

Inhalt:

Gutachterliche Stellungnahme
für das Schlachthof-Areal Magdeburg

vom 22.02.2019

Verfasser:

**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
(Ludwigsburg)**

- **Beurteilung / Bewertung von Sortimenten der geplanten Einzelhandelsbetrieben im Geltungsbereich der 4. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 223-1 „Schlachthof“ der Stadt Magdeburg**
- **Empfehlungen zu maximalen sortimentsbezogenen Größen ohne Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Schädigung von Nahversorgungsstrukturen**
- **Ergänzende Stellungnahme der GMA für das Schlachthof-Areal Magdeburg vom 31.05.2019**

GMA · Hohenzollernstraße 14 · 71638 Ludwigsburg

Saller Gewerbebau GmbH
Projektentwicklung / Expansion
Herrn Andreas Barth
In der Buttergrube 9
99428 Weimar-Legefefeld

**Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg
Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Telefon: +49 (0) 71 41 / 93 60-0
Telefax: +49 (0) 71 41 / 93 60-10

E-Mail info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Unser Zeichen WRJ grc	Durchwahl +49 (0) 71 41 / 93 60 – 23	E-Mail julia.wunder@gma.biz	Datum 22.02.2019
---------------------------------	--	---------------------------------------	----------------------------

Gutachterliche Stellungnahme der GMA für das Schlachthof-Areal Magdeburg

Sehr geehrter Herr Barth,

in der Auswirkungsanalyse zum Schlachthof-Areal vom April 2010 (!) wurden Fachmarkt-konzepte auf ihre Auswirkungen gegenüber dem damals bestehenden Einzelhandel in Magdeburg geprüft. Die von der GMA im Gutachten 2010 ausgesprochenen Empfehlungen beinhalteten z. T. eine Reduzierung der Verkaufsflächen. Im Aufstellungsbeschluss zur 4. Änderung des Bebauungsplan 223-1 „Schlachthof“ vom Oktober 2016 wurde die Ausweisung eines Sondergebietes „Einzelhandel“ mit einer maximalen Verkaufsfläche von 4.200 m² für zentrenrelevante Sortimente festgesetzt. Dabei wurden keine sortimentsbezogenen Festsetzungen vorgenommen.

Im Rahmen der Offenlage Mitte / Ende 2018 sind eine Stellungnahme der Fa. GRR als Eigentümer des benachbarten Kaufland-Objektes und ein zugehöriges Schreiben des RA Dr. Menke vom 21.11.2018 bei der Stadt eingegangen. Darin wurden zu folgenden handelsbezogenen Aspekten Bedenken geäußert:

- /// Unzulässigkeit eine gebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenze (Punkt 2)
- /// Fehlende sortimentsbezogene Obergrenzen der Verkaufsfläche (Punkt 3)

Die Aussagen zum Nutzungskonzept, auf die das Schreiben des RA Dr. Menke unter Punkt 3a Bezug nimmt, stimmen nicht mit den aktuellen Planungen des Investors bzw. Auftraggebers überein. Das aktualisierte Konzept wird im folgenden Kapitel detailliert dargestellt.

Vor diesem Hintergrund haben Sie im Februar 2019 in Abstimmung mit der Landeshauptstadt beauftragt, eine Gegenüberstellung und Bewertung möglicher Abweichungen des aktualisierten Nutzungskonzeptes (Maximalflächen nach Sortimenten) von den Planungen aus dem Jahr 2010 vorzunehmen, um feststellen, wie sich die aktuellen Verkaufsflächen in die Aussagen und Empfehlungen von 2010 einfügen. Daraus sollen in einer abschließenden Empfehlung die in Punkt 3 des Schreibens von RA Dr. Menke vorgeschlagenen sortimentsbezogenen Obergrenzen der Verkaufsfläche abgeleitet werden.

1. Gegenüberstellung der Planungen 2010 und 2019

Die folgende Tabelle nimmt als 1. Schritt die o.g. Gegenüberstellung vor und stellt die Abweichungen zwischen den Planungen 2010 (inkl. Empfehlungen) und den nunmehr für die Festsetzung geplanten Obergrenzen 2019 dar.

Tabelle 1: Gegenüberstellung der Planungen 2010 und 2019 mit den Festsetzungen aus dem B-Planentwurf

Zentrenrelevante Sortimentsbereiche	2010		2018	2019	Abweichungen von den Empfehlungen der GMA
	Planung	Empfehlung GMA	BPlanentwurf	Vorschlag Fa. Saller* (max.)	
	Verkaufsfläche in m ²				
Lebensmittel	800	800	Max. 4.200	2.000	+ 1.200
Drogeriewaren	600	600		1.000	+ 400
zoologischer Bedarf	800	500 – 550		600	+ 50
Bekleidung	2.460	1.600 – 1.700		2.000	+300 – 400
Schuhe	420	420		600	180
Sportartikel/-geräte	1.200	800 – 900		700	- 200
Matratzen	360	360		300	- 60
Fahrräder	1.340	400 – 50		---	entfällt
Sonderposten	800	800		2.000	+ 1.200
EH-Kleinflächen	---	---		300	---
Gesamt	8.780	6.580		Max. 4.200	4.200

* Obergrenzen, $\Sigma > 4.200 \text{ m}^2$ VK der Teilsortimente
 Quelle: GMA 2010, Angaben des Auftraggebers Feb. 2019

Die signifikantesten Erhöhungen bei den möglichen Verkaufsflächenobergrenzen sind im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich sowie bei einem Sonderpostenmarkt festzuhalten. Dagegen hat sich in den Segmenten Sportartikel und Matratzen die vorgesehene Maximalverkaufsfläche reduziert. Das Thema „Fahrräder“ ist aus Sicht des Auftraggebers aufgrund der Veränderungen im Standortumfeld nicht mehr relevant.

2. Entwicklungen am Standort Magdeburg bzw. im Einzugsgebiet

Nach der Gegenüberstellung der damaligen und aktuellen Planungen ist des Weiteren in die Betrachtung einzustellen, wie sich das Einzugsgebiet hinsichtlich Bevölkerung, Kaufkraft und Wettbewerbssituation seit 2010 entwickelt hat. Dies erfolgt vor dem Hintergrund einer später erfolgenden Einordnung der aktuellen Planungen in die veränderten Rahmenbedingungen.

2.1 Bevölkerungsentwicklung

Im Jahr 2010 wurde für die Landeshauptstadt Magdeburg eine Einwohnerzahl von 231.525 Personen festgehalten. Am 31.12.2018 lag dieser Wert bei 242.170 Personen, was einen Zuwachs von 4 – 5 % seit 2010 darstellt.

Für das Einzugsgebiet sind folgende Bevölkerungswerte festzuhalten:

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Einzugsgebiet bzw. in der Gesamtstadt

Zone	Zugehörige Stadtteile	2010	2018	Veränderung
Zone I	Stadtfeld-Ost, Stadtfeld-West	39.210	40.940	+ 1.730 EW bzw. 4,4 %
Zone II	Weitere Stadtteile	111.760	107.760	- 4.000 EW bzw. 3,6 %
Einzugsgebiet insgesamt		150.970	148.700	- 2.270 EW bzw. 1,5 %
<i>Zum Vergleich: Gesamtstadt Magdeburg</i>		<i>231.525</i>	<i>242.170</i>	<i>+ 10.645 EW bzw. 4,5 %</i>

Quelle: Stadt Magdeburg Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung

Trotz des Einwohnerzuwachses in der Gesamtstadt und auch in einzelnen Stadtteilen ist für das Einzugsgebiet insgesamt ein leichter Rückgang der Bevölkerung um 1,5 % festzuhalten. Wobei für das Kerneinzugsgebiet (Zone I) eine ähnlich der Gesamtstadt positive Entwicklung zu verzeichnen ist.

2.2 Kaufkraftentwicklung

Da es seit 2010 zu einem Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben kam und sich das Kaufkraftniveau der Landeshauptstadt um ca. 3 – 4 % Punkte verbessert hat, sollen im Folgenden auch die Veränderungen der für die Nutzungen zu Verfügung stehenden Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet dokumentiert werden:

Tabelle 3: Kaufkraftentwicklung 2010 – 2018 im Einzugsgebiet in Mio. €

Sortimente	2010	2018	Veränderung
Lebensmittel	238,7	301,0	+ 62,3 Mio. € bzw. 26 %
Gesundheit, Körperpflege	85,5	61,4*	---
Bekleidung	62,0	70,1	+ 8,1 Mio. € bzw. 13 %
Schuhe	16,9	20,2	+ 3,3 Mio. € bzw. 20 %
Sport	8,0	9,5	+ 1,5 Mio. € bzw. 12 %
Heimtierbedarf	5,8	7,0	+ 1,2 Mio. € bzw. 21 %
Metratzen / Bettwaren	44,0	53,8	+ 9,8 Mio. € bzw. 22 %

* ohne Kaufkraft für Apotheken

Quelle: GMA-Berechnungen 2018/2019

Grundsätzlich ist für alle Sortimente eine deutliche Steigerung der zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenziale festzuhalten. Das Sortiment „Gesundheit, Körperpflege“ wurde seit 2010 methodisch neu bewertet und Änderung in der Systematik vorgenommen, sodass ein Abgleich der Entwicklung hier nicht möglich ist.

2.3 Einzelhandelsentwicklung

Bezogen auf den **Einzelhandel** sind in der Gesamtstadt Magdeburg folgende Bestandswerte im Vergleich festzuhalten:

Tabelle 4: Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Magdeburg

Einzelhandel*	2010*	2017/2018	Veränderung
VK insgesamt	567.890	545.640	- 22.250 m ² bzw. 3,9 %
VK Food	130.145	120.800	- 9.345 m ² bzw. 7,2 %
VK Nonfood	437.745	424.840	- 12.905 m ² bzw. 2,9 %

Quelle: GMA-Erhebungen 2010 und 2018

Insgesamt ist für den Einzelhandel in der Landeshauptstadt Magdeburg ein Rückgang der Verkaufsflächen im Stadtgebiet zu konstatieren. Für das Einzugsgebiet ergaben sich folgende Veränderungen seit der damaligen Begutachtung in den relevanten Sortimenten:

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandels in den relevanten Sortimenten im Einzugsgebiet

Relevante Sortimente	Strukturprägende Veränderungen im Einzugsgebiet	Veränderungen im Einzugsgebiet (% der VK)
Lebensmittel (nur Zone I)	<ul style="list-style-type: none"> /// Ansiedlung NP Motzstraße /// Erweiterung Biomarkt Liebknechtstraße 	
Drogeriewaren	<ul style="list-style-type: none"> /// Insolvenz Schlecker (3 Filialen in Zone I und 11 Filialen in Zone II) /// Insolvenz Ihr Platz (2 Filialen in Zone II) <p><u>Zone I</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// Verlagerung / Erweiterung Rossmann, Gr. Diesdorfer Straße <p><u>Zone II</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// tlw. Erweiterungen zwischen 100 und 300 m² /// Ansiedlung Rossmann Kantstraße und dm, Halberstädter Straße 	
Heimtierbedarf	<p><u>Zone I:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// Wegfall Zoohandlung Arndtstraße <p><u>Zone II:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// Wegfall Tierpalast, Zoo Hahnemann 	
Bekleidung	<p><u>Zone I:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// keine signifikanten Veränderungen <p><u>Zone II:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// stabiles Angebot /// Ansiedlung C&A Florapark, Woolworth Breiter Weg /// Erweiterung Papenbreer 	
Schuhe	<p><u>Zone I:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// Wegfall K + K Schuhcenter, Schuh Gerecke <p><u>Zone II:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> /// keine strukturprägenden Veränderungen 	

Relevante Sortimente	Strukturprägende Veränderungen im Einzugsgebiet	Veränderungen im Einzugsgebiet (% der VK)
Sport	<u>Zone I:</u> // Wegfall Sportfundgrube, Gr. Diesdorfer Straße // Eröffnung Laufläden Liebknechtstraße <u>Zone II:</u> // Wegfall City Sport Breiter Weg	
Bettwaren	<u>Zone I:</u> // Wegfall Matratzen Outlet, Gr. Diesdorfer Straße // Wegfall Yellow Möbel und RS Möbel // Ansiedlung Matratzen Concord Gr. Diesdorfer Straße <u>Zone II:</u> // Wegfall Matratzen Concord Halberstädter Straße // Ansiedlung Möbel Spar Halberstädter Straße, Schlaf optimal Sternstraße, Matratzen Concord Leipziger Straße	
Sonderposten	<u>Zone I:</u> // Wegfall Groschenmarkt Gr. Diesdorfer Straße // Ansiedlung Mäc Geiz Gr. Diesdorfer Straße <u>Zone II:</u> // Deutliche Erweiterung Jawoll (jetzt Zimmermann) Brenneckestraße // Wegfall Markland Stresemannstraße, Preiswolf Ernst-Reuter-Allee, Tedi Werner-von-Siemens-Ring	

Farbskala für die Einordnung der prozentualen Veränderungen der VK im Einzugsgebiet

über + 5 %	0 bis + 5 %	- 5 % bis 0 %	- 10 % bis - 5 %	über - 10 %
------------	-------------	---------------	------------------	-------------

Quelle: GMA-Erhebungen 2010 / 2018

In nahezu allen relevanten Sortimenten ist wie auch bei der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein Rückgang festzuhalten. Lediglich das Segment Bettwaren, insbesondere bei den Möbelanbietern, hat in geringem Umfang an Verkaufsfläche gewonnen. Betrachtet man ausschließlich die Zone I wird der Verkaufsflächenrückgang noch deutlicher.

An dieser Stelle ist im Vorgriff auf die weiteren Ausführungen festzuhalten, dass ein Rückgang der Verkaufsfläche zwar zu höheren Umverteilungen für die verbleibenden Anbieter führen kann, aber sich gleichzeitig aus städtebaulicher Sicht eine Chance auf Stärkung der lokalen bzw. stadtteilbezogenen Kaufkraftbindung durch neue Anbieter ergeben kann.

3. Einordnung der aktuellen Planungen

Im Folgenden wird nun für die relevanten Sortimente eine Einordnung der aktuell geplanten Maximalverkaufsflächen unter Berücksichtigung der dargestellten geänderten Rahmenbedingungen vorgenommen.

Lebensmittel:

Im Jahr 2010 wurde durch die GMA ein Lebensmitteldiscounter mit 800 m² VK geprüft und für verträglich befunden. Für die zu prüfende Verkaufsfläche von max. 2.000 m² (unabhängig vom Betriebstyp) weicht deutlich von den damaligen Planungen ab. Hier ist von stärkeren Auswirkungen auf die Betriebe im Einzugsgebiet, insb. in Zone I, auszugehen. Aufgrund der Vielzahl an leistungsfähigen Betrieben, insb. des benachbarten großen Supermarktes / SB-Warenhauses Kaufland ist jedoch überschlüssig davon auszugehen, dass in den Zentren keine Gefährdung der Magnetbetriebe zu erwarten. Im „worst-case“ einer 50 % Fokussierung der Auswirkungen auf die Anbieter in Zone I werden Umverteilungsquoten erreicht, bei denen nicht von Marktaustritten auszugehen ist.

Drogeriewaren:

Der in 2010 geprüfte Fachmarkt mit 600 m² VK wurde für verträglich befunden. Die nun geplante Erhöhung um 400 m² auf 1.000 m² VK betrifft aufgrund der Insolvenz von Schlecker und Ihr Platz (- 16 Filialen im Einzugsgebiet) auf eine deutlich geringe Zahl an Wettbewerbern, die jedoch überwiegend leistungsfähiger sind als die weggefallenen Schlecker-Filialen. Die Wettbewerber befinden sich vollständig innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Es ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen, die neben den Drogeriefachmärkten auch die Teilsortimente u. a. von Kaufland, aber auch andere Lebensmittelbetriebe betreffen, deutlich höher ausfallen als 2010 und eine städtebauliche Relevanz aufweisen. Die GMA empfiehlt deshalb eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche auf max. 800 m².

Zoologischer Bedarf / Heimtierbedarf

Für den 2010 geplanten Fachmarkt mit 800 m² wurde aufgrund der Überschneidungen mit den Anbietern im Stadtteilzentrum „Gr. Diesdorfer Straße“ eine Reduzierung auf max. 550 m² empfohlen. Trotz der rückläufigen Entwicklung im Einzugsgebiet ist i.S. einer Stärkung der Kaufkraftbindung in diesem Segment eine Verkaufsfläche von 600 m² vertretbar.

Bekleidung:

2010 waren Fachmärkte mit einer Verkaufsfläche von 2.460 m² geplant, für die jedoch zum Schutz der Zentren eine Reduzierung auf 1.600 – 1.700 m² empfohlen wurde. Die nun geplante Verkaufsfläche von 2.000 m² liegt in etwa zwischen den damaligen Planungen und GMA-Empfehlungen. Seit 2010 hat sich das Bekleidungssegment im Einzugsgebiet leicht rückläufig entwickelt, wobei dies insbesondere kleinflächige Anbieter betroffen hat, deren Überschneidungsgrad geringer ausfällt. Die größeren Fachmärkte Takko, Kik und NKD (Zone I) befinden sich auch weiterhin vollständig im Stadtteilzentrum „Gr. Diesdorfer Straße“. In der Innenstadt von Magdeburg ist eine weitgehend stabile Angebotssituation im Bekleidungssegment festzuhalten. Ähnlich den Empfehlungen von 2010 wird jedoch auch in diesem Segment zum Schutz der Zentren eine Reduzierung auf max. 1.800 m² VK empfohlen.

Schuhe:

Im Gutachten von 2010 wurde ein Schuhfachmarkt mit 420 m² VK bei einer Umsatzumverteilungsquote von 8 % in Zone I für noch verträglich eingestuft. Seit 2010 hat sich das Angebot in Zone I weiter dezimiert, sodass sich die Wirkungen auf nur noch einen zentral gelegenen Fachmarkt fokussieren würden. Grundsätzlich wäre jedoch mit der Ansiedlung eines weiteren Fachmarktes mit 600 m² VK von einer Stärkung der Kaufkraftbindung in diesem Segment für die gesamte Zone I auszugehen. Die Erhöhung der Verkaufsfläche um 180 m² (auf 600 m² VK) im Vergleich zu 2010 kann von der GMA mit getragen werden.

/// Sportartikel:

Im Gutachten von 2010 wurde eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche von 1.200 m² auf max. 900 m² zur Einhaltung einer städtebaulichen Verträglichkeit empfohlen. Seit 2010 kam es in Zone I zum Wegfall des Anbieters „Sport Fundgrube“ bei gleichzeitiger Eröffnung eines kleineren Spezialanbieters. Die Verkaufsfläche von max. 700 m² liegt unter den Empfehlungen von 2010 und wird in Zone I überwiegend zu einer Stärkung der Kaufkraftbindung beitragen. Die Planungen werden von der GMA positiv bewertet.

/// Matratzen:

Der 2010 geprüfte Fachmarkt mit 360 m² VK wurde als verträglich eingestuft. Aktuell soll die Fläche auf 300 m² reduziert werden, sodass hier bei der stabilen Situation (seit 2010: Marktaustritt Matratzen Outlet, Ansiedlung Matratzen Concord), von einer weiterhin bestehenden Verträglichkeit ausgegangen werden kann.

/// Sonderpostenmarkt:

2010 wurde die Ansiedlung eines Sonderpostenmarktes mit 800 m² VK geprüft. Hierbei wurde ausgehend von einer typischen Sortimentsverteilung innerhalb eines Marktes in dieser Größenordnung ermittelt, dass sich die Wettbewerbswirkungen innerhalb enger Grenzen halten werden. Die aktuell geplante Größenordnung von 2.000 m² VK übersteigt die Planungen von 2010 um ein Vielfaches.

In Zone I kam es seit 2010 zu einem Wegfall des Anbieters Groschenmarkt bei gleichzeitiger Ansiedlung des Anbieters MäcGeiz. In Zone II hat sich der umfirmierte Jawoll-Markt (jetzt Zimmermann) deutlich erweitert und stellt mit Abstand den größten Anbieter im Einzugsgebiet dar. Ergänzend ist auf den Wegfall des ebenfalls flächenintensiven Anbieters Markland hinzuweisen.

In Zone I befinden sich alle Anbieter im Stadtteilzentrum „Gr. Diesdorfer Straße“. Die Auswirkungen hätten folglich städtebauliche Relevanz. In Zone II befinden sich fünf der acht Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen. Der größte Anbieter jedoch liegt außerhalb eines schützenswerten Bereiches. Dennoch ist auch in Zone II eine gewisse städtebauliche Relevanz der Auswirkungen vorhanden. Aus städtebaulicher und stadtplanerischer Sicht ist jedoch nicht davon auszugehen, dass die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches an den Marktaustritt eines Sonderpostenmarktes gekoppelt ist bzw. sein sollte.

Die Sortimentskonzepte der heute am Markt befindlichen Anbieter, die größere Einheiten betreiben, sind sehr differenziert und umfassen eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings jeweils nur in einem sehr engen Ausschnitt angeboten werden. Dabei liegt der Fokus auf einer starken Preisorientierung. Der geplante Sonderpostenmarkt wird insbesondere mit preisorientierten Fachmarktkonzepten konkurrieren. Darüber hinaus werden Non-Food-Discounter, aber auch das wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments der Lebensmitteldiscounter betroffen sein. Gegenüber Betriebsformen wie Fachgeschäften, Fachmärkten sowie Kauf- und Warenhäusern treten deutlich abgeschwächtere Wettbewerbsüberschneidungen auf.

Als Basis für eine Empfehlung für den geplanten Sonderpostenmarkt mit max. 2.000 m² VK sind folgende Aspekte in die Betrachtung einzustellen:

- ///** die zu erwartenden Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet
- ///** die breit gefächerte Warengruppenverteilung innerhalb dieses Fachmarktes und der daraus ableitbaren großen Streuung der Umverteilungseffekte über eine Vielzahl an Sortimenten und Anbietern.

Vor dem Hintergrund des Schutzes der Zentren wird für dieses Segment eine Reduzierung der Verkaufsfläche auf max. 1.500 m² VK empfohlen. Darüber hinaus sollte durch die Festsetzung sichergestellt werden, dass sich die Warengruppenverteilung über eine Vielzahl von Sortimenten erstreckt.

Kleinflächen:

Da zum jetzigen Zeitpunkt keine Sortimente oder Flächen bekannt sind, kann keine detaillierte Aussage getroffen werden. Grundsätzlich ist bei Klein- und Kleinstflächen davon auszugehen, dass diese keine negativen Auswirkungen nach sich ziehen werden. Dennoch ist hier die Empfehlung zu treffen, dass sich die geplante Verkaufsfläche von 300 m² auf mehr als drei Einheiten aufteilen sollte.

4. Zusammenfassung und Empfehlung

Die Aufgabe der GMA bestand darin, die Planungen, die aktuell durch den Auftraggeber zur Verfügung gestellt wurden, dahingehend zu bewerten, wie sie sich zum einen im Vergleich zu den Planungen von 2010 verhalten und zum anderen wie sie sich bezüglich veränderter Rahmenbedingungen (u.a. Bevölkerung, Kaufkraft, Einzelhandel) einordnen lassen.

Bezug nehmend auf Punkt 3 des Schreibens von RA Dr. Menke zum Entwurf zur 4. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 223-1 „Schlachthof“ lassen sich unter Berücksichtigung der obigen Ausführungen zusammenfassend folgende Empfehlungen zu den sortimentsbezogenen Obergrenzen der Verkaufsfläche treffen:

Tabelle 6: GMA-Empfehlungen 2019

Zentrenrelevante Sortimentsbereiche	2019	Empfehlungen der GMA
	geplant (max.)	
Lebensmittel	2.000	keine Reduzierung erforderlich
Drogeriewaren	1.000	Reduzierung auf max. 800 m ² VK
zoologischer Bedarf	600	keine Reduzierung erforderlich
Bekleidung	2.000	Reduzierung auf max. 1.800 m ² VK
Schuhe	600	keine Reduzierung erforderlich
Sportartikel/-geräte	700	keine Reduzierung erforderlich
Matratzen	300	keine Reduzierung erforderlich
Sonderposten	2.000	Reduzierung auf max. 1.500 m ² VK, Verteilung der Verkaufsfläche auf mindestens 5 Einzelsortimente, kein Einzelsortiment größer als 300 m ² VK
EH-Kleinflächen	300	Hinweis auf Verteilung der Fläche auf mind. 3 Einheiten
Gesamt	max. 4.200	---

Sehr geehrter Herr Barth, wir hoffen Sie mit dieser Stellungnahme im weiteren Verfahren ausreichend unterstützen zu können und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

GMA Gesellschaft für Markt-
und Absatzforschung mbH



Dr. Stefan Holl
Geschäftsführer



Julia Wunder
Dipl.-Geogr.

GMA · Hohenzollernstraße 14 · 71638 Ludwigsburg

Saller Gewerbebau GmbH
Projektentwicklung / Expansion
Herrn Andreas Barth
In der Buttergrube 9
99428 Weimar-Legefefeld

**Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg
Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Telefon: +49 (0) 71 41 / 93 60-0
Telefax: +49 (0) 71 41 / 93 60-10

E-Mail info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
WRJ grc	+49 (0) 71 41 / 93 60 – 23	julia.wunder@gma.biz	31.05.2019

Ergänzende Stellungnahme der GMA für das Schlachthof-Areal Magdeburg

Sehr geehrter Herr Barth,

im weiteren Bebauungsplanverfahren zur 4. Änderung des Bebauungsplanes 223-1 „Schlachthof“ wurde seitens der Fa. GRR German Retail Fund No. 1 mit einem Schreiben von RA Dr. Menke vom 02.05.2019 auf die vorgelegte Stellungnahme der GMA vom 22.02.2019 reagiert. In seiner STN wurde unter III, 1. auf die „Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur“ eingegangen. Unter III, 1a) hebt RA Dr. Menke das Lebensmittelsortiment heraus und listet unter III, 1b) auf, welche Anforderungen an Auswirkungsanalysen von Einzelhandelsprojekten zu stellen sind.

In der hier nun vorliegenden Ergänzung unserer STN vom 22.02.2019 soll zum Einen exemplarisch für das Sortiment „Lebensmittel“ als jenes Sortiment mit dem stärksten Verkaufsflächenzuwachs eine Prognose der Auswirkungen auf Basis der genannten Anforderungen erstellt werden. Zum anderen werden für ausgewählte Sortimente ergänzende Anmerkungen formuliert.

In den folgenden Ausführungen wird die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit 2.000 m² VK (Art und Dimensionierung des Vorhabens) am Standort „Schlachthof“ auf dessen Auswirkungen auf die relevanten Versorgungsstrukturen (insbesondere in den Zentren) geprüft. Dabei werden die im Gutachten aus dem Jahr 2010 angenommenen Rahmenbedingungen u. a. zum Einzugsgebiet, welches die Basis der Beschlusslage vom Oktober 2016 bildet, unverändert übernommen.

I. Lupenbetrachtung Lebensmittelvollsortimenter 2.000 m² VK

1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

1.1 Einzugsgebiet

Der Abgrenzung des Einzugsgebietes¹ für den geplanten Lebensmittelmarkt mit 2.000 m² VK 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.

Das Einzugsgebiet lässt sich weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist.²

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes wurden im Gutachten aus dem Jahr 2010 folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des (Gesamt-)Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Magdeburg
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Magdeburg.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren wurde das Einzugsgebiet wie folgt abgegrenzt:

Tabelle 1: Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Zugehörige Stadtteile	Einwohner 2018*
Zone I	Stadtfeld-Ost, Stadtfeld-West	40.940
Zone II	Weitere angrenzende Stadtteile	107.760
Einzugsgebiet insgesamt		148.700

* Quelle: Stadt Magdeburg Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung

GMA-Berechnungen 2019

Aufgrund des im Gutachten von 2010 definierten großzügigen Einzugsgebietes, welches die Attraktivität des Gesamtprojektes (inkl. aller geplanten Nutzungen) zugrunde legte, ist mit keinen erheblich über das Einzugsgebiet hinausgehenden Kundenverflechtungen zu rechnen.

¹ Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann.

² 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.

1.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die laden-einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2018 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035.³

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Magdeburg, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelwarenbereich liegt, beträgt die sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgabe

ca. 2.210 €⁴

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau⁵ zu beachten. Für das Einzugsgebiet ergeben sich folgende Kaufkraftpotenziale:

Tabelle 2: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Sortiment	Zone I	Zone II	Zonen I – II
	in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	82,9	218,1	301,0

GMA-Berechnungen 2019

2. Bestandstrukturen bzw. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens sind zunächst die Bestandsstrukturen für das Vorhaben im Einzugsgebiet darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln. Das Einzugsgebiet wurde wie oben bereits beschrieben auf Basis der Attraktivität des Gesamtprojektes abgegrenzt. Für einen Lebensmittelmarkt mit ca. 2.000 m² VK fällt dieses relativ großzügig aus. Da davon auszugehen ist, dass die Umverteilungseffekte, die zu einem späteren Zeitpunkt ermittelt werden, sich im Kern auf die Zone I beziehen werden, wird an dieser Stelle der Fokus auf die Bestandsstrukturen in Zone I gelegt.

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation wird auf die Daten der turnusmäßigen Einzelhandelserhebung der GMA für die Landeshauptstadt Magdeburg aus dem Dezember 2017 zurückgegriffen. Folgende wesentliche **Wettbewerber in Zone I** sind zu benennen:

Tabelle 3: Wesentliche Wettbewerber in Zone I (> 400m²)

Anbieter	Straße	Betriebs-typ*	Verkaufsfläche in m ²	Lage in einem Zentrum
Kaufland	Zum Handelshof	SBW	5.300	---
Rewe	Gr. Diesdorfer Straße	SM	1.200 – 1.300	NVB Beimsplatz / Spielhagenstraße
Netto	Gr. Diesdorfer Straße	DISC	800 – 900	NVB Beimsplatz / Spielhagenstraße
Edeka	Gr. Diesdorfer Straße	SM	400 – 500	STZ Gr. Diesdorfer Straße
Lidl	Gr. Diesdorfer Straße	DISC	1.000	STZ Gr. Diesdorfer Straße

³ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

⁴ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

⁵ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Für Magdeburg liegt der aktuelle Wert bei 91,6.

Anbieter	Straße	Betriebs- typ*	Verkaufsfläche in m ²	Lage in einem Zentrum
Aldi	Gr. Diesdorfer Straße	DISC	800	STZ Gr. Diesdorfer Straße
Edeka	Olvenstedter Platz	SM	1.000	NVB Olvenstedter Straße
Rewe	Albert-Vater-Straße	SM	700 – 800	---
Norma	Gr. Diesdorfer Straße	DISC	700 – 800	---
NP Markt	Motzstraße	DISC	600	---
Penny	Ebendorfer Straße	DISC	500 – 600	---

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DISC = Discounter

GMA-Erhebung Dezember 2017

Das Angebot wird neben den genannten Wettbewerbern durch mehrere Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Fleischerei) sowie Spezialanbieter (u. a. Bio-Markt, Tankstellenshop, Spätshop, Kiosk etc.) ergänzt. Insgesamt ist in Zone I eine Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel und -handwerk von rd. 15.900 – 16.000 m² vorhanden. Die Umsatzleistung dieser Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel beträgt aktuell rd. 65 – 70 Mio. €.⁶

In **Zone II des Einzugsgebietes** ist eine Vielzahl an Lebensmittelmärkten verschiedener Betriebstypen ansässig. Die Spannbreite reicht vom kleinflächigen Lebensmittelhandwerksbetrieb über kleinere Lebensmittelmärkte mit ca. 400 m² VK bis hin zu den Großflächenstandorten von Edeka und Kaufland.

3. Zentren im Einzugsgebiet

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben 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 Landeshauptstadt Magdeburg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007, in welchem Zentren unterschiedlicher Hierarchiestufen abgegrenzt werden. Dieses befindet sich aktuell in der Fortschreibung. Darin werden für den Untersuchungsraum ein Stadtteilzentrum sowie zwei Nahversorgungsbereiche definiert. Diese wurde im Märktekonzept 2007 bislang nicht parzellenscharf abgegrenzt. In der in Erarbeitung befindlichen Fortschreibung wird dies jedoch vorgenommen.

Folgende Zentren sind in **Zone I** anzuführen:

Stadtteilzentrum „Gr. Diesdorfer Straße“

Das Stadtteilzentrum lässt sich entlang der Gr. Diesdorfer Straße zwischen Westring und Maxim-Gorki-Straße abgrenzen. Handelsbezogen ist die Agglomeration um den Lidl-Markt (Fressnapf, KiK, NKD, T€di etc.) am westlichen Ende und der Edeka-Markt am östlichen Ende hervorzuheben. Ergänzt werden die genannten Anbieter durch weiteren kleinteiligeren Einzelhandel sowie weiteren Nutzungen (u. a. Dienstleistung, Gastronomie etc.) als Geschäftsunterlagerungen. Das Stadtteilzentrum übernimmt für große Teile von Stadtfeld-Ost und Stadtfeld-West die Versorgungsfunktion.

⁶ Bereinigte Umsatzleistung (ohne Nonfood I und II-Umsätze): Die Umsätze wurden über Flächenleistungen der Bestandstrukturen auf Basis einer Bestanderhebung ermittelt.

/// NVB Beimsplatz / Spielhagenstraße

Unweit des Stadtteilzentrums Gr. Diesdorfer Straße befindet sich der Nahversorgungsbereich, der sich zwischen dem Beimsplatz im Westen, der Fröbelstraße im Osten und der Spielhagenstraße im Süden abgrenzen lässt. Der Bereich ist durch die Standortkombination aus einem Supermarkt und einem Discounter sowie einem Drogeriefachmarkt in integrierter Lage geprägt. Der Bereich übernimmt für die umliegende Wohnbebauung die Versorgungsfunktion.

/// NVB Olvenstedter Straße (2 Teile)

Der Nahversorgungsbereich an der Olvenstedter Straße wird durch zwei Bereiche gebildet, die nicht unmittelbar verbunden sind. Im Osten betrifft dies den Bereich zwischen der Maxim-Gorki-Straße und der Ebendorfer Straße, der den Rossmann-Drogeriemarkt, kleinteiligen Handel und eine größere Entwicklungsfläche am südlichen Ende umfasst. Der westliche Pol wird durch die Standortlage um den Olvenstedter Platz gebildet. Hier ist der Edeka-Markt als Nahversorger ansässig. Beide Bereiche übernehmen für die umliegende Wohnbebauung die Versorgungsfunktion.

In Zone II kommt ergänzend noch eine Reihe von Zentren (Stadtteilzentrum Halberstädter Straße sowie fünf Nahversorgungsbereiche etc.) hinzu.

4. Auswirkungen des Vorhabens

4.1 Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird regelmäßig das Marktanteilkonzept als anerkanntes Modell herangezogen. Es beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Um den formulierten Anforderungen von RA Dr. Menke gerecht zu werden, wird die Umsatzermittlung nicht mithilfe des Marktanteilkonzeptes, sondern über Flächenproduktivitäten (vgl. STN III, 1b) vorgenommen. Bei Lebensmittelvollsortimentern / Supermärkten variieren die Flächenleistungen betreiberspezifisch zwischen 4.010 € / m² VK (Rewe) und 4.480 € / m² VK (Edeka)⁷. Diese Angaben spiegeln jedoch nicht die standortgerechte Situation in Magdeburg wieder. Aufgrund der Erfahrungswerte, die die GMA in Magdeburg durch langjährige Betreuung aufweisen kann, ist davon auszugehen, dass ein Vollsortimenter in einem kaufkraftschwächeren Umfeld und bei der dargestellten intensiven Wettbewerbssituation, insb. mit den Überschneidungen zu Kaufland im Standortumfeld, nicht den Durchschnittswert erreichen kann. Dennoch soll im Sinne eines „worst-case“ eine Flächenleistung von 4.000 € / m² VK als Berechnungsgrundlage angenommen werden.

Ausgehend von einer geplanten Verkaufsfläche von 2.000 m² und einer angenommenen Flächenleistung von 4.000 € / m² VK ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 8,0 Mio. €. Auf den Lebensmittelbereich entfallen dabei ca. 90 % der Umsatzleistung bzw. ca. 7,2 Mio. € und auf den Non-Food-Bereich ca. 0,8 Mio. €.

⁷ Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2018/2019, S. 27

4.2 Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen und städtebauliche Bewertung

4.2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen auf die restlichen Anbieter kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines 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.

4.2.2 Umsatzumverteilungen

Folgende Modellannahmen werden für die Berechnungen getroffen:

- /// Das Einzugsgebiet, welches im Gutachten von 2010 für das Gesamtvorhaben definiert wurde, ist für einen Lebensmittelvollsortimenter mit 2.000 m² VK bei alleiniger Betrachtung großzügig dimensioniert. Dennoch sind aus Zone II im Rahmen von Kopplungseffekten mit den weiteren geplanten Nutzungen gewisse Kundenströme zu erwarten. Folglich verteilen sich die Auswirkungen des Vorhabens zudem, wenn auch in deutlich abgeschwächtem Maße, auf die Anbieter in Zone II.
- /// Modellhaft wird eine Gewichtung der Auswirkungen zwischen Zone I und Zone II des Einzugsgebietes von 70 % zu 30 % angenommen, da sich in Zone II weitere bezogen auf die Verkaufsfläche vergleichbare Anbieter befinden. Im Vergleich zur STN vom Februar 2019 wurde im Sinne eines „worst case“ eine signifikante Erhöhung des Anteils (von 50 % auf 70 %), der auf die Zone I als Kern-Einzugsgebiet entfällt, vorgenommen.
- /// Innerhalb von Zone I entfällt ein Großteil der Auswirkungen auf das im unmittelbaren Standortumfeld befindliche Kaufland-SB-Warenhaus, da es ein großes Überschneidungspotenzial aufweist.

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

Tabelle 4: Prognose der zu erwartenden Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		in Mio. €
Lebensmittelbereich	Umsatzumverteilung ggü. Zone I, davon...	5,0
	<i>Umsatzumverteilung ggü. STZ Gr. Diesdorfer Straße</i>	<i>0,7 – 0,8</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. NVB Beimsplatz / Spielhagenstraße</i>	<i>0,4 – 0,5</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. NVB Olvenstedter Straße</i>	<i>0,3</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. sonstigen integrierten Lagen in Zone I</i>	<i>1,0</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. sonstigen Lagen in Zone I</i>	<i>2,5 – 2,6</i>
	Umsatzumverteilung ggü. Zone II, davon...	2,2
	<i>Umsatzumverteilung ggü. der Innenstadt</i>	<i>0,4 – 0,5</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. STZ Halberstädter Straße</i>	<i>0,3 – 0,4</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. weiteren Zentren</i>	<i>0,6 – 0,7</i>
	<i>Umsatzumverteilung ggü. sonstigen Lagen in Zone II</i>	<i>0,7 – 0,8</i>
	Umsatz des Marktes (Food)	7,2
Nichtlebensmittelbereich	Umsatzumverteilungen in Zone I	0,5 – 0,6
	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,2 – 0,3
	Umsatz des Marktes (Nonfood)	0,8
Umsatz insgesamt		8,0

GMA-Berechnungen 2019

4.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen

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

- /** Der Großteil der Auswirkungen wird erwartungsgemäß das benachbarte **Kaufland-SB-Warenhaus** treffen, das sich außerhalb eines definierten Zentrums gemäß Magdeburger Märktekonzept befindet. Die ermittelten Auswirkungen von ca. 2,5 – 2,6 Mio. € sind daher rein wettbewerblicher Natur und weisen keine städtebauliche Relevanz auf.
- /** Weitere Umverteilungseffekte sind in den **definierten Zentren in Zone I** zu erwarten. Hier sind jene Bereiche stärker betroffen, die zum einen eine geringere Entfernung und zum anderen größere Überschneidungen im Vollsortimenter-Segment haben. Die relevanten Zentren liegen zwischen 1 und 2 km entfernt vom Planstandort und verfügen alle über einen Vollsortimenter und ergänzend ggf. Discountanbieter. Die Umverteilungseffekte liegen im Stadtteilzentrum „Gr. Diesdorfer Straße“ bei max. 0,7 – 0,8 Mio. € bzw. 7 %. In allen Zentren liegen die Auswirkungen auf einem verträglichen Niveau, da diese jeweils über gute Ausgangsbedingungen wie z. B. ausreichende Mantelbevölkerung etc. verfügen. Negative Auswirkungen in Bezug auf die Funktionsfähigkeit der Zentren sind deshalb nicht zu erwarten.
- /** Daneben sind auch noch **Einzelstandorte in Zone I** betroffen, die jedoch außerhalb von definierten Zentren liegen. Für die z. T. als Nahversorgungsstandort zu bewertenden Märkte werden Auswirkungen von max. 6 % erwartet, die jedoch nicht zu Marktaustritten führen bzw. die Nahversorgung nicht nachhaltig schädigen werden.

- /// In **Zone II**, auf die 30 % bzw. 2,2 Mio. € entfallen, verteilen sich die Auswirkungen auf eine Reihe von Anbietern, sodass nicht von einer nachhaltigen Schwächung von Versorgungsstrukturen ausgegangen werden kann.
- /// Im **Nonfood-Bereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 0,8 Mio. € gegenüber einer Vielzahl von Branchen und Angebotsformen umverteilungswirksam. In der einzelbetrieblichen Betrachtung bewegen sich evtl. Umsatzverluste unterhalb der Nachweisgrenze und führen zu keinen Beeinträchtigungen.

Anhand des Lebensmittelbereiches, für den eine deutlich kleinere Verkaufsfläche im Gutachten 2010 geprüft wurde, kann exemplarisch aufgezeigt werden, dass das Vorhaben keine städtebaulichen Auswirkungen verursacht, die zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen werden. Zum anderen wurde eine Prognose der Auswirkungen vorgenommen, die den Anforderungen einer gerichtsfesten Bewertung (vgl. III, b) genügt.

II. Weitere Sortimente

Im Oktober 2016 erging seitens der Landeshauptstadt Magdeburg ein Aufstellungsbeschluss zur 4. Änderung des Bebauungsplanes 223-1 „Schlachthof“, in dem ein Sondergebiet „Einzelhandel“ mit einer maximalen Verkaufsfläche von 4.200 m² für zentrenrelevante Sortimente festgesetzt wurde. Da seinerzeit keine sortimentsbezogenen Festsetzungen getroffen wurden, sollte dies ausgehend von den aktuellen Planungen / Vorschlägen zu VK-Obergrenzen der Fa. Saller nachgeholt werden.

Die GMA nahm in der STN vom 22.02.2019 eine Bewertung dieser Planungen auf Basis der Ergebnisse von 2010, aktualisiert durch einen Abgleich der Entwicklungen seit 2010, vor. Die Sortimentsgruppen „Lebensmittel“ und „Sonderposten“ erfuhren im Vergleich zur ursprünglichen Planung aus dem Jahr 2010 die stärkste Veränderung (jeweils + 1.200 m² + 150 %).

Für den Bereich Lebensmittel wurde ergänzend eine detaillierte und rechtlichen Anforderungen genügende Lupenbetrachtung vorgenommen. Bei den weiteren Sortimenten ist eine Detailberechnung der Auswirkungen nur bedingt erforderlich, da sich die aktuell vorgeschlagenen Verkaufsflächen nur marginal erhöht, sogar teilweise reduziert bzw. in vertretbarer Größenordnung im Vergleich zu den Empfehlungen der GMA von 2010, die auf einer detaillierten Auswirkungsanalyse basierten, erhöht haben.

In Ergänzung zu den Aussagen der STN vom 22.02.2019 sind zu ausgewählten Sortimenten folgende Anmerkungen zu machen:

- /// Im Segment **Drogeriewaren** wurde Ende 2017 ein Bestand im Einzugsgebiet von ca. 9.600 m² VK⁸ festgestellt. Legt man für diese Bestandsstrukturen, die sich im Kern durch die Filialen der drei Drogeriefachmarktketten Müller, Rossmann und dm bilden, eine Flächenleistung (Mischwert) von 5.000 € / m² zugrunde, dann ergibt sich eine Umsatzleistung im Bestand von rund 48 Mio. €. Stellt man diese der reduzierten Planung von 800 m² VK (nach aktueller Empfehlung) gegenüber, dann ergibt sich eine Umverteilungsquote von max. 8 %. Dieser überschlägig ermittelte Wert relativiert sich unter Einbeziehung der Umsatzanteile der Lebensmittelmärkte, insb. Kaufland im Standortumfeld, das über eine großzügige Drogeriewarenabteilung verfügt.

⁸ ohne VK-Anteile der Lebensmittelbetriebe; inkl. Randsortimente

- /// Beim **zoologischen Bedarf** ist die bestehende Kaufkraftbindung als Argumentation heranzuziehen. Der Bestand in Zone I von ca. 300 - 400 m² VK (ohne VK-Anteile der Lebensmittelmärkte) bindet ca. 23 % der sortimentspezifischen Kaufkraft⁹. Nimmt man an, dass hier eine Stärkung der Kaufkraftbindung durch einen Fachmarkt möglich ist, werden sich die tatsächlichen Auswirkungen der Planung¹⁰ auf ein verträgliches Maß reduziert.
- /// Im Segment „**Bekleidung**“ ist unter Berücksichtigung des Bestandes im Einzugsgebiet von rund 69.000 m² VK die Ansiedlung eines Fachmarktes mit 1.800 m² VK (nach aktueller GMA-Empfehlung) als verträglich zu bewerten. Die Reduzierung der Verkaufsfläche wurde vorgenommen, damit sich gegenüber der Empfehlung von 2010 nur eine minimale Erhöhung der geplanten Verkaufsfläche ergibt und die Zentren weiterhin in Bezug auf diese zentrentypische Sortimentsgruppe geschützt werden.
- /// Beim Sortiment „**Schuhe**“ ist aufgrund der seit 2010 rückläufigen Bestandswerte in Zone I eine Neuansiedlung eines Fachmarktes mit ca. 600 m² VK im Hinblick auf eine Steigerung der Kaufkraftbindung positiv zu bewerten. In diesem Segment stehen in Zone I ca. 300 – 400 m² Bestands-VK (ca. 0,6 – 0,7 Mio. € Umsatz) einer Kaufkraft von ca. 5,6 Mio. € gegenüber. Die Kaufkraftbindung liegt mit 11 – 12 % auf einem ausbaufähigen Niveau. Folglich kann die geplante Ansiedlung aus Sicht der GMA positiv bewertet werden.

Zusammenfassend kann somit auch für jene Sortimente, deren geplante Verkaufsfläche sich im Vergleich zum Gutachten 2010 erhöht hat, auch mittels einer Grobabschätzung eine fundierte Begründung über die empfohlenen Verkaufsflächenobergrenzen (vgl. STN GMA 22.02.2019; Tabelle 6) geliefert werden.

Sehr geehrter Herr Barth, wir hoffen Sie mit dieser ergänzenden Stellungnahme im weiteren Verfahren ausreichend unterstützen zu können und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

GMA Gesellschaft für Markt-
und Absatzforschung mbH



Dr. Stefan Holl
Geschäftsführer



Julia Wunder
Dipl.-Geogr.

⁹ Bestandsumsatz: ca. 0,5 – 0,6 Mio. €; sortimentspezifische Kaufkraft: ca. 2,3 Mio. €

¹⁰ 600 m² VK x 1.500 € / m² VK Flächenleistung = 0,9 Mio. € Umsatz