



# Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Biomarktes in Magdeburg, Stadtfeld - Ost Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße (B-Plan 216-2)

---

**Auftraggeber:** Landeshauptstadt Magdeburg,  
Stadtplanungsamt  
Frau Judith MacKay

**Projektleitung:** Dr. Stefan Holl  
Franziska Hamscher,  
M. Sc. Stadt- und Regionalplanung

Dresden, am 19.04.2018

---

## 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 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

Königsbrücker Straße 31 – 33  
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273  
Telefax: 0351 / 80 23 895  
E-Mail: stefan.holl@gma.biz  
Internet: www.gma.biz

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>4</b>
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Rechtsrahmen / Baurechtliche Vorgaben	5
3. Aktuelle Trends im Bio-Lebensmitteleinzelhandel	7
4. Standortbeschreibung und -bewertung	9
4.1 Makrostandort Magdeburg	9
4.2 Märktekonzept als Steuerungsgrundlage des Einzelhandels	9
4.3 Bebauungsplanentwurf	11
4.4 Mikrostandort „Olvenstedter Straße“	12
5. Fazit zur Einordnung des Vorhabens	14
<b>II. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial</b>	<b>15</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	15
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	17
<b>III. Wettbewerbssituation</b>	<b>18</b>
<b>1. Wettbewerbssituation im Stadtfeld-Ost</b>	<b>18</b>
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	19
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	21
3.1 Möglicher zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“	21
3.2 Faktischer zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“	22
3.3 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Magdeburg“	23
<b>IV. Auswirkungen des Vorhabens</b>	<b>24</b>
1. Umsatzprognose für den geplanten Biomarkt	24
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	25
2.1 Methodik	25
2.2 Umsatzumverteilungen	25
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	26
3. Hinweise für den Bebauungsplan	29
<b>V. Zusammenfassung</b>	<b>30</b>

## I. Grundlagen

### 1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Bereits im Jahr 2015 erstellte die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH eine Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten in Magdeburg-Stadtfeld im Kreuzungsbereich Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße. An diesem Standort vorgesehen waren seinerzeit ein Lebensmittelmarkt mit max. 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie kleinere Shopeinheiten mit bis zu 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geplant; die seinerzeitigen Ausführungen haben nach wie vor Gültigkeit.<sup>1</sup>

Auf Grundlage der öffentlichen Auslegung des für den Standortbereich erstellten Bebauungsplans (216-2) stehen die geplanten Einzelhandelsvorhaben im zur Ausweisung vorgesehenen Mischgebiet in der Kritik. Für den Standort soll nun eine Gesamtverkaufsfläche bis zu 1.200 m<sup>2</sup> planungsrechtlich verankert werden. Dabei wird die Festsetzung eines Biomarktes diskutiert. In der folgenden Ausarbeitung der Auswirkungsanalyse sollen demnach eine vertiefte Präzisierung des Vorhabens „Biomarkt“ sowie eine weitergehende, vertiefte Berücksichtigung der Wirkungen auf die Innenstadt erfolgen. Insbesondere sind – auch vor dem Hintergrund der Ausweisung von Einzelhandelsbetrieben im Mischgebiet – die Fragen zu beantworten, wie sich das konkrete Vorhaben ausgestalten wird und ob von dem Vorhaben negative städtebauliche Auswirkungen auf die im Magdeburger Märktekonzept ausgewiesenen Versorgungszentren im betrieblichen Einzugsgebiet und angrenzenden Stadträumen ausgehen. Hierbei sind insbesondere die Stadtteile Stadtfeld und die Innenstadt zu beachten.

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

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung des Makrostandortes Magdeburg bzw. Stadtfeld sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes für einen Biomarkt, Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Stadtteil Stadtfeld-Ost (Wettbewerbsanalyse) und Innenstadt
- /// Umsatzprognose des Biomarktes und Ermittlung der dadurch ausgelösten Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum

---

<sup>1</sup> Quelle: Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten in Magdeburg-Stadtfeld im Gebiet Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße (B-Plan 216-2); GMA; 25.11.2015.

- Darstellung und Bewertung möglicher wirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf das Standortgefüge im Untersuchungsraum unter besonderer Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im März 2018 eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen und insbesondere von Wettbewerbsstandorten und der zentralen Versorgungsbereiche im Umfeld vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

## 2. Rechtsrahmen / Baurechtliche Vorgaben

Da für den Vorhabenstandort ein Bebauungsplan aufgestellt werden soll, ist für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus<sup>2</sup>:

- „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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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.“

---

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

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 m<sup>2</sup> der Fall sein wird<sup>3</sup>)?
2. Sind die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen zu erwarten, (was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> anzunehmen ist; Regelvermutung)?

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.

Besondere „Schutzgüter“ sind ab 2004 nach dem BauGB die „zentralen Versorgungsbereiche“. Mit Bezug auf „*schädliche Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche*“ ist unter Zugrundelegung der aktuellen Rechtsprechung zwischen rein wettbewerblichen und städtebaulichen Effekten zu unterscheiden. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes sind schädliche Auswirkungen zu erwarten, wenn die

„[...] Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird. Eine solche Funktionsstörung liegt vor, wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann“.<sup>4</sup>

Die von der geplanten Ansiedlung evtl. ausgehenden städtebaulichen Wirkungen (z. B. Abschmelzung bestehender Einzelhandelsbetriebe, erhöhte Geschäftsfrequenz) können auf Basis der voraussichtlich ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte eingeschätzt werden. Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilungen hat sich dabei als Orientierungswert bewährt.<sup>5</sup> Demnach können bei Umsatzumverteilungen von 10 % und mehr schädliche städtebauliche Auswirkungen erwartet werden. Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche städtebauliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung“ aufweisen.

<sup>3</sup> 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 m<sup>2</sup> erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> 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).

<sup>4</sup> BVerwG 4 C 2.08, 17. Oktober 2009.

<sup>5</sup> Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche städtebauliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung“ aufweisen.

### 3. Aktuelle Trends im Bio-Lebensmitteleinzelhandel

Neben der Discountorientierung der deutschen Kunden im Lebensmitteleinzelhandel geht bei einem Teil der Verbraucher der Trend immer mehr in Richtung gesunde Ernährung, regionale Produkte, faire (Erzeuger-) Preise und Geschmack. Für diese Schlagworte stehen Produkte aus der ökologischen Landwirtschaft, welche bei den Verbrauchern unter dem Begriff „Bio-Lebensmittel“ subsumiert werden. Durch diese Veränderungen hat der Bio-Lebensmittelbereich in den letzten Jahren eine immer größere Aufmerksamkeit erfahren. In der Folge konnten in den letzten Jahren im Bio-Lebensmittelbereich Umsatzsteigerungsraten von über 10 % pro Jahr erzielt werden. So wurden im Jahr 2016 in Deutschland ca. 9,5 Mrd. € im Bio-Lebensmitteleinzelhandel umgesetzt (2011: 6,6 Mrd. €; 2014: 7,9 Mrd. €). Gemäß EHI handelsdaten aktuell 2017 lag der Umsatz der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland im Jahr 2016 bei rd. 153,6 Mrd. €. Demnach nahm der Bio-Lebensmitteleinzelhandel davon einen Marktanteil von rd. 6 % ein.

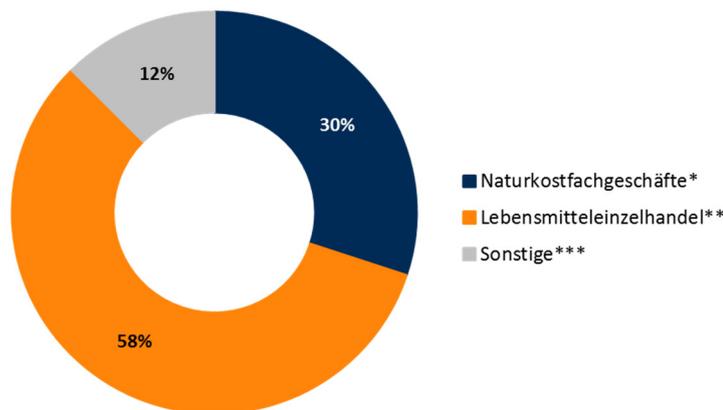
Im europäischen Vergleich ist Deutschland zwar der größte Markt für Bio-Produkte, jedoch liegt der Anteil der Bio-Lebensmittel am gesamten Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel im europäischen Mittelfeld. Bezüglich der Pro-Kopf-Ausgaben lag Deutschland mit 106 € im Jahr 2015 über dem europäischen Durchschnitt, jedoch an 7. Stelle hinter der Schweiz, Dänemark, Schweden, Luxemburg, Liechtenstein und Österreich. Auch in Zukunft dürfte der Trend zum verstärkten Verzehr von Bio-Produkten weiter anhalten, sodass weiterhin mit hohen Wachstumsraten im Bio-Lebensmittelbereich zu rechnen ist.<sup>6</sup>

Betrachtet man die Aufteilung des Umsatzes im Bio-Lebensmittelbereich nach Vertriebswegen lässt sich feststellen, dass mit rd. 58 % mehr als die Hälfte des Umsatzes mit Bio-Lebensmitteln auf den konventionellen Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Bio-Supermärkte, Discounter) sowie Drogeriemärkte entfällt. In Naturkostfachgeschäften werden rd. 30 % des Umsatzes erwirtschaftet. Auf andere Betriebsformen (Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüseläden etc.) entfallen ca. 12 % des Umsatzes. Insbesondere der Absatz von Bio-Grundnahrungsmitteln wie z. B. von Karotten und Kartoffeln wird durch die Lebensmitteldiscounter und Supermärkte dominiert, die so ihr Image im Bio-Bereich aufwerten wollen.

---

<sup>6</sup> Quelle: BÖLW: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2011

Abbildung 1: Umsatzanteile der Vertriebswege im Bio-Lebensmittelbereich im Jahr 2016



\* Einschließlich Hofläden mit Zukauf im Großhandel oder mehr als 50.000 € Umsatz

\*\* Lebensmitteleinzelhandel einschließlich Discontern und Drogeriemärkten

\*\*\* Bäckereien, Metzgereien, Obst- / Gemüsefachgeschäfte, Wochenmärkte, Ab-Hof-Verkauf, Abokisten, Versandhandel, Tankstellen

Quelle: EHI 2017, www.handelsdaten.de; GMA-Bearbeitung 2018

Bei der Ausstattung mit Bio-Lebensmittelmärkten ist in vielen Regionen noch keine flächendeckende Versorgung vorhanden, sodass das Potenzial für Bio-Märkte sowohl in größeren Städten, Mittelzentren, aber auch in den Regionen noch nicht vollständig ausgeschöpft ist. So sind in den letzten Jahren vermehrt größere Bio-Supermärkte eröffnet worden. Aber auch bei den bestehenden Anbietern geht der Trend hin zu einer Vergrößerung der Verkaufsflächen.

Als wesentliche deutschlandweit agierende Anbieter im Bio-Supermarktbereich können die Unternehmen Alnatura, dennree (denn's Biomarkt) und Basic genannt werden. Die wesentlichen Eckdaten der Hauptwettbewerber im Bio-Lebensmittelbereich sind in nachfolgender Tabelle aufgeführt:

Tabelle 1: Hauptwettbewerber im Biosupermarkt-Bereich – Daten und Kennzahlen

	Alnatura	denn's Bio	Basic
Anzahl Filialen (Stand 2015)	107	215	32
Umsatz	418 Mio. €	247 Mio. €	130 Mio. €
Umsatz pro Filiale	3,9 Mio. €	1,1 Mio. €	4,1 Mio. €
Ø Verkaufsfläche	550 m <sup>2</sup>	600 m <sup>2</sup>	770 m <sup>2</sup>
Ø Flächenproduktivität	6.500 € / m <sup>2</sup> VK	2.200 € / m <sup>2</sup> VK	5.200 € / m <sup>2</sup> VK
Artikelzahl	6.000	> 6.000	> 12.000

Quelle: EHI 2017, eigene Recherchen, GMA-Berechnungen 2018

Am Standort vorgesehen ist ein Bio-Lebensmittelmarkt. Ein konkreter Betreiber des geplanten Vorhabens „Biomarkt“ sowie die Ausgestaltung der Verkaufsfläche etc. ist aktuell nicht bekannt.

Nach Kenntnis der derzeit am Markt agierenden Teilnehmer geht die GMA unter Berücksichtigung der Standortvoraussetzungen<sup>7</sup> von einem standardmäßigen „Bio-Supermarkt“ aus. Auch wenn gemäß der aktuell gängigen Verkaufsflächengrößen bestehender Biomärkte eine über 800 m<sup>2</sup> VK hinausgehende Größenordnung für das Vorhaben nicht anzunehmen ist, werden im weiteren Verlauf dennoch die planungsrechtlich zu verankernden 1.200 m<sup>2</sup> VK als Flächengröße für das Vorhaben eingestellt. Somit liegt der Markt über der Grenze zur Großflächigkeit und wird im Folgenden auf seine möglichen Wirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO geprüft, um festzuhalten, ob diese zu erwarten sind oder nicht zu erwarten sind.

#### 4. Standortbeschreibung und -bewertung

Zur Beurteilung möglicher Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum ist die Bewertung der konkreten Standortvoraussetzungen ein zentrales Element. Die Standorteignung hängt unmittelbar mit der zu erwartenden Leistungsfähigkeit eines Marktes und den möglicherweise daraus resultierenden Wirkungen zusammen. In diesem Zusammenhang ist neben dem **Makrostandort** insbesondere auch der **Mikrostandort** selbst im Hinblick auf seine Nahversorgungsfunktion zu untersuchen.

##### 4.1 Makrostandort Magdeburg

Als Einzelhandelsplatz nimmt die Landeshauptstadt Magdeburg mit aktuell rd. 241.000 Einwohnern<sup>8</sup> die oberzentrale Versorgungsfunktion für ein Einzugsgebiet von über 900.000 Menschen wahr. Im Rahmen der durchgeführten Bestandserhebung wurden 2017 insgesamt 1.393 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 533.590 m<sup>2</sup> ermittelt; das entspricht einem Verkaufsflächenbesatz von rund 2.200 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner und ist im Bundesvergleich als überdurchschnittlich einzustufen.

##### 4.2 Märktekonzept als Steuerungsgrundlage des Einzelhandels

Mit dem Magdeburger Märktekonzept besitzt die Landeshauptstadt ein bewährtes Steuerungsinstrument als Handlungsgrundlage, das die Einzelhandelsentwicklung auf der Basis eines Sortiments- und Standortkonzepts sowohl räumlich als auch sortimentsbezogen auf geeignete Lagen konzentriert. Im Rahmen der derzeit laufenden Fortschreibung des Magdeburger Märktekonzeptes wird das sortimentsbezogene Leitbild und das Standortkonzept überprüft bzw. aktualisiert. Bezogen auf das Standortleitbild / -konzept differenziert das Magdeburger Märktekonzept bei der Abgrenzung der **zentralen Versorgungsbereiche** zwischen

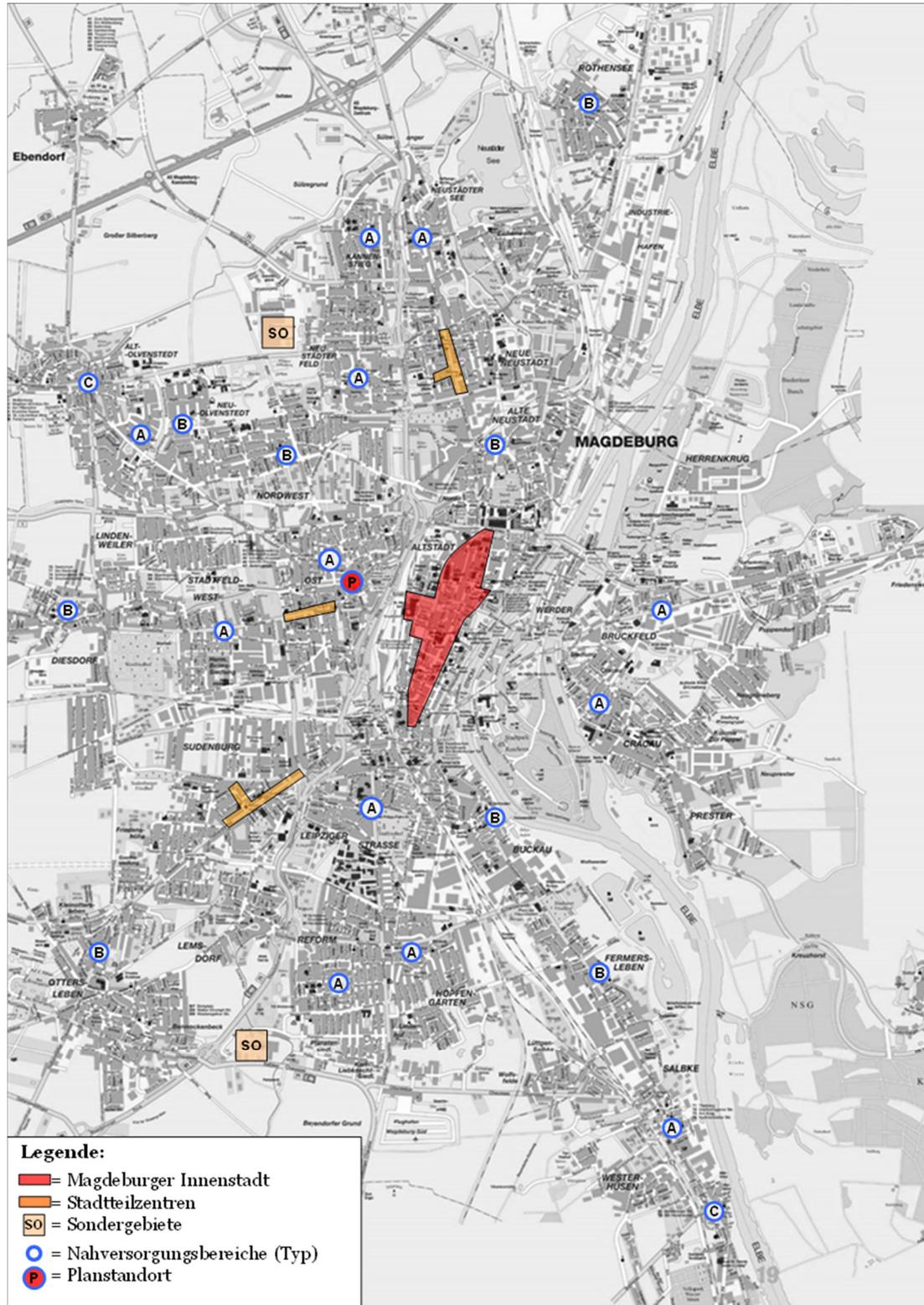
- /// der Innenstadt
- /// den Stadtteilzentren

<sup>7</sup> Größere Vorhaben werden ausschließlich an Hochfrequenzstandorten (Einkaufszentren, Passagen, etc.) realisiert.

<sup>8</sup> Quelle: Stadt Magdeburg, Datenstand: 31.12.2016.

- /// den Nahversorgungsbereichen als integrierte Lagen
- /// den Sondergebieten (mit Teilfunktionen eines Stadtteilzentrums).

**Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg**



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Magdeburg; GMA-Bearbeitung 2018

Innerhalb der den Stadtteilzentren hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungsbereiche**<sup>9</sup> wird eine Untergliederung in drei Typen (A bis C) vorgenommen. Als entscheidendes Kriterium für die Einstufung der NVB gilt dabei das Vorhandensein und die Verkaufsflächengröße des ansässigen Magnetbetriebes aus dem Lebensmittelbereich (über 800 m<sup>2</sup> VK; 400 bis 800 m<sup>2</sup> VK und kleiner als 400 m<sup>2</sup> VK bzw. kein Magnetbetrieb), da dieser unmittelbar mit der Zukunftsfähigkeit der Versorgungslage verbunden ist.

Daneben sind als **weitere Standortlagen** (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) die dezentralen Standorte

/// in städtebaulich nicht integrierten bzw.

/// in städtebaulich integrierten Lagen

anzuführen.

Ausgehend von den o.g. Aussagen des Magdeburger Märktekonzeptes sind im Stadtteil Stadtfeld-Ost mit insgesamt ca. 26.100 Einwohner folgende Zentren definiert:

/// Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“<sup>10</sup>

/// Olvenstedter Straße (Typ A).<sup>11</sup>

### 4.3 Bebauungsplanentwurf

Für den B-Plan 216-2 ist als Festsetzung ein „Mischgebiet“ vorgesehen. Die Landeshauptstadt stellt dort die Bebauungspläne 216-1, 216.1-1 und 216-2 auf.

<sup>9</sup> Im nachfolgenden: NVB  
<sup>10</sup> Stadtteilzentren / Sondergebiete:

- ein jeweils ca. 15.000 Einwohner umfassendes Einzugsgebiet
- vollständiger Einzelhandelsbesatz im kurzfristigen Bedarfsbereich (periodischer Bedarf)
- ergänzender Besatz im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (aperiodischer Bedarf, v. a. Bekleidung, Papier- und Schreibwaren)
- Dominanz von klein- und mittelflächigen Betrieben
- noch hohe, aber nicht höchste Passantenfrequenz
- Dienstleistungsangebote unterbrechen den Geschäftsbesatz (Kreditinstitute, Gastronomie, Reisebüros etc.)
- teilweise verringern mindergenutzte Grundstücke und Ladenleerstände die Einkaufsattraktivität
- insgesamt jedoch Standorte für gesamtstädtisch relevante, i. d. R. auch stark spezialisierte Angebote.

<sup>11</sup> Typ A: Nahversorgungsbereich:

- mindestens ein großflächiger Lebensmittelbetrieb (> 800 m<sup>2</sup> VK) als Magnet der Lage
- vollständiges Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich (periodischer Bedarf), teilweise ergänzt durch Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- Komplementärnutzungen wie z. B. Frisör, Gastronomie, Reisebüro, Kreditinstitut
- insgesamt zukunftsfähig hinsichtlich Verkaufsflächenausstattung, Branchenmix, Parkierung / Andienung, ggf. Verbesserungsmöglichkeiten in Teilbereichen (z. B. ergänzende Angebote, städtebauliche Attraktivität).

#### 4.4 Mikrostandort „Olvenstedter Straße“

Der für die Ansiedlung des Biomarktes vorgesehene Standort befindet sich im Magdeburger Stadtteil Stadtfeld-Ost unweit des Damaschkeplatzes, an welchem die Stadtbezirksgrenze zur Innenstadt verläuft. Mit Blick auf den Siedlungskörper des Stadtteiles liegt der Standort am östlichen Siedlungsrand. Derzeit wird das Grundstück neu geordnet.

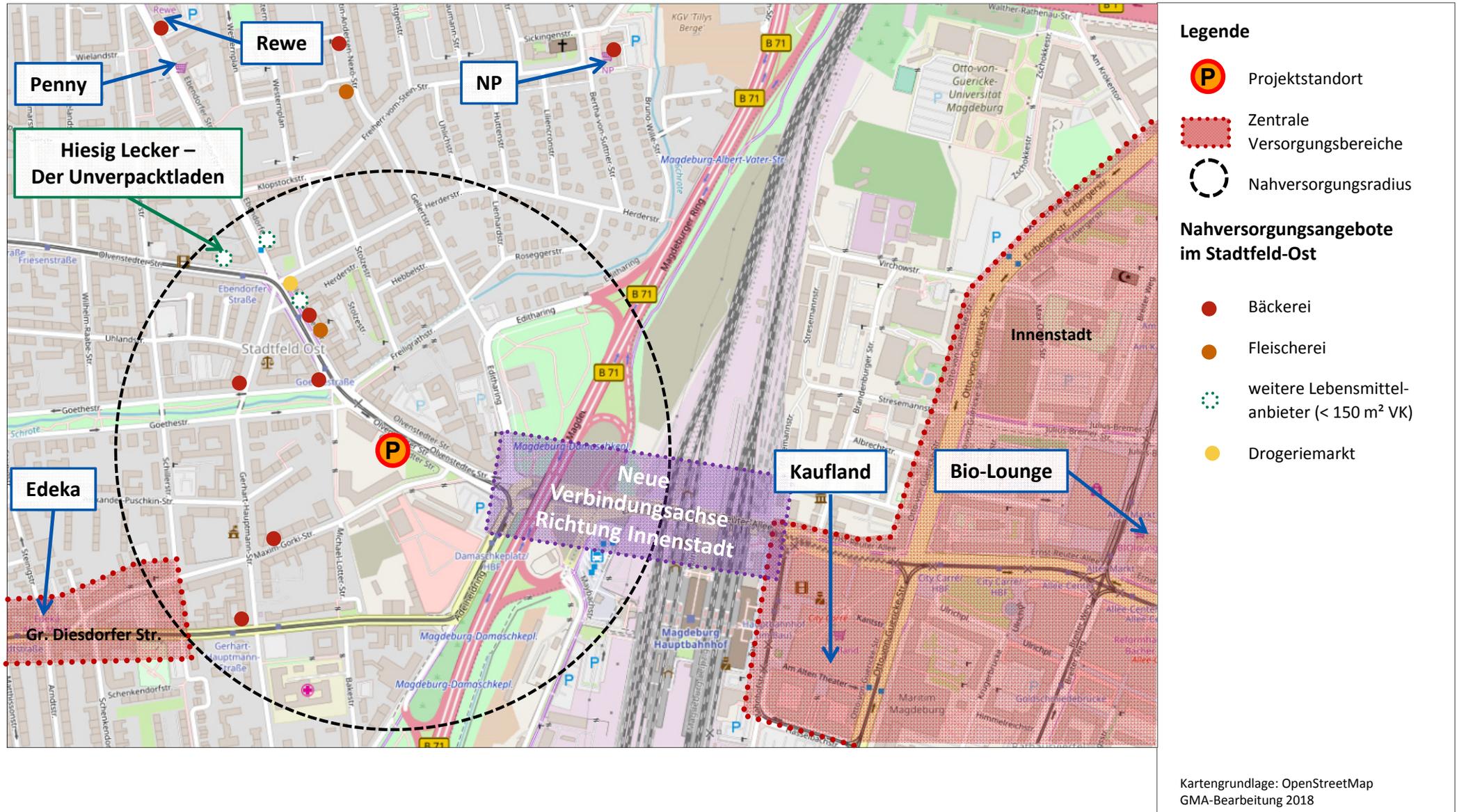
Der gesamte Stadtbezirk Stadtfeld-Ost zählt zu den bevorzugten Wohnstandorten innerhalb Magdeburgs. Neben der fußläufigen Nähe zum Zentrum tragen insbesondere die prägende gründerzeitliche Bebauung und ein gutes Versorgungsangebot zur Standortattraktivität bei.

Das Standortumfeld wird bereits aktuell durch ein hohes Maß an Nahversorgungsangeboten geprägt (vgl. Karte 2 und 4). Des Weiteren befindet sich im Umfeld eine Vielzahl öffentlicher und privater Dienstleistungen (u. a. Sparkasse). Mit Blick auf das in Fortschreibung befindliche Märktekonzept der Stadt Magdeburg ist festzuhalten, dass sich der Standort nicht in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Die nächstgelegene Zentren sind das Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“ sowie das Hauptzentrum „Innenstadt“.

Das **unmittelbare Standortumfeld** ist durch einen heterogenen Mix unterschiedlicher Nutzungen geprägt. So ist der Standort in Richtung Norden und Westen von Wohngebieten, bestehend aus kompakter Mehrfamilienhausbebauung, umschlossen. In südlicher Nachbarschaft befindet sich das Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“. In südöstlicher Richtung liegen die Verkehrsknoten Damaschkeplatz, Magdeburger Hauptbahnhof und Kölner Platz sowie die Bundesstraße (Magdeburger Ring). Hier werden aktuell der Citytunnel sowie der Ausbau des Eisenbahnknotens durchgeführt, d. h. für den Pkw-Verkehr wird ein Tunnel zwischen Damaschkeplatz und Kölner Platz bzw. City Carré gebaut. Somit entsteht zwischen dem Stadtteil Stadtfeld und der Innenstadt ein fußgänger- und fahrradfreundlicher Bereich mit neu ausgebautem Tram-Anschluss. Somit besteht perspektivisch vom Standort aus eine gute verkehrliche Anbindung per Pkw, ÖPNV, Fahrrad und zu Fuß an die Innenstadt. Die Lage im Kreuzungsbereich Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße bedarf noch einer verkehrlichen Ertüchtigung.

An den **ÖPNV** ist der Standort sehr gut angebunden. Wenige Meter nordwestlich des Planstandortes befindet sich die Straßenbahnhaltestelle „Goethestraße“, südöstlich der Damaschkeplatz. Straßenbegleitend sind Fußwege vorhanden. Der Standort ist daher auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen gut zu erreichen.

## Karte 2: Planstandort und Umfeldnutzungen



## 5. Fazit zur Einordnung des Vorhabens

Bei der Widerlegung der Regelvermutung für den geplanten Biomarkt erfolgte eine differenzierende Betrachtungsweise, die zum Einen das **spezielle Warenangebot** des zu überprüfenden Einzelhandelsbetriebs in Betracht zu ziehen und außerdem den **Aspekt der verbrauchernahen Versorgung** zu prüfen hat. Die vorab angeführten Ausführungen sind dahingehend folgendermaßen zusammenzufassen:

- /// Auf **betrieblicher Seite** liegen keine Besonderheiten vor, die eine atypische Einordnung des Lebensmittelmarktes rechtfertigen würden. Das Sortiment des Marktes mit 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird sich vorwiegend auf das eines Nahversorgers mit Bio-Lebensmitteln beschränken, d. h. es wird davon ausgegangen, dass der Großteil seiner Verkaufsfläche mit den klassischen Lebensmitteln sowie Kosmetik bzw. Drogerieartikeln aus dem Bio-Segment belegt sein. Weitere aperiodische Randsortimente werden hingegen untergeordnet sein.
- /// Auf **städtebaulicher Seite** ist dem Standort eine Nahversorgungsfunktion i. S. einer fußläufig erschließbaren Wohnbevölkerung zuzuweisen. Er liegt im Stadtgebiet integriert.

Zur Ansiedlung des Biomarktes mit rd. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im geplanten Mischgebiet ist in einem weiteren Schritt zu untersuchen, inwiefern sich das Vorhaben auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken kann<sup>12</sup>. In diesem Zusammenhang ist im Folgenden insbesondere auf die beiden Punkte „Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet“ bzw. auf die „Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ einzugehen.

---

<sup>12</sup> Vgl. BVerwG, Beschluss vom 9. Juli 2002 – 4 B 14/02; Nickel/Kopf, ZfBR 2003, 122ff.)

## II. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials bildet die Basis für die Umsatzprognose.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für die vorgesehenen Nahversorgungsangebote kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung 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 weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine unterschiedliche Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist.<sup>13</sup>

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Gehzeitisochronen
- /// Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen im Stadtteil und den umliegenden Stadtteilen
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Magdeburg.

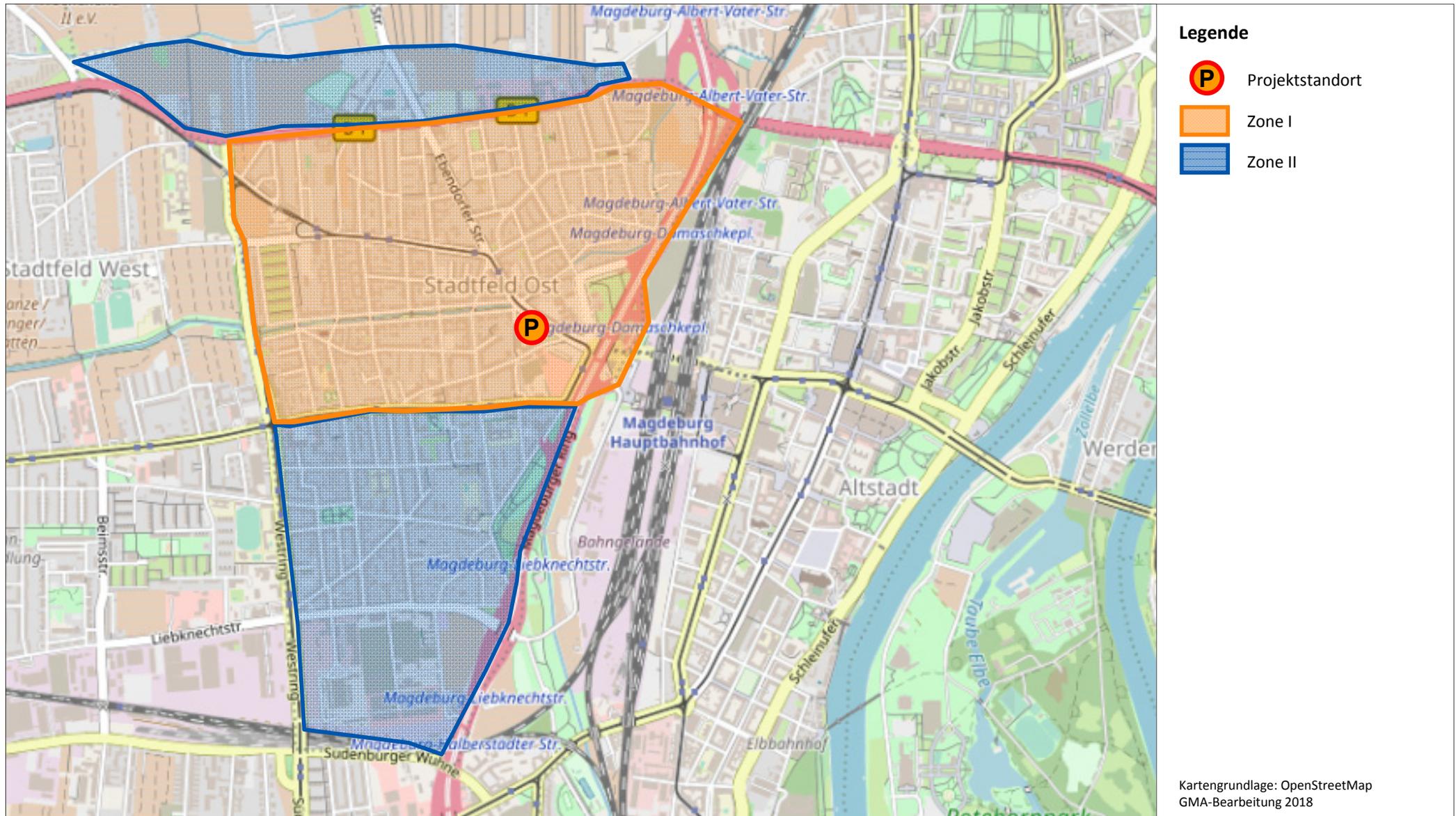
Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den geplanten Biomarkt am Standort „Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

/// Stadtteil Stadtfeld-Ost (STB 241, 244, 145, 246)	ca. 17.375 Einwohner
/// Stadtteil Stadtfeld-Ost (STB 242, 243, 247 – 249)	ca. 8.740 Einwohner
/// <b>insgesamt</b>	<b>ca. 26.115 Einwohner.</b> <sup>14</sup>

<sup>13</sup> Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch eine Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

<sup>14</sup> Quelle: Stadt Magdeburg, Datenstand: 31.12.2016 (Stand 31.12.2014: 25.800; Zunahme: 1,2 %).

### Karte 3: Einzugsgebiet des Biomarktes



Insgesamt wird durch den geplanten Biomarkt vorerst ein Einzugsgebiet erschlossen, welches nicht über den Stadtteil hinausgeht. Die **Zone I** umfasst das Kerneinzugsgebiet, welches keinen weiteren größeren Biomarkt beinhaltet und somit in diesem Umgriff mit den höchsten Kundenzuführungseffekten zu rechnen ist. **Zone II** umfasst die restlichen Bereiche des Stadtteils. Insbesondere aus dem südlichen Bereich ist mit etwas geringeren Kundenzuführungen zu rechnen, da sich hier auch ein weiterer Biomarkt befindet.

In Richtung Osten wird das Einzugsgebiet durch die Verkehrsachsen und den leistungsfähigen Innenstadthandel begrenzt. Die in den südlich angrenzenden Stadtteilen ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsstrukturen verhindern ein weiteres Ausgreifen des Einzugsgebiets nach Süden. Auch im Norden sind die Wohngebiete auf andere Versorgungslagen der Neustadt oder auch den Flora-Park (umfassendes Angebot, u. a. real) orientiert.

Dennoch muss die Nähe zur Innenstadt inkl. der perspektivischen Anbindung durch den Bau des Citytunnels und eine somit gute fußläufige sowie gute Fahrrad- und ÖPNV-Anbindung in Richtung Innenstadt (ca. 600 m Entfernung zum City-Carré) gewürdigt und von gewissen Kundenzuführungseffekten ausgegangen werden. Die über das Einzugsgebiet hinausgehenden Kundenzuführungseffekte an den Standort werden im Rahmen von Streuumsätzen abgebildet und sind gleichzeitig auch auf die Nähe des Standortes zum Bahnhof und zu zahlreichen größeren Arbeitgebern zurückzuführen.

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

**ca. € 5.570.<sup>15</sup>**

Bezogen auf das Lebensmittelsortiment (inkl. Bio-Lebensmittel) betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

**ca. 2.035 €.<sup>16</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>17</sup> zu beachten. Im Stadtteil Stadtfeld-Ost liegt dieses bei 89,3 und somit unterdurchschnittlich (Bundesdurchschnitt = 100). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel insgesamt auf ca. 45,9 Mio. €, davon entfallen ca. 30,5 Mio. € auf Zone I sowie 15,4 Mio. € auf Zone II. Mit Bezug auf das Bio-Lebensmittelsortiment kann hier keine genaue Abgrenzung zum Lebensmittelsortiment vorgenommen werden, da die Pro-Kopf-Ausgaben für das Lebensmittelsortiment bereits die Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel von rd. 106 € (Tendenz steigend; vgl. Kap. I. 3) einschließen.

<sup>15</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>16</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>17</sup> Quelle: MB Research, 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Für Magdeburg liegt der aktuelle Wert bei 90,4.

### III. Wettbewerbssituation

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

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum. Im Hinblick auf den geplanten Neubau eines Biomarktes gelten als Wettbewerber generell alle Ladengeschäfte, in denen ein vergleichbares Sortiment geführt wird. Dies sind neben den Biomärkten und Biofachgeschäften selbst v. a. großflächige Lebensmittelanbieter.

#### 1. Wettbewerbssituation im Stadtfeld-Ost

Der Stadtteil Stadtfeld-Ost verfügt aktuell im Nahrungs- und Genussmittelbereich über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 11.870 m<sup>2</sup>. Demnach liegt die Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelangeboten weiterhin im Bundesdurchschnitt von rd. 450 m<sup>2</sup> VK / 1.000 EW. Die Ausstattungskennziffer verweist auf die hohe Nahversorgungsbedeutung der Lebensmittelangebote im Stadtteil. Knapp die Hälfte der Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel entfällt jedoch auf einen Anbieter am Standort „Zum Handelshof“, der auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernimmt. Auch weiterhin ist vorsichtig anzunehmen, dass der Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil max. 80 % der Kaufkraft bindet.

Im Stadtteil ist dementsprechend auf folgende strukturprägende Lebensmittelanbieter hinzuweisen:

- /// **Kaufland**, SB-Warenhaus (rd. 5.300 m<sup>2</sup> VK), Zum Handelshof, Gewerbegebietslage, Versorgungsfunktion insbesondere für die Stadtteile Stadtfeld-Ost und –West, in Teilen auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- /// **Edeka Neukauf**, Supermarkt (rd. 1.100 m<sup>2</sup> VK), Olvenstedter Platz, integrierte Lage mit direkter Nahversorgungsfunktion
- /// **Lidl**, Lebensmitteldiscounter (rd. 1.000 m<sup>2</sup> VK), Große Diesdorfer Straße, integrierte Lage im zentralen Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“, Lage im direkten Verbund mit Getränkediscount, NKD, KiK, Fressnapf etc., Versorgungsfunktion insbesondere für Stadtfeld-Ost und -West
- /// **Edeka**, Supermarkt (rd. 500 m<sup>2</sup> VK), Große Diesdorfer Straße, integrierte Lage im zentralen Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“, Lebensmittelvollsortimenter auf verhältnismäßig kleiner Fläche, aber mit sehr hoher fußläufiger Kundenfrequenz

- /// **Rewe**, Supermarkt (rd. 800 m<sup>2</sup> VK), Albert-Vater-Straße, integrierte Lage am nördlichen Rand des Stadtteils Stadtfeld, demnach Versorgungsfunktion für Stadtfeld-Ost sowie nördlich angrenzende Bereiche
- /// **Penny**, Lebensmitteldiscounter (rd. 540 m<sup>2</sup> VK), Ebendorfer Straße, kleinflächiger Markt in integrierter Lage mit Nahversorgungsfunktion für die direkt umliegend Wohnbevölkerung
- /// **NP-Markt**, Lebensmitteldiscounter (rd. 600 m<sup>2</sup> VK), Motzstraße, kleinflächiger Markt in integrierter Lage mit Nahversorgungsfunktion für die direkt umliegende Wohnbevölkerung
- /// **Naturata**, Biolebensmittelmarkt (rd. 500 m<sup>2</sup> VK), Liebknechtstraße, Gewerbegebietsrandlage mit Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen, Nahversorgungsfunktion für die nördlich liegenden Wohnsiedlungsbereiche sowie für die Stadtteile Stadtfeld-Ost und -West.

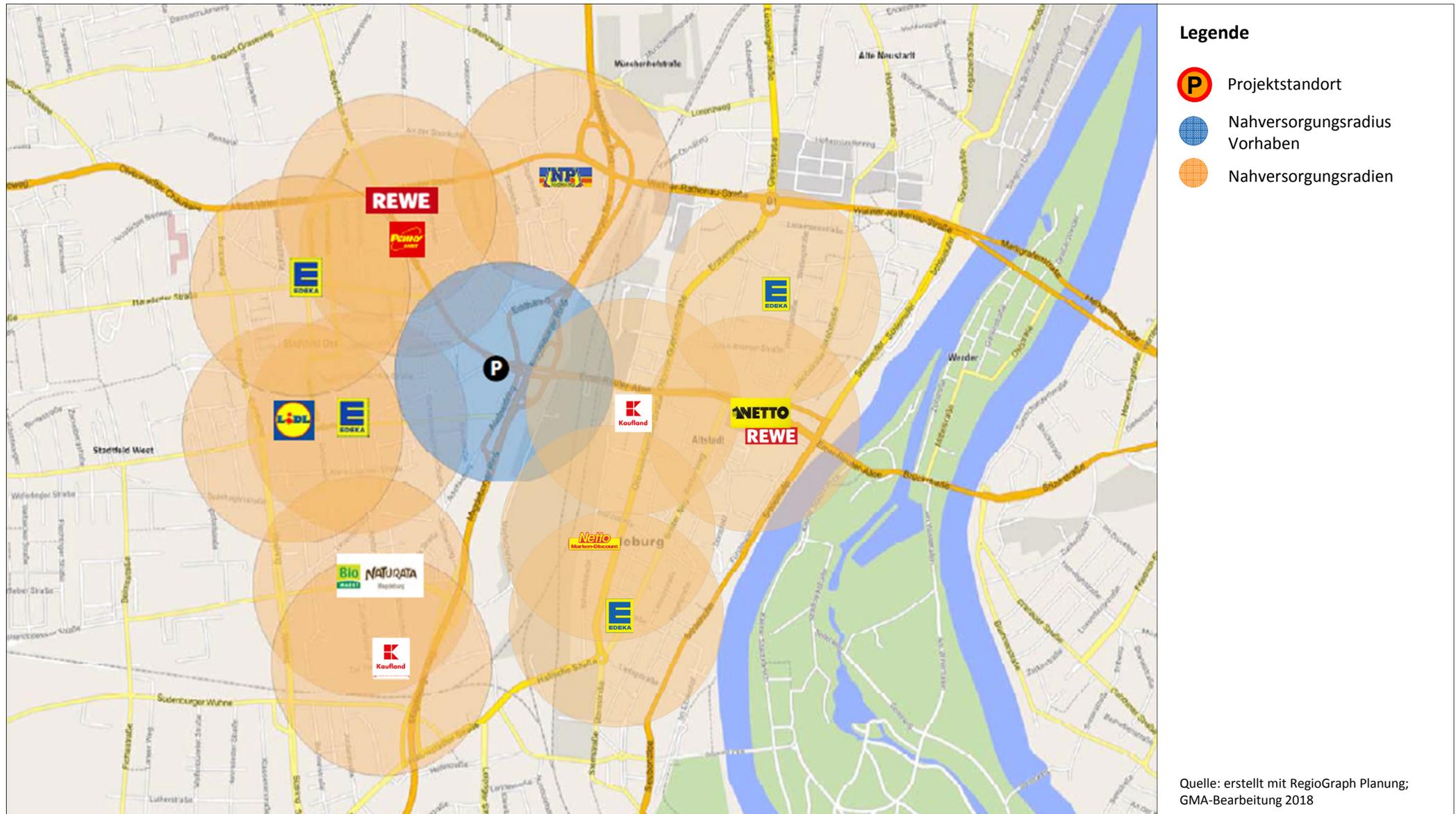
Abgesehen von dem kleinflächigen Biomarkt Naturata in der Liebknechtstraße im südlichen Stadtteil Stadtfeld-Ost sowie einem kleinflächigen (< 150 m<sup>2</sup> VK) Unverpackt-Lebensmittelanbieter in der Goethestraße, welcher auch Biowaren anbietet, finden sich keine weiteren Biolebensmittelfachgeschäfte oder Bioanbieter im Stadtteil Stadtfeld-Ost. Neben den o. g. Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist darüber hinaus im Stadtteil Stadtfeld-Ost auf die weiteren kleinflächigen Lebensmittelanbieter (u. a. Lebensmittelhandwerk, Spezialgeschäfte, Getränkemärkte, Tankstellenshops) sowie auf den Drogeriemarkt Rossmann in der Olvenstedter Straße hinzuweisen (zur detaillierteren Betrachtung der Nahversorgungsstrukturen im direkten Umfeld siehe Karte 2, S. 13).

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die **Zone I** einen Großteil der vorgenannten strukturprägenden Lebensmittelanbieter beinhaltet. In **Zone II** befinden sich das Kaufland SB-Warenhaus, Lidl sowie der Biomarkt Naturata.

## 2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes ist zum einen in westlicher Richtung auf diverse Nahversorgungsangebote im Stadtteil Stadtfeld-West hinzuweisen. Zum anderen spielen aufgrund der zukünftig geplanten Wege- bzw. Verkehrsführung entlang des Damaschkeplatzes in Richtung Hauptbahnhof und Kölner Platz die Angebote in der Innenstadt von Magdeburg eine bedeutende Rolle.

### Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)



### 3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Bei der Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben oder Nahversorgungsstandorten ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Da keine Umlandbedeutung des Planstandortes vorliegt, ist zunächst für Magdeburg zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen und betroffen sind.

Die Stadt Magdeburg verfügt über ein Einzelhandelskonzept, in welchem Versorgungslagen unterschiedlicher Hierarchiestufen abgegrenzt werden. Darin werden für den Stadtbezirk Stadtfeld-Ost ein Stadtteilzentrum und mehrere Nahversorgungsstandorte definiert.

#### 3.1 Möglicher faktischer zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“

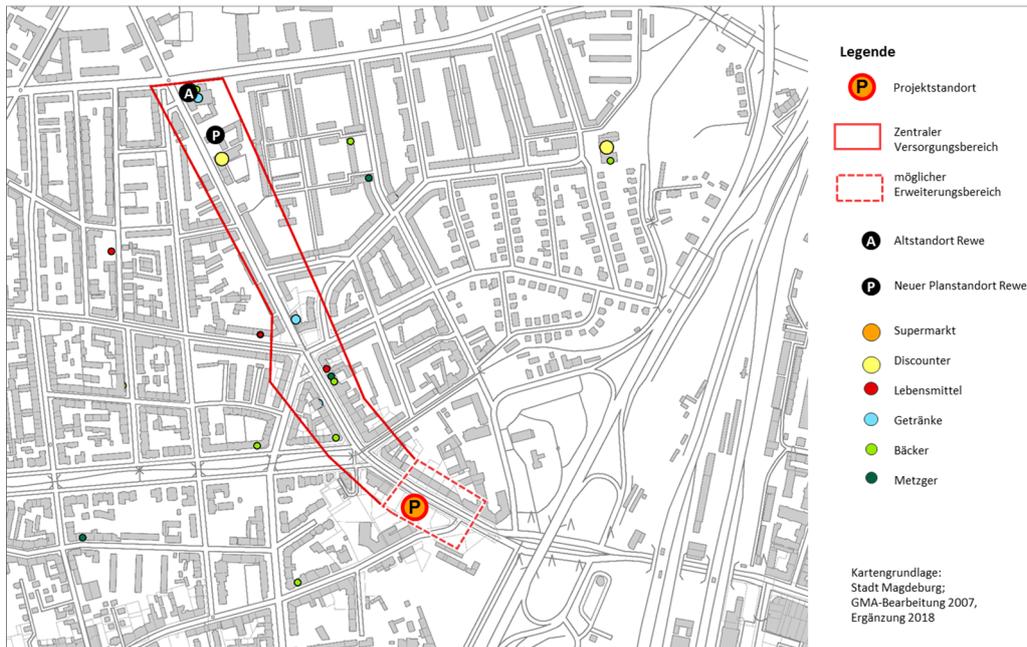
Ein zentraler Versorgungsbereich für die Olvenstedter Straße wurde bislang nicht parzellenscharf abgegrenzt.<sup>18</sup>

Die räumliche Ausdehnung der verdichteten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erstreckt sich entlang der Ebendorfer und Olvenstedter Straße von der Albert-Vater-Straße zur Maxim-Gorki-Straße auf einer Strecke von ca. 1 km. In diesem Bereich sind schwerpunktmäßig Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, ein Rossmann-Drogeriemarkt und auch Dienstleistungsangebote ansässig. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten kann hier ein zentraler Versorgungsbereich (i. S. eines Nahversorgungszentrums) vertreten werden, dem aus baurechtlicher Perspektive das über den Nahbereich hinausgehende Element fehlt. Dieser Aspekt ist dem Fehlen eines durchgängigen Einzelhandelsbesatzes sowie in der Ebendorfer Straße auch des Dienstleistungsbesatzes zuzuschreiben. Gleichzeitig kann nicht außer Acht gelassen werden, dass dennoch entlang der Achse eine gewisse räumliche Nähe der Gewerbetreibenden festzustellen. Mit konkretem Blick auf den Einbezug des Vorhabenstandortes Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße ist darauf hinzuweisen, dass dieser Bereich direkten Anschluss an Einzelhandels- (Apotheke, Bäcker) und Dienstleistungsbetriebe (Techniker Krankenkasse etc.) aufweist.

---

<sup>18</sup> Gegen eine Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches entlang der Olvenstedter Straße / Ebendorfer Straße sprach bislang die fehlende über den fußläufigen Einzugsbereich hinausgehende Versorgungsfunktion.

**Karte 5: Möglicher faktischer zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“**

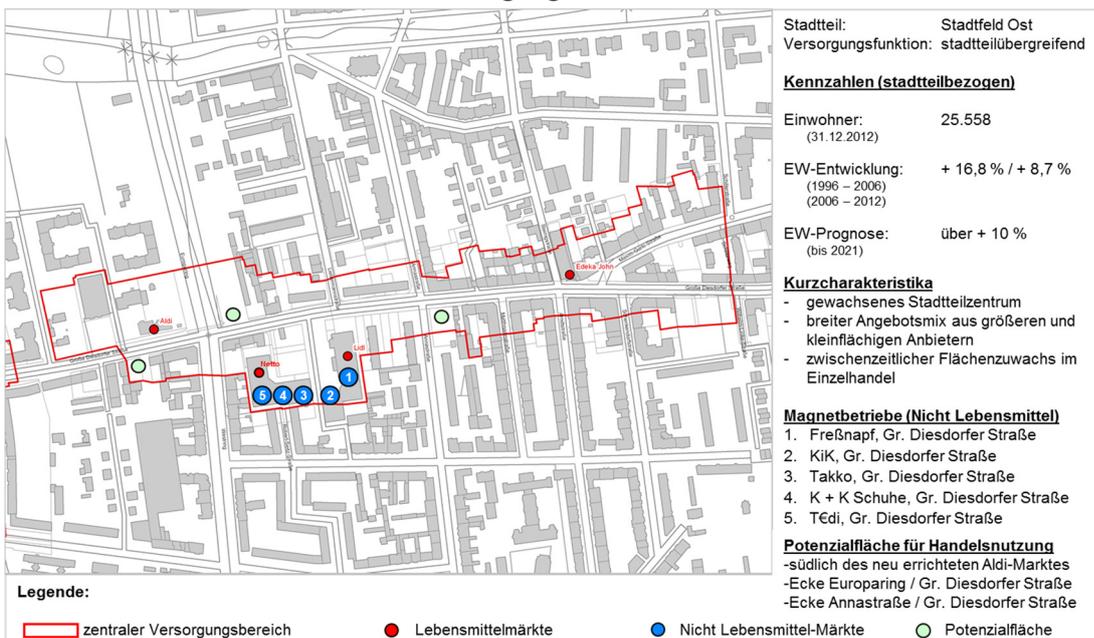


Quelle: GMA-Bestandsaufnahme; GMA-Abgrenzungsvorschlag

### 3.2 Faktischer zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum „Große Diesdorfer Straße“

Das Stadtteilzentrum Stadtfeld-Ost erstreckt sich im Wesentlichen entlang der verkehrlich stark frequentierten Große Diesdorfer Straße straßenbegleitend zwischen Westfriedhof und der Gerhart-Hauptmann-Straße. Die angrenzenden Nebenstraßen zählen nicht zum zentralen Versorgungsbereich und weisen einen allenfalls gering ausgeprägten Besatz mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben auf.

**Karte 6: Faktischer zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“**



Quelle: GMA-Bestandsaufnahme; GMA-Abgrenzungsvorschlag

Magnetbetriebe hinsichtlich der Große Diesdorfer Straße sind insbesondere der Standortverbund Lidl, Takko, KiK sowie NKD, die auch ein mittelfristiges Angebot aufweisen sowie ein Edeka und ein Aldi (außerhalb des Einzugsgebietes, aber im zentralen Versorgungsbereich). Die angesprochenen Lebensmittelmärkte sind gut frequentiert, bleiben jedoch teilweise hinsichtlich ihrer Verkaufsfläche sowie ihres Marktauftritts hinter gängigen Märkten dieser Anbieter zurück.

Aufgrund der Lage an der stark frequentierten Große Diesdorfer Straße ist die Aufenthaltsqualität im Stadtteilzentrum begrenzt. Dies spiegelt sich auch im Angebotsniveau wider, welches im unteren bis mittleren Segment angesiedelt ist. Das räumlich langgezogene Stadtteilzentrum ist lokal ausgerichtet und fungiert überwiegend als Nahversorgungsstandort für die umliegende Wohnbevölkerung. Ergänzend zu den Einzelhandelsbetrieben sind einige Dienstleister vorhanden. Aufgrund der Nähe und der stärkeren Überschneidung der Sortimente ist dieser Standort vorrangig hinsichtlich möglicher schädlicher Auswirkungen zu untersuchen.

### **3.3 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Magdeburg“**

Die **Magdeburger Innenstadt** übernimmt als wichtigster Einzelhandelsstandort im Stadtgefüge mit seinen multifunktionalen Einrichtungen Versorgungsleistungen für die Gesamtstadt und den oberzentralen Einzugsbereich. Aus den vorliegenden Bestandsdaten sind folgende Aspekte hervorzuheben:

- /// In der Magdeburger Innenstadt sind insgesamt 380 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 106.700 m<sup>2</sup> verortet.
- /// Etwa drei Viertel des innerstädtischen Verkaufsflächenbestandes vereinen die Magneten „Allee-Center“, Karstadt Warenhaus sowie das „City Carré“ und „Ulrichhaus“ auf sich. Unter quantitativen Gesichtspunkten wird der Branchenmix von den zentralitätsbildenden Sortimenten Bekleidung / Schuhe / Sport dominiert; knapp 64.585 m<sup>2</sup> VK bzw. etwa 61 % der gesamten innerstädtischen Verkaufsfläche sind diesem Bereich zuzuordnen.
- /// Mit einer Fläche von insgesamt rund 10.400 m<sup>2</sup> VK nimmt der Lebensmitteleinzelhandel in der Innenstadt 10 % der Gesamtverkaufsfläche ein.
- /// Neben diversen hochfrequentierten Lebensmittelmärkten (Netto, Rewe, Edeka etc.), der Großfläche Kaufland sowie den Drogeriemärkten Rossmann (2 x), Müller und dm ist des Weiteren auf die Biofachgeschäfte (< 150 m<sup>2</sup> VK) im Breiten Weg und der Cracauer Straße sowie auf das Reformhaus (< 100 m<sup>2</sup>) im Alleecenter hinzuweisen.
- /// Auch findet in der Innenstadt auf dem Alten Markt von Dienstag bis Samstag der Wochenmarkt statt, welcher in Teilen ebenfalls Lebensmittel bzw. Bioprodukte anbietet.

Allgemein ist darauf hinzuweisen, dass die Magdeburger Innenstadt ihre hohe Anziehungskraft dem guten Angebots- und Branchenmix zuzuschreiben hat. Unter Beachtung des hohen Anteils im mittelfristigen Bedarf (Bekleidung / Schuhe / Sport) ist dieser als die Wichtigste der wesentlichen tragenden Säulen der Funktionsfähigkeit der Innenstadt festzuhalten.

## IV. Auswirkungen des Vorhabens

### 1. Umsatzprognose für den geplanten Biomarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilskonzept** 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.<sup>19</sup> 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 Marktanteilskonzepts 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 Marktanteilskonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilskonzept 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 IV. 2. ausführlich behandelt. Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für einen Biosupermarkt mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK anhand des Marktanteilskonzepts ermitteln.<sup>20</sup>

**Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzeptes (Biosupermarkt mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK)**

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €
Zone I	30,5	6 – 7	2,0	0,2	2,2
Zone II	15,4	3	0,5	< 0,1	0,6
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>45,9</b>	<b>5,4</b>	<b>2,5</b>	<b>0,2 – 0,3</b>	<b>2,8</b>
Streuumsätze (rd. 10 – 11 %)			0,3	<< 0,1	0,3
<b>Insgesamt</b>			<b>2,8</b>	<b>0,3</b>	<b>3,1</b>

GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den geplanten Biomarkt mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 3,1 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 2,8 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,3 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

<sup>19</sup> 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.

<sup>20</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

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. Wie in Kapitel I. 3. aufgezeigt, variieren die Filialumsatzleistungen von Biomärkten je nach Anbieter. Unter Anbetracht der Wettbewerbsstruktur in Magdeburg sowie der allgemeinen spezifischen Kundenbindung von Biomärkten stellt der prognostizierte Umsatz von insg. 3,1 Mio. € ein zu erreichendes Maximum dar.

Insofern ist für den geplanten Biomarkt auf Basis des Marktanteilkonzeptes von keiner höheren Marktdurchdringung auszugehen. Mit einem Umsatz von insg. ca. 3,1 Mio. € wird bereits ein realitätsnahes worst-case Szenario abgebildet.

## **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 Verkaufsflächen-größe 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 des Vorhabens am Standort Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der Biomarkt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.200 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 3,1 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 2,8 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,3 Mio. € auf den Nichteisenbereich.

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

**Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben<sup>21</sup>**

Umsatzherkunft		Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Foodbereich	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Zone I	1,3	7
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Zone II	0,9	3 – 4
	▪ <i>Umsatzumverteilung gegenüber Anbietern im ZVB „Große Diesdorfer Straße“ (ohne Aldi)</i>	0,5	5
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes	0,6	n. n.
	▪ <b>Umsatz Biomarkt im Foodbereich</b>	<b>2,8</b>	-
Nonfoodbereich	▪ Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,3	n. n.
	▪ <b>Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich</b>	<b>0,3</b>	-
<b>Umsatz erweiterter Markt insgesamt</b>		<b>3,1</b>	-

n. n. = nicht nachweisbar ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Berechnungen 2018

### 2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche Auswirkungen durch den geplanten Biomarkt zu erwarten:

■ Durch die Ansiedlung des Biomarktes werden Umsatzumverteilungen im Lebensmittelbereich i. H. v. insgesamt 2,8 Mio. € ausgelöst. Die Umsatzlenkungen finden hierbei verstärkt gegenüber den im Einzugsgebiet gelegenen Lebensmittelsupermärkten und Discountern sowie dem Biosupermarkt Naturata statt. In einem beschränkten Umfang tritt der Markt in den Wettbewerb mit dem vor Ort bestehenden Lebensmittelhandwerk. Da der geplante Biomarkt in direkter Nachbarschaft zum gemäß Märkte- und Zentrenkonzept Magdeburg ausgewiesenen Nahversorgungsbereich Typ A entlang der Olvenstedter Straße liegt, ist jedoch davon auszugehen, dass dieser Bereich durch die Ansiedlung des Biomarktes perspektivisch eine deutliche Stärkung erfahren kann. Demnach würde auch das Lebensmittelhandwerk durch eine erhöhte Frequenzwirkung profitieren.

■ In Zone I werden somit insgesamt rd. 1,3 Mio. € umverteilungswirksam und fallen vorwiegend zu Lasten der strukturprägenden Lebensmittelmärkte. Diese sind hier der Edeka Markt am Olvenstedter Platz, Rewe und Penny an der Albert-Vater-Straße / Ebendorfer Straße sowie der NP in der Motzstraße und der Edeka-Markt im ZVB Große Diesdorfer Straße. Die Märkte sind im Siedlungsgefüge des Stadtteils Stadtfeld-Ost stabil aufgestellt und funktionieren vorwiegend mit Nahversorgungsfunktion für das

<sup>21</sup> Anmerkung: Die Prüfung eines Lebensmittelvollsortimenters mit 1.200 m<sup>2</sup> VK aus dem Jahr 2015, durch den rd. 3,7 Mio. € (demnach ca. 0,9 Mio. € mehr als für den Biomarkt) Umsatzumverteilung wirksam werden würden, geht auch davon aus, dass ein Orientierungswert von ca. 10 % (ab welchem i. d. R. städtebauliche Auswirkungen i. S. v. Betriebsabschmelzungen zu erwarten sind) nicht erreicht wird.

direkte Umfeld bzw. in Teilen auch für den Stadtteil. Der in verhältnismäßig enger Nachbarschaft (in der Goethestraße) zum Vorhabenstandort bestehende Unverpackt-Laden (Lebensmittelfachgeschäft mit vorwiegend Bio-Lebensmitteln ohne Verpackung) spricht aufgrund seiner speziellen Angebotsform (unverpackte Lebensmittel) auch einen ausgewählten Kundenkreis an, welcher sich ganz prinzipiell für diese Angebotsform entscheidet – obgleich in direkter Nachbarschaft weitere Bioanbieter bestehen oder nicht. Die Umsatzumverteilungsquote i. H. v. max. 7 % lässt davon ausgehen, dass durch die Ansiedlung eines Biomarktes von keiner Gefährdung der Nahversorgungsstrukturen in diesem Bereich des Stadtteils auszugehen ist.

**Tabelle 4: Bandbreitenabschätzung einzelbetrieblicher Wirkungen<sup>22</sup> in Zone I des Einzugsgebietes**

Anbieter	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %	Lage in einem ZVB*
Edeka (Olvenstedter Platz)	0,2 – 0,3	6 – 8	-
Rewe (Albert-Vater-Straße)	0,2 – 0,3	7 – 11	√
Penny (Ebendorfer Straße)	0,1 – 0,2	4 – 8	√
NP (Motzstraße)	0,1 – 0,2	6 – 11	-
Edeka (Große Diesdorfer Straße)	0,1 – 0,2	5 – 10	√
sonstige Anbieter	max. 0,2	max. 4	k. A.
<b>Summe</b>	<b>1,3</b>	<b>7</b>	<b>k. A.</b>

ZVB = zentraler Versorgungsbereich

k. A. = keine Angabe

GMA-Berechnung 2018

- Die Zone II gilt es differenziert zu betrachten, da sich hier ein systemgleicher Wettbewerber (Biomarkt Naturata) befindet. Auch wenn sich die Einzugsgebiete beider Biomärkte in gewissen Bereichen überschneiden, sind bei Umsatzumverteilungseffekten i. H. v. 3 – 4 % auf die Zone II keine Betriebsschließungen zu erwarten. Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass sich der Biomarkt Naturata in Gewerbegebietsrandlage mit Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen befindet; hierbei handelt es sich vorwiegend um wettbewerbliche Wirkungen.

<sup>22</sup> Genau definierte Effekte auf einzelne Betriebe können nicht ausgewiesen werden. Mit den Bandbreiten werden hier ungefähre Umsatzspannen eingesetzt. Wie sich die tatsächliche Verteilung nachher einzelbetrieblich auswirkt, kann nicht ausgewiesen werden.

**Tabelle 5: Bandbreitenabschätzung einzelbetrieblicher Wirkungen in Zone II des Einzugsgebietes**

Anbieter	Umsatzum- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %	Lage in einem ZVB*
Lidl (Große Diesdorfer Straße)	0,1 – 0,2	2 – 4	√
Biomarkt Naturata	0,2 – 0,3	9 – 13	-
Kaufland	0,2 – 0,3	ca. 2	-
sonstige Anbieter	max. 0,2	max. 4	k. A.
<b>Summe</b>	<b>0,9</b>	<b>3 – 4</b>	<b>k. A.</b>

ZVB = zentraler Versorgungsbereich

k. A. = keine Angabe

GMA-Berechnung 2018

- Im Einzugsgebiet verteilt auf die Zone I und Zone II liegt der ZVB Große Diesdorfer Straße. Es gilt zu berücksichtigen, dass der Edeka-Markt aufgrund der bezirklichen Einteilungen in Zone I des Einzugsgebietes liegt, der Lidl-Markt hingegen in Zone II. Auch befindet sich im ZVB Große Diesdorfer Straße eigentlich westlich des Europarings ein Aldi-Lebensmitteldiscounter, welcher jedoch bei der Betrachtung der Umsatzumverteilungseffekte nicht berücksichtigt wird, da er nicht mehr in das Einzugsgebiet fällt. Das Stadtteilzentrum weist wie bereits beschrieben eine eher geringe Aufenthaltsqualität auf. Es erstreckt sich entlang der Großen Diesdorfer Straße und funktioniert vorwiegend als Nahversorgungsstandort für die umliegende Wohnbevölkerung. Durch die Nähe zum Vorhabenstandort ist davon auszugehen, dass auch perspektivisch hier gewisse Kundenverluste zu erwarten sind. Dennoch sind die Märkte mit einer hohen Kundenfrequenz als wirtschaftlich tragfähig zu bewerten. Umsatzumverteilungen i. H. v. 0,5 Mio. € bzw. rd. 5 % lassen mit keinen negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches rechnen.
- Unter Anbetracht der Umsatzumverteilung i. H. v. 0,6 Mio. € gegenüber Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes ist vorrangig die Magdeburger Innenstadt in Augenschein zu nehmen. Dieses auch insbesondere da mit dem Ende des Bauprojektes Eisenbahnüberführung Ernst-Reuther-Allee perspektivisch die fußläufige sowie die ÖPNV, aber auch die PKW-Anbindung vom Vorhabenstandort in Richtung Innenstadt verbessert wird (geplant ab 2019). Hierbei gilt vorerst darauf hinzuweisen, dass die Magdeburger Innenstadt ihren Verkaufsflächen- bzw. Umsatzschwerpunkt im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen (Bekleidung, Schuhe, Sport) hat. Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich spielt gewissermaßen eine untergeordnete Rolle. Hier ist, wie bereits beschrieben, festzuhalten, dass für ein oberzentrales Innenstadtzentrum der Angebots- und Branchenmix essenziell ist, da diese auch eine Versorgungsfunktion über die Stadtgrenzen Magdeburgs hinaus übernehmen soll. Abgesehen von den vorhandenen Lebensmittelsupermärkten und Discountern sind hier die Biofachgeschäfte (2x), das Reformhaus sowie der Wochenmarkt zu berücksichtigen. Diese Anbieter profitieren

von den aus sämtlichen Stadtgebieten und auch darüber hinaus stammenden Kunden und deren getätigten Kopplungseinkäufen. Trotz der Nähe des Standortes zur Innenstadt ist somit nicht davon auszugehen, dass die kleinteiligen Biofachgeschäfte oder die Marktstände auf dem Wochenmarkt durch die Ansiedlung eines Biosupermarktes im Sinne eines Nahversorgers im Stadtteil Stadtfeld-Ost beeinträchtigt werden.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe ca. 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie Fachmärkten und Fachgeschäften im Einzugsgebiet und im weiteren Stadtgebiet wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als marginal 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** lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO im Lebensmittelbereich führen werden. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden. Die Regelvermutung kann demnach widerlegt werden.

### 3. Hinweise für den Bebauungsplan

Sortimentsfestsetzungen oder die Aufnahme von Größenbeschränkungen für Verkaufsflächen sind bei einer Mischgebietsfestsetzung möglich; die geplante Verkaufsfläche für den Bio-Lebensmittelanbieter von bis zu 1.200 m<sup>2</sup> ist als großflächiger Einzelhandel zu sehen, der trotz der Grenze zur Großflächigkeit nicht die üblicherweise zu erwartenden negativen städtebaulichen Auswirkungen nach sich zieht (siehe dazu Kap. IV.2.3). Als ergänzende Festsetzungen, welche eine Verkaufsflächenobergrenze angibt, ist die Beschränkung des Bio-Lebensmittelanbieters auf 1.200 m<sup>2</sup> ausreichend. Eine Beschränkung des Betriebstyps „Biomarkt“ dürfte nach unserer Kenntnis der Rechtsprechung nicht haltbar sein. So besteht bereits hinsichtlich der Frage, was denn „Bio“ sei und ab wann der Bio-Begriff in Lebensmitteln verwendet werden darf, erhebliche Unsicherheit. Für den Fall eines Mieterwechsels der Eigentümer auf einen „normalen“ Supermarkt oder Discounter ist davon auszugehen, dass dieser nicht verwehrt werden könnte. Bei einer Verkaufsflächenbeschränkung auf max. 800 m<sup>2</sup>, was für einen Biomarkt bereits verhältnismäßig hoch angesetzt ist, wäre noch am ehesten davon auszugehen, dass sich eher kein „normaler“ Lebensmittelanbieter etablieren wird, da diese aktuell zum einen vorwiegend auf größeren Flächen expandieren wollen. Zum anderen befindet sich im Umfeld bereits eine hohe Wettbewerbsdichte sämtlicher Discounter und Supermärkte, so dass die Wahrscheinlichkeit einer Neuansiedlung aufgrund der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eher gering ist.

## V. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

#### Grundlagen

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Biomarktes am Standort Olvenstedter Straße / Maxim-Gorki-Straße in Magdeburg, Stadtfeld-Ost</li> <li>▪ geplante Verkaufsfläche: ca. 1.200 m<sup>2</sup></li> <li>▪ Standort im westlichen Siedlungsgebiet, heterogene Nutzungsmischung im Standortumfeld (Gewerbe, Wohnen), Wohngebiete im näheren und weiteren Standortumfeld</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Standortrahmenbedingungen Magdeburg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Makrostandort: Stadtbezirk Stadtfeld-Ost, ca. 26.115 Einwohner</li> <li>▪ Einzelhandelsstrukturen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtteilzentrum mit mehreren Lebensmittelanbietern und ergänzendem Lebensmittelhandwerk entlang der Große Diesdorfer Straße</li> <li>Nahversorgungszentrum entlang der Olvenstedter Straße / Ebendorfer Straße</li> <li>weitere strukturprägende Einzelhandelsbetriebe in Streu- bzw. Gewerbegebietslage (z. B. Kaufland)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzugsgebiet: Stadtteil Stadtfeld-Ost</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 26.120 Personen</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 45,9 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesamtumsatzleistung Biomarkt bei ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK: ca. 2,8 Mio. €, zzgl. ca. 0,3 Mio. € Nonfood</li> </ul>
<b>Umsatzumverteilungseffekte in %</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Magdeburg-Stadtfeld               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zone I 7 %</li> <li>▪ Zone II 3 – 4 %</li> <li>▪ Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße 5 %</li> <li>▪ Sonstige Standorte (Innenstadt etc.) nicht nachweisbar</li> </ul> </li> </ul>
<b>Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die erwarteten Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum liegen unterhalb des Orientierungswertes von 10 %. Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht zu erwarten. Es liegen keine städtebaulichen Gründe vor, die auch bei einer Umverteilung deutlich unter 10 % negative Auswirkungen vermuten lassen würden.</li> <li>▪ Umsatzumverteilungen betreffen überwiegend Anbieter außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und sind auch hier nicht bestandsgefährdend.</li> <li>▪ Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind demnach auszuschließen.</li> </ul>

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Magdeburg	10
Karte 2: Planstandort und Umfeldnutzungen	13
Karte 3: Einzugsgebiet des Biomarktes	16
Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation (Auswahl)	20
Karte 5: Möglicher faktischer zentraler Versorgungsbereich „Olvenstedter Straße“	22
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich „Große Diesdorfer Straße“	22
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Hauptwettbewerber im Biosupermarkt-Bereich – Daten und Kennzahlen	8
Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Biosupermarkt mit ca. 1.200 m <sup>2</sup> VK)	24
Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	26
Tabelle 4: Bandbreitenabschätzung einzelbetrieblicher Wirkungen in Zone I des Einzugsgebietes	27
Tabelle 5: Bandbreitenabschätzung einzelbetrieblicher Wirkungen in Zone II des Einzugsgebietes	28
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Umsatzanteile der Vertriebswege im Bio-Lebensmittelbereich im Jahr 2016	8