# Auswirkungsanalyse

# zur Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen zur EDEKA-Neuansiedlung am Standort Remonteplatz in der Stadt Großenhain

für die
NEUWA-BAU
Bauträger und Immobilien GmbH
Kleinkoschener Dorfstraße 55
01968 Senftenberg

**Ihr Ansprechpartner**
Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)
Richard Engel (Projektleitung)
**BBE Handelsberatung GmbH**
Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.



Leipzig, 13. März 2021

**Inhaltsverzeichnis**

**1. Ausgangssituation und Zielsetzung ..... 4**

**2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel ..... 5**

2.1. Entwicklungstrends ..... 5

2.2. Distributionsstrukturen ..... 6

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln ..... 9

**3. Projektplanung und Projektdaten ..... 10**

**4. Makrostandort Großenhain ..... 12**

**5. Mikrostandortanalyse ..... 17**

**6. Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet ..... 21**

**7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet ..... 27**

**8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen ..... 31**

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3 ..... 31

8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 ..... 32

8.3. Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain (Fortschreibung 2014) ..... 33

**9. Auswirkungsanalyse ..... 34**

9.1. Umsatzprognose ..... 34

9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen ..... 36

9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelskonzept der Stadt Großenhain ..... 40

9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens ..... 42

**10. Fazit ..... 43**

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ..... 5
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland ..... 6
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen ..... 7
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps ..... 8
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel ..... 9
Abbildung 6: Fotoaufnahmen Projektstandort ..... 10
Abbildung 7: Grundriss geplanter Vollsortimenter Remonteplatz in der Stadt Großenhain ..... 11
Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich ..... 15
Abbildung 9: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Großenhain ..... 16
Abbildung 10: Umfeld des Projektstandorts Remonteplatz, 01558 Großenhain ..... 17
Abbildung 11: Lebensmittelmärkte in Großenhain ..... 23
Abbildung 12: Anbieter in der Innenstadt Großenhain ..... 24
Abbildung 13: Anbieter in der Innenstadt Großenhain ..... 25

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Verkaufsflächenstruktur geplanter Supermarkt inkl. Bäcker ..... 10
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich ..... 14
Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen ..... 22
Tabelle 4: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standorten ..... 23
Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet und im Stadtgebiet Großenhain ..... 29
Tabelle 6: Nachfragebindung im Stadtgebiet Großenhain und im gesamten Einzugsgebiet ..... 30
Tabelle 7: Nachfragebindung im maßgeblichen Kerneinzugsgebiet ..... 30
Tabelle 8: Umsatzprognose der geplanten Ansiedlung des Vollsortimenters ..... 34
Tabelle 9: Umsatzbindung der geplanten Ansiedlung des Vollsortimenters ..... 35
Tabelle 10: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den geplanten Vollsortimenter ..... 37

**Kartenverzeichnis**

Karte 1: Mittelbereiche der Mittel- und Oberzentren gemäß LEP 2013 ..... 12
Karte 2: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld ..... 18
Karte 3: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes ..... 19
Karte 4: Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im potenziellen Einzugsgebiet ..... 21
Karte 5: Einzugsgebiet des geplanten Vollsortimenters in der Stadt Großenhain ..... 28

# 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Das Handelsunternehmen EDEKA beabsichtigt am Standort Remonteplatz in Großenhain die Neuansiedlung eines Vollsortimenters. Der Projektstandort ist bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Großenhain mit aktuellem Stand vom Januar 2016 als potenzieller Nahversorgungsstandort ausgewiesen. Die Untersuchungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes bezogen sich auf eine Verkaufsfläche von 1.600 m², das aktuelle Planvorhaben sieht 1.820 m² Verkaufsfläche für den EDEKA zzgl. 50 m² für den Windfang und 186 m² für ein Bäckereicafé vor. Wesentliche Flächen des Bäckers sind als Gastronomieflächen zu bewerten.

Die aktuelle Aufgabenstellung orientiert folglich auf die veränderte Angebots- und Nachfrageentwicklung im Großenhainer Stadtgebiet seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes. So hat seit Erstellung des Einzelhandelskonzepts beispielsweise der ehemalige Penny-Markt geschlossen, dafür wurde der LIDL-Markt am Radeburger Platz erweitert. Gleichzeitig ist eine positive Nachfrageentwicklung im Vergleich zum Einzelhandelskonzept zu konstatieren, da die Einwohnerzahl nur geringfügig zurückgegangen ist, während die Verbrauchsausgaben in den nahversorgungsrelevanten Branchen stark angestiegen sind.

Aufgabenstellung der erforderlichen Auswirkungsanalyse ist es, die Verträglichkeit des aktuellen Planvorhabens innerhalb der neuen, angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen entsprechend neu zu bewerten.

Für den geplanten Vollsortimenter wird ein vorhabenbezogener Bebauungsplan angestrebt. Insofern ist die Genehmigungsfähigkeit weiterhin im Sinne von § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen. Demzufolge ist zu prüfen, ob mit der geplanten Ansiedlung schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Großenhain oder auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich einhergehen.

Die Analyse umfasst in diesem Kontext die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Großenhain, die Einbindung in eine städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur sowie die spezifische Wettbewerbssituation im Stadtgebiet mit entsprechender Funktionsteilung in der Nahversorgung. Auf dieser Grundlage werden Einschätzungen zu den städtebaulichen Auswirkungen vorgenommen.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form werden die Projekte dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsstruktur einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen liegen in der Stadt Großenhain vor (Sozio-demographie, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung? Wie fügt sich das Vorhaben in die Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ein?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Verlagerungsstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

# 2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

## 2.1. Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Service wie Kartenzahlung und Lieferdienst. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung und Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen steigt seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 543,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 238,5 Mrd. €).[1]

**Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland**

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 34,2 Mio. m² im Jahre 2011 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2019 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Ver-

[1] vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2019, BBE-Berechnungen 2021

kaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17%, große Supermärkte + 14%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 10%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der angekündigten Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP wird sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fortsetzen.

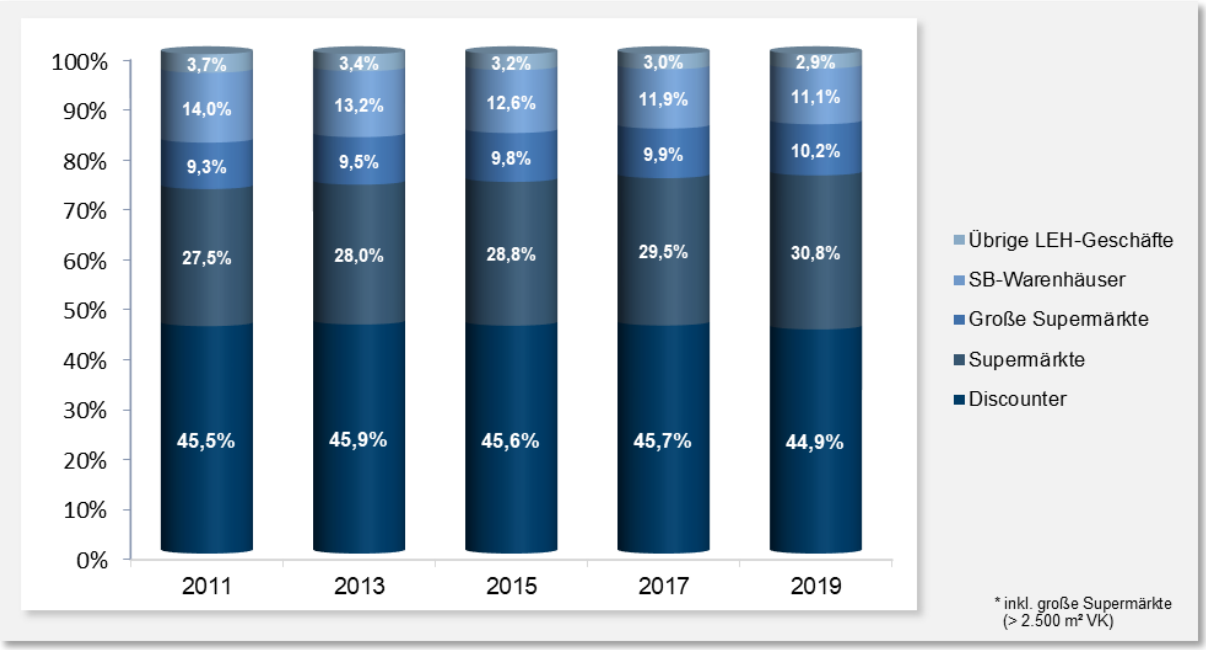
## 2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.887 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.176 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber[2].

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

**Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland**




Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.[3] Der Conve-

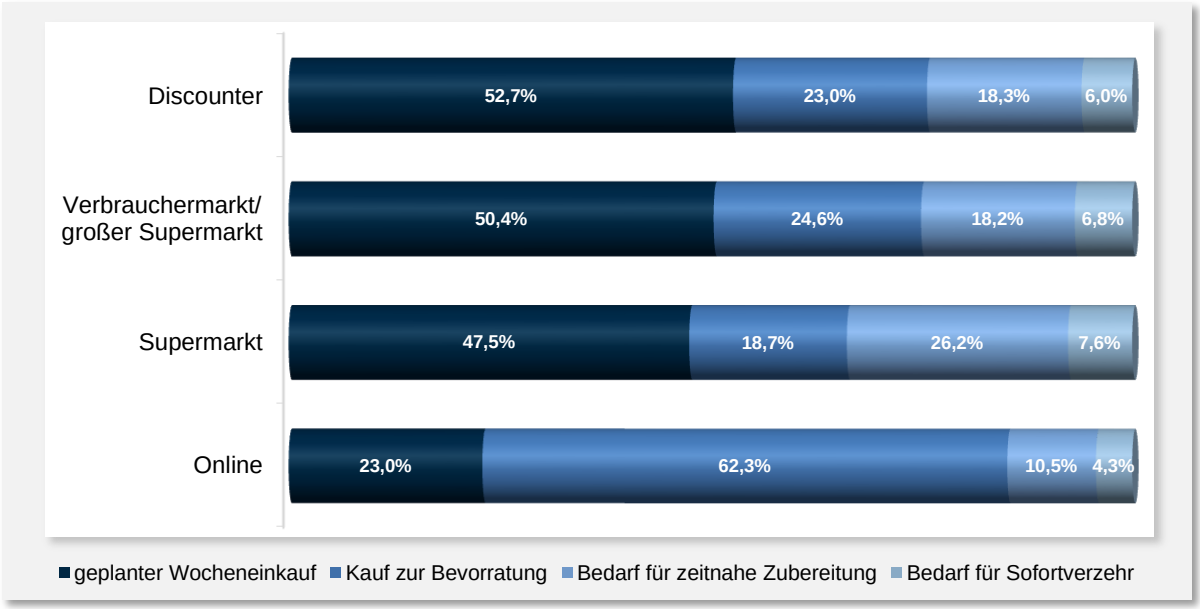
[2] vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2020, Stand: 2019 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

[3] EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

nience-Store „Rewe To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

**Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen**



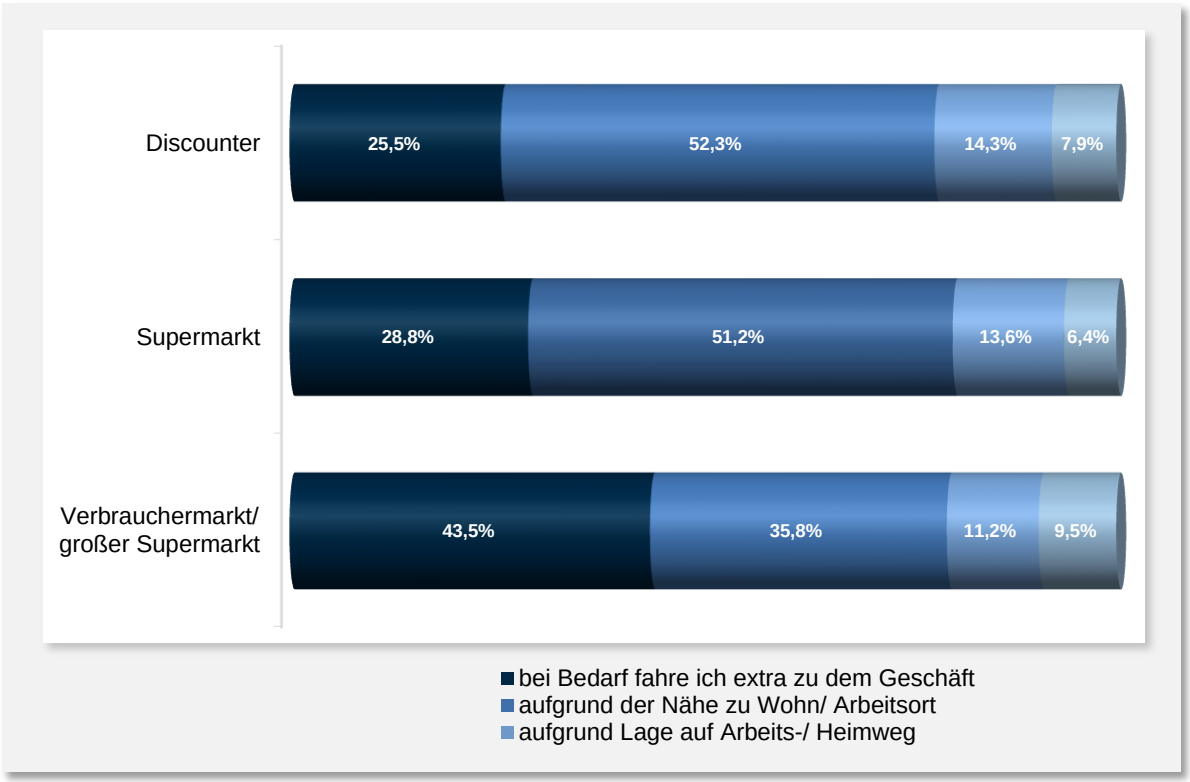

Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2021

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

**Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps**




Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2021

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

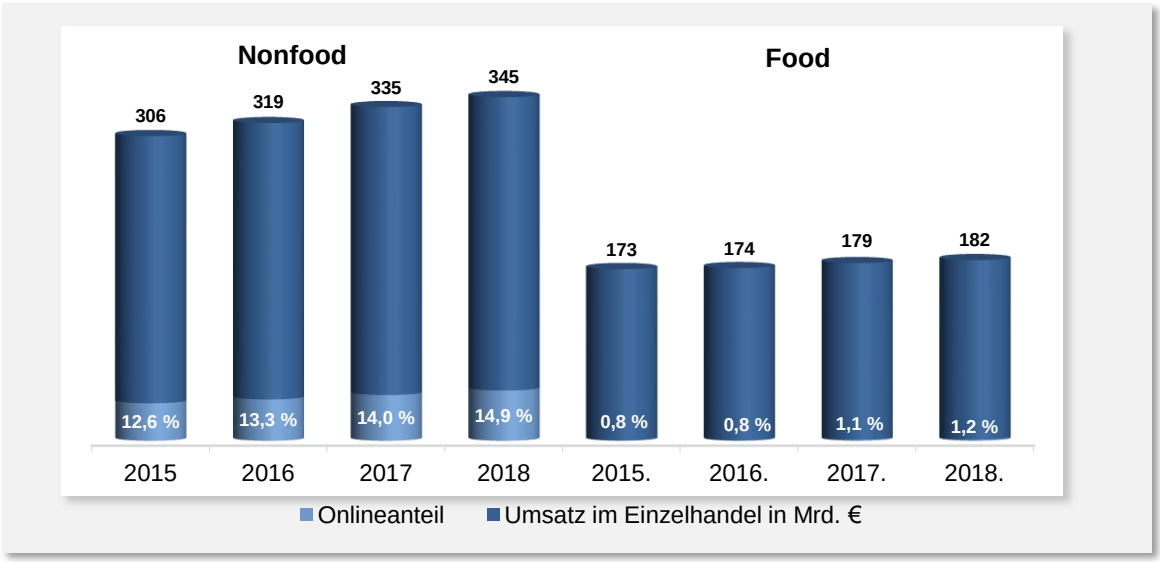
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

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

## 2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2 %).[4]

**Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel**




Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2021

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.[5]

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

[4] vgl. HDE-Online-Monitor 2019

[5] vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019

# 3. Projektplanung und Projektdaten

In der Stadt Großenhain ist am Remonteplatz ein neuer Vollsortimenter der Firma EDEKA geplant. Wie aus der nachstehenden Tabelle deutlich wird, soll dieser über einen Verkaufsraum von 1.820 m² verfügen. Weitere 50 m² Verkaufsfläche entfallen auf den Windfang. Ein Bäckereicafé mit insgesamt 146 m² soll den Supermarkt ergänzen. Hierbei ist zu beachten, dass davon knapp 150 m² als Gastronomiefläche (Sitzgelegenheiten) zu bewerten sind, auf der keine einzelhandelsrelevanten Umsätze getätigt werden.

**Tabelle 1: Verkaufsflächenstruktur geplanter Supermarkt inkl. Bäcker**

| Planvorhaben | Verkaufsfläche |
|---|---|
| | in m² |
| EDEKA-Supermarkt - Verkaufsraum | 1.820 |
| Windfang | 50 |
| Bäcker | 186 |
| davon Einzelhandelsverkaufsfläche | 40 |
| davon Cafébereich | 146 |
| **Gesamt** | **2.056** |

Quelle: EDEKA

Das Angebotskonzept des Lebensmittelmarktes wird nach Angaben der Firma EDEKA vorrangig auf Lebensmittel sowie die Non-Food I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet sein, weshalb der Anteil an Non-Food II-Artikeln deutlich unterhalb von 10% der Verkaufsfläche liegt. Die geplanten 180 Parkplätze werden die Erreichbarkeit absichern.

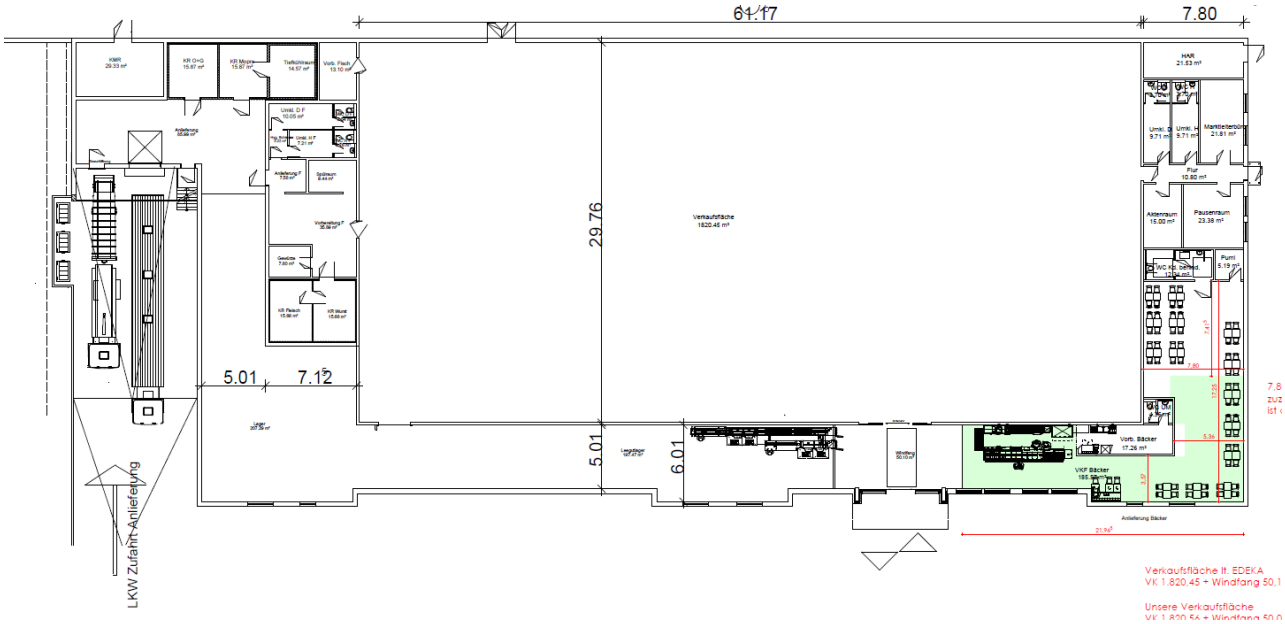
Nachstehende Fotoaufnahmen zeigen den Projektstandort.

**Abbildung 6: Fotoaufnahmen Projektstandort**

Quelle Eigene Aufnahmen März 2021

Einen Überblick zum Vorhaben gibt die folgende Abbildung:

**Abbildung 7: Grundriss geplanter Vollsortimenter Remonteplatz in der Stadt Großenhain**




Quelle: Architekt Christian Brückner

Vor dem Hintergrund aktueller Trends im Lebensmitteleinzelhandel (u.a. Convenience-Produkte, Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/vegetarische Ernährung) haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer und regionaler Waren wurde deutlich ausgebaut. Zudem wird technologischen und hygienischen Anforderungen des Gesetzgebers Rechnung getragen. Im Vordergrund stehen eine bessere Warenpräsentation, großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, die zu einer effizienteren Bestückung der Läden und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen beitragen. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher, was sich in der angestrebten Verkaufsraumdimensionierung von 1.820 m² widerspiegelt (siehe Abschnitt 2).

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

- Umsatzbindung und -herkunft des Planvorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Ansiedlung des Vollsortimenters,
- Bewertung städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in Großenhain und in angrenzenden Gemeinden,
- Einbindung des Projektvorhabens in die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Großenhain.

# 4. Makrostandort Großenhain

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten von Großenhain. Zur grundsätzlichen Einordnung der Untersuchungsstandorte erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu Rahmenbedingungen der Stadt Großenhain und den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

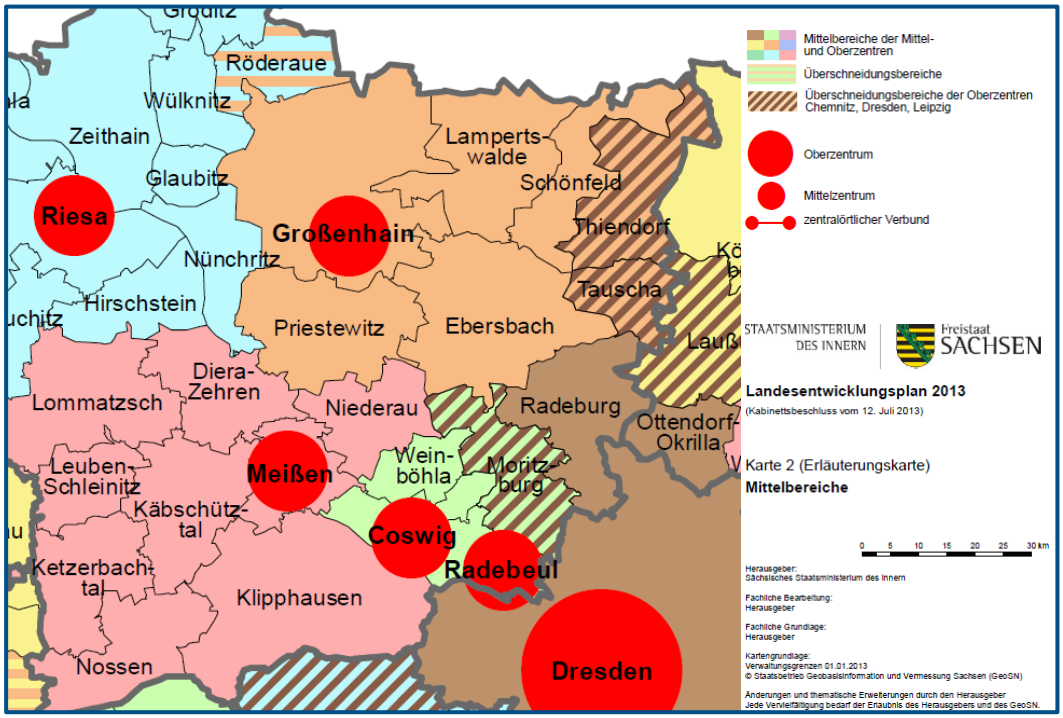
Die Große Kreisstadt Großenhain liegt im Norden des Freistaats Sachsen im Landkreis Meißen. Die Umlandregion von Großenhain grenzt im Norden unmittelbar an das Bundesland Brandenburg. Im ehemaligen Landkreis Riesa-Großenhain übernahm die Stadt Großenhain die Funktion der Kreisstadt, seit der Kreisgebietsreform 2008 im Freistaat Sachsen verfügt sie über den Status einer Großen Kreisstadt.

Eingebunden in den Naturraum Großenhainer Pflege nimmt Großenhain in einer entsprechend durch ländlichen Raum geprägten Region, ca. 30 km nördlich der Landeshauptstadt Dresden, eine bedeutsame Stellung ein, dies gilt insbesondere auch für den Großenhainer Einzelhandel. Historisch gewachsen sind Einkaufsbeziehungen zu Regionen bis in das benachbarte Bundesland Brandenburg.

### Landesplanerische Einstufung und Gliederung der Kreisstadt Großenhain

Entsprechend des verbindlichen Landesentwicklungsplans 2013 des Freistaates Sachen nimmt die Stadt Großenhain die Funktion eines Mittelzentrums wahr.[6] Gemäß LEP 2013 sollten Mittelzentren als regionale Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur-, und Versorgungszentren, insbesondere zur Stabilisierung des ländlichen Raums gesichert und gestärkt werden.[7]

**Karte 1: Mittelbereiche der Mittel- und Oberzentren gemäß LEP 2013**




Quelle: Staatsministerium des Innern Freistaat Sachsen, Landesentwicklungsplan 2013, Karte 2 Mittelbereiche (Ausschnitt).

[6] vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Z 1.3.7

[7] vgl. Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013), Z 1.3.7

Im Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 (LEP 2013) wird Großenhain die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen, damit werden der Großen Kreisstadt wichtige Funktionen als regionales Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur-, und Versorgungszentrum zugeschrieben[8].

In diesem Kontext übernimmt Großenhain zentralörtliche Funktionen für den zugewiesenen umliegenden Mittelbereich. Zum Mittelbereich gehören neben Großenhain auch die Gemeinden Priestewitz, Ebersbach, Lampertswalde, Schönfeld, Röderaue, Tauscha und Thiendorf[9].

Die regionale Bedeutung der Stadt Großenhain spiegelt sich zunächst in der Zentralitätskennziffer von 103,8%[10] wider. Die zentralörtliche Bedeutung der Stadt ergibt sich aus der räumlichen Lage außerhalb des Verdichtungsraumes vom Oberzentrum Dresden. Intensive Verflechtungsbeziehungen zeichnen sich gegenüber den nächstgelegenen Mittelzentren Meißen (ca. 16 km) und Riesa (ca. 20 km) ab. Weitere Kundenbewegungen mit Kaufkraftwanderung bestehen zum Oberzentrum Dresden, darunter u.a. zum Einkaufszentrum Elbe-Park am nördlichen Stadtrand sowie auch infolge stärkerer Pendlerbeziehungen von Beschäftigten am Arbeitsort Dresden mit Wohnort Großenhain.

**Erreichbarkeit und Verkehr**

Die regionale Verkehrsanbindung Großenhains wird über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende Bundesstraße B101 (Elsterwerda-Meißen) und die West-Ost-Achse B98 (Riesa–Thiendorf-Radeburg) gesichert. Die Bundesstraße B101 durchquert die Stadt, die B98 bildet eine nördliche Umfahrung, beide kreuzen sich im nördlichen Stadtgebiet. Die Entfernung zur Bundesautobahn A13 (Berlin-Dresden) an der Anschlussstelle Thiendorf beträgt ca. 13 km.

Eine gute Erreichbarkeit Großenhains sichert zudem auch der Anschluss an die Bahnverbindungen Berlin–Dresden, Cottbus–Dresden und Riesa–Großenhain. Es verkehren Regionalzüge nach Dresden, Hoyerswerda, Cottbus und Elsterwerda.

Die innerstädtische Verkehrssituation wird durch den entlang der ehemaligen Stadtmauer verlaufenden Altstadtring geprägt, auf den die wichtigsten innerstädtischen Verkehrsachsen zulaufen. Damit ist das Zentrum von Großenhain aus allen Richtungen gut erreichbar.

Die Stadt verfügt außerdem über mehrere ÖPNV-Verbindungen für den innerstädtischen und regionalen Bereich u. a. nach Riesa, Meißen und Dresden.

**Bevölkerungsentwicklung**

Gemäß aktueller Datengrundlage des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen lebten zum Stichtag 30.11.2020 insgesamt 18.100 Einwohner in Großenhain. Die Bevölkerungsentwicklung seit 2013 ist durch einen leichten Bevölkerungsrückgang von 1,5% geprägt. Im Vergleich zur 5. Bevölkerungsprognose, welche zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aktuell war und berücksichtigt wurde, hat sich die Einwohnerzahl trotz des leichten Rückgangs deutlich positiver entwickelt, als ehemals angenommen. So wurde in der 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für das Jahr 2020 in der Variante 1 eine Einwohnerzahl von 17.415 bzw. 16.997 in Variante 2 vorhergesagt. Mit 18.100 Einwohner zum 30.11.2020 war die Entwicklung somit deutlich positiver.

[8] Landesentwicklungsplan 2013 (LEP 2013), Z. 1.3.7, Seite 29.

[9] Im LEP 2013 wird ebenfalls Tauscha als Teil des Mittelbereichs ausgewiesen, die Gemeinde ist jedoch seit Januar 2016 der Gemeinde Thiendorf zugehörig.

[10] BBE!CIMA!MB-Research, Einzelhandelszentralität 2020 in Deutschland, Gemeinden mit 10.000 und mehr Einwohnern.

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich**

| Einwohnerentwicklung | Einwohner Großenhain | Veränderung zum Bezugsjahr 2013 | Einwohner Landkreis Meißen | Veränderung zum Bezugsjahr 2013 | Einwohner Sachsen | Veränderung zum Bezugsjahr 2013 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | abs. | in % | abs. | in % | abs. | in % |
| 31.12.2013 | 18.384 | - | 243.716 | - | 4.046.385 | - |
| 31.12.2014 | 18.347 | -0,2 | 243.745 | 0,0 | 4.055.274 | 0,2 |
| 31.12.2015 | 18.352 | -0,2 | 245.244 | 0,6 | 4.084.851 | 1,0 |
| 31.12.2016 | 18.268 | -0,6 | 243.889 | 0,1 | 4.081.783 | 0,9 |
| 31.12.2017 | 18.230 | -0,8 | 242.862 | -0,4 | 4.081.308 | 0,9 |
| 31.12.2018 | 18.218 | -0,9 | 242.165 | -0,6 | 4.077.937 | 0,8 |
| 31.12.2019 | 18.199 | -1,0 | 241.717 | -0,8 | 4.071.971 | 0,6 |
| 30.11.2020 | 18.100 | -1,5 | 240.901 | -1,2 | 4.063.778 | 0,4 |
| **Prognose 2030 - Var. 1** | 17.530 | -4,6 | 230.560 | -5,4 | 4.002.010 | -1,1 |
| **Prognose 2030 - Var. 2** | 17.200 | -6,4 | 227.120 | -6,8 | 3.922.900 | -3,1 |

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 sowie 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen 2019 bis 2035

Auch zukünftig ist in Großenhain mit einer weiterhin leicht negativen Bevölkerungsentwicklung zu rechnen. Grundlage dieser Aussage bildet die 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2035 des Statistischen Landesamtes. Dieser Bevölkerungsprognose liegen zwei Annahmeszenarien zugrunde. Diese markieren die Grenzen eines Korridors, in dem sich die Bevölkerungszahl voraussichtlich entwickeln wird.

Die Prognosevariante 1 erwartet im Jahr 2030 für Großenhain einen Bevölkerungsrückgang auf ca.17.530 Einwohner, dies entspricht ca. 570 Einwohner weniger gegenüber dem aktuellen Stand. Die Variante 2 bildet eine geringfügig geringere Entwicklung auf rd. 17.200 Einwohner ab.

In Bezug auf den gesamten Betrachtungszeitraum seit 2013 zeigt sich für Großenhain eine vergleichbare Einwohnerentwicklung wie im Landkreis Meißen. Die Einwohnerentwicklung im Freistaat Sachsen ist positiver, was allerdings wesentlich von den sächsischen Großstädten und deren angrenzenden Gemeinden beeinflusst wird.

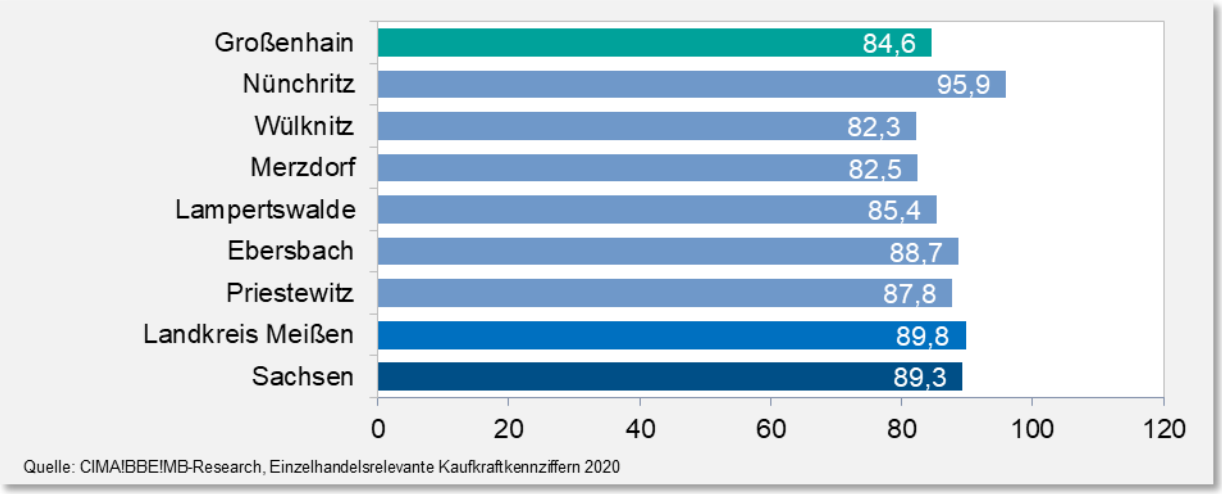
### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte sind in dieser Einkommensberechnung nicht enthalten.

Die Kreisstadt Großenhain fügt sich mit 84,6 in die regional unterdurchschnittliche Kaufkraft der umliegenden Gemeinden ein Das Kaufkraftniveau liegt damit unter dem Durchschnittsniveau des Landkreises Meißen (89,8) und des Freistaates Sachsen (89,3).

**Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich**




### Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmitteleinzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl von Großenhain beträgt 3.991, demgegenüber sind 3.694 Auspendler zu konstatieren. Dabei errechnet sich ein positiver Pendlersaldo von 297[11], welcher einerseits Ausdruck der Attraktivität des Mittelzentrum Großenhain als Arbeitsplatz ist, aber andererseits die intensiven Verflechtungen mit den umliegenden Mittelzentren und dem nahegelegenen Oberzentrum Dresden aufzeigt.

### Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Großenhain

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Fassung vom 04.08.2014 wurde durch den Stadtrat der Großen Kreisstadt Großenhain am 28.01.2015 beschlossen, ausgenommen jedoch die Ausweisung einer zusätzlichen Nahversorgungslage am Kreuzungsbereich Radeburger Straße / Martin-Scheunemann-Straße. Alternativ sollte eine Standortprüfung für eine zusätzliche Nahversorgungslage in der nördlichen Kernstadt, mit weitergehender Anbindung der nördlichen Ortsteile bis Zabeltitz, erfolgen. Die vorliegende Fassung des Einzelhandelskonzeptes vom 01.01.2016 greift die Ergebnisse dieser Standortprüfung auf, sie unterscheidet sich ausschließlich in der Standortbewertung einer zusätzlichen Nahversorgungslage für das nordöstliche Stadtgebiet von der bereits beschlossenen Fassung (04.08.2014). Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept zu berücksichtigen.

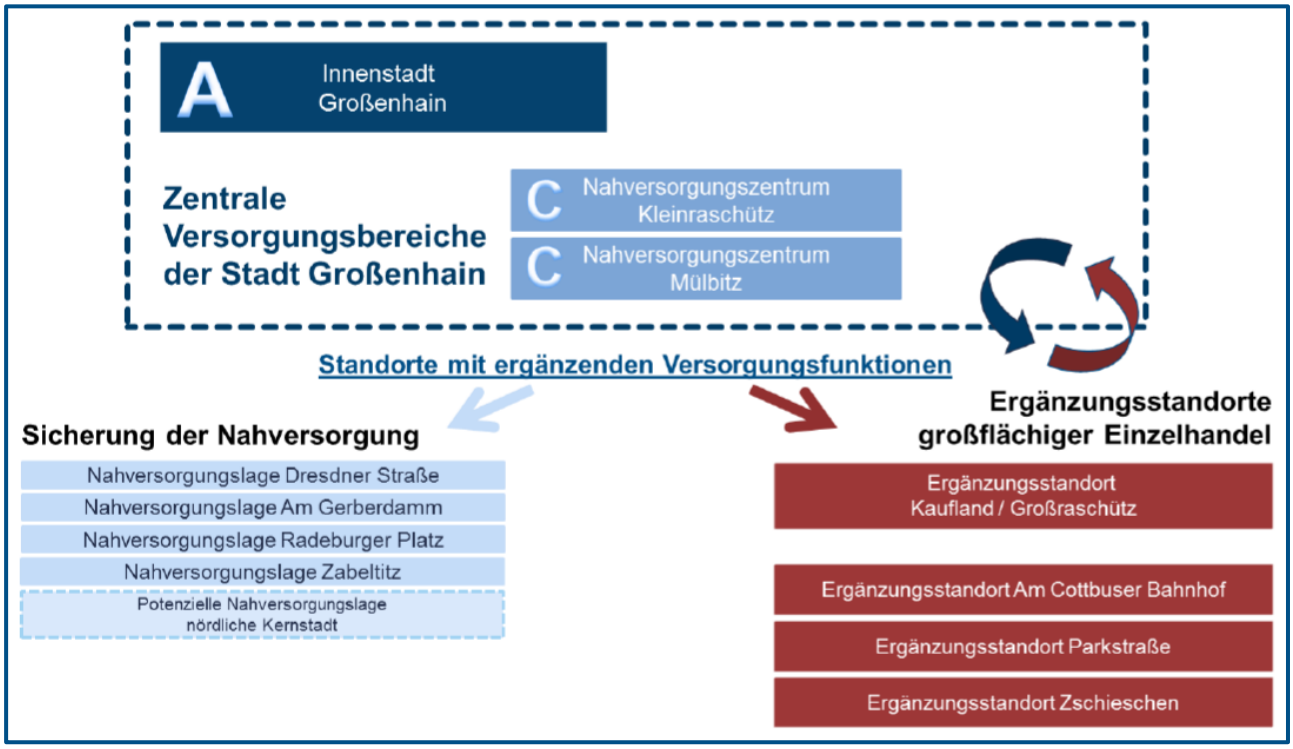
Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete und in der nachstehenden Abbildung dargestellte Standortkonzept für die Stadt Großenhain legt ein hierarchisches Zentrensystem ergänzt durch Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht.

Aus Sicht des Planvorhabens ist hervorzuheben: Der aktuell mit 1.820 m² Verkaufsfläche und zusätzlichem Bäcker und Windfang geplante Vollsortimenter wurde bereits im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes mit einer Verkaufsfläche von 1.600 m² geprüft und als städtebaulich positiv für die Nahversorgung bewertet. Aus diesem Grund wurde für den Standort die potenzielle Nahversorgungslage nördliche Kernstadt ausge-

[11] Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2020, Bundesagentur für Arbeit

wiesen. In Abschnitt 8.3 wird näher auf die Vorgaben im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Großenhain eingegangen.

**Abbildung 9: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Großenhain**




Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain, Fortschreibung 2014, S. 37.

**Fazit zum Makrostandort Großenhain:**

- Die Stadt Großenhain weist als Mittelzentrum Versorgungsfunktionen für sich und den zugehörigen Mittelbereich auf.
- Seit 2013 hat die Stadt Großenhain eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung zu verzeichnen, bis zum Jahr 2030 wird in beiden Varianten der 7. Regionalisierten Bevölkerungsprognose ein weiterer leichter Bevölkerungsrückgang gegenüber dem heutigen Stand prognostiziert. Die Entwicklung ist dabei deutlich positiver als im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zu erwarten war.
- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit 84,6 unter dem Durchschnitt des Landkreises mit 89,8 Meißen und unter dem Durchschnitt des Freistaates Sachsen mit 89,3.
- Die Einzelhandelszentralität von 103,8% und dem leicht positiven Pendlersaldo +297 sind Ausdruck einer differenzierten Kundenbindung und der funktionalen Bedeutung der Stadt Großenhain im regionalen Kontext.

# 5. Mikrostandortanalyse

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

**Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld**

Der Projektstandort befindet sich auf dem früheren Kasernengelände am Remonteplatz. Damit liegt der Projektstandort rd. 500 m nördlich der Großenhainer Innenstadt in städtebaulich integrierter Lage.

Das unmittelbare Umfeld wird durch verschiedene Nutzungen geprägt. Nördlich befinden sich ein Gerüstbau und Containerdienst, die Veranstaltungshalle Remontehalle und ein soziokulturelles Zentrum. In den ehemaligen Militärgebäuden existieren in östlicher Richtung mehrere Ämter des Landkreises Meißen. Daran schließen sich eine Schule mit einer Sporthalle an. Im südlichen Umfeld gibt es weitere Ämter, eine Bushaltestelle und Mehrfamilienhäuser. Das westliche Umfeld wird neben mehrgeschossigen Wohngebäuden von einer Tankstelle, einem Autohaus und einem Bäcker geprägt.

**Abbildung 10: Umfeld des Projektstandorts Remonteplatz, 01558 Großenhain**

Ämter Landkreis Meißen

Wohngebäude an der Albertstraße

Wohngebäude westlich der B101

Tankstelle an der B101

Autohaus an der B101

Bushaltestelle Hohe Straße

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

**Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals**

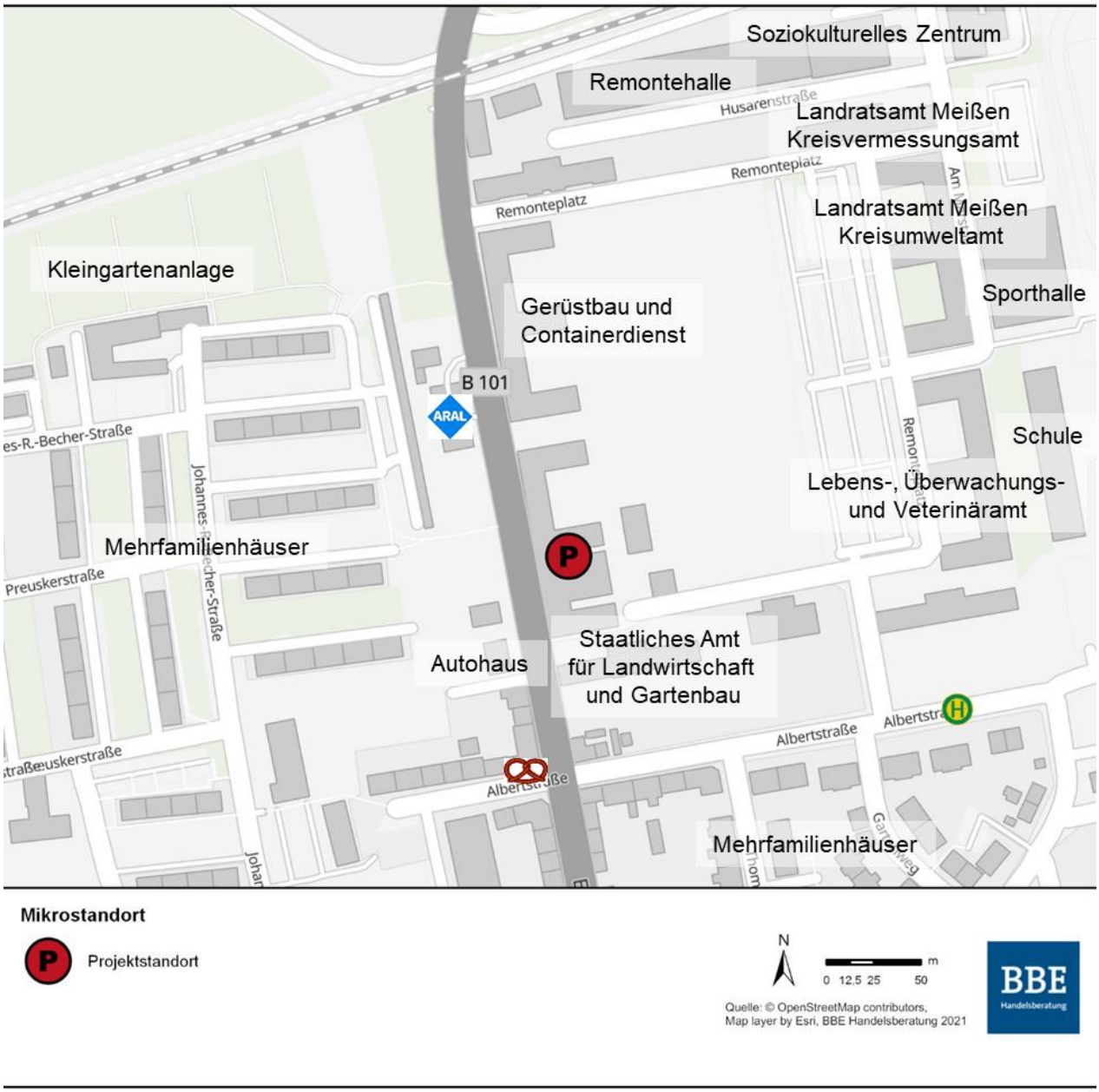
Durch die Lage im nördlichen Kernstadtgebiet rd. 500 m entfernt von der Großenhainer Innenstadt ist der Standort mit den straßenbegleitenden Fuß- und Radwegen entlang der Elsterwerdaer Straße sehr gut zu Fuß und mit dem Fahrrad zu erreichen. Die fußläufige Erreichbarkeit aus dem östlichen und westlichen Umfeld stellen Fußwege an den umliegenden Straßen sicher.

Ein ÖPNV-Anschluss wird durch die Bushaltestelle Hohe Straße mit den Linien 451, 461, 462 und 467 gewährleistet, die Haltestelle bietet Anbindungen nach Riesa, Gröditz und Strauch. Des Weiteren ist von der

Bushaltestelle der Cottbuser Bahnhof in Großenhain erreichbar, welcher Bahnverbindungen nach Dresden, Hoyerswerda, Cottbus und Elsterwerda bietet.

Der Standort ist zudem verkehrsgünstig an der Bundesstraße 101 gelegen, welche als Nord-Süd-Achse durch die Stadt verläuft. In 500 m in nördlicher Richtung gibt es eine Verbindung mit der Bundesstraße 98. 180 ebenerdige Stellplätze werden die Aufnahme der erwarteten PKW-Frequenz sicherstellen.

**Karte 2: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld**



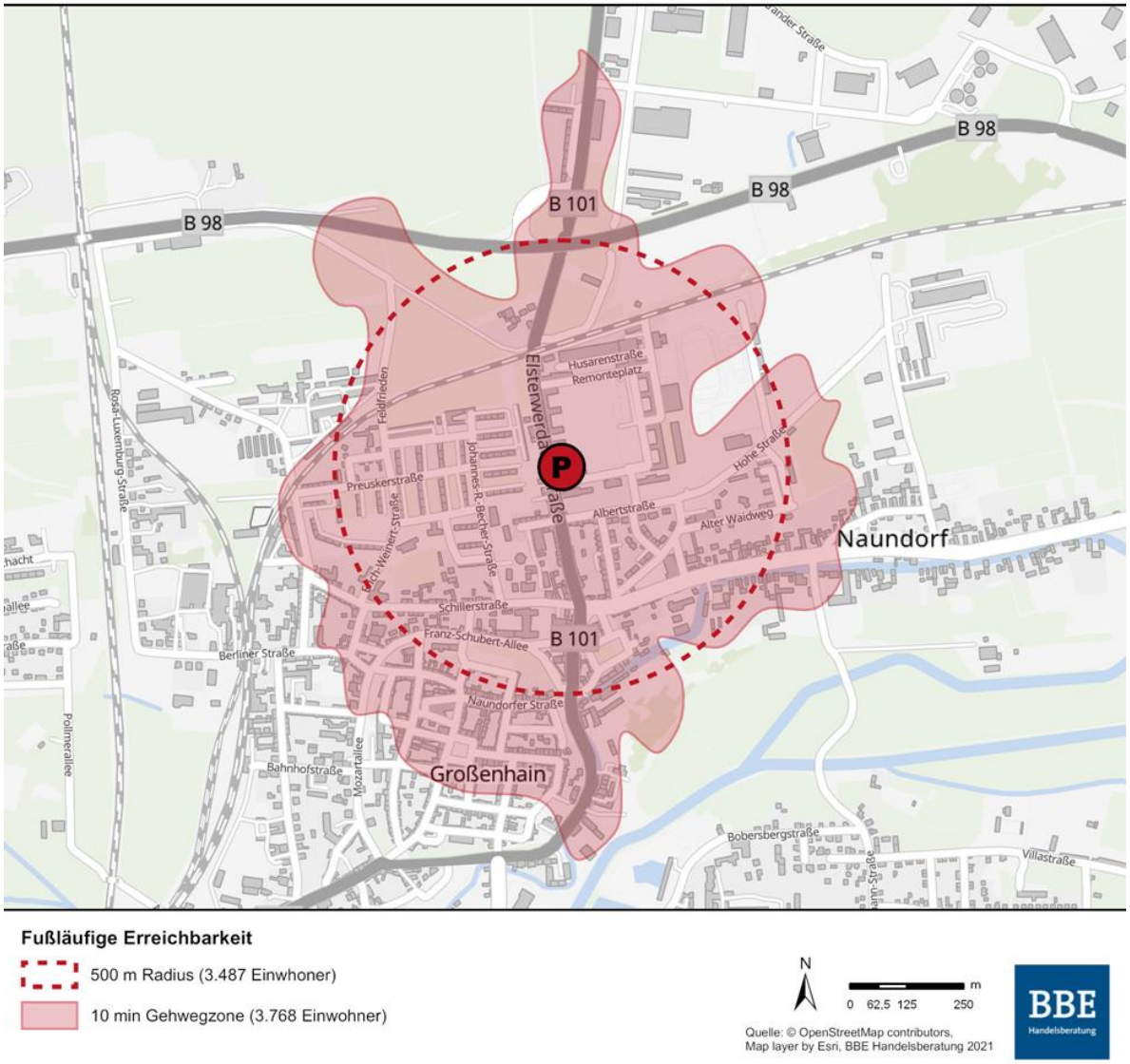
**Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung**

Im 500 m-Radius leben rd. 3.500 Einwohner, in einer Gehzeit von 10 Minuten können 3.800 Einwohner den geplanten Vollsortimenter erreichen. Dies zeigt die starken wohnungsnahen Versorgungsfunktionen, die der geplante Supermarkt zukünftig für sein direktes Umfeld übernehmen kann.[12]

Mit einem geplanten Verkaufsraum des Supermarkts von 1.820 m² und der gut erreichbaren Lage im nördlichen Bereich der Kernstadt kann der Standort weiterhin Versorgungsfunktionen für die Kernstadt und die weiteren Ortsteile von Großenhain übernehmen.

Zudem sind durch die Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Großenhain für den weiteren Mittelbereich auch Kunden aus dem regionalen Umfeld zu erwarten, wenngleich mit geringerer Kundenbindung, die bei den Streuumsätzen in der Umsatzprognose in Abschnitt 9 berücksichtigt werden. Streuumsätze ergeben sich weiterhin durch die Ämter im direkten Umfeld und die Lage an der B101 sowie der Nähe zur B98.

**Karte 3: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes**




[12] GfK: Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2019

**Planungsrechtliche Situation**

Die Stadt Großenhain verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2014 (in aktueller Fassung vom Januar 2016). Im Rahmen dieses Konzepts wurde im nördlichen Stadtbereich die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit 1.600 m² Verkaufsfläche geprüft und städtebaulich positiv bewertet. Aus diesem Grund erfolgte die Ausweisung innerhalb des Konzepts als potenzielle Nahversorgungslage nördliche Kernstadt. Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet dienen Nahversorgungslagen zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche.

Mit der geplanten Größendimensionierung von 1.820 m² Verkaufsfläche für den Supermarkt mit zusätzlichem Windfang und Bäcker inkl. Café überschreitet das Vorhaben die Schwelle zur Großflächigkeit. Für den geplanten Vollsortimenter ist die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans vorgesehen. Die planungsrechtliche Beurteilung der Planvorhaben erfolgt demnach zukünftig gemäß § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO und sie sind auf ihre städtebauliche Verträglichkeit und raumordnerische Kompatibilität gutachterlich zu untersuchen. Danach dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung ausgehen.

**Fazit zum Mikrostandort:**

- Der Projektstandort befindet sich am Remonteplatz rd. 500 m entfernt von der Innenstadt in der nördlichen Kernstadt Großenhain in integrierter Lage.
- Der Projektstandort auf dem ehemaligen Kasernengelände wird von öffentlichen Einrichtungen, einer Veranstaltungshalle, einer Schule mit Sporthalle und Wohngebäuden geprägt.
- Für den Projektstandort ist eine allumfassend gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, zu Fuß und per ÖPNV gegeben.
- Der projektierte Edeka-Markt kann einerseits fußläufige Versorgungsfunktionen für die nördlichen und östlichen Bereiche der Kernstadt sowie darüber hinaus wohnortnahe Versorgungsfunktionen für die Kernstadt Großenhain und die weiteren Ortsteile übernehmen.

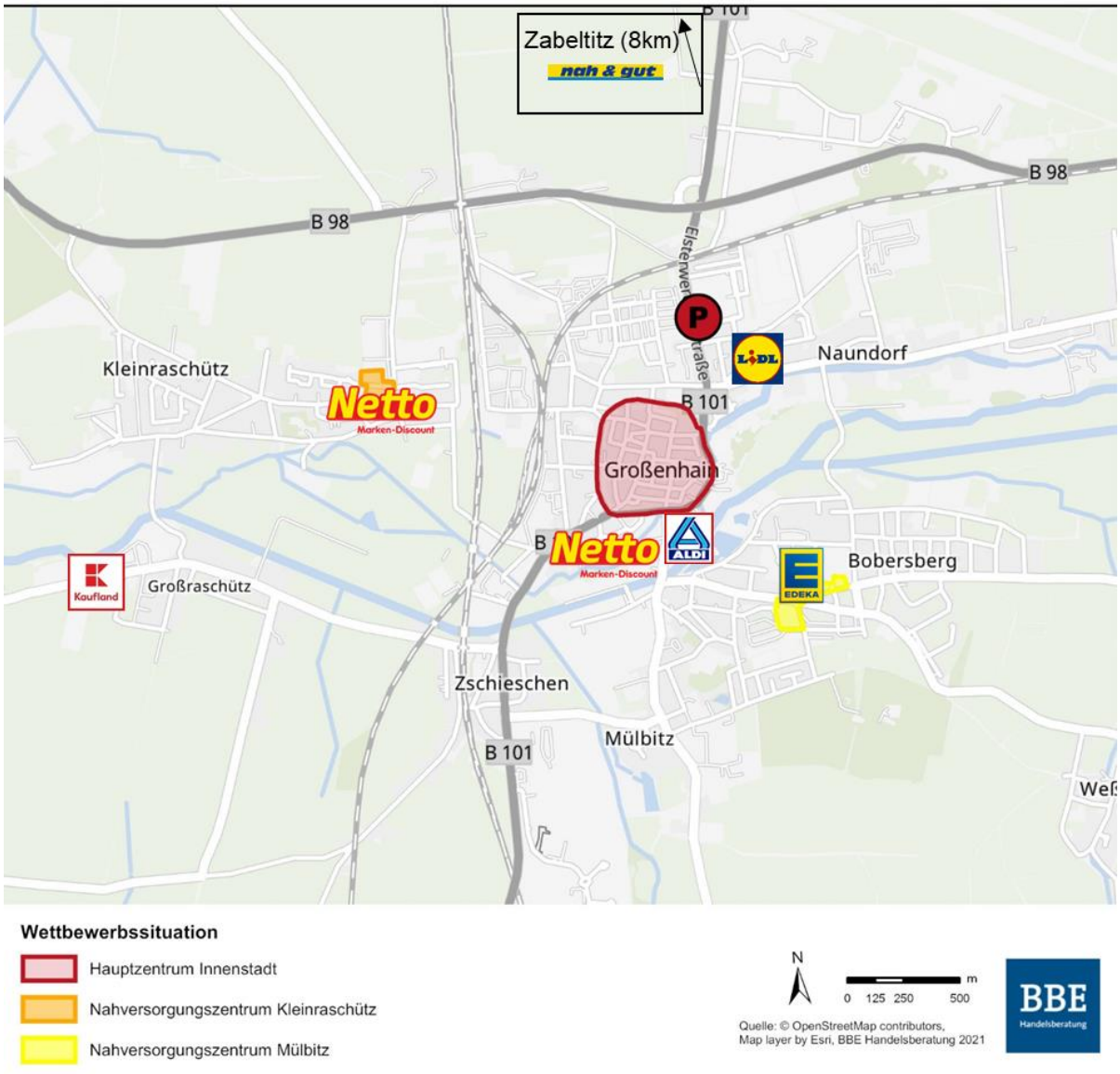
# 6. Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet

Die Analyse der Angebotsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet des Projektvorhabens bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Datengrundlage bildet die Erhebung des Einzelhandelsbesatzes für das Einzelhandelskonzept, die aktualisiert und angepasst wurde.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (=Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

Die maßgebliche Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im potenziellen Einzugsgebiet ist in nachfolgender Karte dargestellt.

**Karte 4: Wettbewerbssituation durch Lebensmittelmärkte im potenziellen Einzugsgebiet**



Das Untersuchungsgebiet umfasst das gesamte Stadtgebiet von Großenhain sowie den westlichen Ortsteil Adelsdorf der Gemeinde Lampertswalde (vgl. Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes im nachfolgenden Abschnitt). Im Untersuchungsgebiet sind insgesamt 56 wettbewerbsrelevante Anbieter vorhanden, die zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 12.150 m² verfügen und einen Gesamtumsatz von ca. 54,3 Mio. € generieren.

Folgende wesentliche Änderungen gibt es seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im nahversorgungsrelevanten Bereich:

- Schließung des Penny-Marktes inkl. Bäcker an der Parkstraße mit zusammen knapp 700 m² Verkaufsfläche
- Erweiterung des LIDL-Marktes am Radeburger Platz von 822 m² auf 1.000 m² Verkaufsfläche
- Weiterhin existiert für den ALDI-Markt der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nahversorgungsmarkt östlich der Dresdner Straße (ALDI), der seit 28.10.2020 in Kraft ist. So soll der ALDI von 800 m² auf 1.277 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters wird bereits in die Berechnungen einbezogen.
- Auch für den Netto-Markt an der Dresdner Straße ist ein Ersatzneubau mit Verkaufsflächenerweiterung auf 1.067 m² mit integriertem Bäcker angestrebt, die Umsetzung des Vorhabens ist allerdings derzeit nicht absehbar und wird deshalb noch nicht berücksichtigt.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet, als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Planvorhaben. Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen differenziert nach den Betriebsformen der Anbieter.

**Tabelle 3: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen**

| Betriebsformen | Verkaufsfläche | Umsatz gesamt | darunter Lebensmittel | darunter Drogerie | darunter Heimtierbedarf |
|---|---|---|---|---|---|
| | in m² | in T€ | in T€ | in T€ | in T€ |
| Supermarkt | 1.550 | 6.090 | 5.370 | 480 | 60 |
| Discounter | 3.803 | 16.510 | 13.920 | 1.360 | 250 |
| Großer Supermarkt | 2.930 | 12.310 | 9.430 | 1.200 | 170 |
| Getränkemarkt | 900 | 2.350 | 2.350 | | |
| Bäcker | 565 | 5.310 | 5.310 | | |
| Fleischer | 245 | 2.410 | 2.410 | | |
| Drogeriemarkt | 450 | 2.610 | 150 | 2.240 | 150 |
| Sonderpostenmarkt | 895 | 1.500 | 290 | 170 | |
| Tankstelle | 250 | 1.900 | 1.370 | | |
| Fachgeschäft | 559 | 3.260 | 2.670 | 240 | 180 |
| **gesamt** | **12.147** | **54.250** | **43.270** | **5.690** | **810** |

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Sowohl in Bezug zur Verkaufsfläche als auch zum Umsatz sind die Lebensmitteldiscounter mit rd. 3.800 m² Verkaufsfläche und einem Umsatz von rd. 16,5 Mio. € der dominante Betriebstyp. Supermärkte weisen hingegen mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.550 m² und einem Umsatz von 6,1 Mio. € aktuell eine geringere Bedeutung auf. Demgegenüber hat der Große Supermarkt Kaufland an der Riesaer Straße in Großenhain mit 2.900 m² und einem Umsatz von 12,3 Mio. € eine starke Markstellung. So entfallen rd. 24% der projektrelevanten Verkaufsfläche und ca. 23% des wettbewerbsrelevanten Umsatzes auf diesen Anbieter. Die weiteren nahversorgungsrelevanten Anbieter (Drogeriemärkte, Lebensmittelfachgeschäfte und –handwerksbetriebe, Getränkemärkte) haben eine spezialisierte Sortimentsausrichtung und sind deshalb als wichtige Ergänzung zu bewerten.

Die nachstehende Tabelle stellt die Angebotsstrukturen differenziert nach den Standortlagen, wie sie im Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain definiert sind, dar.

**Tabelle 4: Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standorten**

| Standortstrukturen | Verkaufs-fläche | Umsatz gesamt | darunter Lebensmittel | darunter Drogerie | darunter Heimtierbedarf |
|---|---|---|---|---|---|
| | in m² | in T€ | in T€ | in T€ | in T€ |
| A-Zentrum Innenstadt | 1.135 | 7.300 | 4.420 | 2.480 | 330 |
| Nahversorgungszentrum Kleinraschütz | 820 | 3.420 | 2.970 | 280 | 60 |
| Nahversorgungszentrum Mülbitz | 2.205 | 7.100 | 5.170 | 650 | 60 |
| Nahversorgungslage Radeburger Platz | 1.020 | 5.040 | 3.960 | 580 | 60 |
| Nahversorgungslage Dresdner Straße | 758 | 3.550 | 3.240 | 250 | 60 |
| Nahversorgungslage Am Gerberdamm | 1.270 | 5.210 | 4.460 | 250 | 70 |
| Ergänzungsstandort Kaufland / Großraschütz | 3.574 | 14.240 | 11.190 | 1.200 | 170 |
| Nahversorgungslage Zabeltitz | 390 | 1.210 | 1.210 | | |
| Sonstige | 975 | 7.180 | 6.650 | | |
| **gesamt** | **12.147** | **54.250** | **43.270** | **5.690** | **810** |

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Hieraus wird ebenfalls die starke Stellung des Kaufland-Standortes im Ortsteil Großraschütz deutlich. Weniger als 1.000 m² Verkaufsfläche entfallen auf sonstige Standorte, was aufzeigt, dass sich die Nahversorgungsangebote stark auf die Zentrenstruktur konzentrieren.

Zusammen mit dem Bäcker weist der projektierte EDEKA-Supermarkt rd. 2.000 m² Verkaufsfläche auf. Mit dieser Verkaufsflächendimensionierung ist der Anbieter einerseits auf die Nahversorgung des direkten Umfelds ausgerichtet, kann allerdings auch die Bevölkerung im weiteren Stadtgebiet für den Wocheneinkauf ansprechen. Aus diesem Grund sind der LIDL am Radeburger Platz im südlichen Umfeld sowie der Große Supermarkt Kaufland die Hauptwettbewerber für den geplanten Supermarkt.

Die **Nahversorgungslage Radeburger Platz** mit dem **LIDL-Lebensmitteldiscounter** ist lediglich 500 m vom Projektstandort entfernt, so dass Überschneidungen in den fußläufigen Einzugsbereichen bestehen. Der Lebensmitteldiscounter wurde nach Erstellung des Einzelhandelskonzeptes von 822 m² auf 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert und präsentiert sich mit modernem Konzept. Eine kleine Bäckerei auf dem Parkplatz ergänzt den Lebensmittelmarkt. Durch die Lage an der Radeburger Straße ist der Standort insbesondere aus dem östlichen Stadtgebiet sehr gut zu erreichen und kann eine hohe Kundenbindung erzielen.

**Abbildung 11: Lebensmittelmärkte in Großenhain**

LIDL, NVL Radeburger Platz

Kaufland, Ergänzungsstandort Großraschütz

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Am westlichen Stadtrand von Großenhain, an der Staatsstraße 40 (Riesaer Straße) befindet sich der **Ergänzungsstandort Sondergebiet Kaufland/ Großraschütz** in etwa 4 km Entfernung zum Projektstandort.

Das Sondergebiet ist der wichtigste dezentrale Einzelhandelsstandort der Stadt Großenhain. Kernanbieter am Standort ist der Große Supermarkt Kaufland mit rund 3.000 m² Verkaufsfläche, weitere projektrelevante Anbieter sind ein Getränkemarkt, eine Tankstelle sowie eine Bäckerei und eine Fleischerei. Diese Anbieter weisen zusammen ca. 29% der projektrelevanten Verkaufsfläche und ca. 26% des projektrelevanten Umsatzes aus, was die starke Marktstellung des Standorts verdeutlicht Das Sondergebiet ist Träger wichtiger mittelzentraler Versorgungsfunktionen und besitzt eine hohe Anziehungskraft für die autoorientierten Kunden.

Die **Innenstadt (A-Zentrum)** umfasst die historische Altstadt von Großenhain, die vom Altstadtring umschlossen wird. Sie liegt in südlicher Richtung in ca. 500 m Entfernung zum Projektstandort. Den Mittelpunkt des multifunktionalen Stadtzentrums bilden der Hauptmarkt mit dem Rathaus und der sich östlich anschließende Frauenmarkt. Mit der Revitalisierung der Altstadt in der Vergangenheit und Modernisierung bestehender Geschäftsstraßen wurden auch die räumlich-funktionalen Voraussetzungen für moderne Angebotskonzepte geschaffen. Der Hauptfrequenzbereich als funktional geschlossene Einkaufslage konzentriert sich gegenwärtig auf den Hauptmarkt, Frauenmarkt, Dresdner Straße und Teilabschnitte auf den Hauptmarkt zulaufender Straßen und Gassen. Die Innenstadt hält ein vielfältiges Angebot vor, mit Blick auf den geplanten Vollsortimenter sind im A-Zentrum 19 wettbewerbsrelevante Anbieter vorhanden. Neben zahlreichen Lebensmittelhandwerksbetrieben schließt das mehrere Lebensmittelfachgeschäfte sowie den einzigen Drogeriemarkt im Stadtgebiet ein. Diese Betriebe verfügen über einen Anteil von ca. 9% an der projektrelevanten Verkaufsfläche und von ca. 13% am projektrelevanten Gesamtumsatz. Aufgrund der speziellen Sortimentsausrichtung mit ergänzenden Handelsbetrieben anderer Branchen, Dienstleistern und Gastronomen sind die Wettbewerbseffekte mit dem geplanten Vollsortimenter auf geringem Niveau.

**Abbildung 12: Anbieter in der Innenstadt Großenhain**

Kirst & Co. LM-Fachgeschäft, Hauptmarkt

Wein und Spirituosen, Frauenmarkt

Bäckerei, Berliner Straße

Bäcker/Fleischer Frauenmarkt

dm, Frauenmarkt

Feines & Erlesenes, Lindengäßchen

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Das **Nahversorgungszentrum Kleinraschütz** ist im Stadtteil Kleinraschütz gelegen, der sich westlich der Bahnlinie und südlich des peripheren Verlaufs der Bundesstraße B98 befindet. Über die Wildenhainer Straße ist der zentrale Versorgungsbereich in rd. 1,7 km Entfernung fußläufig zu erreichen. Da die Unterführung unter der Bahnlinie nicht mit dem Pkw genutzt werden kann, beträgt die Entfernung rd. 3 km. Das Nahversorgungszentrum übernimmt eingebunden in die umliegende Wohnbebauung fußläufige Nahversorgungs-

funktionen, zielt darüber hinaus jedoch auch auf eine Sicherung der Grundversorgung für das zugehörige Einzugsgebiet westlich der Bahntrasse (Kleinraschütz und Wildenhain) ab. Die besonderen Versorgungsfunktionen des Nahversorgungszentrums erwachsen aus der Lage des Stadtteils, der durch die Barrierewirkung der Bahnlinie eine solitäre Lage bildet. Mit dem Lebensmitteldiscounter Netto mit Bäckerei in der Vorkassenzone sind am Standort zwei wettbewerbsrelevante Anbieter vorhanden.

Das **Nahversorgungszentrum Mülbitz (C-Zentrum)** ist ein stadtteilbezogenes Nahversorgungszentrum und konzentriert als zentraler, wohngebietsintegrierter Standort ohne Anschluss an gesamtstädtische oder regionale Verkehrsachsen die Nahversorgungsfunktionen für den südöstlichen Stadtteil Mülbitz. Das C-Zentrum befindet sich am Kreuzungsbereich von Rostiger Weg, Theodor-Neubauer-Straße und Weßnitzer Straße in etwa 2 km Entfernung zum Projektstandort. Der Kernanbieter des Nahversorgungszentrums ist der Supermarkt EDEKA mit Bäckerei in der Vorkassenzone. Zudem existieren ein Sonderpostenmarkt mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Randsortiment sowie ein Bäcker am Standort. Ergänzende Betriebe der Einzelhandels- und Dienstleistungsagglomeration am Rostigen Weg sind darüber hinaus mehrere kleinteilige Anbieter wie eine Apotheke, ein Eiscafé ein Friseur und eine Poststelle. Die Versorgungsfunktionen des Nahversorgungszentrums konzentrieren sich vorrangig auf den Stadtteil Mülbitz sowie die beiden peripheren Ortsteile Wessnitz und Rostig. Der Vollsortimenter EDEKA erzielt darüber hinaus zum Teil auch eine gesamtstädtische Ausstrahlung, die sicherlich durch den geplanten weiteren EDEKA-Markt im nördlichen Bereich der Stadt begrenzt werden.

**Abbildung 13: Anbieter in der Innenstadt Großenhain**

EDEKA, NVZ Mülbitz

Netto, NVL Kleinraschütz

Netto, NVL Dresdner Straße

ALDI, NVL Am Gerberdamm

nah&gut, NVL Zabeltitz

Getränkemarkt, NVL Zabeltitz

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Südlich der Innenstadt gibt es mit **ALDI** und **Netto Marken-Discount** zwei Lebensmitteldiscounter, die im Einzelhandelskonzept als **Nahversorgungslagen Am Gerberdamm** und **Dresdner Straße** ausgewiesen wurden. Der ALDI-Markt wird kurzfristig durch einen Neubau mit 1.270 m² Verkaufsfläche ersetzt und auch für den Netto-Markt ist ein Ersatzneubau mit Verkaufsflächenerweiterung auf 1.067 m² mit integriertem Bäcker avisiert. Beide Nahversorgungslagen haben gerade nach der Schließung des Penny-Marktes wichtige Versorgungsfunktionen im südlichen Stadtgebiet und sind auch aus den südlichen Ortsteilen und Gemeinden sehr gut über die Dresdner Straße zu erreichen. Bei einer Entfernung von 1,2 km und einer stärkeren

Ausrichtung auf das südliche Stadtgebiet sind die Wettbewerbseffekte mit den beiden Nahversorgungslagen auf begrenztem Niveau.

Der Standort des **nah&gut** befindet sich im peripheren Ortsteil **Zabeltitz**, der bereits ca. 8 km vom Projektstandort in nordwestlicher Richtung entfernt liegt. Der Standort sichert die wohnortnahe Grundversorgung für den Ortsteil, neben dem kleinen Lebensmittelmarkt (ca. 270 m²) ist gegenüberliegend auch ein Getränkemarkt desselben Anbieters vorhanden. Wettbewerbsverflechtungen ergeben sich durch die Ausstrahlung des geplanten Vollsortimenters auch auf Zabeltitz sowie die weiteren nördlichen Ortsteile, diese bleiben jedoch aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtung der Nahversorgungslage Zabeltitz mit einem Grundversorgungsangebot für den täglichen Bedarf gegenüber eines Vollsortimentsangebots auf begrenztem Niveau.

Unter der Standortkategorie der **sonstigen Anbieter** sind insgesamt weitere 19 projektrelevante Anbieter zusammengefasst, die sich in Solitär- und Streulagen befinden. Darunter fallen 12 Lebensmittelhandwerksbetriebe, zwei Getränkemärkte, zwei Lebensmittel-Fachgeschäfte und drei Tankstellen. Aufgrund der Entfernung oder anderen Sortimentsausrichtung stehen diese Anbieter jedoch nur geringfügig im Wettbewerb.

**Fazit zur Angebotsstruktur:**

- Insgesamt 56 projektrelevante Anbieter verfügen über ca. 12.150 m² Einzelhandelsverkaufsfläche und binden einen Gesamtumsatz von rd. 54,3 Mio. € im Untersuchungsgebiet.
- Die wettbewerbsrelevante Angebotsstruktur durch Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet wird aktuell durch den Kaufland-Verbrauchermarkt sowie zwei Supermärkte und vier Discounter geprägt.
- Seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes existiert nicht mehr der Penny-Markt an der Parkstraße in Großenhain, dafür wurde der LIDL-Markt um knapp 200 m² Verkaufsfläche erweitert. Zudem besteht für die geplante Erweiterung des ALDI-Marktes ein vorhabenbezogener Bebauungsplan, so dass der Ersatzneubau kurzfristig umgesetzt werden kann.
- Als Hauptwettbewerber für den geplanten Vollsortimenter im nördlichen Stadtgebiet sind der nur 500 m entfernte LIDL der Nahversorgungslage Radeburger Platz sowie der Große Supermarkt Kaufland am Ergänzungsstandort Kaufland / Großraschütz zu bewerten.

# 7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet

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

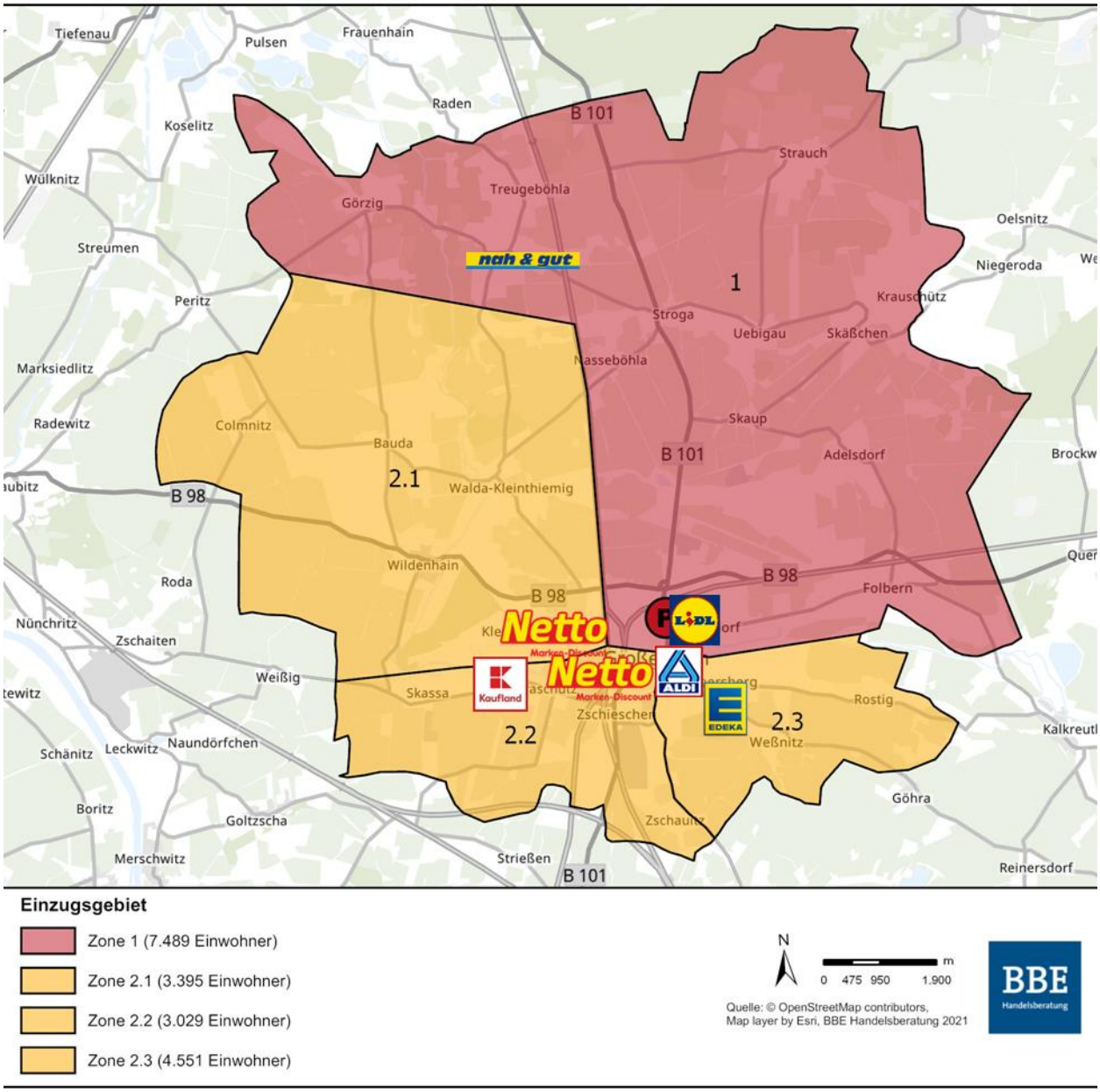
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität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

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes orientiert sich an der Abgrenzung der Nahversorgungsbereiche im Einzelhandelskonzept der Stadt Großenhain[13], da sich die grundlegenden Strukturen in Großenhain und den umliegenden Gemeinden nicht verändert haben. Zudem werden Barrierewirkungen und die Wettbewerbssituation in die Abgrenzung der Einzugsgebietszonen einbezogen.

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst den nördlichen Nahversorgungsbereich aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Großenhain und zusätzlich den Ortsteil Adelsdorf der Gemeinde Lampertswalde. Westlich wird dieser von der Bahnlinie, südlich von der Innenstadt, östlich vom Stadtgebiet Großenhain mit dem zusätzlichen Ortsteil Adelsdorf sowie nördlich ebenfalls vom Stadtgebiet begrenzt. In diesem Bereich gibt es aktuell mit nah&gut in Zabeltitz und LIDL zwei Lebensmittelmärkte, so dass die höchste Kundenbindung aus diesem Bereich zu erwarten ist.
- Direkt westlich des Bahndamms grenzt das **erweiterte Einzugsgebiet 2.1** an, zu dem die westlichen und nordwestlichen Ortsteile von Großenhain gehören. Derzeit gibt es nur einen Netto-Markt in Kleinraschütz im nordwestlichen Nahversorgungsbereich von Großenhain, weshalb ebenfalls mit einer wesentlichen Kundenbindung aus dieser Einzugsgebietszone zu rechnen ist.
- Der südliche Nahversorgungsbereich des Einzelhandelskonzeptes wird durch das Vorhandensein des EDEKA-Marktes in Mülbitz geteilt. So umfasst das **erweiterte Einzugsgebiet 2.2** die Siedlungsgebiete von Großenhain westlich der Dresdner Straße und südlich des Röderneugrabens.
- Im Vergleich zur Zone 2.2 wird die Kundenbindung im **erweiterten Einzugsgebiet 2.3** mit einem weiteren EDEKA-Markt deutlich abnehmen. Zur Zone 2.3 gehört der Bereich östlich der Dresdner Straße südlich des Röderneugrabens.

[13] Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014 (Fassung vom Januar 2016), S. 25

**Karte 5: Einzugsgebiet des geplanten Vollsortimenters in der Stadt Großenhain**




Insgesamt leben im Einzugsgebiet 18.332 Einwohner, davon entfallen auf das Kerneinzugsgebiet rd. 7.400 Einwohner, auf das erweiterte Einzugsgebiet 2.1 rd. 3.400 Einwohner, auf das erweiterte Einzugsgebiet 2.2 rd. 3.000 Einwohner und auf das erweiterte Einzugsgebiet 2.3 rd. 4.500 Einwohner.

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Das sortimentsspezifische Kaufkraftniveau für die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf liegt unter dem Bundesdurchschnitt. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

**Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet und im Stadtgebiet Großenhain**

| Einzugsgebiet | Kerneinzugs-gebiet | erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1 | erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2 | erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.3 | Einzugsgebiet gesamt | davon Stadt Großenhain |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Bevölkerungspotenzial | 7.436 | 3.371 | 3.007 | 4.519 | **18.332** | **18.100** |
| sortimentsspezifische Kaufkraft | 87,7 | 87,7 | 87,7 | 87,7 | **87,7** | 87,7 |
| Ausgaben pro Kopf Lebensmittel | 2.207 € | 2.207 € | 2.207 € | 2.207 € | **2.207 €** | **2.207 €** |
| sortimentsspezifische Kaufkraft | 85,6 | 85,6 | 85,6 | 85,6 | **85,6** | 85,6 |
| Ausgaben pro Kopf Drogerie | 304 € | 304 € | 304 € | 304 € | **304 €** | **304 €** |
| sortimentsspezifische Kaufkraft | 86,7 | 86,7 | 86,7 | 86,7 | **86,7** | 86,7 |
| Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf | 49 € | 49 € | 49 € | 49 € | **49 €** | **49 €** |
| | **in T€** | **in T€** | **in T€** | **in T€** | **in T€** | **in T€** |
| **Nachfragepotential** | | | | | | |
| Lebensmittel | 16.407 | 7.438 | 6.636 | 9.970 | **40.451** | **39.939** |
| Drogerie | 2.260 | 1.024 | 914 | 1.373 | **5.571** | **5.501** |
| Heimtierbedarf | 368 | 167 | 149 | 223 | **906** | **895** |
| **gesamt** | **19.034** | **8.629** | **7.699** | **11.567** | **46.929** | **46.335** |

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsausgaben

Auf die, gemessen am Niveau von Sachsen, unterdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Großenhain wurde bereits verwiesen. Diese drückt sich selbst bei den sortimentsspezifischen Kaufkraftziffern für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtiernahrung im Einzugsgebiet aus.

In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial von insgesamt ca. 46,9 Mio. € für die Kernsortimente eines Lebensmittelmarktes im Einzugsgebiet. Bezogen auf das Stadtgebiet Großenhain ergibt sich ein Potenzial von 46,3 Mio. €. **Im Vergleich zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2014 ist das Nachfragepotenzial von 43,1 Mio. € um 3,2 Mio. € bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten gestiegen.** Ursächlich hierfür sind die in den letzten Jahren stark gestiegenen Verbrauchsausgaben bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (siehe Abschnitt 2). Zudem war die Bevölkerungsentwicklung in Großenhain weniger negativ als es die damaligen Prognosen angenommen haben, wie im Abschnitt 4 deutlich wurde.

In der Differenzierung nach den Zonen des Einzugsgebietes entfallen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente ca. 19 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet, ca. 8,6 Mio. € auf das erweiterte Einzugsgebiet 2.1, ca. 7,7 Mio. € auf Zone 2.2 und ca. 11,6 Mio. € auf Zone 2.3.

In der Warengruppendifferenzierung gibt es ein Potenzial bei Lebensmitteln von ca. 40,5 Mio. €, bei Drogeriewaren von ca. 5,6 Mio. € und beim Heimtierbedarf von ca. 0,9 Mio. €.

Zur Bewertung des Besatzes in Großenhain werden die Umsätze der vorhandenen Angebotsstrukturen dem vorhandenen Marktpotenzial gegenübergestellt. Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten. Bezogen auf das Nachfragepotenzial im *Stadtgebiet von Großenhain* errechnet sich für die Angebotsstrukturen eine Bindungsquote von 107,4%, die demnach mit 3,4 Mio. € über der saldierten Bedarfsdeckung bleibt. Unter Einbeziehung der Nachfragepotenziale in Adelsdorf beträgt die Bindungsquote im *gesamten Einzugsgebiet* ca. 106,1%, so dass sich ein saldierter Zufluss von 2,8 Mio. € ergibt.

**Tabelle 6: Nachfragebindung im Stadtgebiet Großenhain und im gesamten Einzugsgebiet**

| | Nachfrage-potenzial Einzugsgebiet | Nachfrage-potenzial Stadtgebiet | Umsatz Angebots-strukturen | Kaufkraft-bindung Einzugsgebiet | Kaufkraft-bindung Stadtgebiet | Saldo Einzugsgebiet | Saldo Stadtgebiet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | in T€ | in T€ | in T€ | in % | in % | in T€ | in T€ |
| Lebensmittel | 40.451 | 39.939 | 43.270 | 107,0% | 108,3% | 2.819 | 3.331 |
| Drogerie | 5.571 | 5.501 | 5.690 | 102,1% | 103,4% | 119 | 189 |
| Heimtierbedarf | 906 | 895 | 810 | 89,4% | 90,5% | - 96 | - 85 |
| **Gesamt** | **46.929** | **46.335** | **49.770** | **106,1%** | **107,4%** | **2.841** | **3.435** |

Quelle: BBE-Erhebung 2021

**Im Vergleich zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Großenhain 2014 befindet sich die Bindungsquote damit trotz Schließung des Penny-Marktes und einem Nachfrageanstieg von 3,2 Mio. € im Stadtgebiet auf vergleichbarem Niveau. So betrugen die saldierten Zuflüsse im Einzelhandelskonzept 2,4 Mio. €. Dies verdeutlicht, dass die bestehenden Betriebe vom gestiegenen nahversorgungsrelevanten Nachfragepotenzial profitieren konnten, was deren Wettbewerbsfähigkeit gestärkt hat.**

In der folgenden Tabellen wird mit dem Kerneinzugsgebiet der nördliche Nahversorgungsbereich des Einzelhandelskonzeptes herangezogen, dem der Nahversorgungsstandort auf dem ehemaligen Kasernengelände zugeordnet ist. Hieraus wird deutlich, dass nur 41,5% der Kaufkraft im nördlichen Nahversorgungsbereich gebunden werden können. Die dortigen Entwicklungspotenziale von 11,1 Mio. € werden derzeit von anderen Wettbewerbsstandorten im Stadtgebiet gebunden, eine partielle Umlenkung durch den geplanten Vollsortimenter würde die Nahversorgung im nördlichen Stadtgebiet verbessern.

**Tabelle 7: Nachfragebindung im maßgeblichen Kerneinzugsgebiet**

| | Nachfrage-potenzial Kerneinzugs-gebiet | Umsatz Angebots-strukturen | Kaufkraft-bindung Kerneinzugs-gebiet | Saldo Kerneinzugs-gebiet |
|---|---|---|---|---|
| | in T€ | in T€ | in % | in T€ |
| Lebensmittel | 16.407 | 7.250 | 44,2% | - 9.157 |
| Drogerie | 2.260 | 580 | 25,7% | - 1.680 |
| Heimtierbedarf | 368 | 60 | 16,3% | - 308 |
| **Gesamt** | **19.034** | **7.890** | **41,5%** | **- 11.144** |

Quelle: BBE-Erhebung 2021

# 8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

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

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

## 8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Für die angestrebte Neuansiedlung ist ein B-Planverfahren erforderlich, so dass das Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen ist.

In § 11 Abs. 3 heißt es:

„*1. Einkaufszentren,*

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

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

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

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

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.[14]
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.

Der Lebensmittelmarkt überschreitet mit der geplanten Verkaufsflächendimensionierung zweifellos die Schwelle zur Großflächigkeit, inwieweit jedoch städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, wird in Abschnitt 9 geprüft.

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

## 8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen 2013

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

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

Der Landesentwicklungsplan Sachsen (LEP 2013) aus dem Jahr 2013 trifft im Kapitel 2 „Regional-, Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung“ unter Punkt 2.3.2. „Handel“ entsprechende Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit den Zielen 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.7 sowie dem Grundsatz 2.3.2.6. Im Hinblick auf die Erweiterungsvorhaben sind insbesondere folgende Aspekte von Bedeutung:

*Z 2.3.2.1 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichnenden großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Factory-Outlet-Centern ist nur in Oberzentren zulässig.*

*Z 2.3.2.3 Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.*

*Z 2.3.2.4 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.*

*Z 2.3.2.5 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substanziell beeinträchtigen.*

*G 2.3.2.6 Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.*

## 8.3. Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain (Fortschreibung 2014)

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Fassung vom 04.08.2014 wurde durch den Stadtrat der Großen Kreisstadt Großenhain am 28.01.2015 beschlossen, ausgenommen jedoch die Ausweisung einer zusätzlichen Nahversorgungslage am Kreuzungsbereich Radeburger Straße / Martin-Scheunemann-Straße. Alternativ wurde die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit 1.600 m² Verkaufsfläche am Projektstandort Remonteplatz geprüft und städtebaulich positiv bewertet. Folglich wurde der Standort als potenzielle Nahversorgungslage nördliche Kernstadt in die Zentrenstruktur (siehe Abschnitt 4) in der vorliegenden Fassung des Einzelhandelskonzeptes vom 01.01.2016 eingeordnet.

Die Nahversorgungslagen übernehmen gemäß dem Einzelhandelskonzept eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen und zielen auf eine möglichst flächendeckende wohnungsnahe oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbaren, wohnortnahen Grundversorgung ab. Im Einzelhandelskonzept werden die Nahversorgungslagen wie folgt definiert:

- *Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), i.d.R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).*
- *Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen (A- bis C-Zentren). Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.*
- *Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung*."[15]

Der Handlungsleitfaden zur Umsetzung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Großenhain konkretisiert mit der Leitlinie 3 die städtebaulichen Zielvorstellungen für Integrierte Nahversorgungslagen sowie deren Ergänzung und Weiterentwicklung.

**„Leitlinie 3 – Integrierte Nahversorgungslagen:**

**Die zentralen Nahversorgungslagen ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Stadtgebiet. Deren Angebotsstrukturen sind vorrangig auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten.**

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung. Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Großenhain wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Nahversorgungslagen sind begrenzt auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt lediglich durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich. Eine Ergänzung und Weiterentwicklung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich wenn diese: Eigenständige Nahversorgungsfunktionen innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen, eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen, eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes) und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer zentraler Nahversorgungslagen in Großenhain führen."[16]

[15] Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014, S. 35f.

[16] Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014, S. 66.

# 9. Auswirkungsanalyse

## 9.1. Umsatzprognose

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

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

Wie bereits erläutert, soll im Zuge der Ansiedlung des Lebensmittelmarktes der Verkaufsraum des Lebensmittelmarktes eine Fläche von 1.820 m² zzgl. 50 m² für den Windfang und 186 m² für ein Bäckereicafé aufweisen. Beim Bäcker entfallen rd. 40 m² auf die Einzelhandelsverkaufsfläche, die für den Einzelhandel umsatzrelevant sind.

**Tabelle 8: Umsatzprognose der geplanten Ansiedlung des Vollsortimenters**

| Planvorhaben | Verkaufsfläche | Flächen-produktivität | Umsatz-erwartung |
|---|---|---|---|
| | in m² | €/m² | in T€ |
| EDEKA-Supermarkt - Verkaufsraum | 1.820 | 4.100 | 7.500 |
| Windfang | 50 | | |
| Bäcker | 186 | | |
| davon Einzelhandelsverkaufsfläche | 40 | 8.000 | 300 |
| davon Cafébereich | 146 | | |
| **Gesamt** | **2.056** | | **7.800** |

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Für das Vorhaben ist in einem Worst-Case-Szenario mit einem Gesamtumsatz von ca. 7,8 Mio. € zu rechnen. Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation mit einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des EDEKA-Marktes und einer sehr niedrigen Kaufkraft, die sich bei Vollsortimentern besonders negativ auswirkt, wird auch in einem „Worst-Case-Szenario“ von einer unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität für den Vollsortimenter EDEKA von 4.100 €/m² ausgegangen[17]. Insgesamt 7,5 Mio. € des Umsatzes resultieren damit aus dem geplanten Vollsortimenter.

[17] Die durchschnittliche Flächenproduktivität von EDEKA-Märkten beträgt 4.460 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 3.749 Märkte der Firma EDEKA ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 1.243 m² (Quelle bulwiengesa / TradeDimensions, Stand 31.12.2018).

Für den Bäcker wird mit einem Umsatz von rd. 300 T€ gerechnet, was einen typischen Wert für einen Bäcker in einem Vollsortimenter darstellt, so dass sich ein maximaler Gesamtumsatz von 7,8 Mio. € für das Vorhaben ergibt.

Die errechneten Kundenbindungen gehen von einem modernen Marktauftritt in einer neuen Immobilie aus, die in der erwarteten Bindungsquote dokumentiert sind.

**Tabelle 9: Umsatzbindung der geplanten Ansiedlung des Vollsortimenters**

| Kundenherkunft | Kaufkraftvolumen Food + Nonfood I | Bindungsquote | Umsatzerwartung |
|---|---|---|---|
| | in T€ | in % | in T€ |
| **Potenzial Einzugsgebiet** | | | |
| Kerneinzugsgebiet | 19.034 | 19% | 3.600 |
| erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1 | 8.629 | 8% | 700 |
| erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2 | 7.699 | 6% | 500 |
| erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.3 | 11.567 | 4% | 500 |
| **Umsatz Lebensmittel + Nonfood I gesamt** | **46.929** | **11%** | **5.300** |
| Streuumsätze aus Mittelbereich + Ämter im Umfeld | | 25% | **2.000** |
| Umsatzerwartung Nonfood II | | | **500** |
| **Umsatzerwartung gesamt** | | | **7.800** |

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Von dem im Kerneinzugsgebiet im nahversorgungsrelevanten Bereich verfügbaren Kaufkraftpotenzial (ca. 19 Mio. €) wird der neue Lebensmittelmarkt mit Bäcker ca. 19% binden können, so dass sich ein erwarteter Umsatz von ca. 3,6 Mio. € aus dem Kerneinzugsgebiet ergibt. Rd. 68% des Umsatzes für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet entfallen somit auf den im Einzelhandelskonzept definierten nördlichen Nahversorgungsbereich. In der Zone 2.1 nimmt die Kundenbindung aufgrund der Barrierewirkung der Bahnlinie ab, da allerdings nur ein Netto-Markt in diesem Bereich existiert, ist mit einer Kundenbindung von 8% zum geplanten Vollsortimenter zu rechnen, woraus ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € resultiert. In den erweiterten Einzugsgebietszonen 2.2 und 2.3 ist die Entfernung zum Projektstandort größer und auch die Anzahl der Wettbewerbsbetriebe, welche die dortige Bevölkerung stärker anziehen, höher. Insofern ist mit einer Kundenbindung von 6% in der Zone 2.2 und 4% in der Zone 2.3 zu rechnen. Insbesondere der weitere EDEKA-Markt in der Zone 2.3 wird die Kundenbindung zum Projektvorhaben reduzieren.

Weiterhin sind mit einem modernen Vollsortimenter durch die Anziehungskraft der Stadt Großenhain auf den Mittelbereich in Verbindung mit der Lage an der B101 sowie Nähe zur B98 des Standorts und mehrere Ämter im direkten Standortumfeld Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten. Außerdem ist die zu erwartende Wettbewerbsbeziehung mit dem Kaufland und dessen regionale Ausstrahlung zu beachten. So ist nach gutachterlicher Einschätzung mit einem Umsatzanteil von 25% von außerhalb des Einzugsgebietes zu rechnen, woraus sich ein Umsatz von 2 Mio. € ergibt.

Die Umsätze in den Non-Food II-Sortimenten bleiben bei dem EDEKA-Markt mit rd. 500 T€ gering, was einem Umsatzanteil von ca. 6% für den Lebensmittelmarkt entspricht.

## 9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz bei Ansiedlung des Lebensmittelmarktes prognostiziert. Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnungsnahe Versorgung zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle auf der folgenden Seite sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte auf die Standorte modelltheoretisch berechnet. Ergänzend werden die Umsatzentwicklungen der letzten Jahre berücksichtigt, um die Vergleichbarkeit und Nachvollziehbarkeit der Nahversorgungsentwicklung seit Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes zu gewährleisten. Dargestellt sind:

- Die Umsatzeinschätzung der Standorte zum Zeitpunkt des Einzelhandelskonzeptes 2014.
- Die Umsatzeinschätzung für das Jahr 2021, welche die positive Entwicklung der Nachfragesituation in den letzten Jahren, aber auch die Standortentwicklungen von LIDL und ALDI sowie die Schließung von Penny berücksichtigt.
- Die Umsatzumverteilung durch das aktuelle EDEKA-Planvorhaben bezogen auf die Umsatzeinschätzung im Jahr 2021.
- Die Entwicklung des Umsatzes der Standorte seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes unter Berücksichtigung des EDEKA-Vorhabens.

Die Umsatzherkunft des EDEKA-Vorhabens resultiert aus:

- den Umverteilungen gegenüber den weiteren Standorten,
- der zusätzlichen Bindung von Streuumsätzen,
- sowie aus Nonfood II-Umsätzen.

Die **Umlenkungen** werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so sind beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten mitberücksichtigt.

In Bezug zu den **Streuumsätzen** ist mit einem modernen Vollsortimenter, der Lage an der B101 und Nähe zur B98 zu erwarten, dass zusätzliche Kaufkraft aus dem weiteren Mittelbereich sowie durch Mitarbeiter und Gäste der Ämter generiert werden können. Wie bereits in der Umsatzprognose in Abschnitt 9.1 deutlich wurde, ist hierbei ein Umsatzanteil von 25% zu erwarten, welcher Wettbewerbseffekte mit der regionalen Kundenbindung von Bestandsanbietern (Kaufland) aber auch eine zusätzliche Nachfragebindung / Kundenorientierung einschließt.

Mit der zusätzlichen regionalen Ausstrahlung (Streuumsätze) erhöht sich die Bindungsquote des Großenhainer Einzelhandels bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten, wie bereits im Einzelhandelskonzept 2014 prognostiziert, auf 110%. Dies stellt für ein Mittelzentrum mit Versorgungsfunktionen für den Mittelbereich eine legitime Erschließung des Nachfragepotenzials dar. Aufgrund der diffusen Zuflüsse sind einzelbetriebliche Auswirkungen in anderen Gemeinden auszuschließen.

Bei den **Non-Food II-Sortimenten** wird ein Umsatz von 0,5 Mio. € erzielt. Deren Umsatzherkunft aus Umverteilungseffekten gegenüber den maßgeblichen Wettbewerbsstandorten ist grundsätzlich mit den projektrelevanten Kernsortimenten vergleichbar. Dieser verteilt sich jedoch auf eine große Anzahl von Sortimenten und Anbietern, weshalb eine Aufgliederung auf einzelne Standorte modelltheoretisch nicht nachweisbar ist.

**Tabelle 10: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den geplanten Vollsortimenter**

| Lage | Umsatzeinschätzung EHK 2014 Food & Nonfood I | Umsatzeinschätzung 2021 Food & Nonfood I | Umsatzumverteilung durch EDEKA | | Umsatzentwicklung seit Erstellung EHK 2014 |
|---|---|---|---|---|---|
| | in Mio. € | in Mio. € | in % | in Mio. € | in Mio. € |
| **Umverteilung innerhalb des Einzugsgebietes** | | | | | |
| A-Zentrum Innenstadt | 6,3 | 7,2 | 6,0% | 0,43 | +0,50 |
| Nahversorgungszentrum Kleinraschütz | 2,8 | 3,3 | 13,0% | 0,43 | +0,08 |
| Nahversorgungszentrum Mülbitz | 5,0 | 5,9 | 13,0% | 0,76 | +0,12 |
| Nahversorgungslage Radeburger Platz | 3,6 | 4,6 | 17,0% | 0,78 | +0,22 |
| Nahversorgungslage Dresdner Straße | 2,8 | 3,6 | 12,0% | 0,43 | +0,32 |
| Nahversorgungslage Am Gerberdamm | 3,2 | 4,8 | 12,0% | 0,57 | +1,01 |
| Ergänzungsstandort Kaufland / Großraschütz | 11,2 | 12,6 | 18,0% | 2,27 | -0,91 |
| Nahversorgungslage Zabeltitz | 1,1 | 1,2 | 8,0% | 0,10 | +0,01 |
| Sonstige | 7,2 | 6,7 | 5,0% | 0,33 | -0,88 |
| **Umsatzumverteilung** | | | | **6,10** | **+0,47** |
| **zusätzliche Streuumsätze aus Mittelbereich + Ämter im Umfeld = entspricht Steigerung der Bindungsquote von Großenhain wie im Einzelhandelskonzept auf 110%** | | | | **1,20** | |
| Umsatz Nonfood II-Sortimente | | | | **0,50** | |
| **Umsatzerwartung Vorhaben gesamt** | | | | **7,80** | |

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Bezogen auf die Umsatzentwicklung der Bestandsstandorte seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wird deutlich, dass abseits der sonstigen Lagen alle Standorte von der positiven Nachfrageentwicklung und der Schließung des Penny-Marktes profitieren konnten. So ergibt sich über alle Standorte ein Umsatzzuwachs von rd. 6,6 Mio. € im Vergleich zum Jahr 2014. Durch den geplanten Vollsortimenter EDEKA wird eine Umsatzumverteilung von 6,1 Mio. € erwartet, so dass die Umsatzgewinne der letzten Jahre in den Bestandsstrukturen weitgehend abschmelzen. Über alle Wettbewerbsstandorte errechnet sich noch ein Umsatzzuwachs von knapp 0,5 Mio. €, der allerdings in der Standortdifferenzierung sehr unterschiedlich ist.

Die nahversorgungsrelevanten Anbieter der **Innenstadt** konnten vom Nachfrageanstieg in den letzten Jahren mit rd. 0,9 Mio. € zusätzlichem Umsatz profitieren, so dass sich der Besatz in den letzten Jahren stabil zeigt. Der geplante Vollsortimenter steht dabei zunächst mit den weiteren Lebensmittelmärkten im Wettbewerb, weshalb die Umsatzumverteilungen für die Anbieter des A-Zentrums Innenstadt mit einer Umverteilungsquote von 6% auf geringem Niveau bleiben. Mit einer Umsatzentwicklung von +0,5 Mio. € seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2014 ist auch weiterhin eine Wettbewerbsfähigkeit der Anbieter gegeben.

Das **Nahversorgungszentrum Kleinraschütz** liegt im nordwestlichen Nahversorgungsbereich von Großenhain in dem sich mit Netto Marken-Discount ein Lebensmittelmarkt befindet. Mit einem zusätzlichen attraktiven Vollsortimenter im nördlichen Stadtbereich ist davon auszugehen, dass auch Teile der Bevölkerung in diesem Bereich stärker vom Vollsortimenter EDEKA angesprochen werden. Wie auch die Innenstadt konnte der Standort ebenfalls von der positiven Nachfrageentwicklung profitieren, so dass auch bei einer Umverteilungsquote von 13% und einem Umsatzrückgang von rd. 0,4 Mio. € durch den geplanten Vollsortimenter EDEKA seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes ein leichtes Umsatzplus von knapp 0,1 Mio. € verbleibt. Städtebaulich negative Auswirkungen sind damit auszuschließen.

EDEKA-Zielkunden haben bisher den Markt im **Nahversorgungszentrum Mülbitz** aufgesucht. Mit einem zweiten, attraktiveren Markt von EDEKA sind Kannibalisierungseffekte der beiden EDEKA-Märkte zu erwarten. So ist zwar aus dem erweiterten Einzugsgebiet Zone 2.3 für das Planvorhaben nur mit einer geringen Kundenbindung durch den vorhandenen EDEKA-Markt im Ortsteil zu erwarten, allerdings werden bisherige EDEKA-Zielkunden stärker den neuen Markt aufsuchen. Deshalb ist bei einer Umsatzumverteilungsquote von 13% von einem Umsatzrückgang von 0,76 Mio. € durch das Planvorhaben auszugehen. In der Betrachtung der Umsatzentwicklung seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes ist auch hier ein weitgehendes Aufzehren des Umsatzzuwachses zu verzeichnen, es verbleibt nur ein geringer positiver Saldo von maximal 0,1 Mio. €. Ein darüber hinausgehender Rückgang wird aber ausgeschlossen, weshalb existenzielle Wirkungen nicht abgeleitet werden können.

Die **Nahversorgungslage Radeburger Platz** konnte einerseits vom Potenzialwachstum profitieren und andererseits von der Verkaufsflächenerweiterung auf 1.000 m². Somit ergibt sich ein Umsatzzuwachs von rd. 1,0 Mio. € seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes. Da allerdings der LIDL-Markt nur 400 m vom Projektstandort entfernt liegt und als Lebensmittelmarkt vergleichbare Zielgruppen anspricht, ist mit einer Umverteilungsquote von 17% zu rechnen, so dass rd. 0,8 Mio. € durch den geplanten EDEKA-Markt am Standort umverteilt werden. Insgesamt ergibt sich seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes ein Umsatzzuwachs von 0,2 Mio. €, was auch weiterhin eine hohe Wettbewerbsfähigkeit am Standort aufzeigt.

Die beiden Märkte von Netto und ALDI (Verkaufsflächenerweiterung einbezogen) in den **Nahversorgungslagen Dresdner Straße** und **Am Gerberdamm** konnten im besonderen Maße von der Schließung des Penny-Marktes im südlichen Stadtgebiet profitieren, da diese ebenfalls zunächst Versorgungsfunktionen für das südliche Stadtgebiet aufweisen. Neben dem ALDI-Markt ist auch für den Netto-Markt eine Erweiterung geplant. Somit können städtebauliche Auswirkungen durch den geplanten Vollsortimenter ausgeschlossen werden. So ist für die beiden Märkte ein Umsatzzuwachs seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes von 0,3 Mio. € bzw. 1,0 Mio. € zu erwarten.

Mit knapp 3.000 m² Verkaufsfläche kann der Große Supermarkt **Kaufland** am **Ergänzungsstandort Großraschütz** in besonderem Maße Kunden für den Wocheneinkauf ansprechen. Der Standort befindet sich am westlichen Stadtrand und wird von einem Getränkemarkt, einem Bäcker, einem Fleischer und einem Tabak-

laden/Zeitschriftengeschäft im kurzfristigen Bedarfsbereich ergänzt. Mit dieser Ausrichtung auf den Wocheneinkauf steht der Standort in besonderem Maße im Wettbewerb mit dem geplanten Vollsortimenter, weshalb mit 19% die höchste Umverteilungsquote für diesen Standort zu prognostizieren ist. Durch den geplanten EDEKA-Markt ergibt sich damit ein Umsatzrückgang von rd. 2,3 Mio. €. Der Kaufland-Anbieter konnte zwar auch von der positiven Nachfrageentwicklung profitieren, allerdings ergibt sich seit Erstellung des Einzelhandelskonzepts bei Realisierung des neuen EDEKA-Marktes ein Umsatzverlust von 0,9 Mio. €. Eine Schließung des bisher dominanten Standorts ist nicht zwingend zu erwarten, ungeachtet der hohen Wettbewerbseffekte verbleibt eine noch wirtschaftlich tragfähige Umsatzgröße. Der Standort bleibt der umsatzstärkste Angebotsstandort im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich.

Die **Nahversorgungslage Zabeltitz** ist vor allem auf die Einwohner des Ortsteils Zabeltitz sowie angrenzender kleinerer Ortsteile ausgerichtet. Bei einer Entfernung zum Projektstandort von rd. 8 km und die Ausrichtung auf den Grundbedarf bleiben die Umverteilungen mit 8% auf einem vergleichsweise geringeren Niveau. In Verbindung mit dem Potenzialwachstum ergibt sich seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes eine gleichbleibende Umsatzentwicklung.

In **sonstigen Lagen** befinden sich 12 Lebensmittelhandwerksbetriebe, zwei Getränkemärkte, zwei Lebensmittel-Fachgeschäfte und drei Tankstellen. Aufgrund der Entfernung oder anderen Sortimentsausrichtung stehen diese Anbieter jedoch nur geringfügig im Wettbewerb, weshalb die Umverteilungsquote mit 5% auf einem geringen Niveau bleibt. Vorhabeninduzierte Schließungen der Betriebe sind somit nicht abzuleiten.

## 9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelskonzept der Stadt Großenhain

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

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

**Eigenständige, funktional abgestimmte Versorgungsfunktionen des Vorhabenstandortes innerhalb der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Großenhain - Städtebauliche Atypik des Projektvorhabens als großflächiger Nahversorger**

- Die Eigenständigkeit der Nahversorgung des geplanten Vollsortimenters entspricht einer städtebaulich atypischen Situation:
  - Das Sortiment des geplanten Vollsortimenters ist fast ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet, da der Anteil der Nonfood II-Umsätze deutlich unter 10% liegen wird.
  - Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage nördlich der Innenstadt. Im westlichen und südlichen Standortumfeld sind vor allem Wohnnutzungen vorhanden. So leben im 500 m-Radius rd. 3.500 Einwohner, in einer Gehzeit von 10 Minuten können 3.800 Einwohner den geplanten Vollsortimenter erreichen, so dass der Standort über umfassende wohnungsnahe Versorgungsfunktionen im nördlichen Stadtgebiet verfügt.
  - Mit einem geplanten Verkaufsraum des Supermarkts von 1.820 m² und der gut erreichbaren Lage im nördlichen Bereich der Kernstadt kann der Standort weiterhin Versorgungsfunktionen als Vollsortimenter für die Kernstadt und die weiteren Ortsteile von Großenhain übernehmen und zusätzlich die Einwohner im Mittelbereich sowie Mitarbeiter und Gäste der umliegenden Ämter als Kunden ansprechen.
  - Die Bushaltestelle „Hohe Straße“ südöstlich des Marktes stellt eine gute Anbindung an den ÖPNV sicher.
  - Die eigenständigen Nahversorgungsfunktionen des Projektstandortes führten letztlich zur Einbindung als Nahversorgungslage innerhalb der städtebaulich gewünschten Zentren- und Standortstruktur der Stadt Großenhain.

**Umsatzverluste gegenüber zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten bleiben ohne städtebauliche Relevanz**

- Im Stadtgebiet von Großenhain sind drei zentrale Versorgungsbereiche vorhanden. Die Innenstadt von Großenhain ist als Hauptzentrum (A-Zentrum) Schwerpunkt der mittelzentralen Versorgungsstruktur und besitzt eine gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung. Die wettbewerbsrelevante Angebotsstruktur setzt sich insbesondere aus Lebensmittelfachgeschäften und -handwerksbetrieben sowie dem einzigen Drogeriemarkt der Stadt zusammen. Die errechneten Umverteilungseffekte von ca. 0,4 Mio. € betreffen die in der Innenstadt vorhandenen projektrelevanten Anbieter zwar in unterschiedlicher Stärke, gliedern sich jedoch in jedem Fall auf mehrere Anbieter auf und lassen weder auf einzelbetrieblicher Ebene relevante Folgewirkungen, noch für den zentralen Versorgungsbereich

insgesamt städtebaulich negative Effekte erwarten, insbesondere nach dem Potenzialwachstums der letzten Jahre.

- Darüber hinaus sind zwei Nahversorgungszentren vorhanden, die wichtige ergänzende Grundversorgungsfunktionen für ihren jeweiligen Stadtteil übernehmen. Gegenüber den projektrelevanten Anbietern des Nahversorgungszentrums Mülbitz (C-Zentrum) ergeben sich bei einer Umverteilungsquote von 13% Umsatzverluste von knapp 0,8 Mio. €, welche vor allem auf die Kannibalisierungseffekte zwischen den beiden EDEKA-Märkten zurückzuführen sind. Im solitär gelegenen Stadtteil Kleinraschütz befindet sich das Nahversorgungszentrum Kleinraschütz (C-Zentrum), für das von dem Planvorhaben Umsatzverluste in Höhe von ca. 0,4 Mio. € abzuleiten sind. Für beide Standorte ist zu konstatieren, dass die zweifellos ausgeprägten Wettbewerbseffekte letztlich die positive Umsatzentwicklung der letzten Jahre aufzehrt und zukünftig eine Kunden- / Umsatzbindung vergleichbar der Situation zum Zeitpunkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abzusehen ist.
- Die weiteren Nahversorgungslagen im Stadtgebiet sind ebenfalls von der geplanten Ansiedlung des Vollsortimenters betroffen. Auch deren positive Umsatzentwicklung der vergangen Jahre wird nach Ansiedlung des neuen EDEKA-Marktes zum hohen Anteil aufgezehrt, die zukünftige Umsatzbindung dieser Nahversorgungslagen wird aber noch leicht über dem Niveau zum Zeitpunkt des Einzelhandelskonzeptes liegen. Für die Nahversorgungslage Am Gerberdamm ist sogar von einem spürbaren Umsatzanstieg durch den bevorstehenden Ersatzneubau auszugehen, es werden aber voraussichtlich die geplanten Zielumsätze nicht vollumfänglich erreicht.
  Eine Gefährdung von Nahversorgungslagen ist in diesem Kontext auszuschließen.
- Aufgrund einer vergleichbaren Ausrichtung auf den Groß- und Wocheneinkauf sowie auf eine ergänzende regionale Kundenbindung entfallen die stärksten Umverteilungen mit einer Quote von 19% auf den Großen Supermarkt Kaufland am Ergänzungsstandort Kaufland / Großraschütz. Auch dieser Standort konnte von der Potenzialentwicklung in den letzten Jahren in Großenhain spürbar profitieren, allerdings liegen die erwarteten Wettbewerbseffekte durch das Planvorhaben deutlich höher, so dass sich im Saldo sogar ein Umsatzrückgang von ca. 0,9 Mio. € gegenüber dem Zeitpunkt des Einzelhandelskonzeptes abzeichnet. Zweifellos bleibt der Große Supermarkt Kaufland als weiterhin flächengrößter und umsatzstärkster Lebensmittelmarkt, eingebunden in die Agglomeration des Ergänzungsstandortes ein dominanter Angebotsstandort im Stadtgebiet Großenhain, allerdings in einem stärkeren Wettbewerbsumfeld. perspektivisch ist eine wirtschaftliche Tragfähigkeit gegeben.

**Standort ist mit den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes konform**

- In der Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts vom Januar 2016 wurde die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit 1.600 m² geprüft und als städtebaulich positiv bewertet. Insofern wurde für das nördliche Stadtgebiet eine potenzielle Nahversorgungslage ausgewiesen.
- Seitdem hat sich das Nachfragepotenzial erhöht, der Penny-Markt wurde geschlossen und der LIDL und der ALDI-Markt (in Umsetzung) erweitert. Aus den Umsatzumverteilungsberechnungen wurde deutlich, dass das Vorhaben mit einem Verkaufsraum von 1.820 m², zusätzlichem Windfang und Bäckereicafé als neuer leistungsfähiger Angebotsstandort zu einer spürbaren Kundenumorientierung im Stadtgebiet führt, wodurch aber letztlich die städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur umgesetzt, keinesfalls aber gefährdet wird.
- Im Einzelhandelskonzept wurden dem Standort vor allem Versorgungsfunktionen für den nördlichen Nahversorgungsbereich von Großenhain zugesprochen. Aus der Umsatzprognose für den neuen Vollsortimenter wird deutlich, dass rd. 68% des nahversorgungsrelevanten Umsatzes im Einzugsgebiet auf den nördlichen Nahversorgungsbereich entfallen.
- Entsprechend der Funktionszuweisung übernimmt der Standort eigenständige Nahversorgungsfunktionen in Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen.

- Im Rahmen des Planvorhabens ist keine Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsanbieter am Standort vorgesehen, womit die Entwicklungsvorgaben für die Nahversorgungslagen gemäß dem Einzelhandelskonzept eingehalten werden.
- Die städtebaulichen Zielvorstellungen der Leitlinie 3 für integrierte Nahversorgungslagen des Handlungsleitfadens im Einzelhandelskonzept werden erfüllt. So ermöglichen die eigenständigen Nahversorgungsfunktionen des Standorts, die integrierte Lage und gute Erreichbarkeit aus dem Nahversorgungsumfeld sowie nicht abzuleitende negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die weiteren Nahversorgungslagen in Großenhain eine Ergänzung und Weiterentwicklung der Standorte.

## 9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Der Stadt Großenhain wird im Landesentwicklungsplan die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen, woraus sich die Zulässigkeit zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben gemäß Ziel 2.3.2.1 ableiten lässt.

Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage und erfüllt eigenständige Versorgungsfunktionen, die ebenfalls durch die Ausweisung als potenzielle integrierte Nahversorgungslage im Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain bestätigt werden. Wie aus Abschnitt 9.3 deutlich wurde, entspricht die Eigenständigkeit der Nahversorgung des geplanten Vollsortimenters einer städtebaulich atypischen Situation (vgl. Ziel 2.3.2.3).

Das Einzugsgebiet bezieht sich auf die Stadt Großenhain sowie den Ortsteil Adelsdorf der Gemeinde Lampertswalde. Die Gemeinde Lampertswalde ist dem Mittelbereich der Stadt Großenhain zugehörig, der Verflechtungsbereich des zentralen Ortes wird demnach im Zuge des Ansiedlungsvorhabens nicht überschritten (vgl. Ziel 2.3.2.4).

In Gesamtbetrachtung der positiven Nahversorgungsentwicklung der letzten Jahre in der Stadt Großenhain und den jetzt zu erwartenden Umsatzumlenkungseffekten durch das Planvorhaben (Abschnitt 9.2) können schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie auf Standorte, die für die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung wichtig sind, ausgeschlossen werden. Die Ansiedlung des Marktes führt nicht zu einem vorhabeninduzierten Abbau verbrauchernaher Versorgungsstrukturen, weshalb das Ziel 2.3.2.5 eingehalten wird.

Gemäß dem Grundsatz 2.3.2.6 wird eine ausreichende ÖPNV-Anbindung durch die Bushaltestelle „Hohe Straße“ südöstlich vom Standort sichergestellt.

# 10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Ansiedlung eines Vollsortimenters am Remonteplatz in Großenhain städtebaulichen Zielvorstellungen entsprochen wird und keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage nördlich der Innenstadt von Großenhain, eine umfassend gute Erreichbarkeit ist sowohl mit dem Pkw, mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV über die Bushaltestelle „Hohe Straße“ und zu Fuß gegeben.
- Das Angebotskonzept des geplanten Vollsortimenters wird auf mehr als 90% der Verkaufsfläche Food und Non-Food I-Sortimente aufweisen.
- In der Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts vom Januar 2016 wurde bereits die Ansiedlung eines Vollsortimenters geprüft und als städtebaulich positiv bewertet. Aus diesem Grund wurde die potenzielle Nahversorgungslage nördliche Kernstadt ausgewiesen. Das aktuelle Planvorhaben weist mit 1.820 m² Verkaufsraum, zusätzlichem Windfang und Bäckereicafé zwar eine größere Verkaufsflächendimensionierung auf, kann aber auf diese bestätigten Funktionen aufbauen.
- Die Modellrechnung zu den wettbewerblichen Folgewirkungen durch das Planvorhaben weist sicherlich hohe Umsatzumverteilungseffekte aus. Städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder Nahversorgungslagen können aber unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich positiven Angebots- und Nachfrageentwicklung in der Stadt Großenhain seit Erstellung des Einzelhandelskonzepts nicht abgeleitet werden. Mit der zu erwartenden Kundenumorientierung wird vielmehr das städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortkonzept umgesetzt.
- Die städtebaulichen Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes sowie die darin enthaltenen Vorgaben zur Entwicklung von Nahversorgungslagen werden erfüllt.

**Zusammenfassend ist festzustellen, dass durch die geplante Ansiedlung eines Vollsortimenters am Remonteplatz keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO induziert werden.**

---

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

BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung

i. V. Richard Engel
Projektleitung

Leipzig, 13. März 2021