



Aktualisierung der Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmittelmarktes in Bad Schmiedeberg, Lindenstraße

AUFTRAGGEBER: GRR Real Estate Management GmbH, Nürnberg

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer
Dipl.-Geogr. Franziska Haase

Dresden, den 08.09.2020

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 0351 / 21 67 273 / Fax 0351 / 80 23 895
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
2.1 Baunutzungsverordnung (BauNVO)	6
2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt	7
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	9
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	10
II. Standortbeschreibung und -bewertung	12
1. Makrostandort Bad Schmiedeberg	12
2. Mikrostandort Lindenstraße	14
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial	17
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	17
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
IV. Wettbewerbssituation	20
1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	20
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum	22
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	23
V. Auswirkungen des Vorhabens	24
1. Umsatzprognose für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt	24
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	25
2.1 Methodik	25
2.2 Umsatzumverteilungen	25
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	26
VI. Kompatibilität mit den Zielen der Landesplanung	28
VII. Zusammenfassung	29

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

In **Bad Schmiedeberg** ist geplant, den bestehenden **Netto-Markt am Standort „Lindenstraße 48a“ zu modernisieren und zu erweitern**. Im diesem Zuge soll die Verkaufsfläche (VK) des Marktes von derzeit rd. 700 m² VK (inkl. Windfang) auf dann rd. 1.050 m² VK (inkl. Windfang, Backshop und Leergutannahme) erweitert werden, so dass sich eine Erweiterungsfläche von rd. 350 m² ergibt. Damit wird die Schwelle zur Großflächigkeit (> 800 m²) durch die Erweiterung des Einzelhandelsbetriebes überschritten.

Die Ausweitung der Verkaufsfläche soll durch einen Anbau im südlichen und westlichen Teil des Gebäudes erfolgen (vgl. Karte 1). In diesem Zuge ist auch die Wiedereinrichtung eines Backshops geplant. Auch der Eingangsbereich zum Lebensmittelmarkt und die Pfandannahme werden neu gestaltet. Weitere wesentliche Veränderungen der Liegenschaft von Netto (z. B. Zufahrt, Anlieferung) sind hingegen nicht geplant.

Ziel der Erweiterung ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraums und eine optimierte Warenpräsentation die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Es soll v. a. ein an die demografische Entwicklung angepasster Markt geschaffen werden (breitere Gänge, niedrigere Regale). Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist hingegen nicht geplant.

Bereits 2017 erarbeitete die GMA eine Auswirkungsanalyse für dieses Vorhaben¹. Der Landkreis Wittenberg versagte allerdings die Erweiterungsgenehmigung nach § 34 BauGB und verwies auf die Notwendigkeit eines Bebauungsplanverfahrens mit einer Sondergebietsausweisung.

Vorliegendes Gutachten stellt eine städtebauliche Auswirkungsanalyse nunmehr auf **Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO** dar. Entsprechend sind bei der Untersuchung insb. Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in Bad Schmiedeberg zu untersuchen. Weiterhin sind bei der Prüfung auch die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen-Anhalt zu berücksichtigen.

Zwischenzeitlich (seit 2017) haben sich einige Rahmenbedingungen und Parameter, auf welchen die Vorgängerstudie beruhte, geändert, so dass eine Neubewertung des Vorhabens erfolgen soll.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Makrostandortes (Aktualisierung u.a. Einwohnerzahlen)
- /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes (Überprüfung)
- /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale (Aktualisierung)
- /// aktuelle Überprüfung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Bad Schmiedeberg (Wettbewerbsanalyse)
- /// Neuberechnung der Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Aktualisierung der Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum

Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen.

¹ Eine Änderung gegenüber dem Gutachten von 2017 ist, dass der damalige Backshop nicht mehr betrieben wird und sich somit die Ausgangsflächen von damals rd. 719 m² VK (inkl. Backshop) auf derzeit rd. 700 m² VK (ohne Backshop) verringert.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

2.1 Baunutzungsverordnung (BauNVO)

Für die Beurteilung der **Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben** ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:²

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der 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 insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein **Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt** einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. *Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.³*
2. *Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).*

² Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert am 21.11.2017 (BGBl. I. S. 3787).

³ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

Die **Regelvermutung** ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt

Mit Bezug auf das Planvorhaben am Standort Lindenstraße führt der Landesentwicklungsplan (LEP) Sachsen-Anhalt 2010 im Kapitel 2.3 „Großflächiger Einzelhandel“ zur Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten u. a. aus:

- Z 46** „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. [...].
- Z 47** Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.
- Z 48** Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
 2. sind städtebaulich zu integrieren,
 3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
 5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.
- Z 49** Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.
- Z 50** Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.“

Die räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes erfolgt durch die Regionalplanung. Diesbezüglich wird die Ausweisung von Bad Schmiedeberg als Grundzentrum entsprechend des LEP Sachsen-Anhalt 2010 (Z 37) im sachlichen Teilplan „Daseinsvorsorge“ übernommen. Hinsichtlich der räumlichen Abgrenzung des Grundzentrums Bad Schmiedeberg ist der Planstandort „Lindenstraße“ innerhalb des entsprechend abgegrenzten Bereiches gelegen (siehe Beikarte B.4).⁴

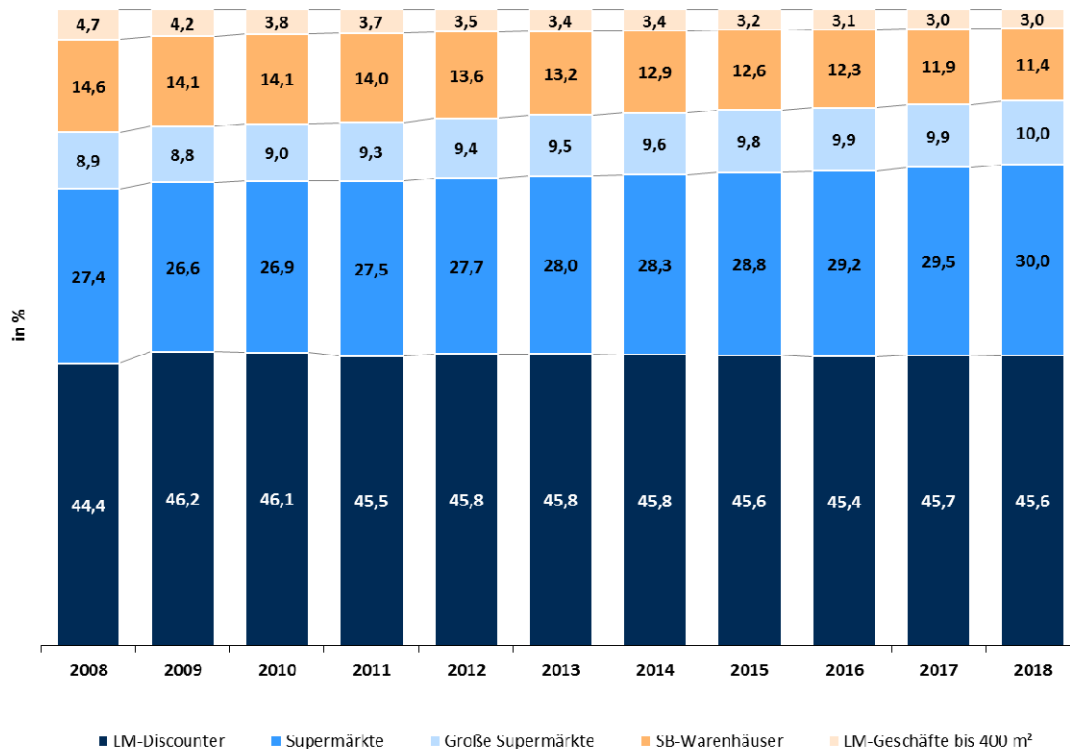
Der **Regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg** mit den Planinhalten "Raumstruktur, Standortpotenziale, technische Infrastruktur und Freiraumstruktur" (2018) enthält keine Steuerungsregelungen mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 – 2018



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2019

⁴ Quellen: sachlicher Teilplan „Daseinsvorsorge – Ausweisung der Grundzentren in der Planungsregion Anhalt – Bitterfeld – Wolfen“ vom 27.06.2014.

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden einige der Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁵

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁶ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁷ führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 800 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzonen, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁸ Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu trennen:

- / **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- / Als **„Nonfood“** (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
 - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und

⁵ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

⁶ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁷ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

⁸ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, Köln 2018, S. 383.

- **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.)⁹.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23- 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2019. GMA Berechnung 2020

Entscheidend für die weitere Bewertung des konkreten Vorhabens in Bad Schmiedeberg sind folgende Punkte:

- /// Alle Systemwettbewerber von Netto verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept stellt keine Sondersituation in Bad Schmiedeberg dar.
- /// Die Artikel werden überregional beworben, d.h., der spezielle Markt in Bad Schmiedeberg unterscheidet sich nicht von anderen Niederlassungen in der Region.

Insofern kann bei dem Netto-Markt in Bad Schmiedeberg von keinen Besonderheiten gegenüber anderen Standorten ausgegangen werden. Es handelt sich vielmehr um eine für den Betreiber typische Niederlassung. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Bad Schmiedeberg nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Standorte von Netto in der Umgebung.

Nach einer Studie zur Einordnung des Unternehmens Netto in die Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels wird auf eine Sondersituation hingewiesen. Die Einordnung in die Betriebstypensystematik erfolgt i. d. R. auf Basis der Abgrenzungskriterien Artikelanzahl, Verkaufsfläche aber auch des Kundenservice und des Eigenmarkenanteils. Im Vergleich zu „normalen Discountern“ wird für die Netto-Märkte festgestellt, dass sie ...

- /// „eine höhere Artikelanzahl führen,
- /// einen hohen Anteil an Markenprodukten anbieten,
- /// einen deutlich geringen Nonfood II-Anteil aufweisen,
- /// bei der Standortwahl (städtebauliche Integration) vergleichbar Supermärkten sind,

⁹ Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, Köln 2018, S. 399.

- // über eine für Supermarktbetreiber typische Ausdifferenzierung von Markttypen verfügen,
- // in einem der Markttypen über supermarkttypische Bedientheken verfügen,
- // eine supermarkttypische Regalierung aufweisen und
- // einen supermarkttypischen Mehrweganteil im Getränkebereich anbieten.“¹⁰

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass Netto sich nicht in die gängige Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels Einordnung lässt und somit einen Sonderfall darstellt. Dieser Einstufung zur Folge wird die Fa. Netto gelegentlich auch als „Hybrid-Discounter“ eingestuft, also um eine Variante des Discounters, welche zwischen Softdiscount und Supermarkt anzusiedeln ist.¹¹

¹⁰ BBE Handelsberatung GmbH, München 2013 „Einordnung von Netto in die Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels“ im Auftrag der Netto Marken-Discount-AG & Co. KG, S. 22.

¹¹ Vgl. Definition zu Einzelhandelsanalyse, Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V., Arbeitspapier Februar 2014, Seite 55.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Bad Schmiedeberg

Die **Stadt Bad Schmiedeberg** liegt im Osten Sachsen-Anhalts im Landkreis Wittenberg. Die Entfernung zur nördlich gelegenen Kreisstadt Wittenberg, die gleichzeitig das nächstgelegene Mittelzentrum ist, beträgt ca. 27 km¹². Das Oberzentrum Dessau-Roßlau liegt ca. 50 km westlich (vgl. Karte 2). Von der Regionalplanung ist Bad Schmiedeberg als **Grundzentrum** ausgewiesen.¹³ Damit übernimmt die Stadt wichtige (Grund-)Versorgungsaufgaben für die ortsansässige Bevölkerung.

Bad Schmiedeberg gliedert sich in acht Ortschaften entsprechend den ehemals selbstständigen Gemeinden bzw. in nunmehr insgesamt 25 Ortsteile. Den Einwohnerschwerpunkt stellt die Kernstadt Bad Schmiedeberg dar. Sie wird durch den Kurpark bzw. Kurplatz zweigeteilt: Die historische Altstadt erstreckt sich ausgehend vom Kurplatz nach Norden entlang der Leipziger Straße um den Markt als Mittelpunkt weiter bis zum Neumarkt bzw. der Torgauer Straße. Westlich des Kurparks zwischen Lindenstraße und Kurpromenade / Eilenburger Straße liegt ein ausgedehntes kleinteilig strukturiertes Wohngebiet. Die klinischen Einrichtungen liegen südlich des Stadtkerns. Weitere einwohnerstarke Ortsteile sind Pretzsch, Trebitz und Söllichau. Darüber hinaus ist auf die Bedeutung Bad Schmiedebergs als staatlich anerkanntes Heilbad hinzuweisen (Dreifach-Zertifizierung). So sind in der Stadt rd. 290.500 Übernachtungen zzgl. Tagesgäste zu verzeichnen.¹⁴ Dies verdeutlicht die Bedeutung der Kurbetriebe und der damit verbundenen Einrichtungen als Wirtschaftsfaktor und als Arbeitgeber.

Die **Verkehrsanbindung** Bad Schmiedebergs für den Individualverkehr kann als durchschnittlich eingestuft werden. Zwar verläuft die Bundesstraße B 182 (Wittenberg – Torgau – Riesa) durch das Stadtgebiet bzw. die Ortsteile Pretzsch und Trebitz, jedoch ist die nächstgelegene Anschlussstelle an die Bundesautobahn A 9 (Berlin – Halle / Leipzig) an der Anschlussstelle Dessau-Ost erst nach ca. 40 km zu erreichen. Die regionale Anbindung der Kernstadt erfolgt u. a. über die Landesstraßen L 128 (Bad Schmiedeberg – Bad Dübener Heide) und L 129 (Kemberg – Dommitzsch). Als Besonderheit in Bad Schmiedebergs ist die für PKW gesperrte Durchfahrt des Ortskerns anzumerken. So ist die Erreichbarkeit des Siedlungsbereiches südlich der Lindenstraße und auch des Planstandortes Netto vom östlichen Kernstadtgebiet nur mit einem Umweg über die nördliche „Kernstadtumgehung“ über die Kemberger Straße möglich.

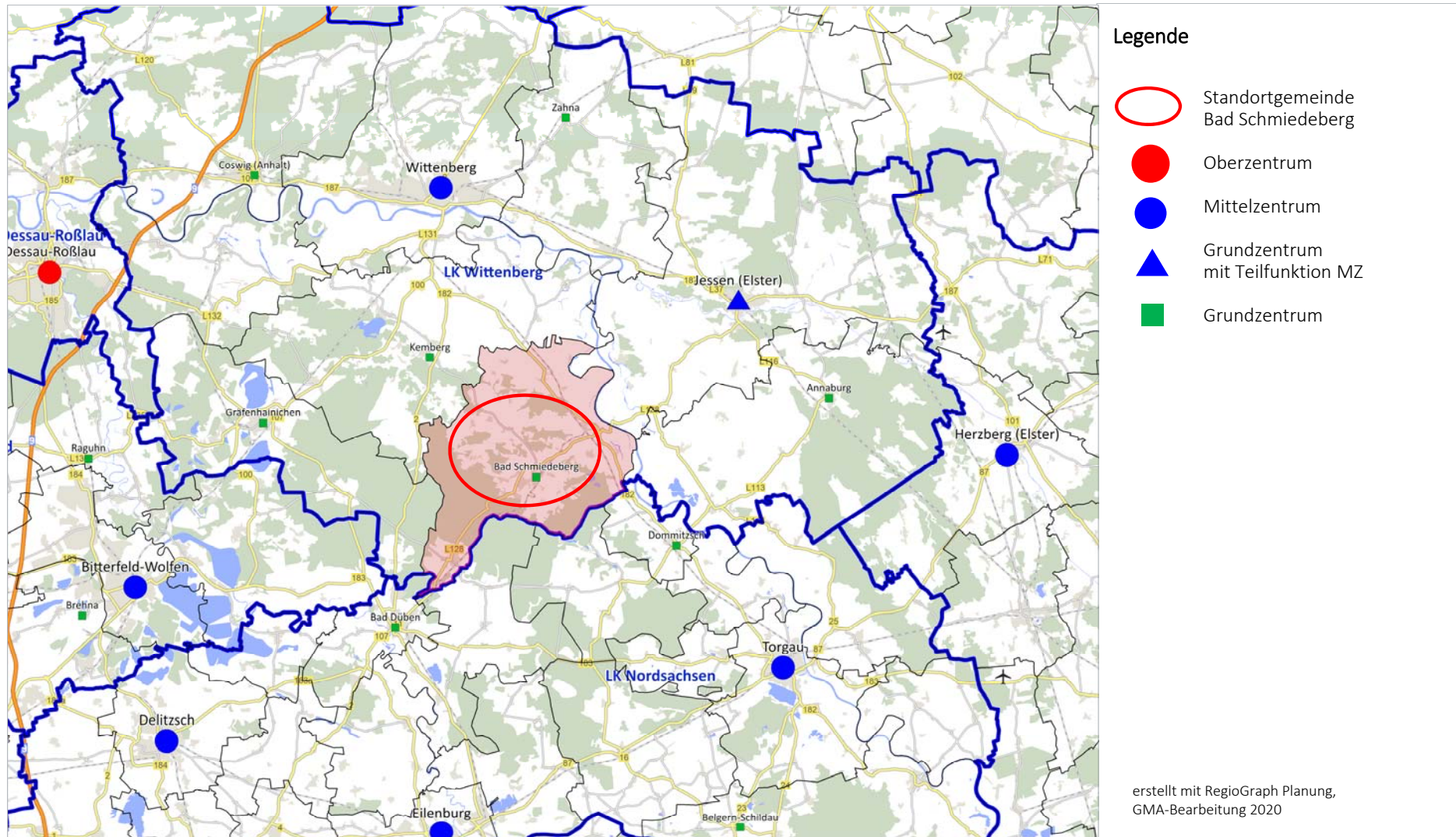
Die Anbindung an den **ÖPNV** wird durch Busverbindungen u. a. nach Kemberg, Wittenberg, Pretzsch und Söllichau hergestellt. Der Bahnhof Bad Schmiedebergs wird nicht mehr bedient.

¹² Alle Entfernungen in Straßenkilometern.

¹³ Sachlicher Teilplan „Daseinsfürsorge – Anweisung der Grundzentren in der Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg“, genehmigt am 23.06.2014.

¹⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Daten für Januar – Dezember 2019.

Karte 2: Lage von Bad Schmiedeberg und zentralörtliche Struktur der Region



Aktuell leben ca. **8.220 Einwohner in Bad Schmiedeberg**.¹⁵ In der vergangenen Dekade wies die Stadt eine negative Bevölkerungsentwicklung auf: die Einwohnerzahl nahm zwischen 2009 und 2019 um ca. 10 % ab. Damit liegt die Stadt im Trend der Region: So nahm die Einwohnerzahl im Landkreis Wittenberg im gleichen Zeitraum ebenfalls um rd. 10 % ab¹⁶.

Der **Einzelhandelsbesatz** Bad Schmiedebergs konzentriert sich v. a. auf die Kernstadt und umfasst überwiegend Geschäfte mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches (Nahversorgungsfunktionen). Hier fungieren v. a. die Lebensmittelmärkte Edeka Habedank, Kemberger Straße, Netto, Lindenstraße (Planstandort) und Penny, Kemberger Straße (Neueröffnung 2020) als Einzelhandelsmagneten. Des Weiteren verfügt die Ortschaft Pretzsch mit Edeka in der Bahnhofstraße über einen eigenen Lebensmittelanbieter. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter. Zudem ist auf die in der Vergangenheit erfolgte Schließung von Lidl, Torgauer Straße hinzuweisen.

Die **Hauptgeschäftslage** der Kernstadt Bad Schmiedeberg, die gleichzeitig durch die Vor-Ort-Begehungen als (einziger) **faktischer zentraler Versorgungsbereich** der Stadt identifiziert wurde, befindet sich in zentraler Ortslage entlang der Leipziger Straße zwischen dem Kurplatz im Süden und dem Markt im Norden (vgl. Kapitel IV., 3 und Karte 3). Den dichtesten Einzelhandelsbesatz weist der südliche Abschnitt der verkehrsberuhigten Leipziger Straße auf. Nach Norden, zwischen der Gärtnerstraße und dem Markt, dünnt der Einzelhandelsbesatz dagegen merklich aus. Dennoch ist auch der nördliche Abschnitt der Leipziger Straße bis einschließlich des Marktes aufgrund der homogenen Bebauungsstruktur und der ergänzenden Nutzungen (u. a. Gastronomie, Dienstleistungen, Rathaus) diesem zentralen **Versorgungsbereich „Stadtkern Bad Schmiedeberg“** zuzurechnen. Der Geschäftsbesatz dieser Hauptgeschäftslage ist ausschließlich kleinteilig strukturiert, größere Ladenflächen oder Potenzialflächen fehlen. Der Planstandort Lindenstraße befindet sich ca. 700 – 800 m westlich des faktischen zentralen Versorgungsbereiches „Stadtkern Bad Schmiedeberg“.

2. Mikrostandort Lindenstraße

Der **Planstandort** des zur Erweiterung vorgesehenen Netto-Marktes befindet sich in der Kernstadt Bad Schmiedeberg an der Lindenstraße 48a. Die Distanz zur östlich davon gelegenen Hauptgeschäftslage bzw. zum Kurplatz beträgt ca. 800 m. Der Netto-Standort liegt am Rand des zusammenhängend bebauten Siedlungskörpers am Übergang zum westlich angrenzenden Bad Schmiedeberger Ortsteil Großwig. Zum Netto-Lebensmittelmart gehört auch ein Backshop im Vorkassenbereich, der jedoch derzeit keinen Betreiber hat.

Das direkte **Standortumfeld** wird durch Wohnnutzungen und bereits außerhalb der Ortslage angrenzende Agrarflächen geprägt (vgl. Karte 3). So befindet sich direkt nördlich des Netto-Marktes eine landwirtschaftliche Nutzfläche. Auch westlich der Landesstraße L 128 sind z. T. Agrar- und bewaldete Flächen vorhanden. Des Weiteren sind westlich u. a. Sportanlagen und nördlich davon das derzeit brachliegende Freizeitzentrum vorhanden. Die Ortslage Großwig beginnt rd. 400 m westlich. Die Standortlage Netto nach Osten begrenzend befinden sich kleinteilige Siedlungsbereiche beidseitig der Lindenstraße. Hier sind überwiegend Einzelhäuser vorhanden, die vereinzelt angeschlossene Kleingewerbenutzungen aufweisen. Das Wohngebiet setzt sich nach Osten bis zur Eilenburger Straße fort und schließt direkt an den Stadtkern Bad Schmiedeberg an. Der südliche Bereich dieses aktuell nur lückenhaft bebauten Wohngebiets „Margarethenviertel“ soll im Zuge der Bebauungsplanänderung¹⁷ weiter entwickelt werden. Damit soll das erschlossene Wohngebiet durch freizügigere Bauvorschriften für Zuzügler attraktiver werden um zukünftig die Auslastung zu erhöhen. Damit könnte die Einwohnerzahl im fußläufigen Umkreis um den Planstandort Lindenstraße zukünftig anwachsen.

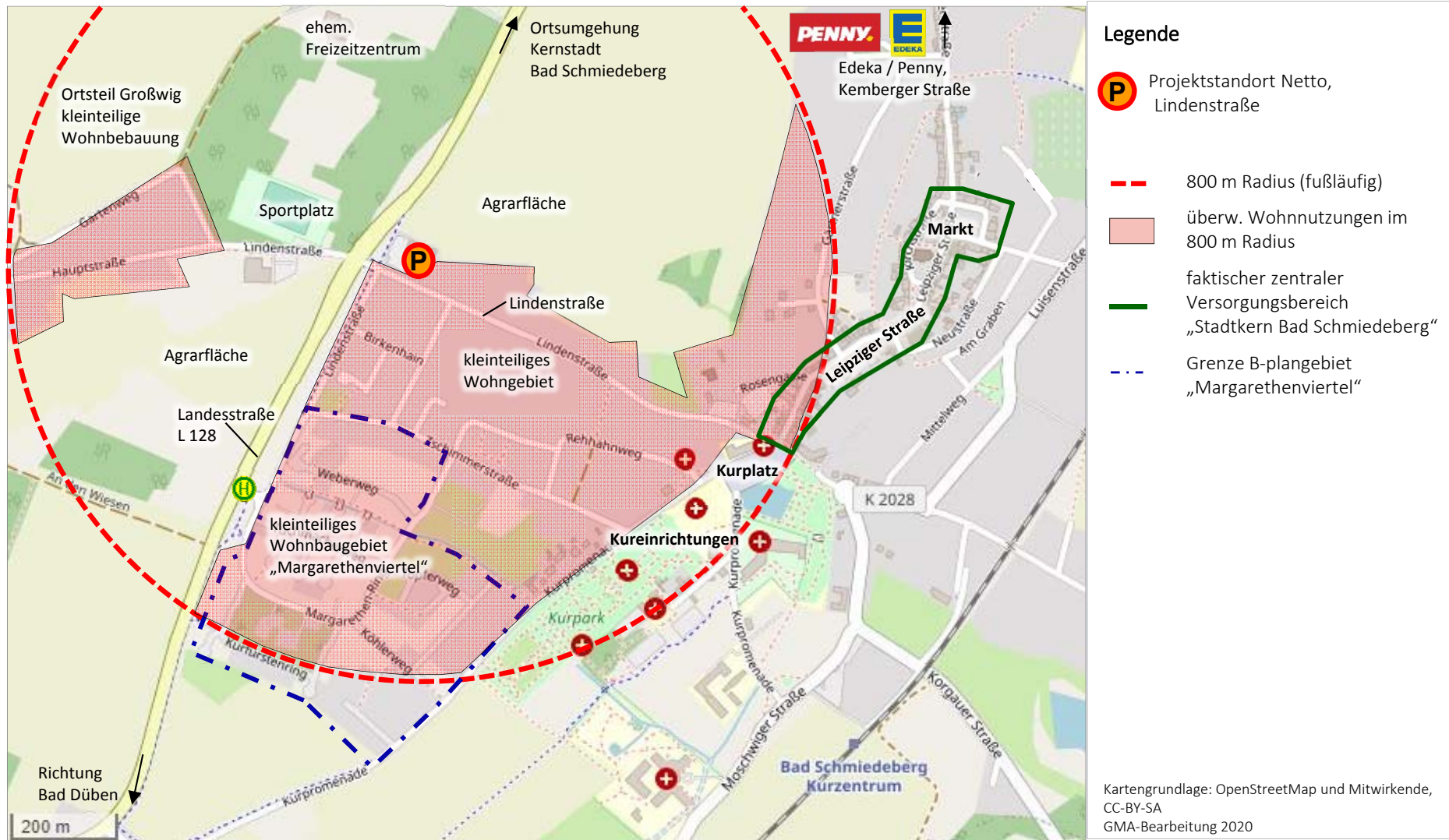
Unter Berücksichtigung der zuvor bereits geschilderten Siedlungsstruktur kann die **Erreichbarkeit** des Standortes für den motorisierten Individualverkehr als gut betrachtet werden. Der Standort befindet sich am Kreuzungspunkt der Landstraße L 128 („Ortsumgehung“ Bad Schmiedeberg – Bad Düben) und Lindenstraße

¹⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand 31.12.2019.

¹⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand 31.12.2009 bzw. 31.12.2019, Der Gebietsstand entspricht dem aktuellen Stand.

¹⁷ Bebauungsplan Nr. 6 „Margarethenviertel“ der Stadt Bad Schmiedeberg wurde 2014 beschlossen.

Karte 3: Projektstandort Lindenstraße und fußläufiger Einzugsbereich / ZVB „Stadtkern Bad Schmiedeberg“



(Verbindung Ortskern Bad Schmiedeberg – Ortsteil Großwig). Die Lindenstraße hat im Standortumfeld i. W. Erschließungs- bzw. Sammelfunktion für die umliegenden Wohnbereiche. Die Zufahrt zum Netto-Parkplatz ist über zwei Zufahrten problemlos möglich. Die Landesstraße L 128 ist dagegen stärker frequentiert und bündelt den Verkehr aus dem gesamten Stadtgebiet in Richtung Süden nach Söllichau / Bad Düben.

Eine **ÖPNV-Anbindung** an den Standort ist grundsätzlich gegeben. So existiert die Bushaltestelle „Margaretenring“ ca. 600 m südlich an der Landesstraße 128 an der Zufahrt zum Margarethenviertel.

Für den Netto-Markt ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Eine fußläufig akzeptierte Gehwegedistanz kann i. d. R. noch in einer Gehzeit von ca. 10 bis 15 Minuten angesetzt werden. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 m bis 1.000 m.¹⁸ Hier ist im Einzelfall auf die speziellen Rahmenbedingungen vor Ort Rücksicht zu nehmen. So sind im verdichteten städtischen Bereich z. T. nur 500 m Fußwegedistanz als akzeptabler Nahversorgungsradius u. a. in Einzelhandelskonzepten definiert. In aufgelockerten Siedlungsbereichen sind dagegen i. d. R. bis zu 700 bis 800 m Fußwegedistanz anzusetzen. Im ländlichen Bereich sind auch größere Entfernungen bis zu 2.500 m möglich.

Für den Standort Lindenstraße kann ein Umkreis von ca. 800 m als Nahversorgungsradius angenommen werden. Hierin befinden sich vor allem die südlich des Standortes gelegenen Wohngebiete (u. a. „Margarethenviertel“) in fußläufiger Entfernung zum Standort (vgl. Karte 3). Der fußläufige Nahbereich des Standortes umfasst somit weite Teile des westlichen Kernstadtgebietes von Bad Schmiedeberg. Aus den umliegenden Wohngebieten besteht durch straßenbegleitende Gehwege eine gute fußläufige Verbindung an den Standort. Darüber hinaus ist der Standort Lindenstraße 48a auch gerade noch fußläufig aus dem Stadtkern Bad Schmiedeberg und aus Teilen des westlich liegenden Ortsteils Großwig zu erreichen.

Zusammengefasst kann der Standort städtebaulich wie folgt bewertet werden:

- /// Der Anbieter Netto erfüllt am Standort seit Jahren maßgebliche Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im Umfeld. Durch die Modernisierung des Anbieters und der damit einhergehenden Verkaufsflächenerweiterung wird der Anbieter zukunftsfähig aufgestellt und so die Versorgung der im Standortumfeld lebenden Bevölkerung gesichert.
- /// Insbesondere mit Blick auf die südlich des Standortes liegenden Wohngebiete stellt der Lebensmittelmarkt Netto in diesem Segment eine fußläufig gut zu erreichende Versorgungsmöglichkeit dar. Auch für die Einwohner aus den umliegenden Ortsteilen Bad Schmiedeburgs ist der Standort an der Lindenstraße / Landesstraße 128 mit dem PKW gut zu erreichen.
- /// Der Planstandort befindet sich zwar nicht in einem ausgewiesenen bzw. im faktischen zentralen Versorgungsbereich „Stadtkern Bad Schmiedeberg“, kann jedoch aufgrund der Lage am Rand des Siedlungskörpers der Kernstadt sowie aufgrund der Nähe zu bestehenden Wohnbereichen als integriert bewertet werden. Direkt westlich und auch südlich der Lindenstraße grenzt die zusammenhängende Wohnbebauung der Kernstadt an die Netto-Liegenschaft. Der Standort übernimmt damit auch (fußläufige) Versorgungsfunktionen für die umliegenden Wohngebiete. Des Weiteren verfügt er über eine grundsätzliche Anbindung an den ÖPNV sowie an das bestehende Fußwegenetz. Somit ist der Standort auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen im Rahmen der örtlichen Gegebenheiten erreichbar.

¹⁸ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017, S. 10.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

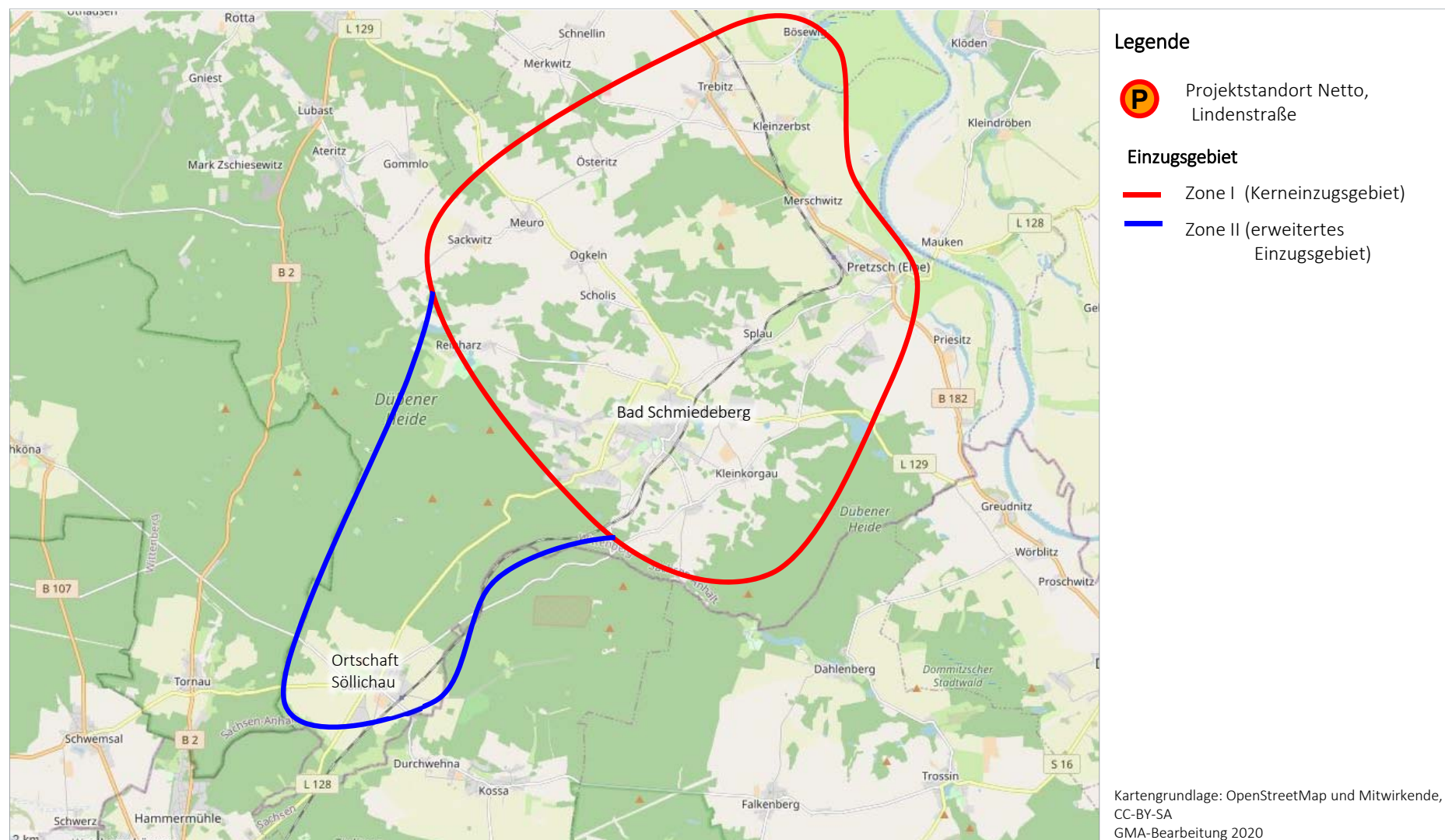
Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 4).

Zur **Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- // wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Verflechtungsbereich, Zäsuren wie Elbe und Dübener Heide)
- // verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- // Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- // Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen (vgl. Kapitel IV.)
- // Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Verträglichkeitsuntersuchungen in Bad Schmiedeberg, Lutherstadt Wittenberg).

Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes in Bad Schmiedeberg, Lindenstraße



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt am Standort „Lindenstraße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

	Zone I: Stadtgebiet Bad Schmiedeberg (ohne Ortschaft Söllichau)	rd. 7.380 Einwohner
///	Zone II: Bad Schmiedeberg (Ortschaft Söllichau)	rd. 840 Einwohner
///	Einzugsgebiet insgesamt:	rd. 8.220 Einwohner¹⁹

Durch den erweiterten Netto-Markt wird ein Einzugsgebiet erschlossen, welches das gesamte Stadtgebiet von Bad Schmiedeberg einbezieht. **Zone I** des Einzugsgebietes (=Kerneinzugsgebiet) umfasst dabei bereits das gesamte Stadtgebiet inkl. der räumlich abgesetzten Ortschaften bzw. Ortsteile (ohne Ortschaft Söllichau). Das erweiterte Einzugsgebiet (**Zone II**) umfasst darüber hinaus den bereits rd. 8 km südwestlich liegende Ortschaft Söllichau der Stadt Bad Schmiedeberg. Diese ist bereits deutlich näher an der sächsischen Stadt Bad Düben gelegen, die über eigene attraktive Lebensmittelmärkte verfügt, so dass in Zone II bereits geringere Kundenbindungen an den Planstandort Lindenstraße zu erwarten sind. Damit beschränkt sich die Ausdehnung des Einzugsgebietes auf das Stadtgebiet bzw. den **regionalplanerischen Verflechtungsbereich des Grundzentrums** Bad Schmiedeberg (=Stadtgebiet Bad Schmiedeberg). Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes wird durch die Wettbewerbsstandorte im Umland Bad Schmiedeburgs verhindert (vgl. Kapitel IV., 2).

Darüber hinaus sind Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes möglich, z. B. durch Pendler, Besucher und Kurgäste. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als Streuumsätze berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.210.²⁰

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Bad Schmiedeberg, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

ca. 2.285 €.²¹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²² zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bad Schmiedeberg bei 85,5 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf **ca. 16,1 Mio. €**. Davon entfallen auf

///	Zone I:	ca. 14,4 Mio. €
///	Zone II:	ca. 1,7 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Non-food I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 13 %.

¹⁹ Quelle Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2019. Statistische Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Ortsteilebene mit WiGeoGIS nach Geomarkets (GfK-Daten, Stand: 30.09.2018), GMA-Berechnungen 2020.

²⁰ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²¹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²² Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Bad Schmiedeberg bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Bad Schmiedeberg und im Umland wurde von der GMA im August 2020 eine aktuelle Überprüfung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe auf Basis der Daten von 2017 durchgeführt. Als Wettbewerber für Netto gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder - ähnliche Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

Im **Einzugsgebiet** sind im **Lebensmitteleinzelhandel** neben Netto derzeit folgende strukturprägende Anbieter anzuführen (vgl. Karte 5):

- (1) Penny, Kemberger Straße**
- (2) Edeka Habedank, Kemberger Straße**
- (3) Edeka Habedank, Bahnhofstraße (Ortschaft Pretzsch).**

Insgesamt ist die Wettbewerbssituation im Lebensmittelsektor in Bad Schmiedeberg damit als durchschnittlich zu bezeichnen. Derzeit bestehen in der Kernstadt mit Netto (Planstandort) sowie dem 2020 neu eröffneten Penny-Markt insg. zwei Lebensmitteldiscounter. Ein moderner Edeka-Vollsortimenter (Habedank, Kemberger Straße) sowie ein kleiner Supermarkt in der Ortschaft Pretzsch ergänzen den Besitz. Dabei übernimmt der kleine Supermarkt in Pretzsch jedoch nur eingeschränkte Versorgungsfunktionen v. a. für Pretzsch und die umliegenden Ortsteile.

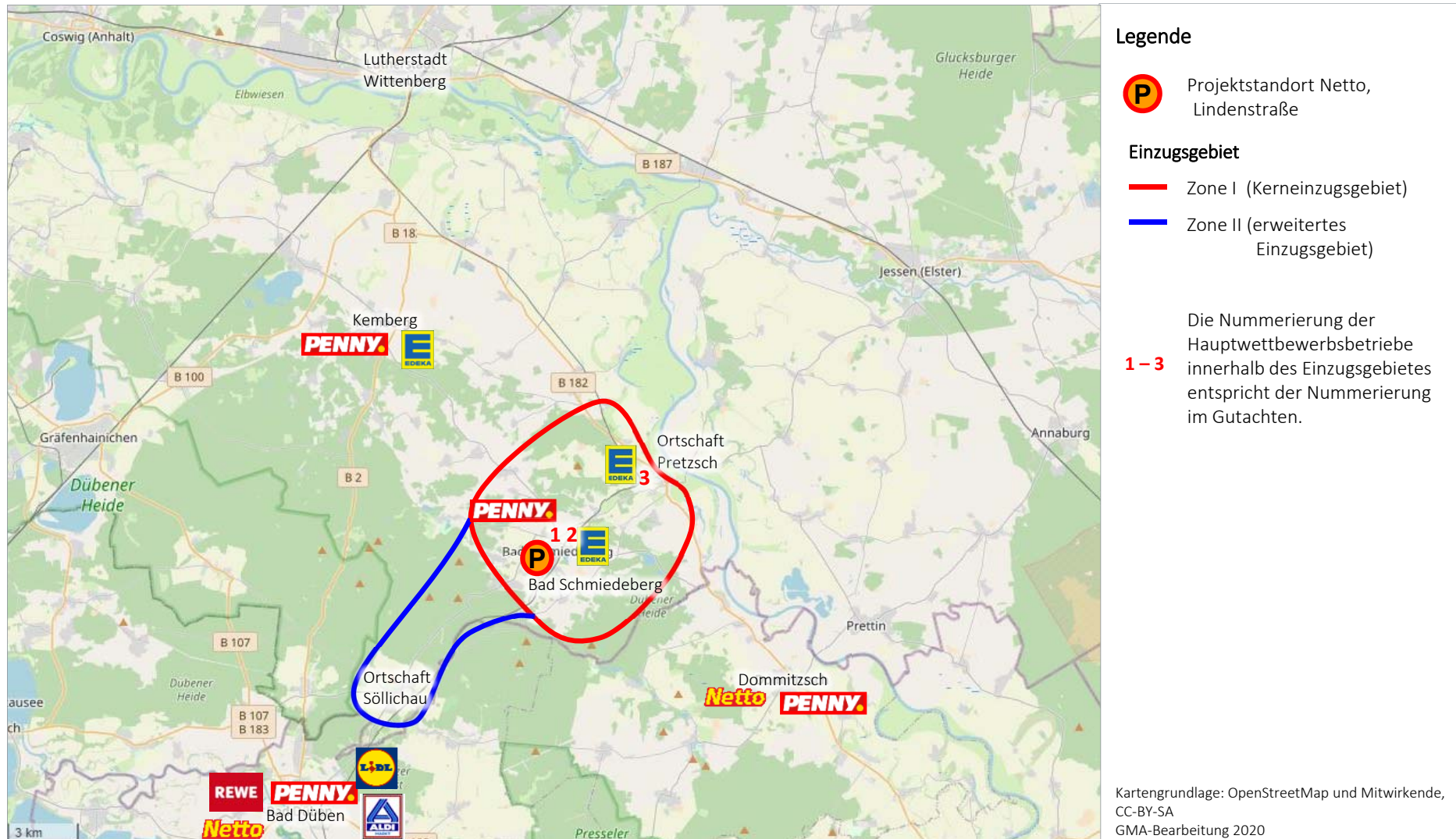
Neben den o. g. Märkten sind innerhalb des Einzugsgebietes selbstverständlich noch kleinteilige Lebensmittelanbieter ansässig. Hierzu zählen z. B. Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischereien), aber auch Getränkemärkte, Kioske und Tankstellenshops.

Die Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Zone I+II / Bad Schmiedeberg) ansässigen Lebensmittelgeschäfte belief sich zum Zeitpunkt der GMA-Erhebungen auf **ca. 3.580 m² VK**. In diesen Geschäften wurde nach GMA-Einschätzung allein mit Lebensmitteln ein **Umsatz von ca. 10,3 Mio. €** erzielt.²³

Lebensmittelanbieter **im faktischen zentralen Versorgungsbereich „Stadtkern Bad Schmiedeberg“²⁴** verfügen über eine Verkaufsfläche von ca. 135 m², auf der sie ca. 0,8 Mio. € mit Lebensmitteln erwirtschaften.

²³ Umsatzangaben um Nonfoodanteile bereinigt, ohne Netto-Bestandmarkt, Lindenstraße.
²⁴ Vgl. Kapitel IV., 3

Karte 5: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen auch noch wettbewerbliche Wirkungen von den Lebensmittelanbietern außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum aus. Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen mit umliegenden Städten und Gemeinden, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Einzugsgebiete sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens überschneiden.

Diesbezüglich konnten aufgrund der räumlichen Nähe die Wettbewerbsstandorte Kemberg, Bad Düben und Dommitzsch identifiziert, die im Weiteren als Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes definiert werden. In Karte 5 sind daher auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte > 400 m² VK (Hauptwettbewerber) des Untersuchungsraums außerhalb des Einzugsgebietes (Nr. 1 - 18) dargestellt, diese sind:

Kemberg

- /// **Edeka Habedank**, Leipziger Straße
- /// **Penny**, Leipziger Straße

Bad Düben

- /// **Rewe**, Dommitzscher Straße
- /// **Penny**, Dommitzscher Straße
- /// **Netto**, Dommitzscher Straße
- /// **Lidl**, Schmiedeberger Straße
- /// **Aldi**, Postweg

Dommitzsch

- /// **Netto**, August-Bebel-Straße
- /// **Penny**, Leipziger Straße.

Insbesondere die dargestellte Wettbewerbssituation in den umliegenden größeren Orten begrenzt somit das betriebliche Einzugsgebiet des Planvorhabens von Netto, Lindenstraße:

- /// Nördlich des Stadtgebietes verfügt **Kemberg** über mit dem Discounter Penny und dem Vollsortimenter Edeka über eigene Lebensmittelmärkte zur Versorgung der Wohnbevölkerung. Hier ist keine nennenswerte Magnetwirkung des erweiterten Planvorhabens Netto, Lindenstraße i. S. von Kaufkraftzuflüssen zu erwarten. Des Weiteren entfaltet das Mittelzentrum Lutherstadt Wittenberg im Norden von Bad Schmiedeberg seine Ausstrahlungskraft.
- /// Aufgrund der Randlage zum Freistaat Sachsen ist darüber hinaus das sächsische Grundzentrum **Bad Düben** (Freistaat Sachsen) mit mehreren, überwiegend modernen Lebensmittelmärkten als leistungsstarker Handelsplatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich einzustufen. Insbesondere der Bad Schmiedeberger Ortsteil Söllichau ist gut an Bad Düben angebunden und orientiert sich anteilig sicher auch auf die naheliegenden Lebensmittelmärkte (z. B. Lidl, Schmiedeberger Straße).
- /// Die südöstlich liegende **Gemeinde Dommitzsch** (Freistaat Sachsen) verfügt ebenfalls über eine Filiale des Betreibers Netto, so dass hier nicht mit wesentlichen Kundenverflechtungen nach Bad Schmiedeberg zu rechnen ist. Auch Penny ist in Dommitzsch ansässig. Des Weiteren erschließt hier das sächsische Mittelzentrum Torgau bereits sein Marktgebiet.

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Bei der Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist entsprechend den Vorgaben der BauNVO zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst für Bad Schmiedeberg zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen.

Bad Schmiedeberg **verfügt nicht über ein städtisches Einzelhandelskonzept**. Daher ist bei der Identifikation möglicher zentraler Versorgungsbereiche auf die konkrete tatsächliche Situation vor Ort abzustellen. Aufgrund der Vor-Ort-Begehung durch die GMA im August 2020 konnte der **„Stadtkern Bad Schmiedeberg“** als **einzigster faktischer zentraler Versorgungsbereich der Stadt** identifiziert werden (vgl. Karte 3).

Die **räumliche Abgrenzung** „Stadtkerns Bad Schmiedeberg“ umfasst im Wesentlichen den Gebäudebesatz beidseitig entlang der Leipziger Straße vom Markt im Norden bis zum Kurplatz im Süden. Ausgehend vom nördlichen Auftakt des zentralen Versorgungsbereichs im Umfeld des Marktes wird das Straßenbild durch die nahezu lückenlose Randbebauung der zumeist zwei- bis dreigeschossigen historischen Wohngebäude geprägt. Diese weisen lückenhaft Gewerbenutzungen bzw. Ladenlokale auf. Am Markt bzw. in dessen Umfeld sind hier u. a. eine Apotheke, eine Drogerie sowie verschiedene Dienstleistungs- und Büronutzungen vorhanden. Auch die Stadtverwaltung hat hier ihren Sitz. Südlich angrenzend, entlang der Leipziger Straße, befindet sich die Nikolaikirche am Kirchplatz, wobei hier kaum zentrenprägende Nutzungen ansässig sind. Der Gewerbebesatz verdichtet sich im Folgenden entlang der Leipziger Straße im Abschnitt zwischen Neustraße und Rosengasse. Hier sind u. a. mehrere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Bäckerei, Fleischerei) und Komplementärnutzungen wie Gastronomen und Beherbergungsbetriebe vorhanden. Das südliche Ende der Leipziger Straße ist als verkehrsberuhigter Bereich ausgewiesen und erzeugt damit eine hohe Aufenthaltsqualität insbesondere für die fußläufige Anbindung an die südlich anschließende Kurpromenade. Hier sind zahlreiche kleinteilige Café- und Gastronomiebetriebe vorhanden. Dies ist auf die hohe Bedeutung Bad Schmiedebergs als Kurstadt zurückzuführen. Die überwiegend auf Touristen und Kurgäste ausgerichteten Nutzungen im Umfeld der Dommitzcher Straße und am Kurpark werden nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

Die **Einzelhandelssituation** im zentralen Versorgungsbereich Stadtkern Bad Schmiedeberg wird ausschließlich durch die kleinteilig strukturierten Geschäfte aller Bedarfsbereiche (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf) geprägt. So sind neben Nahversorgungsbetrieben (u. a. Blumenladen, Lebensmittelhandwerk), Anbietern mit zentrentypischen Sortimenten (u. a. Optiker, Schmuck) auch spezialisierte Anbieter mit touristisch relevanten Sortimentsanteilen ansässig. Bedeutsam für die Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches sind die entlang der Leipziger Straße angesiedelten Beherbergungsbetriebe sowie Restaurants und Cafés. Insgesamt ist die Versorgungsfunktion des Stadtkerns neben der Versorgung der Bad Schmiedeberger Einwohner auch stark auf Kurgäste bzw. Touristen ausgerichtet. Durch das Fehlen eines Magnetbetriebes kann eine Nahversorgungsbedeutung allenfalls eingeschränkt für die im fußläufigen Umkreis lebende Wohnbevölkerung des Stadtkerns herausgestellt werden. **Eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion im Einzelhandel ist nicht zu konstatieren**. Wichtige zentrenprägende Nutzungen für das Stadtzentrum sind daher die ergänzenden Dienstleistungsangebote, die Verwaltungseinrichtungen und Arztpraxen.

V. Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzprognose für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁵ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt mit rd. 1.050 m² VK (inkl. Backshop, Windfang und Leergutannahme) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁶

Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit rd. 1.050 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	14,4	19 – 21	2,9	0,4	3,3	85
Zone II	1,7	9 – 11	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2	5
Einzugsgebiet		18 – 20	3,0 – 3,1	0,4 – 0,5	3,5	90
Streuumsätze (ca. 10 %)			0,3 – 0,4	< 0,1	0,4	10
Insgesamt			3,4	0,5	3,9	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Netto 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Netto Markt mit ca. 1.050 m² VK (inkl. Backshop, Windfang und Leergutannahme) eine Gesamtumsatzleistung von ca. 3,9 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,4 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

Zur Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2019 / 2020 liegt die durchschnittliche Filialleistung von Netto bei ca. 3,4 Mio. €. Damit läge der Markt an der Lindenstraße in Bad Schmiedeberg nach seiner Modernisierung und Erweiterung auf einem über-

²⁵ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁶ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

durchschnittlichen Niveau, was v. a. auf die Verkaufsflächendimensionierung des erweiterten Lebensmittelmarktes zurückzuführen ist. Hierbei ist anzumerken, dass der Standort mit rd. 1.050 m² VK auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Netto-Märkten mit rd. 792 m² liegen wird.

Mit einer Flächenleistung von ca. 3.700 € / m² VK wird dagegen nur eine leicht unterdurchschnittliche Flächenleistung für Netto-Märkte erreicht.²⁷ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der erweiterte Netto-Markt nicht dieselben Flächenleistungen erzielen wird wie der Bestandmarkt. So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen (Verkaufsflächenproduktivität in € / m² VK) auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird nicht zu erwarten sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Der prognostizierte Umsatz des neu errichteten und erweiterten Netto-Marktes stellt somit ein Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens dar (**worst-case-Ansatz**).

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- // die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- // der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Netto-Marktes am Standort „Lindenstraße“ werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- // Der Netto Lebensmittelmarkt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.050 m² (inkl. Backshop, Windfang, Leergutannahme) eine Umsatzleistung von ca. 3,9 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,4 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- // Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Lebensmittelanbieter Netto bereits seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 700 m² am Standort ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 2,8 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,4 – 2,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,3 – 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Bad Schmiedeberg generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Daraus folgt, die bereits heute bestehende Verkaufsfläche vom Markt absorbiert bzw. der Bestandumsatz als umverteilungsneutral einzustufen ist.

²⁷ gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020 liegt der Durchschnittswert für Netto-Märkte bei rd. 4.250 € / m² VK

- /// Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Netto-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 1,1 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 0,9 – 1,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 – 0,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte und erst nachgeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestandsumsatz Wettbewerb in Mio. €	Umsatzherkunft / -umverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Lebensmittelbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes inkl. Streuumsätze 	--	2,4 – 2,5	--
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet (Zone I+II) 	10,3	0,8 – 0,9	8 – 9
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ davon gegenüber Anbietern im ZVB Stadtkern Bad Schmiedeberg 	0,7	< 0,1	5 – 6
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes (zusätzliche Streuumsätze) 	--	0,1	--
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich 	--	3,4	--
Nichtlebensmittelbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes 	--	0,3 – 0,4	--
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum 	--	0,1 – 0,2	n. n.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich 	--	0,5	--
Umsatz erweiterter Markt insgesamt		--	3,9	--

GMA-Berechnungen 2020, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche Auswirkungen durch das Vorhaben von Netto zu erwarten:

- /// Durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Netto Lebensmittelmarktes werden bei einem derzeitigen Umsatz der im Einzugsgebiet (Zonen I – II) ansässigen Betriebe des Lebensmittel Einzelhandels i. H. von ca. 10,3 Mio. €²⁸ ca. 0,8 – 0,9 Mio. € des Bestandsumsatzes im Einzugsgebiet umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer **Umsatzumverteilungsquote im gesamten Einzugsgebiet von ca. 8 – 9 %**. Damit resultieren aus dem Erweiterungsvorhaben zwar wettbewerbliche Effekte, wobei aber der Anhaltswert von 10 %, ab dem schädliche städtebauliche Effekte zu erwarten sind, unterschritten wird.

²⁸ Um Nonfood-Anteile bereinigter Umsatz, ohne Bestandsumsatz des zu erweiternden Netto-Marktes, Lindenstraße.

- Die stärksten Umsatzumverteilungen werden gegenüber den betriebstypengleichen oder -ähnlichen **Lebensmittelmärkten in der Kernstadt Bad Schmiedeberg** zu erwarten sein, da diese ähnliche Kundengruppen ansprechen wie der zu erweiternde Netto-Markt. Dies sind v. a. der Lebensmittelmarkt Edeka Habedank und Penny im nördlichen Kernstadtgebiet Bad Schmiedeberg an der Kemberger Straße. Hier kann die Umsatzumverteilungsquote etwas höher liegen. Eine Aufgabe dieser Lebensmittelmärkte ist daraus aber nicht abzuleiten. Beide Anbieter liegen verkehrsgünstig im nördlichen Kernstadtgebiet im Kreuzungspunkt der wichtigsten innerstädtischen Verkehrsachsen. Durch die Sperrung des Stadtkerns Bad Schmiedeberg für den Durchgangsverkehr wird sowohl der Durchgangsverkehr, als auch der ortskernquerende Anliegerverkehr über die Straßenzüge Landesstraße L 128 (Bad Düben) und L 129 (Domnitzsch) um den Ort nördlich herumgeleitet. Damit profitieren sowohl Edeka als auch Penny, Kemberger Straße von der hohen Verkehrsfrequenz im Standortumfeld und sind aus dem gesamten Stadtgebiet sehr gut zu erreichen. Zudem erzeugen beide genannten Märkte Synergieeffekte i. S. von Kopplungsvorteilen durch ihre räumliche Nähe. Darüber sind beide Märkte mit einem modernen Marktkonzept der neuesten Generation (Eröffnung Edeka 2016, Eröffnung Penny 2020) als leistungsfähig einzuschätzen. Betriebsabschmelzungen eines der Anbieter (Penny oder Edeka) als Folge der geplanten Netto-Erweiterung, Lindenstraße sind nach gutachterlicher Einschätzung nicht zu erwarten.
- Im untersuchungsrelevanten **faktischen Versorgungsbereich Stadtkern Bad Schmiedeberg** sind derzeit keine größeren Lebensmittelbetriebe i. S. einer Magnetfunktion ansässig. Nur kleine Lebensmittelhandwerker bzw. Spezialanbieter sind hier vorhanden. Für die umliegende Wohnbevölkerung im Bereich des Stadtkerns ergänzen sie die Nahversorgung allenfalls im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Die eigentliche Nahversorgung wird durch die Lebensmittelmärkte an der Kemberger Straße und Lindenstraße (zu erweiternder Netto-Markt) gesichert. Die kleinteiligen Lebensmittelanbieter im Stadtkern (u.a. Lotto / Tabak / Kiosk, Bäckerei, Fleischerei) profitieren auch von Umsätzen der Kurgäste bzw. von Touristen, welche die Haupteinkaufsfläche Leipziger Straße nicht zuletzt durch die architektonische Qualität der Gebäude und den dort ansässigen Beherbergungs- und Gastgewerbebetriebe frequentieren.
- Die rein rechnerische **Umsatzumverteilungsquote liegt gegenüber den Anbietern im Stadtkern Bad Schmiedeberg modellhaft** bei rd. 5 – 6 %. Daraus resultieren aus dem Erweiterungsvorhaben von Netto, Lindenstraße zwar geringfügige wettbewerbliche Effekte, wobei der Anhaltswert von ca. 10 %, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten ist, deutlich unterschritten wird. Hier sind lediglich kleinteilige und spezialisierte Anbieter vorhanden, die nur teilweise Sortimentsüberschneidungen mit Netto aufweisen, so dass nicht mit Betriebsschließungen zu rechnen ist. In jedem Falle würde die Funktionsfähigkeit des Stadtkerns gewahrt bleiben.
- Außerhalb des Einzugsgebietes** liegen die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf einem nicht nachweisbaren Niveau. Die dortigen Anbieter werden nicht spürbar tangiert. Dies gilt insbesondere für die Anbieter in den umliegenden Städten und Gemeinden bzw. für die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind hier auszuschließen.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Einzugsgebiet und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfalle nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass durch das Planvorhaben am Standort Lindenstraße **keine negativen Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereich oder der wohnortnahe Versorgung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO** zu erwarten sind. Vielmehr ist von einer qualitativen Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in Bad Schmiedeberg auszugehen.

VI. Kompatibilität mit den Zielen der Landesplanung

Abschließend ist zu prüfen, ob die Planung kompatibel mit den Zielen der Landesplanung in Sachsen-Anhalt ist. Maßgeblich hierfür sind die Ziele 46, 47 und 48 des LEP Sachsen-Anhalt 2010:

- /// Dabei ist zunächst zu bewerten, ob die Stadt Bad Schmiedeberg unter landes- und regionalplanerischen Kriterien zur Ansiedelung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs geeignet ist (Z 46). Das Konzentrationsgebot erlaubt großflächige Einzelhandelsvorhaben auch in Grundzentren, wenn keine schädlichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung zu erwarten sind und der Einzugsbereich des Zentralen Ortes nicht überschritten wird (vgl. Kongruenzgebot). Der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit wurde hierzu erbracht (vgl. Kapitel V. 2). Das Vorhaben dient ganz überwiegend der Nahversorgung für die Einwohner von Bad Schmiedeberg.

Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.

- /// Ziel 47 erfordert, dass die Verkaufsfläche und das Warensortiment dem Verflechtungsbereich der Standortkommune entsprechen sollen. Das Einzugsgebiet des Netto-Marktes, Lindenstraße umfasst ausschließlich das Stadtgebiet von Bad Schmiedeberg. Lediglich ca. 10 % des Umsatzvolumens fließen in Form von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebietes an den Planstandort zu. Der Einzugsbereich des Vorhabens überschreitet den Zentralen Ort somit nicht wesentlich.

Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

- /// Die Entwicklung von Einzelhandelsgroßvorhaben soll an einem städtebaulich integrierten Standort erfolgen (Z 48). Mit seiner Lage an der Lindenstraße am Rand des zusammenhängend bebauten Siedlungskörpers am Übergang zum westlich angrenzenden Bad Schmiedeberger Ortsteil Großwig ist der Standort als integriert zu bewerten. Der zur Erweiterung vorgesehene Netto-Markt lässt ferner keine schädlichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung von Bad Schmiedeberg oder dem Umland erwarten. Der Verflechtungsbereich des Grundzentrums Bad Schmiedeberg wird – wie zuvor dargelegt – nicht überschritten. Der Standort ist sowohl zu Fuß als auch mit dem Fahrrad über ein entsprechendes Wegenetz gut zu erreichen und verfügt ferner über eine Anbindung an den ÖPNV.

Das Integrationsgebot wird erfüllt.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung des bestehenden Netto Lebensmittelmarktes von rd. 700 m² VK auf rd. 1.050 m² VK (inkl. Backshop, Windfang und Leergutannahme) ▪ Standort Lindenstraße 48a in westlicher Randlage des Siedlungskörpers der Kernstadt Bad Schmiedeberg, dennoch siedlungsstrukturell integrierte Lage durch kleinteilige Wohnbebauung östlich und südlich entlang der Lindenstraße, Nahversorgungsfunktion für die Wohngebiete im näheren und weiteren Standortumfeld (u. a. „Margarethenviertel“)
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Bad Schmiedeberg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Grundzentrum und Kurstadt Bad Schmiedeberg, ca. 8.220 Einwohner ▪ Einzelhandelsstrukturen: Stadtkern Bad Schmiedeberg (faktischer ZVB) ausschließlich kleinstrukturiert, Lebensmittelmärkte Penny und Edeka im nördlichen Kernstadtgebiet (Kemberger Straße), Netto im westlichen Kernstadtgebiet (Lindenstraße, Planstandort), Ortschaft Pretzsch mit eigenem kleinen Lebensmittelmarkt, ansonsten allenfalls rudimentäre Versorgungsstrukturen in den dörflichen Ortsteilen der Stadt ▪ Versorgungsbedeutung der Lebensmittelmärkte der Kernstadt Bad Schmiedebergs für die Ortsteile bzw. den Verflechtungsbereich des Grundzentrums Bad Schmiedeberg (= Stadtgebiet inkl. Ortsteile)
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich auf das gesamte Bad Schmiedeberg (Zone I), wobei die Ortschaft Söllichau bereits zur Zone II zählt ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 8.220 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 16,1 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung bei rd. 1.050 m² VK (inkl. Backshop, Windfang und Leergutannahme): ca. 3,9 Mio. €, davon ca. 3,4 Mio. € Food und ca. 0,5 Mio. € Nonfood
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet (Zone I+II) insg.: ca. 8 – 9 <ul style="list-style-type: none"> ▪ faktischer ZVB Stadtkern Bad Schmiedeberg: ca. 5 – 6 ▪ außerhalb des Einzugsgebietes: nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die durch das Erweiterungsvorhaben von Netto ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte im Einzugsgebiet (Zone I+II) in Höhe von ca. 8 – 9 % liegen unterhalb des Anhaltswertes von 10 %. Betriebsabschmelzungen von einem der zwei vornehmlich betroffenen Betriebe in Bad Schmiedeberg (Penny, Edeka) sind nicht zu erwarten. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wird demnach nicht beeinträchtigt. ▪ Die durch das Erweiterungsvorhaben von Netto im Modell ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 5 – 6 % gegenüber Betrieben im faktischen zentralen Versorgungsbereich Stadtkern Bad Schmiedeberg werden zu keiner Schädigung dieses zentralen Versorgungsbereichs führen. Hier sind lediglich kleinteilige und spezialisierte Anbieter mit geringfügigen Sortimentsüberschneidungen mit Netto vorzufinden, die zudem von den Kurgästen der Stadt profitieren. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches kann ausgeschlossen werden. Eine Bestandsgefährdung der Lebensmittelmärkte in Bad Schmiedeberg und damit eine Gefährdung der wohnortnahen Versorgung ist ferner nicht zu erwarten.

GMA-Zusammenstellung 2020

Verzeichnisse**Seite****Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmittelmärkten	10
Tabelle 2:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit rd. 1.050 m ² VK)	24
Tabelle 3:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	26

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 – 2018	8
--------------	--	---

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lageplanentwurf der Netto-Liegenschaft, Lindenstraße 48a	5
Karte 2:	Lage von Bad Schmiedeberg und zentralörtliche Struktur der Region	13
Karte 3:	Projektstandort Lindenstraße und fußläufiger Einzugsbereich / ZVB „Stadtkern Bad Schmiedeberg“	15
Karte 4:	Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes in Bad Schmiedeberg, Lindenstraße	18
Karte 5:	Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	21