ortskerns von Tanna als faktischer zentraler Versorgungsbereich

Grundlegende Aufgabenstellung der vorliegenden Auswirkungsanalyse ist die Prüfung, dass vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Grundversorgung auch umliegender Kommunen ausgehen. Zentrale Versorgungsbereiche stehen folglich unter einem besonderen Rechtsschutz. Liegt keine planerische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in den einzubeziehenden Kommunen vor, ist das Vorhandensein faktischer zentraler Versorgungsbereiche zu prüfen. Dies erfolgte im Rahmen der Angebotsanalyse und ist im Abschnitt 5 dokumentiert.

Der Ortskern von Tanna umfasst eine, wenn auch begrenzte Bündelung von Handels- und Dienstleistungsangeboten. Dessen Einstufung als faktischer zentraler Versorgungsbereich bietet im Rahmen der Auswirkungsanalyse die Sicherheit, eventuell zu erwartende Folgewirkungen auch unter dem Schutzaspekt zentraler Versorgungsbereiche städtebaulich zu werten. Da jedoch keine Folgewirkungen für den Ortskern von Tanna zu erwarten sind, bleibt dies im Rahmen des B-Plan-Verfahrens ohne Relevanz.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dr. Ulrich Kollatz

Leipzig, 25. Januar 2021