

Auswirkungsanalyse

zur Verkaufsflächenerweiterung des ALDI-Lebensmittelmarktes am Standort Postweg 16 in Bad Dübén

für die

BGB - Grundstücksgesellschaft Herten

BV 7720 - Bad Dübén, Postweg

vertreten durch die ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG

45699 Herten, Hohewardstraße 345-349

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.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

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 Bad Döben	11
5. Mikrostandortanalyse	18
6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet.....	22
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	28
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	32
8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3.....	32
8.2. Landesentwicklungsplan Sachsen 2013	33
8.3. Einzelhandelskonzept für die Stadt Bad Döben (Fortschreibung 2014)	34
9. Auswirkungsanalyse.....	36
9.1. Umsatzprognose.....	36
9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	38
9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Döben	40
9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens	43
10. Fazit	44

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: Grundriss erweiterter ALDI-Markt am Postweg 16 in Bad Döben.....	10
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)	14
Abbildung 8: Vorhabenstandort und Umfeld	19
Abbildung 9: Anbieter Innenstadt Bad Döben	25
Abbildung 10: Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet (Auswahl)	26
Abbildung 11: Entwicklung nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial Bad Döben	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Bad Döben im regionalen Vergleich	13
Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen.....	24
Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standortstrukturen	24
Tabelle 4: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet	30
Tabelle 5: Veränderung des Umsatzes durch die Erweiterung des ALDI-Marktes in Bad Döben.....	36
Tabelle 6: Prognose der Umsatzherkunft für den ALDI-Markt in Bad Döben	37
Tabelle 7: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort	38

Kartenverzeichnis

Karte 1: Grundzentrale Verflechtungsbereiche (Nahbereiche) Sachsen	11
Karte 2: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bad Döben.....	16
Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld	18
Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes.....	20
Karte 5: Übersicht regionale Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet	22
Karte 6: Übersicht Angebotsstrukturen Kernstadt Bad Döben.....	23
Karte 7: Einzugsgebiet des Projektstandortes	29
Karte 8: Anbindung der Wohnbau-Entwicklungsflächen an die fußläufigen Einzugsbereiche des Nahversorgungszentrums Dommitzscher Straße und der Nahversorgungslage Windmühlenweg ..	42

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die BGB - Grundstücksgesellschaft Herten, vertreten durch die ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG, plant eine Verkaufsflächenerweiterung für den bestehenden ALDI-Markt am Standort Postweg in Bad Döben von derzeit ca. 800 m² auf zukünftig ca. 1.000 m². Zusätzlich soll auf dem Parkplatz ein Bäckerpavillon etabliert werden. Mit der geplanten Verkaufsflächendimensionierung überschreitet der Lebensmittelmarkt die Schwelle zur Großflächigkeit.

Der Standort liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes der Innenentwicklung der Stadt Bad Döben „Teilfläche Am Windmühlenweg (ehemaliger Kraftverkehr/Bauhof)“, unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Das Projektgrundstück ist als Sondergebiet Nahversorgung ausgewiesen, die Verkaufsflächendimensionierung ist auf maximal 800 m² begrenzt.

Folglich ist zur Realisierung des Planvorhabens eine Änderung des Bebauungsplanes erforderlich. Hierfür ist der Nachweis zu erbringen, dass mit der Erweiterung keine negativen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen verbunden sind. Die Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Döben aus dem Jahr 2014 ist nachzuweisen.

Der Projektstandort wurde innerhalb des Einzelhandelskonzeptes als Nahversorgungslage Windmühlenweg ausgewiesen. Seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes hat sich die Einwohnerzahl von Bad Döben deutlich positiver entwickelt, als damals prognostiziert. In Verbindung mit den gestiegenen Verbrauchsausgaben in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist in den letzten Jahren sogar ein Nachfrageanstieg in Bad Döben zu konstatieren.

Die Analyse umfasst in diesem Kontext die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Bad Döben, die Einbindung in die 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 wird das Projekt 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 Bad Döben vor (Soziodemographie, 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 wohnungsnaher 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 Projektstandortes 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

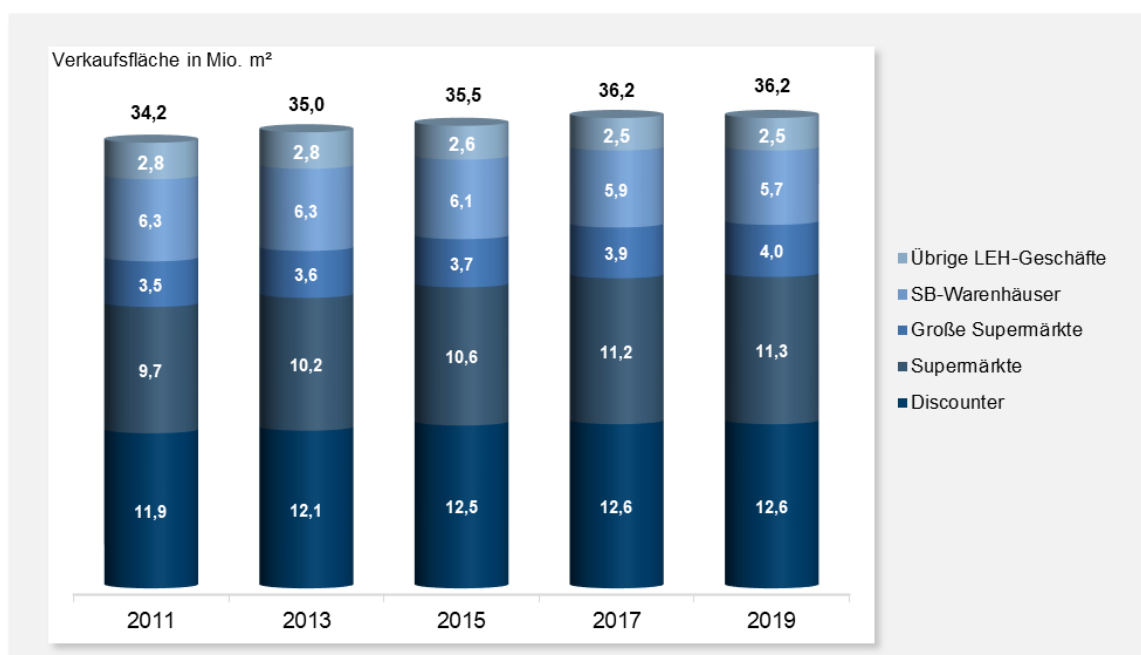
2.1. Entwicklungstrends

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 Lieferservice. 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

Auswirkungsanalyse – Erweiterung ALDI-Lebensmittelmarkt im Postweg in Bad Döben

kaufsfäche 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.

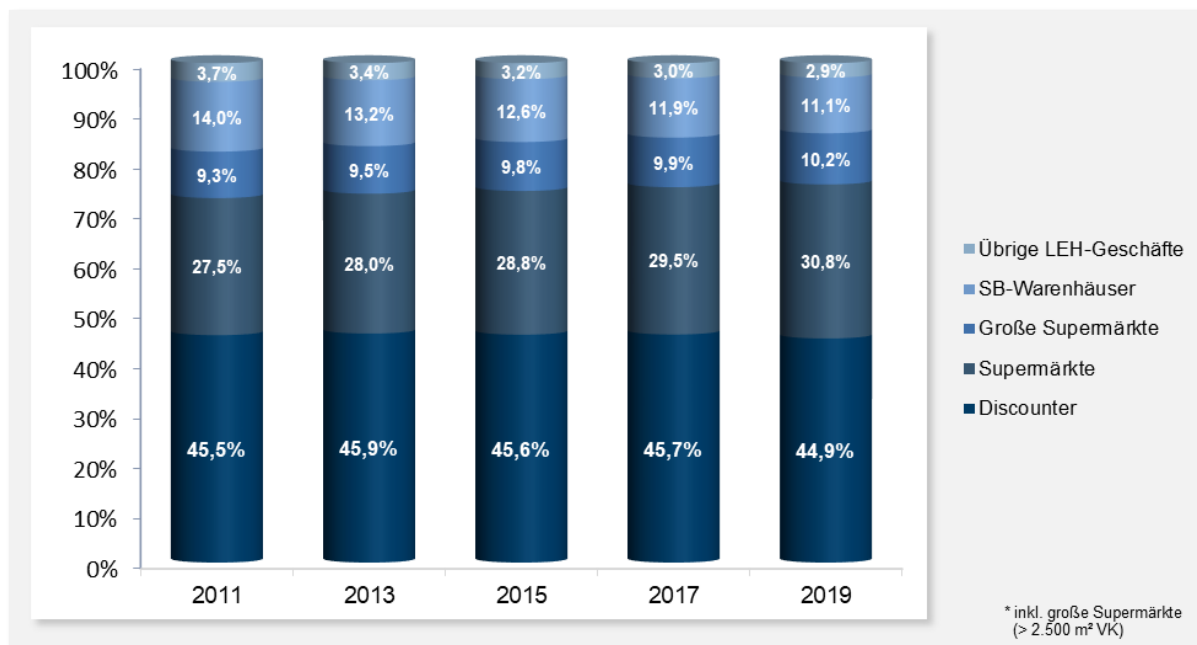
2.2. Distributionsstrukturen

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 gegenüber².

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 kleinformatische 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-

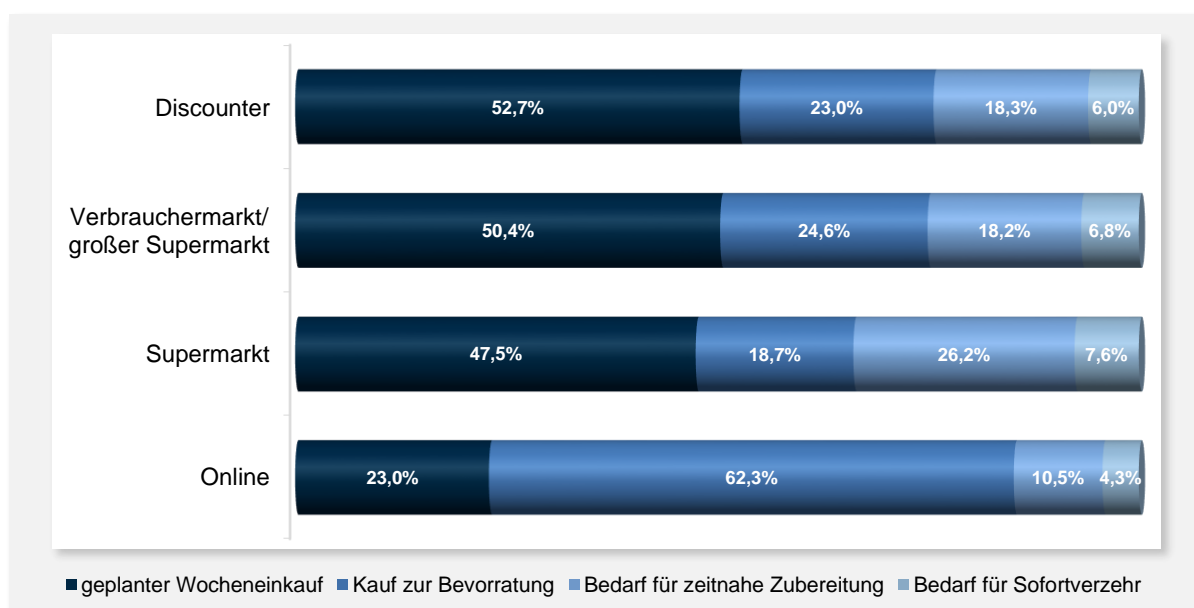
² vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2020, Stand: 2019 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

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

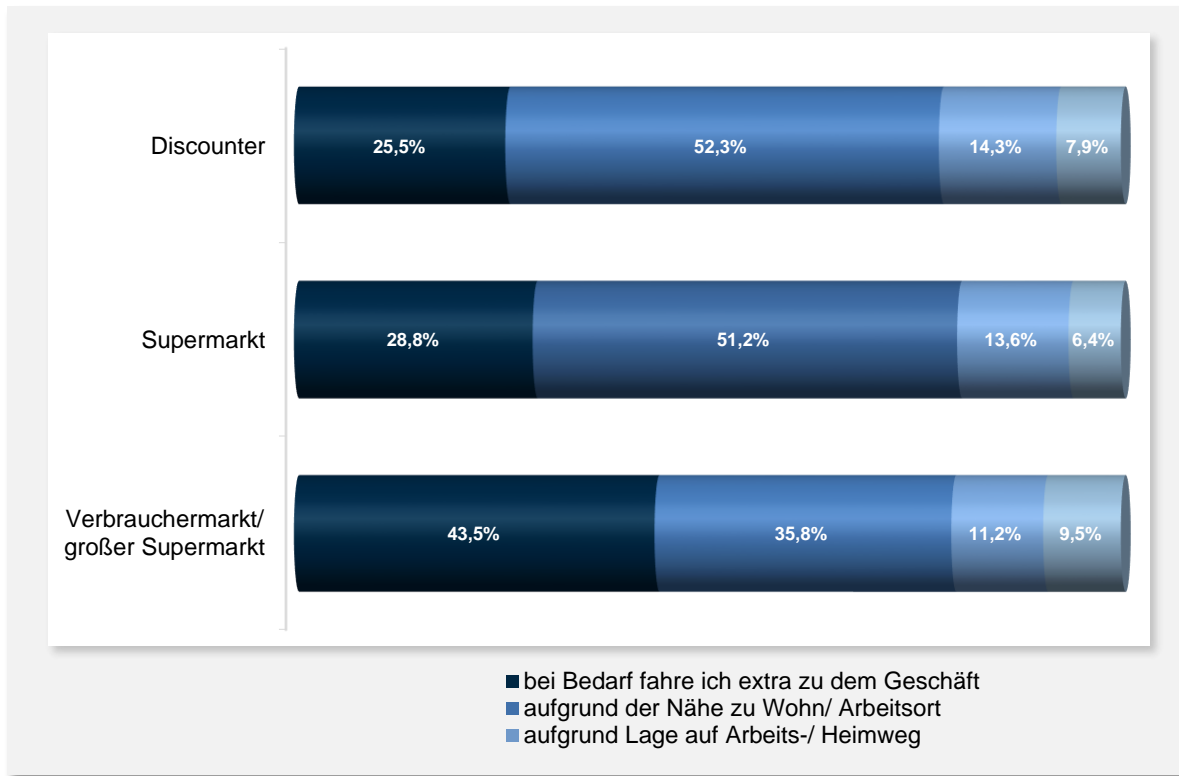


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2021

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.

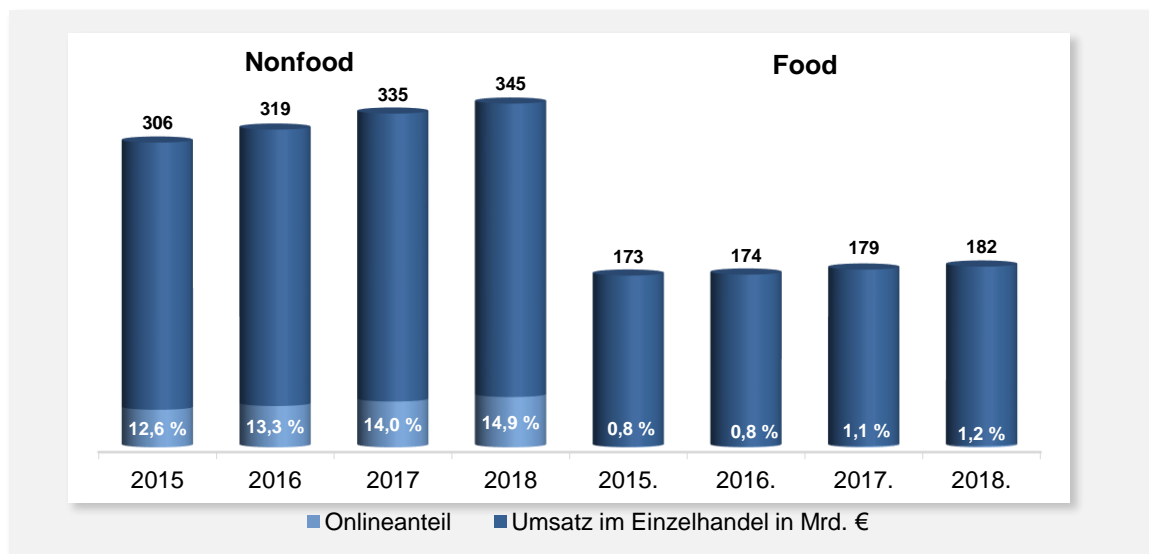
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende 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

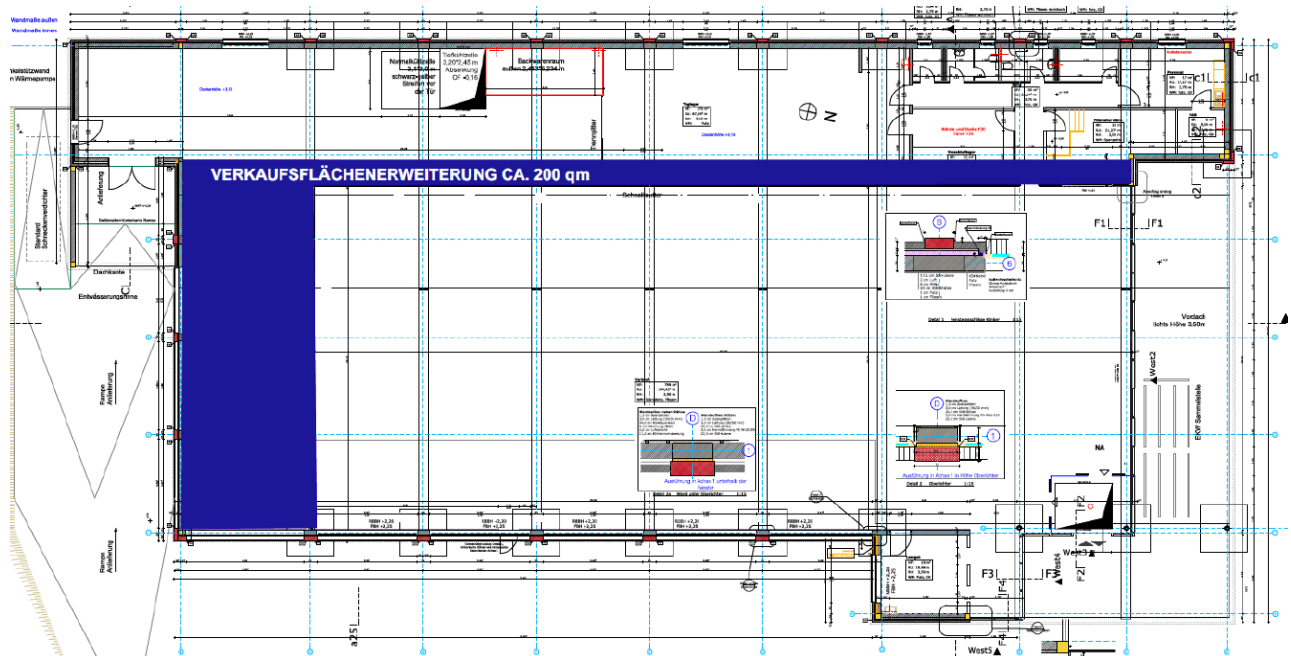
3. Projektplanung und Projektdaten

Der aktuelle ALDI-Lebensmitteldiscounter im Postweg 16 in der Stadt Bad Dübén soll von 800 m² auf 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Im Zuge dessen wird die Kubatur des Gebäudes nicht verändert, sondern innerhalb der Immobilie eine bestehende Lagerfläche aufgelöst und der Verkaufsraum geringfügig verbreitert. Weiterhin soll ein Bäckereipavillon auf dem Parkplatz mit rd. 30 m² Verkaufsfläche entstehen.

Das Angebotskonzept des Lebensmittelmarktes soll auch nach der Verkaufsflächenerweiterung vorrangig auf Lebensmittel sowie Non-Food I-Sortimente ausgerichtet sein, der Verkaufsflächenanteil der Non-Food II-Sortimente liegt bei maximal 10%⁶.

In der nachstehend Abbildungen ist der Grundriss des erweiterten ALDI-Marktes dargestellt. Die Erweiterung der Verkaufsfläche innerhalb des bestehenden Gebäudes ist blau eingefärbt.

Abbildung 6: Grundriss erweiterter ALDI-Markt am Postweg 16 in Bad Dübén



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

- Umsatzbindung und -herkunft des Projektvorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Erweiterung des Lebensmittelmarktes,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in Bad Dübén,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen.

⁶ Non-Food I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Non-Food II-Waren fallen in Lebensmittelmärkten alle Produkte, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Non-Food I-Waren) sind. Unter Non-Food II-Waren fallen somit u.a. Haus- und Heimtextilien, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die in wöchentlich wechselnden Aktionen angeboten werden. Die angebotenen Waren sind dabei im Gegensatz zum Fachhandel dem Discountbereich zuzuordnen

4. Makrostandort Bad Dübén

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten von Bad Dübén.

Zur grundsätzlichen Einordnung des Untersuchungsstandorts und des Planvorhabens erfolgt zunächst eine kurze Übersicht zu Rahmenbedingungen der Stadt Bad Dübén und den Prämissen der Einzelhandelsentwicklung.

Die Kurstadt Bad Dübén liegt im Nordwesten des Freistaates Sachsen an der Grenze zu Sachsen-Anhalt, im Landkreis Nordsachsen.

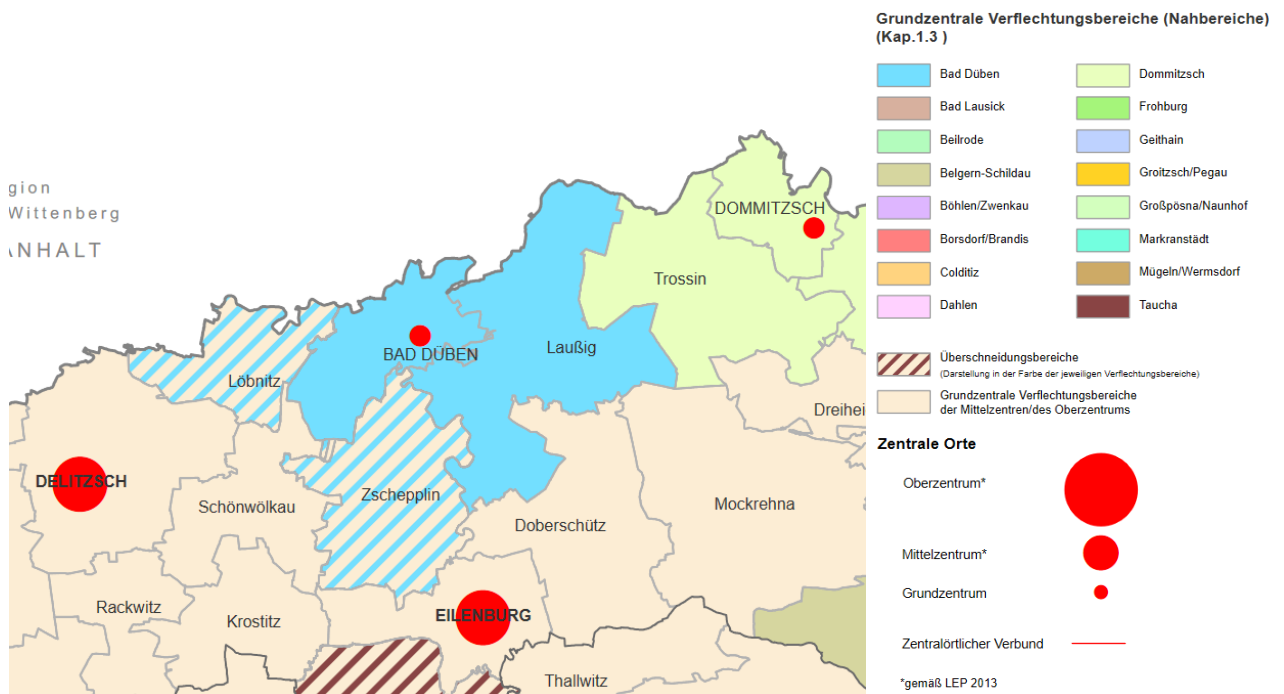
Am Südrand des Naturparks Dübener Heide gelegen, verfügt Bad Dübén über eine exponierte naturräumliche Lage. Diese begründet die Bedeutung als Kurstadt und deren Spezialisierung im Kur-/ medical Wellness-/ Spezialklinik-/ Reha-Segment sowie auch eine besondere Qualität als Wohnstandort nordöstlich der Stadt Leipzig. Die Entfernung zwischen Leipzig und Bad Dübén beträgt ca. 35 km.

Der Projektstandort befindet sich in der Kernstadt, auf welche der Schwerpunkt der Einwohner der Stadt entfällt.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Bad Dübén

Die zentralörtliche Gliederung sowie die raumstrukturelle Einordnung der Stadt Bad Dübén ist aus Karte 1 zu entnehmen. Im Regionalplan Leipzig-West-sachsen ist Bad Dübén als Grundzentrum ausgewiesen.

Karte 1: Grundzentrale Verflechtungsbereiche (Nahbereiche) Sachsen



Quelle: Regionaler Planungsverband Leipzig-West-sachsen: Regionalplan Leipzig-West-sachsen, Erläuterungskarte 3 Grundzentrale Verflechtungsbereiche (Nahbereiche)

Der Verflechtungsbereich umfasst neben der Stadt Bad Düben auch die Gemeinde Laußig und teilweise die Gemeinden Löbnitz und Zschepplin.⁷

Ein Grundzentrum sollte lt. Regionalplan Leipzig-West-sachsen ein Versorgungs- und Dienstleistungszentrum darstellen, das über einen Komplex mit zentralörtlichen Einrichtungen ausgestatteten Gemeindekern verfügt. Im Bereich des Einzelhandels wird eine qualifizierte Versorgung mit mehreren Lebensmittel-Supermärkten / Discountern und Fachgeschäften erwartet.

Bad Düben zählt zu den Gemeinden, die besondere Funktionen übernehmen, in diesem Falle gilt dies für die Bereiche Fremdenverkehr und medizinische Versorgung. Diese besondere Funktionsübernahme stellt auch an die Einzelhandelsentwicklung spezifische Anforderungen, die über die Versorgung der Wohnbevölkerung im Verflechtungsbereich hinausgehen. Zugleich eröffnet dies Potenziale für den Einzelhandel.

Erreichbarkeit und Verkehr

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die die Entwicklungsperspektiven auch des Einzelhandels prägen. Bad Düben liegt im Schnittpunkt mehrerer Bundes- und Staatsstraßen. Die Bundesstraßen B 2, B 107, B 183 sowie die Staatsstraßen S 11 und S 12 durchqueren das Stadtgebiet von Bad Düben und binden die Stadt gut an das überörtliche Verkehrswegenetz an. Über die B 183a erfolgt die Anbindung an das Mittelzentrum Delitzsch (rd. 22 km). Anschlussstellen der Autobahnen A 9 (Berlin-Nürnberg) und A 14 (Leipzig-Dresden-Görlitz) befinden sich in ca. 38 km bzw. 27 km Entfernung.

Der Flughafen Leipzig/Halle liegt ca. 38 km südwestlich von Bad Düben.

Der ÖPNV wird ausschließlich durch Linienbusse realisiert. Der Regionalverkehr bedient Verbindungen zum Oberzentrum Leipzig, den sächsischen Mittelzentren Delitzsch, Torgau, Eilenburg sowie Bitterfeld-Wolfen und Lutherstadt Wittenberg in Sachsen-Anhalt.

Soziodemographische Daten

In der Stadt Bad Düben leben zum 30.11.2020 insgesamt 7.835 Einwohner, wie die nachstehende Tabelle verdeutlicht. Bei der Bevölkerungsentwicklung seit dem Zensus 2011 ging die Einwohnerentwicklung für die Gesamtstadt Bad Düben um 2,8% zurück.

Im Vergleich zur 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose, welche zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2014 aktuell war und folglich berücksichtigt wurde, hat sich die Einwohnerzahl trotz des leichten Rückgangs deutlich positiver entwickelt, als ehemals angenommen. Im Jahr 2020 ist sogar eine annähernde Stabilisierung zu verzeichnen.

Demgegenüber wurde in der 5. Regionalisierten Bevölkerungsprognose für das Jahr 2025 in der Variante 1 eine Einwohnerzahl von 7.200 bzw. 6.900 in Variante 2 vorhergesagt. Dieser starke Rückgang ist bisher nicht eingetreten und wird dies auch in den kommenden Jahren nicht. Die Nahversorgung der Bevölkerung bedarf folglich einer Neubewertung.

⁷ vgl. Regionaler Planungsverband Leipzig-West-sachsen: Regionalplan Leipzig-West-sachsen, Grundzentrale Verflechtungsbereiche (Nahbereiche)

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung und -prognose der Stadt Bad Dübén im regionalen Vergleich

Einwohner- entwicklung	Einwohner Stadt Bad Dübén		Einwohner Laußig und Löbnitz		Einwohner LK Nordsachsen	
	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 in %	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 in %	abs.	Veränderung zum Bezugsjahr 2011 in %
31.12.2011	8.064	-	6.011	-	200.062	-
31.12.2012	8.037	-0,3	5.940	-1,2	198.629	-0,7
31.12.2013	7.999	-0,8	5.881	-2,2	197.346	-1,4
31.12.2014	7.979	-1,1	5.874	-2,3	197.042	-1,5
31.12.2015	7.956	-1,3	5.829	-3,0	197.605	-1,2
31.12.2016	7.968	-1,2	5.744	-4,4	198.063	-1,0
31.12.2017	7.930	-1,7	5.719	-4,9	197.794	-1,1
31.12.2018	7.865	-2,5	5.692	-5,3	197.673	-1,2
31.12.2019	7.830	-2,9	5.730	-4,7	197.741	-1,2
30.11.2020	7.835	-2,8	5.708	-5,0	197.744	-1,2
Prognose 2030						
Variante 1	7.410	-8,1	5.420	-9,8	195.240	-2,4
Variante 2	7.300	-9,5	5.330	-11,3	191.120	-4,5

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis des Zensus vom 9. Mai 2011 für die jeweiligen Jahre sowie 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen, Basisjahr 2018.

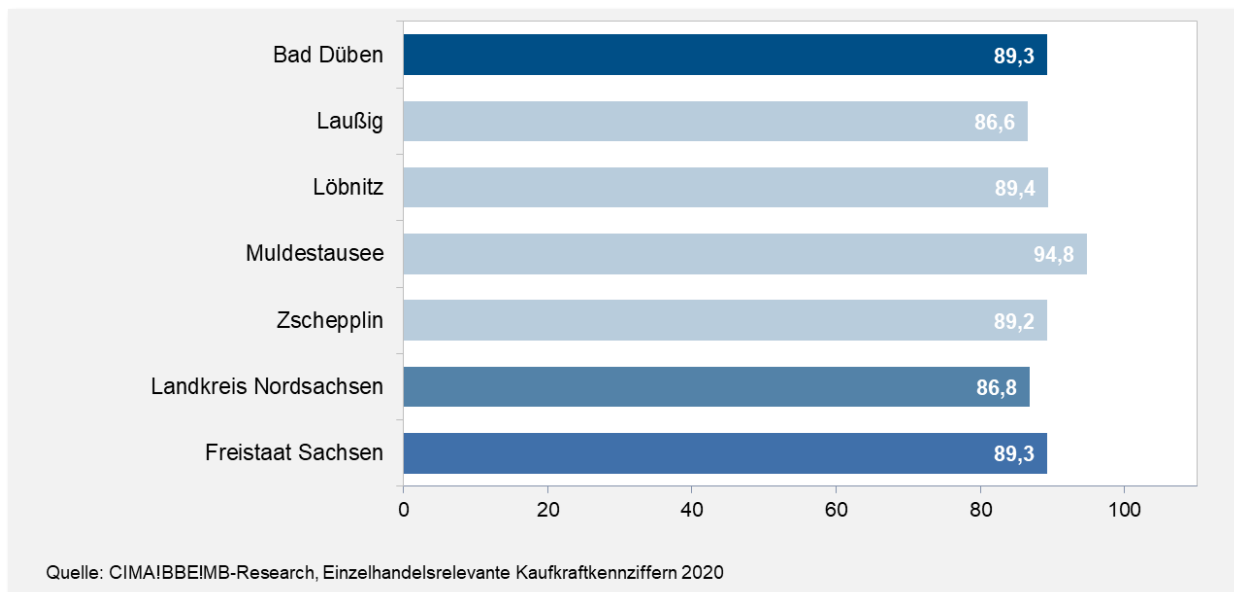
In den beiden Nachbargemeinden Laußig und Löbnitz, die Teil des Untersuchungsraumes in Abschnitt 6 sind, ist die Einwohnerzahl mit einem Rückgang von 5% etwas stärker zurückgegangen als in Bad Dübén. In den letzten beiden Jahren ist aber ebenfalls eine Stabilisierung zu erkennen. Im gesamten Landkreis Nordsachsen hat sich die Einwohnerzahl seit 2011 nur geringfügig reduziert, wobei seit 2014 die Einwohnerzahl leicht gestiegen ist. Dies erklärt sich auch durch die hohe Anziehungskraft der Stadt Leipzig, welche immer stärker auf das Umland ausstrahlt und vor allem im direkten Umfeld von Leipzig zu einem Einwohnerwachstum führt. Wie die geplanten Wohnprojekte in Bad Dübén zeigen, steigt die Anziehungskraft auch immer stärker im nördlichen Bereich des Landkreises.

Für das Jahr 2030 geht die 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose von einer leicht rückläufigen Einwohnerentwicklung von 7.410 Einwohnern in Variante 1 und 7.300 Einwohnern in Variante 2 aus. Dementsprechend würde die pessimistischere Prognose um ca. 400 Einwohnern über den Planungsdaten zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes liegen. Unter Berücksichtigung geplanter Wohngebietsentwicklungen in den nächsten Jahren ist nach gutachterlicher Einschätzung allerdings auch eine deutlich stabilere Einwohnerentwicklung möglich.

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 Einkommensteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)


Die Stadt Bad Dübén erzielt mit 89,3 im regionalen Vergleich mit den unmittelbaren Nachbarkommunen ein durchschnittliches Kaufkraftniveau, welches exakt dem Vergleichswert des Freistaates Sachsen entspricht. Generell gilt jedoch, dass der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Freistaates und damit auch von Bad Dübén knapp 11 Prozentpunkte unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt.

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 Lebensmittel Einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendler-Zahl der Stadt Bad Dübén beträgt 2.139, demgegenüber sind 1.762 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein beachtlicher, positiver Pendlersaldo von 377.⁸

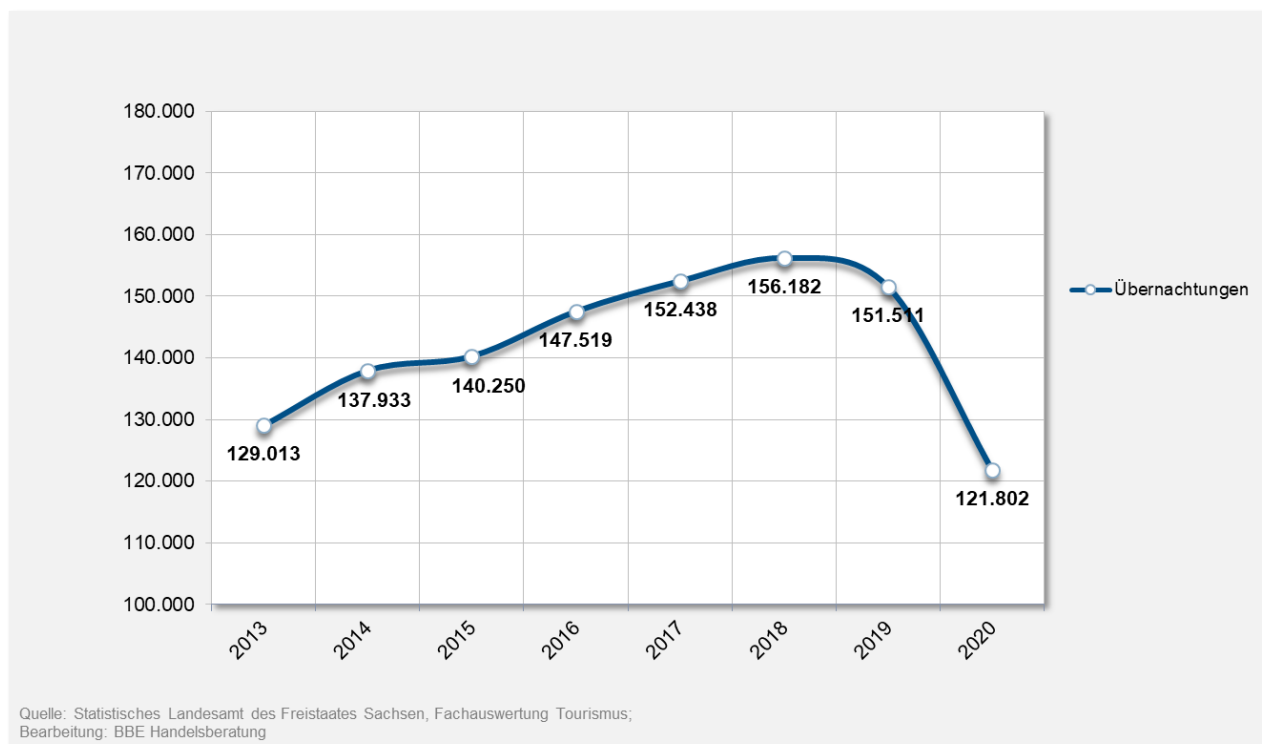
Diese Pendlersituation zeigt die Anziehungskraft von Bad Dübén als Wirtschafts- und Arbeitsstandort und lässt entsprechende, einzelhandelsrelevante Kaufkraftzuflüsse erwarten.

Tourismus

Bad Dübén ist ein gewachsener und etablierter Kurort, der aufgrund seiner naturräumlichen Potenziale und vielfältiger, moderner touristischer Angebote nicht nur den klassischen Kurgast anspricht, sondern Wachstumssegmente in den Bereichen Wellness, Natur- und Radtourismus erschließt. Als Tor zum Naturpark Dübener Heide ist Bad Dübén auch ein wichtiges Ziel von Tagesbesuchern, insbesondere aus dem Raum Leipzig.

Der Tourismus stellt eine Querschnittsbranche dar, von der zahlreiche Marktteilnehmer partizipieren können. Besonders der Einzelhandel kann aus dem Tourismus Potenziale generieren. Deshalb nimmt die Analyse auch die Entwicklung des Tourismus als Ausgangspunkt einzelhandelsrelevanter Chancen in den Blick.

⁸ Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik, 30.06.2020, Bundesagentur für Arbeit

Abbildung 1: Entwicklung der Übernachtungszahlen Bad Dübén


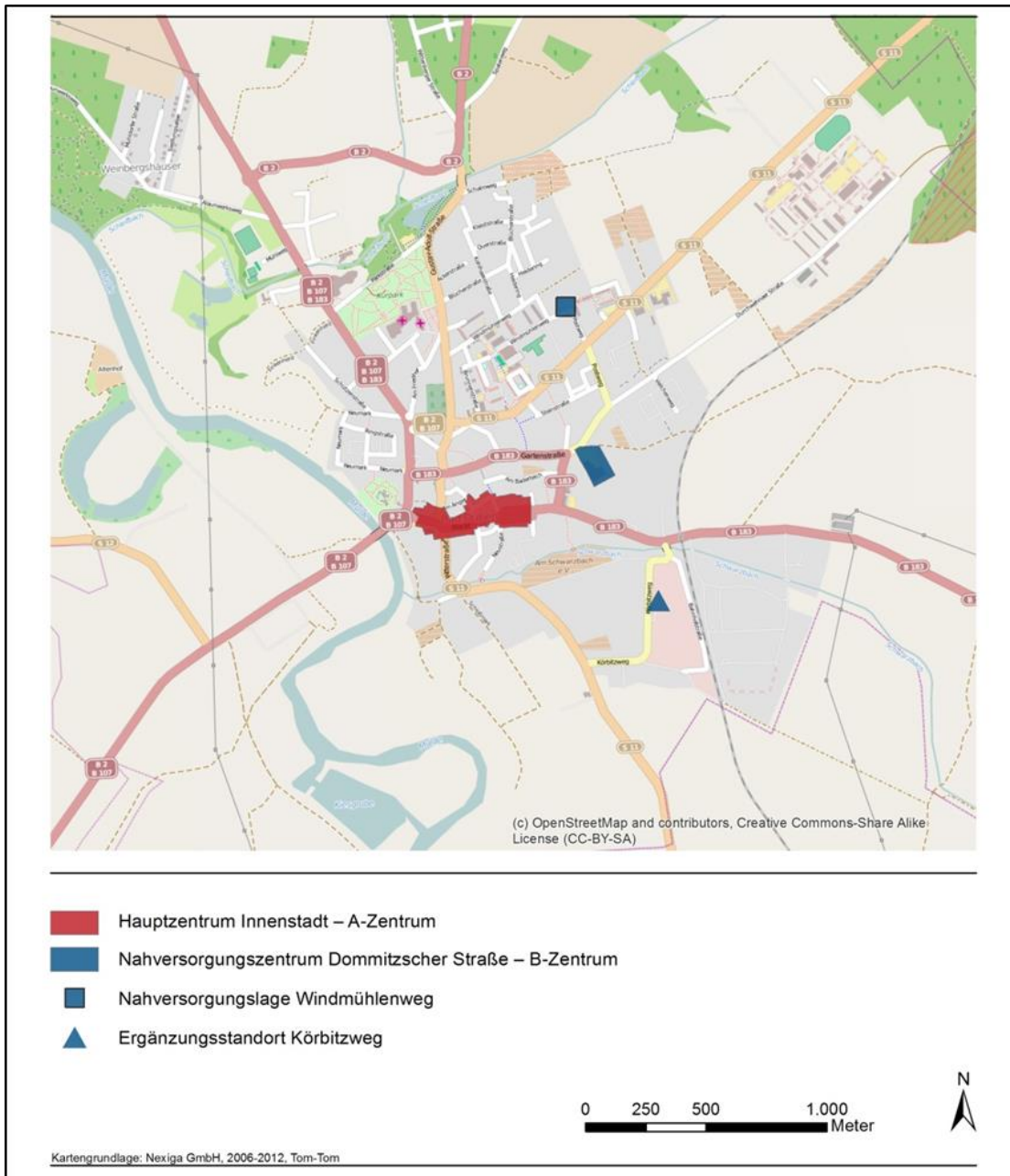
Bis zum Jahr 2018 konnte eine sehr positive Entwicklung der Übernachtungen der Hotels, Gasthöfe und Pensionen festgestellt werden. Deutlich zu erkennen ist der Pandemie-Einfluss im Jahr 2020, welcher allerdings als Kurstadt im Vergleich zu anderen Kommunen in Deutschland geringer ausfiel. Mit zuvor über 150.000 Übernachtungen stellt der Tourismus eine wichtige Stütze des Bad Dübener Einzelhandels dar. Es gibt keine statistischen Erhebungen zum Tagesausflugsverkehr, jedoch auf Basis der dwif-Studie „Tagesreisen der Deutschen“⁹ kann abgeleitet werden, dass die Anzahl der Tagesgäste in Bad Dübén in einer Bandbreite von ca. 500.000 bis ca. 1.500.000 Besucher pro Jahr angesiedelt ist. Die weite Streuung liegt ursächlich darin begründet, dass die Anzahl der Übernachtungen in den Kurkliniken als Berechnungsbasis für Tagesreisen herangezogen werden kann, jedoch eher eine modelltheoretische Größe darstellt.

Zielvorstellung zur gesamtstädtischen Standortsteuerung im Einzelhandel

Die Stadt Bad Dübén hat unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demographischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2014 definiert. Dieses Konzept wurde am 11. Dezember 2014 durch den Stadtrat beschlossen.

⁹ Quelle: Für das Reisegebiet Leipzig / Sächsisches Burgen- und Heidefeld wird ein Koeffizient von 10,4 Tagesreisen je Übernachtung ausgewiesen, vgl.: dwif, Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Nr. 55/2013

Karte 2: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Bad Dübén



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Dübén (Fortschreibung 2014), S. 40.

Danach ist der Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung oberste Priorität einzuräumen. In einem hierarchisch gegliederten System weist die Stadt Bad Dübén ein innerstädtisches Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) und ein Nahversorgungszentrum an der Domnitzscher Straße (B-Zentrum) als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung aus. Diese werden funktional ergänzt zum einen durch die integrierte Nahversorgungsanlage Windmühlenweg (Projektstandort) und kleinteilige Nahversorger im Stadtgebiet, zum anderen durch den Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels Körbitzweg.

Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bad Dübén erfolgte mit dem Bebauungsplan zur Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bad Dübén, der als Satzung am 27.02.2017 beschlossen wurde.

Fazit zum Makrostandort Bad Dübén:

- Die Stadt Bad Dübén ist ein Grundzentrum mit Versorgungsfunktionen für umliegende Gemeinden.
- Seit 2011 hat die Stadt Bad Dübén 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 allerdings deutlich positiver als im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zu erwarten war.
- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit 89,3 im Durchschnitt des Freistaates Sachsen und fügt sich in das regionale Kaufkraftniveau ein.
- Ein leicht positiver Pendlersaldo +297 ist Ausdruck der funktionalen Bedeutung der Stadt Bad Dübén im regionalen Kontext.
- Mit über 150.000 Übernachtung vor Corona nimmt der Tourismus im Kurort eine wichtige Bedeutung ein und ist als zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel zu bewerten.
- Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept grenzt für die Stadt Bad Dübén ein hierarchisches Zentrenkonzept (A- und B-Zentrum) sowie Standorten mit ergänzenden Versorgungsfunktionen (Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte) ab. Der Projektstandort wurde als Nahversorgungslage bewertet.

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.

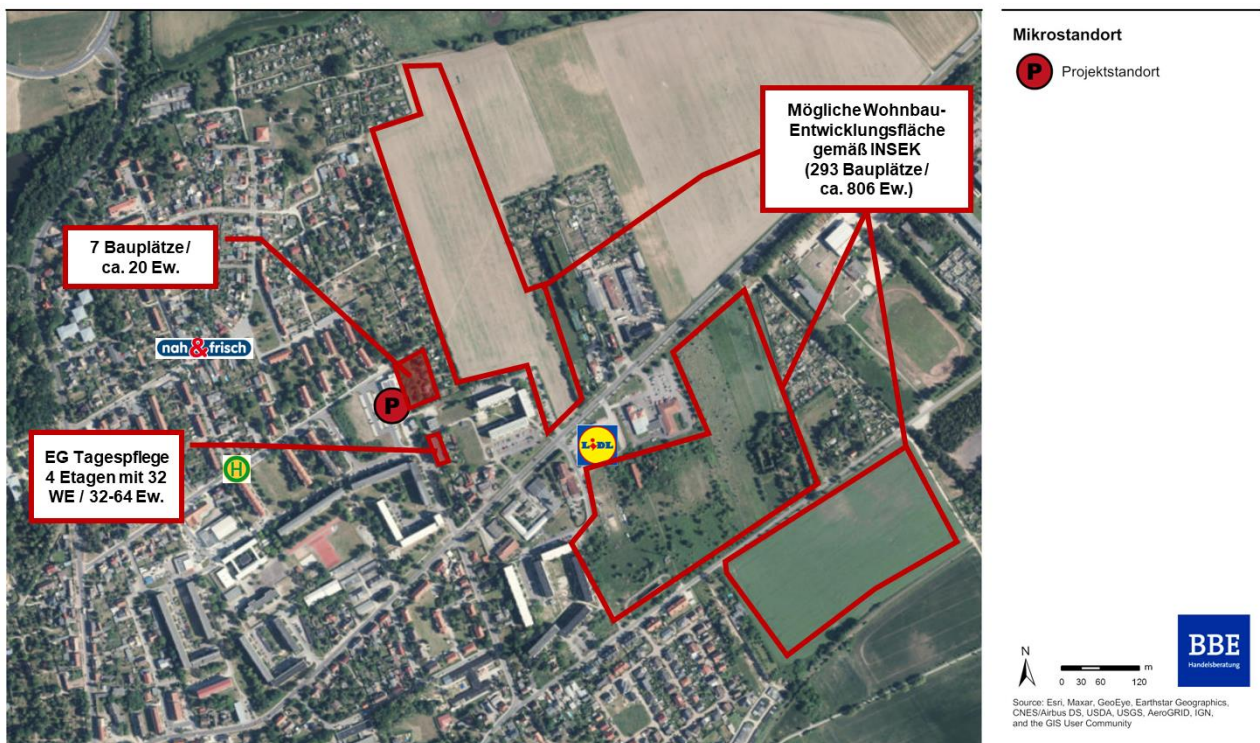
Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich nördlich der Schmiedeberger Straße mit hauptsächlich mehrgeschossigen Wohngebäuden im direkten Umfeld, so dass eine idealtypisch integrierte Lage gegeben ist.

Eine weitere Wohnverdichtung ist absehbar. Im direkten östlichen Umfeld bestehen 7 Bauplätze für Einfamilienhausbebauung mit rd. 20 Einwohnern. Südlich angrenzend zum Lebensmittelmarkt wird derzeit ein Wohnhaus saniert, zukünftig mit 32 barrierefreien Wohneinheiten verteilt auf 4 Etagen für 32-64 Einwohner sowie Tagespflege im Erdgeschoss.

Darüber hinaus wurden im InSEK der Stadt Bad Döben 2030 mögliche Wohnbau-Entwicklungsflächen ausgewiesen.¹⁰ Östlich und südöstlich des Standorts befinden sich insgesamt 293 Bauplätze für rd. 800 Einwohner.

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



¹⁰ Integriertes Stadtentwicklungskonzept (InSEK)Bad Döben 2030 -Fortschreibung, S. 61

Abbildung 8: Vorhabenstandort und Umfeld


Projektstandort ALDI



Rettungsdienst



Saniertes Wohngebäude mit Tagespflege



Mehrgeschossige Wohngebäude



Mehrgeschossige Wohngebäude



Wohnbauentwicklungsfläche östlich ALDI

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2021

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

Durch die wohngebietsintegrierte Lage innerhalb von Bad Dübén ist der Standort sehr gut über die Fußwege aus dem Umfeld zu erreichen.

Die Anbindung mit dem ÖPNV wird über die Bushaltestelle „Bad Dübén, Windmühlenweg“ in 300 m Entfernung zum Projektstandort der Linien 230, 233, 236 und 239 abgesichert.

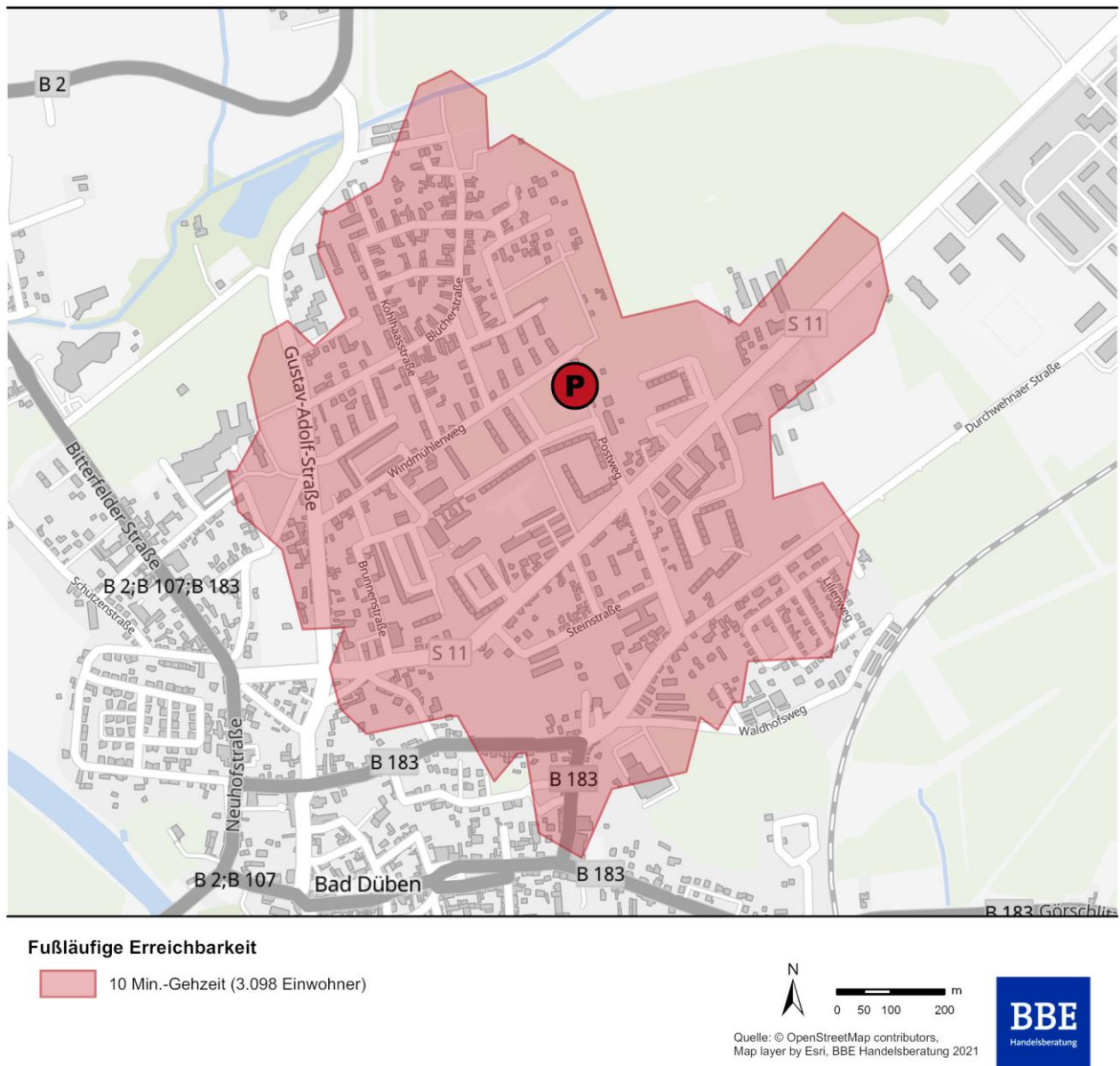
Mit dem PKW ist der Standort sowohl über den Windmühlenweg als auch den Postweg zu erreichen. Ebenirdige Parkplätze sichern die Erreichbarkeit ab.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Der Lebensmitteldiscounter übernimmt eigenständige Nahversorgungsfunktionen für die Wohngebiete nördlich der Schmiedeberger Straße. So gibt es abseits des kleineren SB-Marktes Markant in der Blücherstraße keinen Lebensmittelmarkt nördlich der Schmiedeberger Straße. Im 10-Minuten-Radius können den Markt rd. 3.100 Einwohner erreichen, weshalb der Standort im Einzelhandelskonzept als Nahversorgungslage eingeordnet wurde.

Als einziger ALDI-Markt ist der Standort darüber hinaus für Zielkunden aus dem weiteren Stadtgebiet attraktiv für das der Standort wohnortnahe Versorgungsfunktionen aufweist. Zusätzliche Streuumsätze sind aus dem weiteren grundzentralen Verflechtungsbereich zu erwarten, da in den umliegenden Gemeinden nur SB-Märkte für den Grundbedarf existieren.

Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes



Planungsrechtliche Situation

Die Stadt Bad Dübén verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2014. Im Rahmen dieses Konzepts wurde der Projektstandort als Nahversorgungslage definiert. Die Verkaufsfläche wurde mit Verweis auf die negative Potenzialentwicklung bis zum Jahr 2025 auf 800 m² Verkaufsfläche begrenzt.

Der Standort liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes der Innenentwicklung der Stadt Bad Dübén „Teilfläche Am Windmühlenweg (ehemaliger Kraftverkehr/Bauhof)“, unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Das Projektgrundstück ist als Sondergebiet Nahversorgung ausgewiesen, die Verkaufsflächendimensionierung darf die Grenze von 800 m² nicht überschreiten. Folglich ist zur Realisierung des Planvorhabens eine Änderung des Bebauungsplanes erforderlich. Hierfür ist der Nachweis zu erbringen, dass mit der Erweiterung keine negativen städtebaulichen

oder raumordnerischen Auswirkungen verbunden sind. Die Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Döben aus dem Jahr 2014 ist nachzuweisen.

Fazit zum Mikrostandort

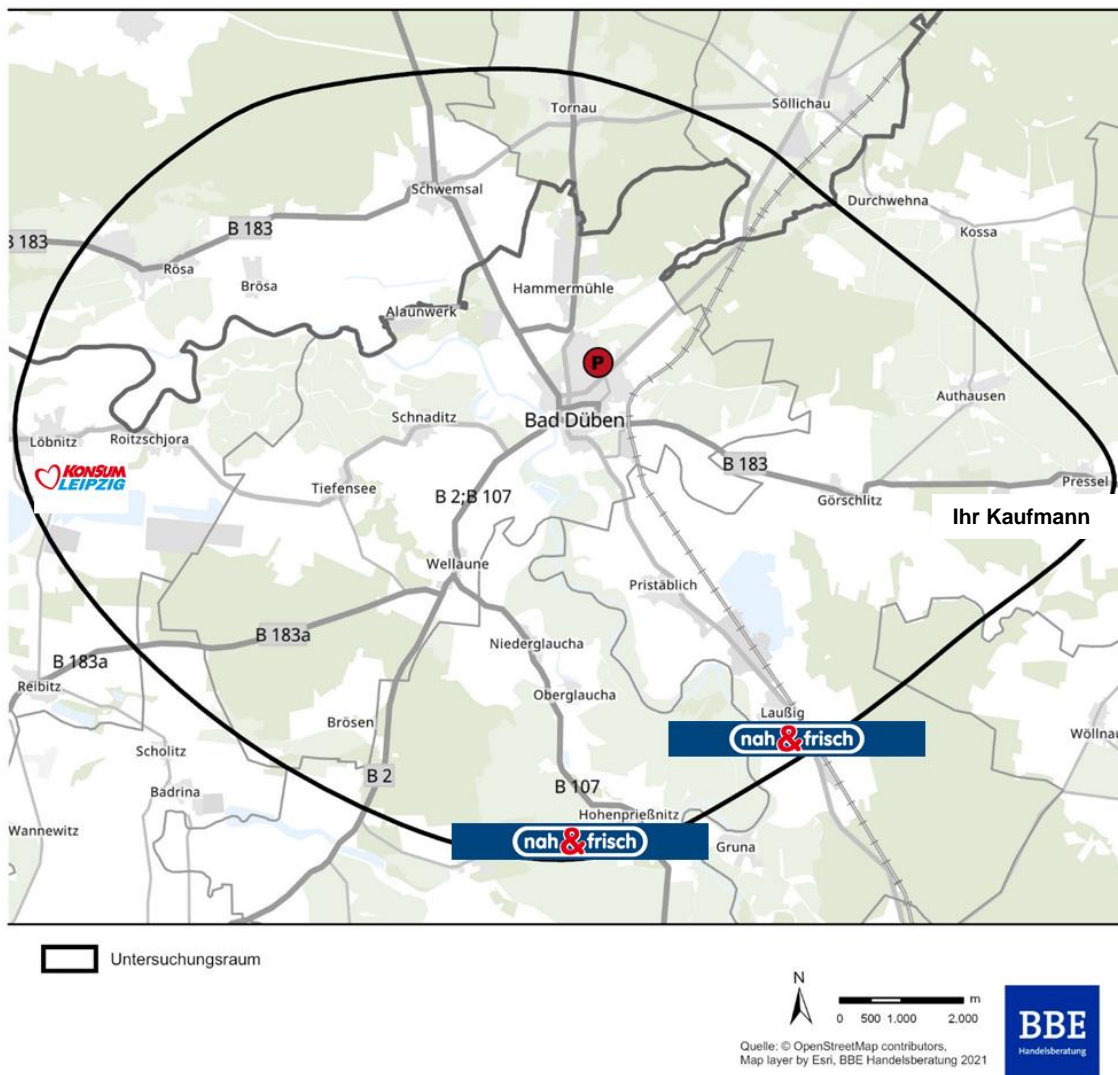
- Der Projektstandort befindet sich in wohngebietsintegrierter Lage mit rd. 3.100 Einwohnern in einer 10 Minuten-Gehzeit im Umfeld.
- Perspektivisch könnte die Einwohnerzahl durch neue Bauplätze im Umfeld ansteigen.
- Für den Projektstandort ist eine allumfassend gute Erreichbarkeit mit dem PKW, zu Fuß und mit dem ÖPNV gegeben.
- Der Standort weist wohnungsnahe Versorgungsfunktionen für sein Umfeld und wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das weitere Stadtgebiet auf, so dass er als Nahversorgungslage innerhalb des Einzelhandelskonzeptes eingestuft wurde.

6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet des Projektstandortes bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Der Untersuchungsraum orientiert sich an der Ausstrahlung des Grundzentrums Bad Düben. So wurde im Norden der Ortsteil Schwemsal der Gemeinde Muldestausee, im Westen die Gemeinde Löbnitz bis zum Seelhausener See, im Süden den Ortsteil Hohenprießnitz der Gemeinde Zschepplin und im Osten die Gemeinde Laußig begrenzt. Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im April 2021.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) 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 nachstehende Karte 5 zeigt die regionale Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, bevor in Karte 6 die Angebotsstrukturen im Stadtgebiet Bad Düben dargestellt sind.

Karte 5: Übersicht regionale Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet



Auswirkungenanalyse – Erweiterung ALDI-Lebensmittelmarkt im Postweg in Bad Düben

Da sich alle wesentlichen Wettbewerber im Kernstadtbereich von Bad Düben befinden, wird in der folgenden Karte ein näherer Blick auf die Kernstadt geworfen:

Karte 6: Übersicht Angebotsstrukturen Kernstadt Bad Düben



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

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 Projektvorhaben.

Im Untersuchungsgebiet sind aktuell 37 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 18.100 m² Verkaufsfläche vertreten, welche einen Gesamtumsatz von rd. 67,4 Mio. € erzielen. Die beiden nachfolgenden Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsgebietes, differenziert nach Betriebsformen und Standortlagen.

Im Untersuchungsgebiet zeigen sich die Betriebsformen Discounter/Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von rd. 5.000 m² und einem Umsatz von 22,3 Mio. € als wichtige Nahversorger im Untersuchungsraum. Sie verfügen damit über einen Verkaufsflächenanteil von 44% und über einen Umsatzanteil von 55%. Mit dem Anbieter Vorteilkauf mit hohem Nonfood II-Anteil am Hammermühlenweg gibt es allerdings auch einen Ver-

brauchermarkt mit knapp 2.500 m² in Bad Döben, der durch die Lage an der Bundesstraße stärker das weitere regionale Umfeld ansprechen kann.

Dazu befinden sich sowohl innerhalb, insbesondere aber auch außerhalb von Bad Döben mit nah&frisch oder Ihr Kaufmann mehrere kleine SB-Märkte im Untersuchungsraum, die vor Ort den Grundbedarf abdecken. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 900 m² erzielen diese einen Umsatz von rd. 3,2 Mio. €.

Von den weiteren betrachteten Betriebsformen (Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerksbetriebe, Tankstellen, Zoohandlungen, Lebensmittelgeschäft, Drogeriemärkte) können auf zusammen etwa 27% der gesamten Verkaufsfläche ca. 24% des Umsatzes gebunden werden. Diese Betriebsformen führen ausschließlich Teilsortimente des Lebensmittelmarktes, sind jedoch als wichtige Ergänzung zu bewerten.

Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermärkte und Discounter	4.996	22.340	18.930	1.660	360
Verbrauchermärkte	2.420	5.570	3.080	830	70
SB-Markt	930	3.200	2.740	260	90
Getränkemärkte	1.080	1.620	1.590		
Drogeriemärkte	414	2.070	250	1.600	
Lebensmittelhandwerk	580	3.850	3.850		
Tankstellen, LM-Fachgeschäfte, Zoohandlungen	1.037	2.280	1.360	80	230
gesamt	11.457	40.930	31.800	4.430	750

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Ebenso konzentriert sich die Standortstruktur deutlich auf die Standorte der Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet. Flächengrößte Standorte sind das Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße sowie der Standort des Verbrauchermarktes Hammermühlenweg mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.600 m² bzw. rd. 2.500 m², was einem Flächenanteil von jeweils rd. 22% innerhalb des betrachteten Gebiets entspricht. Mit einem Umsatz von 11,3 Mio. € und einem Umsatzanteil von rd. 28% ist das Nahversorgungszentrum der dominante Nahversorgungsstandort im Untersuchungsraum. Die Innenstadt verfügt bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten zunächst über Lebensmittelhandwerksgeschäfte und hat mit einer Verkaufsfläche von weniger als 400 m² damit in Bezug zur Nahversorgung zunächst Versorgungsfunktionen im spezialisierten Bereich. Der Projektstandort, mit einer Verkaufsfläche von 800 m² und einem Umsatz von rd. 3,9 Mio. €, ordnet sich als wichtiger Nahversorgungsstandort in diese Angebotsstrukturen ein.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standortstrukturen

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Projektstandort, Nahversorgungslage Windmühlenweg	800	3.920	3.190	320	40
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	385	1.690	1.460	0	230
Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße	2.560	11.290	8.250	2.270	130
Standort Lidl, Schmiedeberger Straße	865	4.750	4.050	290	30
Standort Netto Marken-Discount, Dommitzcher Str.	1.290	4.020	3.520	240	100
Standort Verbrauchermarkt Hammermühlenweg	2.460	5.830	3.340	830	70
Markant, Blücherstraße	160	580	470	80	10
Bilgro Getränkemarkt, Schmiedeberger Straße	550	770	770	0	0
Konsum, Löbnitz	530	2.120	1.860	140	60
nah&frisch, Laußig	360	1.260	1.060	110	40
nah&frisch, Zschepplin	260	910	780	70	20
sonstige	1.237	3.790	3.050	80	20
gesamt	11.457	40.930	31.800	4.430	750

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Auswirkungenanalyse – Erweiterung ALDI-Lebensmittelmarkt im Postweg in Bad Dübén

Die **Innenstadt von Bad Dübén** (A-Zentrum) verfügt über ein urban gewachsenes Stadtzentrum mit einer historischen Altstadt. Diese ist geeignet, die grundzentralen Versorgungsfunktionen und die Erschließung touristischer Potenziale durch multifunktionale Nutzungen mit einem verdichteten, profilierten Einzelhandelsbesatz zusammenzuführen. Der aktuelle Einzelhandelsbesatz konzentriert sich an der Altstädter Straße, Bader Straße, am Markt und an der Kirchstraße. Ergänzt wird dieser Besatz durch einige Dienstleister (u.a. Reisebüro, Kosmetik, Frisör), einem Eiscafé und einer Galerie, der Angebotsschwerpunkt liegt aber eindeutig im Einzelhandel. Dagegen wird das Angebot am Paradeplatz stärker durch gastronomische Nutzungen und Dienstleistungseinrichtungen geprägt. Generell ist die Geschäftsdichte am Paradeplatz geringer als im Umfeld des Marktes, dafür bietet der Paradeplatz größere Parkkapazitäten für den Innenstadtbesuch. Mit drei Bäckern, einem Fleischer, einem Obst- und Gemüsegeschäft sowie einer Zoonhandlung gibt es sechs Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Sortiment innerhalb der Innenstadt, welche alle ein spezialisiertes Sortiment führen. Durch diese Sortimentsausrichtung und die stärkere Ausrichtung der Innenstadt auf zentrenrelevante Sortimente sowie Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen sind nur marginale Wettbewerbsbeziehungen mit dem ALDI-Markt gegeben.

Abbildung 9: Anbieter Innenstadt Bad Dübén


VitaminKörbchen, Altstädter Straße



Bäckerei Paetsch, Altstädter Straße



Fleischerei & Bäcker, Markt



Rathaus, Marktplatz



Zoonhandlung, Baderstraße



Café Paradeplatz

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2021

Das **Nahversorgungszentrum (B-Zentrum) Dommitzcher Straße** ist rd. 700 m vom Projektstandort entfernt und verfügt mit einem REWE-Vollsortimenter, einem Penny-Lebensmitteldiscounter, einem Rossmann-Drogeriemarkt und einem Bäcker über umfassende Nahversorgungsfunktionen für das Grundzentrum Bad Dübén und den weiteren Verflechtungsbereich. Der Standort zeigt sich durch die hohen Kopplungseffekte am Standort, die gut erreichbare Lage sehr wettbewerbsfähig und möchte sich perspektivisch mit größerer Verkaufsfläche und einer modernen Immobilie neu aufstellen. Wettbewerbseffekte mit dem Erweiterungsvorhaben ergeben sich zunächst für den betriebstypengleichen Lebensmitteldiscounter Penny. Gemäß Einzelhandelskonzept ist jedoch eine funktionale Abstimmung zwischen dem B-Zentrum und dem Projektstandort als Nahversorgungslage anzustreben.

Direkt südwestlich des **Nahversorgungszentrums** gibt es an der **Dommitzcher Straße mit dem Hybrid-Discounter Netto Marken-Discount** mit integriertem Bäcker und einem Netto-Getränkemarkt einen weiteren Standort mit einem Lebensmittelmarkt. Durch die Nähe zum Nahversorgungszentrum können sich die

Auswirkungsanalyse – Erweiterung ALDI-Lebensmittelmarkt im Postweg in Bad Dübén

beiden Standorte ergänzen, stehen aber auch im Wettbewerb. Bei einer Entfernung von 900 m zum Projektstandort sind ebenfalls Wettbewerbswirkungen mit dem Projektvorhaben am Postweg gegeben.

Als Hauptwettbewerber des ALDI-Marktes ist der **LIDL-Markt an der Schmiedeberger Straße** mit integriertem Bäcker sowie ergänzendem Fleischer zu bewerten. Dieser verfügt über eine aktuell vergleichbare Verkaufsfläche wie der ALDI-Markt, positioniert sich ebenfalls im Discountsegment und ist nur 400 m vom Projektstandort entfernt. Durch die Lage am Ortsrand an der Verkehrsachse Schmiedeberger Straße ist der Standort stärker auf Pkw-Kunden ausgerichtet und kann zudem vom ergänzenden Fachmarkt Kik profitieren.

Der **Verbrauchermarkt Vorteilkauf am Hammermühlenweg** befindet sich an der Bundesstraße an der nördlichen administrativen Grenze von Bad Dübén in rd. 3,1 km Entfernung zum Projektstandort. Mit knapp 2.500 m² Verkaufsfläche hat der Standort eine Ausstrahlung auf das Stadtgebiet und den weiteren Nahbereich. Im Vergleich zu allen weiteren Lebensmittelmärkten verfügt der Standort in einer älteren Halle über einen hohen Anteil von Nonfood II-Sortimenten. Durch die Positionierung im Discountbereich und die Ausstrahlung des Standorts ergeben sich ebenfalls Wettbewerbseffekte mit dem ALDI-Markt.

An der **Blücherstraße** existiert mit **Markant** ein kleiner SB-Markt in rd. 500 m Entfernung in nordwestlicher Richtung. Mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche kann der Markt nur ein Grundsortiment vorhalten. Durch die Lage im nördlichen Stadtgebiet bestehen Wettbewerbsverflechtungen mit dem ALDI-Markt.

Abbildung 10: Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet (Auswahl)



NVZ Dommitzcher Straße



Netto Marken-Discount, Dommitzcher Str.



LIDL, Schmiedeberger Straße



Vorteilkauf, Hammermühlenweg



Konsum, Löbnitz



nah & frisch, Laußig

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2021

In den **umliegenden Gemeinden Löbnitz (Konsum), Laußig (Ihr Kaufmann und nah&frisch) sowie Zschepplin (nah&frisch)** gibt es kleinere SB-Märkte, die zunächst den Grundbedarf der Bevölkerung im Ortsteil bzw. der dortigen Gemeinde abdecken können. Für den Wocheneinkauf ist zu erwarten, dass die dortige Bevölkerung auch die Angebotsstrukturen von Bad Dübén nutzt. Für den ALDI-Lebensmittel-discounter, der als Nahversorgungslage zunächst auf das nördliche Stadtgebiet ausgerichtet ist, ergeben sich nur minimale Wettbewerbseffekte mit den Anbietern in umliegenden Kommunen.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Im Untersuchungsraum sind insgesamt 37 projektrelevante Anbieter mit einer Verkaufsfläche von ca. 11.500 m² angesiedelt, die über einen Gesamtumsatz von rd. 40,9 Mio. € verfügen.
- Als Hauptwettbewerber ist der unweit entfernte Standort des LIDL-Lebensmitteldiscounters zu bewerten, welcher über ein vergleichbares Sortiment wie der ALDI-Markt verfügt.
- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum) steht aufgrund der spezialisierten Sortimentsausrichtung mit vielen weiteren Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen nur marginal im Wettbewerb mit dem ALDI.
- Demgegenüber sind stärkere Wettbewerbsbeziehungen mit dem Nahversorgungszentrum Dommitz-scher Straße (B-Zentrum) gegeben, welcher sich allerdings als derzeit stärkster Nahversorgungsstandort zeigt. Laut Einzelhandelskonzept ist eine funktionale Ergänzung der Nahversorgungslage zum B-Zentrum anzustreben.

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

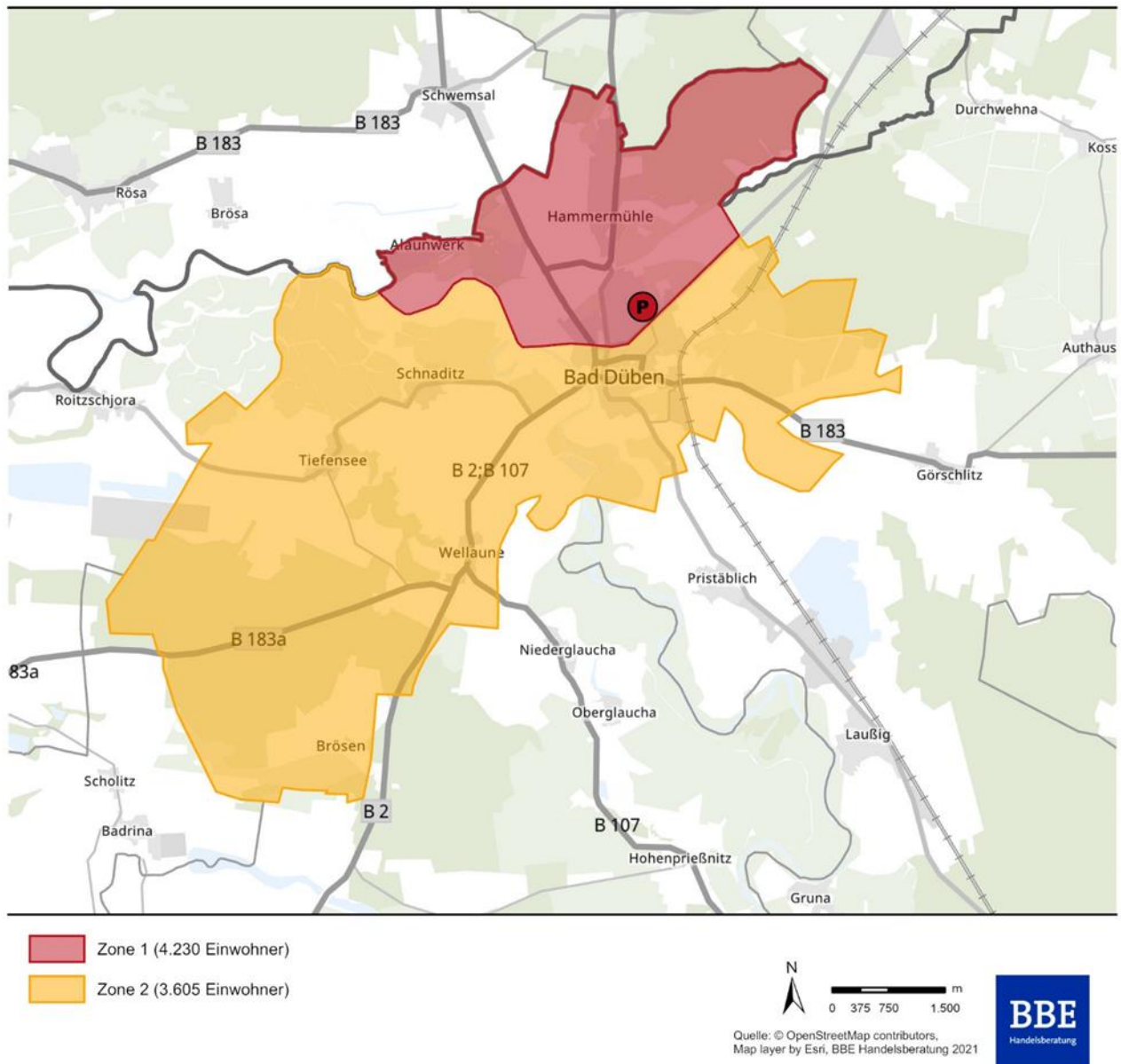
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes 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.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standorts ist die Lage des ALDI-Marktes innerhalb eines Wohngebiets nördlich der Schmiedeberger Straße in der Kernstadt Bad Döben und der damit verbundenen Nahversorgungsfunktion. Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** erstreckt sich auf das Gebiet nördlich der Schmiedeberger Straße in der Kernstadt Bad Döben. In diesem Bereich ist der Lebensmitteldiscounter abseits eines kleinen SB-Marktes in der Blücherstraße und des nicht-integrierten Verbrauchermarktes am Hammermühlenweg der wichtigste Nahversorger und hat deshalb dort die höchste Kundenorientierung. Stellt südlich die Schmiedeberger Straße die Grenze des Kerneinzugsgebietes dar, ist es östlich und nördlich die administrative Grenze von Bad Döben. Westlich wird das Kerneinzugsgebiet von der Mulde begrenzt.
- Zum **erweiterten Einzugsgebiet** zählt das weitere Stadtgebiet von Bad Döben. Als einziger ALDI-Markt im Stadtgebiet ist auch trotz anderer Angebotsstrukturen in diesem Bereich eine Ziel-Kundenbindung zum Projektstandort zu erwarten.
- Darüber hinaus sind **Streuumsätze** aus dem weiteren Untersuchungsraum, welcher Teil des grundzentralen Verflechtungsbereiches von Bad Döben ist, zu erwarten. Da der ALDI-Markt als Nahversorgungslage zunächst Versorgungsfunktionen für das nördliche Stadtgebiet hat, kann der Standort nur begrenzt von der grundzentralen Ausstrahlung von Bad Döben auf das Umland profitieren. Umsätze aus dem grundzentralen Verflechtungsbereich werden in Abschnitt 9.1 als Streuumsätze erfasst.

Karte 7: Einzugsgebiet des Projektstandortes



Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Insgesamt leben im Einzugsgebiet rd. **7.800 Einwohner**, wobei sich ca. 4.200 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet und rd. 3.600 Einwohner auf das erweiterte Einzugsgebiet verteilen.

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

Tabelle 4: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

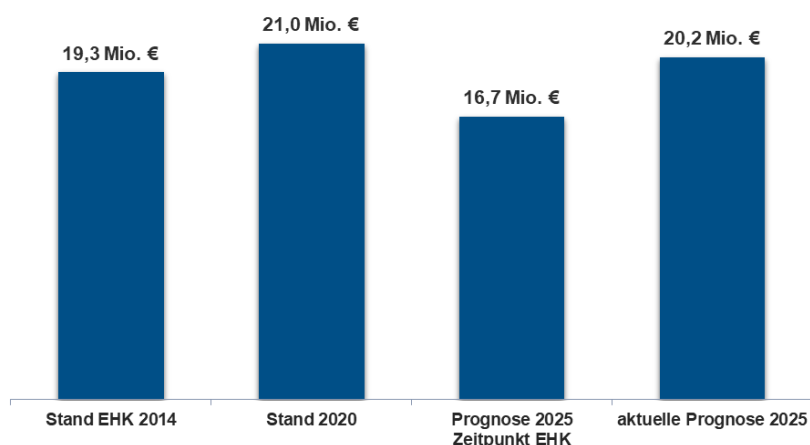
Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	4.230	3.605	7.835
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	91,9% 2.312 €	91,9% 2.312 €	91,9% 2.312 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Drogerie	89,2% 317 €	89,2% 317 €	89,2% 317 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	91,4% 52 €	91,4% 52 €	91,4% 52 €
	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotential			
Lebensmittel	9.781	8.335	18.116
Drogerie	1.339	1.142	2.481
Heimtierbedarf	220	188	408
gesamt	11.340	9.665	21.005

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern und IFH Verbrauchsausgaben

Auf die, gemessen am Niveau des Freistaats Sachsen durchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Bad Döben wurde bereits verwiesen. Dies gilt auch für die sortimentsspezifische Kaufkraft für Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet. Diese bleibt im Einzugsgebiet für Lebensmittel mit 91,9%, bei Drogeriewaren mit 89,2% und für Heimtierbedarf bei 91,4% deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 100.

In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von insgesamt ca. 21 Mio. € im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 11,3 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet und rd. 9,7 Mio. € auf das erweiterte Einzugsgebiet.

Im Vergleich zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2014 ist das Nachfragepotenzial um 1,7 Mio. € bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten gestiegen (2014: 19,3 Mio. €). Ursächlich hierfür sind die in den letzten Jahren stark gestiegenen Verbrauchsausgaben bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (siehe Abschnitt 2). Zudem war die Bevölkerungsentwicklung in Bad Döben weniger negativ als es die damaligen Prognosen unterstellten, wie im Abschnitt 4 deutlich wurde.

Abbildung 11: Entwicklung nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial Bad Döben


Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern und IFH Verbrauchsausgaben

In der pessimistischen Prognose bis zum Jahr 2025 wurde ein nahversorgungsrelevantes Potenzial von 16,7 Mio. € erwartet. Wird die aktuelle pessimistische Bevölkerungsprognose bis zum Jahr 2025 von 7.550 Einwohnern mit gleichbleibender Kaufkraft und gleichbleibenden Verbrauchsausgaben angesetzt, ergibt sich ein nahversorgungsrelevantes Potenzial von 20,2 Mio. €. Das nahversorgungsrelevante Potenzial wird somit laut aktueller Prognose für das Jahr 2025 rd. 3,5 Mio. € höher sein als damals angenommen.

Von der positiveren Entwicklung des Nachfragepotenzials können alle nahversorgungsrelevanten Anbieter im Stadtgebiet profitieren, so dass sich auch für bestehende Betriebe, gerade im Vergleich zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2014, Entwicklungspotenziale ergeben.

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

Der Standort liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes der Innenentwicklung der Stadt Bad Döben „Teilfläche Am Windmühlenweg (ehemaliger Kraftverkehr/Bauhof)“. Das Projektgrundstück ist als Sondergebiet Nahversorgung ausgewiesen, die Verkaufsflächendimensionierung ist auf maximal 800 m² begrenzt. Somit unterliegt das Vorhaben der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Für die angestrebte Erweiterung ist die Änderung des Bebauungsplans 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.¹¹
- 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.

¹¹ 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,
- **Beeinträchtungsverbot** – 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 das 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. [...]

Z 2.3.2.2 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren 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 substantiell 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 Bad Döben (Fortschreibung 2014)

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde durch den Stadtrat von Bad Döben am 11.12.2014 beschlossen. Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes erfolgte mit dem Bebauungsplan zur Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bad Döben, der als Satzung am 27.02.2017 beschlossen wurde.

Der Projektstandort wurde im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes als Nahversorgungslage Windmühlenweg eingeordnet. Aufgrund der ehemals negativ prognostizierten Nachfragentwicklung wurde die Verkaufsfläche auf 800 m² begrenzt.

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

- „Nahversorgungslagen“ dienen einer ergänzenden, möglichst flächendeckenden Nahversorgung zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- 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 gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), maximal ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Fleischer), ihre Verkaufsflächendimensionierung bleibt zusammen unter der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m².¹²

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

„Nahversorgungszentrum und Nahversorgungslage ergänzen das innerstädtische A-Zentrum mit der vorrangigen Aufgabenstellung zur Sicherung einer möglichst flächendeckenden, fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Stadtgebiet. Deren Angebotsstrukturen sind hauptsächlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente auszurichten. In peripheren Ortsteilen oder weiteren Wohnquartieren ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen, werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.“

Die Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung. Mit der zusätzlichen Aufnahme von Nahversorgungslagen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Döben wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung neben den zentralen Versorgungsbereichen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen sind begrenzt auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt lediglich durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich. Eine Weiterentwicklung sowie Ergänzung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich wenn diese:

- eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen,
- eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen,
- eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungssumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes)

¹² Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Döben (Fortschreibung 2014), S. 37.

- *und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer Nahversorgungslagen in Bad Döben führen.*

*In den peripheren Stadtteilen Schnaditz, Tiefensee und Wellaune aber auch in einzelnen Wohnquartieren der Kernstadt von Bad Döben kann durch zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen keine flächendeckend fußläufige Grundversorgung gesichert werden, folglich unterstützt die Stadt Bad Döben auch gezielt die Integration kleinteiliger Nahversorgungslösungen.*¹³

Darüber hinaus wird für die Nahversorgungslage Windmühlenweg konkret festgehalten:

*„Ein Ausbau der Einzelhandelsfunktionen an diesem Standort durch Angliederung weiterer Anbieter und Branchen führt zu starken Verdrängungswirkungen gegenüber dem A-Zentrum und ist folglich auszuschließen.“*¹⁴

¹³ Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014, S. 66.

¹⁴ Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014, S. 46.

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 Kaufrkraftpotenzial (= 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, regionalen Standortstrukturen auf, berücksichtigt die aktuelle Kundenbindung im Einzugsgebiet sowie die mit den Versorgungsfunktionen des Projektvorhabens zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Wie eingangs bereits dargelegt wurde, ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche gegenüber dem bisherigen ALDI-Markt um rd. 200 m² mit zusätzlichem Bäcker geplant. Für den Lebensmittelmarkt wird zusammen mit dem Bäcker ein zukünftiger Umsatz von ca. 4,7 Mio. € prognostiziert, was einer Umsatzsteigerung von ca. 800 T€ gegenüber der Bestandssituation entspricht.

Tabelle 5: Veränderung des Umsatzes durch die Erweiterung des ALDI-Marktes in Bad Döben

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m ²	€/m ²	in T€
ALDI, Bestand	800	4.900	3.900
ALDI, Plan	1.000	4.500	4.500
Bäcker, Plan	30	7.000	200
Entwicklung Standort	+200		+800

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Der **ALDI-Markt** erzielt in der Bestandssituation eine für einen ALDI-Markt der Regionalgesellschaft Beucha durchschnittlichen Umsatz von knapp 3,6 Mio. € (netto), was etwa dem aktuellem Bruttoumsatz von 3,9 Mio. € entspricht.¹⁵ Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) wird im Sinne eines „Worst-Case-Szenario“ bei der Erweiterung der Verkaufsfläche von einem überdurchschnittlichen Umsatz von 4,5 Mio. € im Vergleich zur ALDI-Regionalgesellschaft Beucha ausgegangen.

Die Umsatzleistung wird durch die Erweiterung dennoch nicht adäquat zur Verkaufsfläche ansteigen. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Die Kubatur des Gebäudes des ALDI-Marktes verändert sich nicht, so dass Kunden erst beim Aufsuchen des Marktes eine Veränderung des Marktauftritts feststellen können.
- Die Verkaufsflächenerweiterung dient insbesondere der Anpassung an ein modernes Angebotskonzept mit einer großzügigeren Warenpräsentation und kundenfreundlicheren Gangbreiten und hat nur

¹⁵ Bundesanzeiger: Umsatz der ALDI-Regionalgesellschaft Beucha 2019

bedingt eine Sortimentsausweitung zur Folge. Die Umsatzleistung steigt demnach nicht proportional zum Verkaufsflächenzuwachs.

- Das Einzugsgebiet des Projektstandortes wird sich in der Plansituation nicht erweitern, im Schwerpunkt wird ein vergleichbares Kundenpotenzial angesprochen, welches durch ein qualitativ verbessertes Nahversorgungsangebot jedoch besser erschlossen werden soll.

Für den **Bäcker** wird mit einem prognostizierter Umsatz von rd. 200 T€ ein typischer Umsatz für eine Filiale in einem Bäckereipavillon angesetzt.

Die zugrundeliegenden Kundenbindungen gehen jeweils von einem modernen Marktauftritt in einer erweiterten Immobilie aus und kennzeichnen in der folgenden Tabelle die prognostizierten Marktanteile des ALDI-Marktes in den beiden Zonen des Einzugsgebietes.

Tabelle 6: Prognose der Umsatzherkunft für den ALDI-Markt in Bad Döben

Kundenherkunft	Kaufkraftvolumen Food + Nonfood I	Bindungsquote	Umsatzerwartung
	in T€	in %	in T€
Kerneinzugsgebiet	11.340	24%	2.720
erweitertes Einzugsgebiet	9.665	12%	1.120
Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet	21.005	18%	3.840
Streuumsätze (10%)			450
Umsatzerwartung Non-Food II			410
Umsatzerwartung gesamt			4.700

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Im Kerneinzugsgebiet steht ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 11,3 Mio. € zur Verfügung. Davon kann der erweiterte ALDI-Markt ca. 24% binden, sodass sich ein erwarteter Umsatz von ca. 2,7 Mio. € ergibt. Somit entfällt 63% des nahversorgungsrelevanten Umsatzes des ALDI-Marktes auf das Kerneinzugsgebiet, was die Versorgungsfunktionen des Standorts für das nördliche Stadtgebiet von Bad Döben unterstreicht. Eine höhere Bindungsquote im Kerneinzugsgebiet ist durch die weiteren Anbieter im Stadtgebiet nicht zu erwarten.

Im erweiterten Einzugsgebiet ist durch die übrigen Anbieter in Bad Döben, welche für die dortige Bevölkerung aufgrund der geringeren Entfernung eine höhere Versorgungsbedeutung aufweisen, mit einer deutlich geringeren Bindungsquote von 12% zu prognostizieren. Bei einem Marktpotenzial von 9,7 Mio. € ergibt sich ein Umsatz von rd. 1,1 Mio. €.

Das Grundzentrum Bad Döben hat eine Ausstrahlung auf den grundzentralen Verflechtungsbereich, darüber hinaus gibt es zusätzliche Potenziale durch Touristen in der Stadt. Durch die wohngebietsintegrierte Lage kann der ALDI-Markt am Postweg hiervon in geringerem Maße profitieren als die Innenstadt oder das Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße. Mit einem Umsatzanteil von 10% durch Streuumsätze ergibt sich ein Umsatz von knapp 0,5 Mio. € von außerhalb des Einzugsgebietes.

Ergänzend werden die Umsätze in den Non-Food II-Sortimenten einbezogen. Bei dem ALDI-Markt mit der vorgesehenen Verkaufsflächengröße machen diese rd. 0,4 Mio. € aus.

9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz nach Erweiterung des Lebensmittelmarktes prognostiziert. Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit der Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, 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 Umsatzzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Im Urteil vom 12.02.2009 hat das Bundesverwaltungsgericht¹⁶ entschieden, dass im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes bei der Beurteilung, ob negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Gemeinde oder der benachbarten Gemeinden zu erwarten sind, zu berücksichtigen ist, dass der zu erweiternde Betrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Standort bereits vorhanden ist. Vor diesem Hintergrund sind somit nur die durch die Erweiterung generierten Mehrumsätze für die Betrachtung und Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen relevant.

Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben induzierten "Kannibalisierungseffekte" dargelegt: Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit einer Modernisierung des Standortes und einer Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Ein zusätzlicher Anbieter vergrößert demnach nicht den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dabei kommt es zu innerörtlichen und außerörtlichen Umverteilungseffekten in den bestehenden Angebotsstrukturen. In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Anbietern im prognostizierten Einzugsgebiet.

Tabelle 7: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort

Lage	aktueller Umsatz Food & Non-Food I		Umsatzzumverteilung	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	1,7	2,0%	*	
Nahversorgungszentrum Domnitzscher Straße	10,7	3,0%	0,32	
Standort Lidl, Schmiedeberger Straße	4,4	5,0%	0,22	
Standort Netto Marken-Discount, Domnitzscher Str.	3,9	2,0%	0,08	
Standort Verbrauchermarkt Hammermühlenweg	4,2	1,0%	0,04	
Markant, Blücherstraße	0,6	3,0%	*	
Bilgro Getränkemarkt, Schmiedeberger Straße	0,8	1,0%	*	
Konsum, Löbnitz	2,1			
nah&frisch, Laußig	1,2			
nah&frisch, Zscepplin	0,9			
sonstige	3,2	1,0%	*	
Umsatzzumverteilung durch Vorhaben			0,75	
Mehrumsätze Non-Food II-Sortimente			0,05	
Bestandsumsatz			3,90	
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			4,70	

Quelle: BBE-Berechnung 2021
 (*) marginal < 40 T€

¹⁶ Urteil BVerwG 4 B 3/09 vom 12.02.2009, bestätigt Urteil des OVG Münster 10 A 2601/07 vom 06.11.2008

Durch die Erweiterung des ALDI-Marktes ergeben sich zwar differenzierte, aber stets sehr geringe Wettbewerbswirkungen für die einzelnen Standorte.

Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** steht aufgrund seiner Ausrichtung auf Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben mit spezialisierten Nahversorgungsanbietern nur geringfügig im Wettbewerb mit dem ALDI-Markt. Die Umverteilungseffekte bleiben bei einer Umverteilungsquote von 2% somit auf marginalem Niveau und haben somit keine städtebauliche Relevanz.

Das **Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße** steht hingegen mit einem Lebensmitteldiscounter, einem Vollsortimenter und einem Drogeriemarkt bei einer Entfernung von 700 m stärker im Wettbewerb. Mit einer Umverteilungsquote von 3% und einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 0,3 Mio. € können städtebauliche Wirkungen auch für den aktuell dominanten Nahversorgungsstandort, der sich perspektivisch mit größerer Verkaufsfläche noch moderner präsentieren möchte, ausgeschlossen werden.

Direkt südlich des Nahversorgungszentrum befindet sich der Standort von **Netto Marken-Discount** an der **Dommitzcher Straße**. Mit einem Hybrid-Discounter, einem Getränkemarkt und einem Bäcker ist durch die etwas größere Entfernung zum Projektstandort im Vergleich zum Nahversorgungszentrum eine Umverteilungsquote von 2% zu erwarten, die keine städtebauliche Wirkungen entfalten wird.

Der nur unweit vom ALDI-Markt entfernte **LIDL-Markt an der Schmiedeberger Straße**, der als Lebensmitteldiscounter ein vergleichbares Sortiment aufweist, ist der Hauptwettbewerber des ALDI-Marktes. Folglich wird der Standort des LIDL-Marktes mit ergänzendem Bäcker und Fleischer mit einer Umverteilungsquote von 5% am stärksten von der Erweiterung des ALDI-Marktes betroffen sein. Bei einem prognostizierten Umsatzrückgang durch die geplante Erweiterung von rd. 0,2 Mio. € sind keine existenziellen Wirkungen durch die ALDI-Erweiterung zu erwarten.

Der nordwestlich gelegene **SB-Markt Markant** in der **Blücherstraße** kann zwar nur Teilsortimente eines ALDI-Marktes anbieten und damit nur den Grundbedarf der Bevölkerung abdecken, erreicht aber eine spezifische Zielgruppenbindung im Wohnumfeld. Diese sich mehrjährig eingespielte Wechselbeziehung wird durch die geplante Erweiterung kaum berührt. Dennoch sind Umverteilungen nicht gänzlich auszuschließen, die bei einer Umverteilungsquote von 3% unterhalb der Messbarkeitsschwelle sind.

Dies gilt adäquat für den **Getränkemarkt Bilgro** in der **Schmiedeberger Straße** mit einer Umverteilungsquote von 1%.

Für alle weiteren Standorte können bei einem geringen Mehrumsatz des ALDI-Marktes und des neuen Bäckers von insgesamt 0,8 Mio. € keine messbaren Umverteilungen abgeleitet werden.

Für die **Mehrumsätze bei Non-Food II-Sortimenten** ist zu konstatieren, dass sich diese auf eine Vielzahl von Sortimenten aufteilen und eine Umsatzumverteilung bei einem Mehrumsatz von 50 T€ nicht möglich ist. Auswirkungen durch die geringen Mehrumsätze bei Non-Food II-Umsätzen sind auszuschließen.

9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Einordnung des Vorhabens in das Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Düben

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden und die wohnungsnahе 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 Bad Düben

- Die Eigenständigkeit der Nahversorgung des Lebensmittelmarktes in Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen begründet letztlich die Ausweisung als Nahversorgungslage für das nördliche Stadtgebiet, innerhalb der städtebaulich gewünschten Zentren- und Standortstruktur der Stadt Bad Düben.
- Das Sortiment des erweiterten Lebensmitteldiscounters 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 Schmiedeberger Straße. Das direkte Umfeld wird fast ausschließlich von Wohnnutzungen geprägt. So können den Lebensmittelmarkt in einer Gehzeit von 10 Minuten rd. 3.100 Einwohner erreichen, so dass der Standort über umfassende wohnungsnahе Versorgungsfunktionen im nördlichen Stadtgebiet verfügt.
- Angrenzend zum Vorhabenstandort finden sich Wohnbau-Entwicklungsflächen, die perspektivisch die Versorgungsfunktionen weiter stärken.
- Folglich zielt das Planvorhaben aus Sicht des Angebotskonzeptes klar auf die städtebauliche Besonderheit als großflächiger Nahversorger ab.

Umsatzverluste gegenüber zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten bleiben ohne städtebauliche Relevanz

- Im Stadtgebiet von Bad Düben sind zwei zentrale Versorgungsbereiche vorhanden. Die Innenstadt von Bad Düben ist als Hauptzentrum (A-Zentrum) Schwerpunkt der grundzentralen Versorgungsstruktur und besitzt eine gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung auf den grundzentralen Verflechtungsbereich durch den Besatz aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben. Die wettbewerbsrelevante Angebotsstruktur setzt sich insbesondere aus Lebensmittelfachgeschäften und -handwerksbetrieben sowie dem einzigen Zoofachgeschäft der Stadt zusammen. Aufgrund dieser unterschiedlichen Ausrichtung im Vergleich zum ALDI-Markt ist eine Umverteilungsquote von 2% zu erwarten, was unterhalb der Spürbarkeitsschwelle liegt.
- Das Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße steht mit einem Lebensmitteldiscounter, einem Vollsortimenter und einem Drogeriemarkt stärker im Wettbewerb mit dem ALDI-Markt. Der derzeit dominante Nahversorgungsstandort, welcher sich in den nächsten Jahren mit modernen Konzepten neu aufstellen möchte, wird bei einer Umverteilungsquote von 3% und einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 0,3 Mio. € städtebaulich nicht negativ betroffen sein.

- Für alle weiteren Standorte, wie den Nahversorger Markt in der Blücherstraße oder den LIDL-Markt in der Schmiedeberger Straße, können bei maximalen Umverteilungsquoten von 5% (LIDL) ebenfalls keine städtebaulichen Wirkungen abgeleitet werden. Vor dem Hintergrund des Potenzialwachstums bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den letzten Jahren stellen sich die Anbieter als weiterhin wettbewerbsfähig dar.

Standort ist mit den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes konform

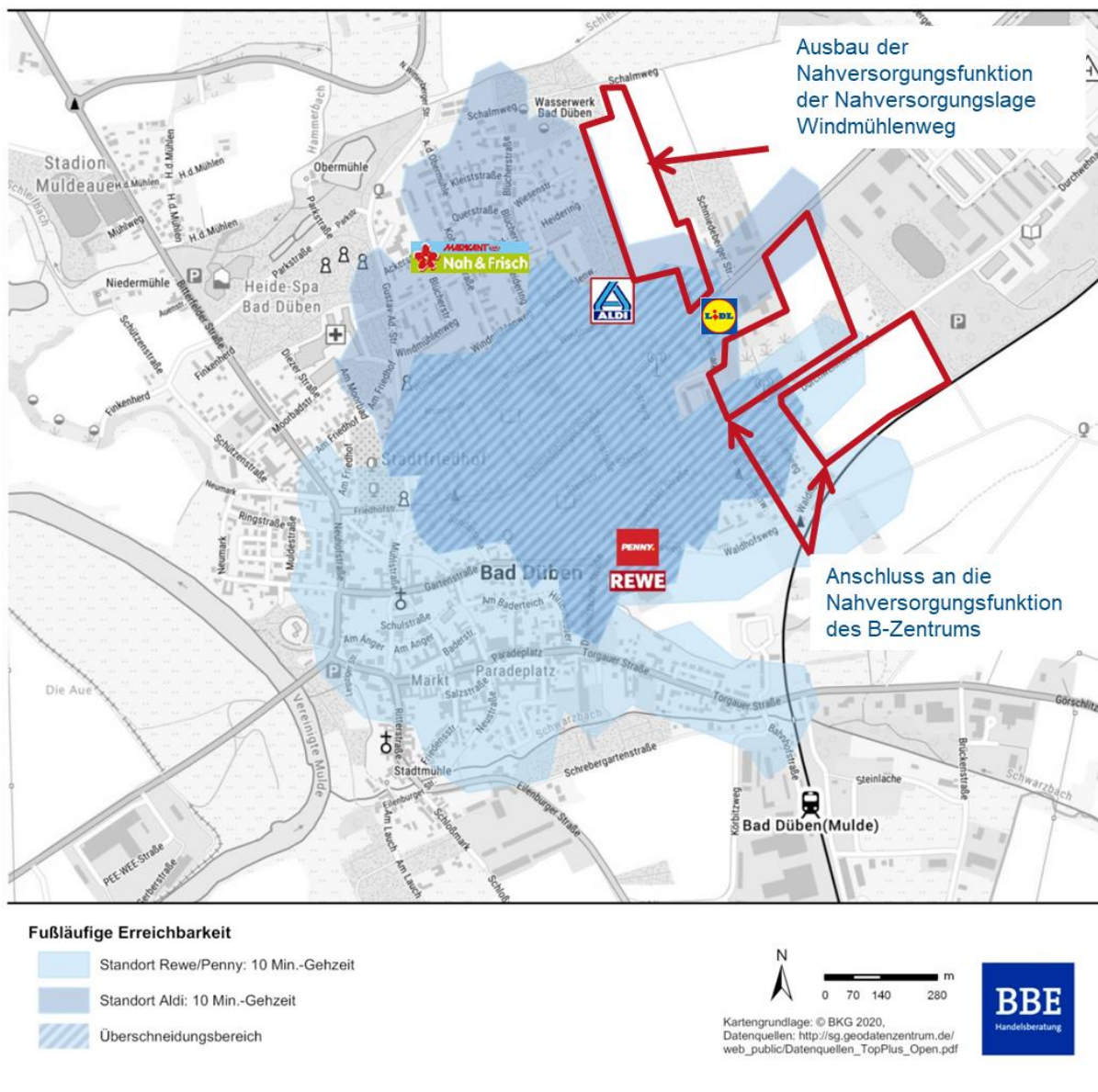
- Der Projektstandort des ALDI-Marktes ist als Nahversorgungslage Windmühlenweg in das Einzelhandelskonzept eingeordnet worden. Eine „Weiterentwicklung sowie Ergänzung zentraler Nahversorgungslagen“ ist gemäß Leitlinie 3 möglich, wenn diese:
 - „eine eigenständige Nahversorgungsfunktion innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen“
Es wurde im Rahmen des Gutachten mehrfach deutlich, dass es sich bei der Nahversorgungslage Windmühlenweg um den einzigen Lebensmittelmarkt nördlich der Schmiedeberger Straße in integrierter Lage mit umfassendem Nahversorgungsangebot handelt. Eine eigenständige Nahversorgungsfunktion liegt zweifellos vor.
 - „eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen“
Der Projektstandort liegt in einem Wohngebiet in idealtypischer integrierter Lage. Im 10 Minuten-Radius leben 3.100 Einwohner, perspektivisch ist mit einem Zuwachs durch die Wohnbau-Entwicklungsflächen zu rechnen.
 - „eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungs Umfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes)“
Der Standort in der Kernstadt ist, wie aus Abschnitt 5 deutlich wurde, allumfassend sehr gut zu erreichen. Dabei stellt die Bushaltestelle „Bad Döben, Windmühlenweg“ in 300 m Entfernung zum Projektstandort den Linien 230, 233, 236 und 239 eine gute Anbindung an den ÖPNV sicher.
 - „und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer Nahversorgungslagen in Bad Döben führen.“¹⁷
Negative Auswirkungen auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche sowie weiteren Nahversorger sind nicht zu erwarten. Vielmehr wird eine bestehende Nahversorgungslage gesichert und qualifiziert.
- 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 Nahversorgungs Umfeld sowie nicht abzuleitende negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die weiteren Nahversorgungsstandorte in Bad Döben eine Weiterentwicklung des Standorts.

¹⁷ Einzelhandelskonzept für die Stadt Großenhain – Fortschreibung 2014, S. 66.

Nachfrageentwicklung in der Nahversorgung seit Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes positiver als erwartet – Flächenentwicklungen innerhalb der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur abgesichert

- Die Prognose zur rückläufigen Nahversorgung im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes führte letztlich zu einer Flächenbegrenzung sowohl im Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße als auch in der Nahversorgungslage Windmühlenweg.
- Diese pessimistischen Erwartungen haben sich nicht erfüllt, tatsächlich liegt das aktuelle nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial aktuell ca. 1,7 Mio. € über dem Stand 2014 und wird in 2025 etwa 3,5 Mio. € über der ursprünglich erwarteten, pessimistischen Prognose liegen (siehe Abschnitt 7).
- Durch dieses gestiegene nahversorgungsrelevante Potenzial bestehen Entwicklungsmöglichkeiten, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes noch nicht gegeben waren. Sie erlauben eine Festigung der Versorgungsfunktionen des Nahversorgungszentrums ebenso wie der Nahversorgungslage.

Karte 8: Anbindung der Wohnbau-Entwicklungsflächen an die fußläufigen Einzugsbereiche des Nahversorgungszentrums Dommitzcher Straße und der Nahversorgungslage Windmühlenweg



- Dies gilt auch perspektivisch auch für die laut InSEK¹⁸ ausgewiesenen Wohnbau-Entwicklungsflächen, die sich jeweils an den fußläufigen Einzugsbereichen des Nahversorgungszentrums und der Nahversorgungslage anschließen.
- Die Verkaufsflächenerweiterung in der Nahversorgungslage um 200 m² fügt sich somit in die aktuelle und perspektivische Nahversorgungsentwicklung der Stadt Bad Düben ein, unter Beachtung der städtebaulich angestrebten Zentren- und Standortstruktur.

9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Die Stadt Bad Düben wird im Regionalplan Leipzig-West Sachsen als Grundzentrum ausgewiesen, woraus sich die Zulässigkeit zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gemäß Ziel 2.3.2.2 ableiten lässt.

Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage und erfüllt eigenständige Versorgungsfunktionen, die ebenfalls durch die Ausweisung als integrierte Nahversorgungslage im Einzelhandelskonzept für die Stadt Bad Düben bestätigt werden. Wie aus Abschnitt 9.3 deutlich wurde, entspricht die Eigenständigkeit der Nahversorgung auch zukünftig einer besonderen städtebaulich Situation zur Sicherung der flächendeckenden Nahversorgung in Bad Düben. Das Vorhaben zielt klar auf die städtebauliche Besonderheit als großflächiger Nahversorger (vgl. Ziel 2.3.2.3).

Das Einzugsgebiet erstreckt sich ausschließlich auf das Stadtgebiet von Bad Düben, aus dem grundzentralen Verflechtungsbereich werden lediglich Streuumsätze erwartet. Der Verflechtungsbereich des zentralen Ortes wird demnach im Zuge des Erweiterungsvorhabens nicht überschritten (vgl. Ziel 2.3.2.4).

In Gesamtbetrachtung der positiven Nahversorgungsentwicklung der letzten Jahre in der Stadt Bad Düben und den jetzt zu erwartenden Umsatzumlenkungseffekten durch das Erweiterungsvorhaben (Abschnitt 9.2) können schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie auf Standorte, die für die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung wichtig sind, ausgeschlossen werden. Folgewirkungen in benachbarten Orten sind ausgehend von der erwarteten Kundenherkunft nicht zu erwarten. Die Erweiterung des Marktes führt vielmehr zu einer Stärkung 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 „Bad Düben, Windmühlenweg“ westlich vom Standort sichergestellt.

¹⁸ Integriertes Stadtentwicklungskonzept (InSEK) Bad Düben 2030 -Fortschreibung, S. 61

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Erweiterung des ALDI-Marktes in Bad Döben 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 Schmiedeberger Straße in der Kernstadt Bad Döben und weist eine umfassend gute Erreichbarkeit sowohl mit dem Pkw, mit dem Fahrrad als auch mit dem ÖPNV über die Bushaltestelle „Bad Döben, Windmühlenweg“ auf.
- Das Angebotskonzept des Lebensmitteldiscounters wird auf mehr als 90% der Verkaufsfläche Food und Non-Food I-Sortimente aufweisen.
- Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde der Projektstandort als Nahversorgungslage Windmühlenweg eingeordnet, da er eigenständige Nahversorgungsfunktionen für das nördliche Stadtgebiet von Bad Döben aufweist. In einer 10 Minuten Gehzeit können rd. 3.100 Einwohner den Markt fußläufig erreichen.
- Seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes hat sich die Nachfrageentwicklung in der Nahversorgung deutlich positiver gestaltet, als damals prognostiziert. Eine stabilisierte Bevölkerungsentwicklung in Verbindung mit gestiegenen Verbrauchsausgaben hat in den letzten Jahren zu einem Nachfrageanstieg in Bad Döben von 1,7 Mio. € geführt. Somit fügt sich die Erweiterung des Lebensmittelmarktes in die Nachfrageentwicklung der Stadt Bad Döben ein. Auch alle sonstigen Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bad Döben werden erfüllt.
- In der städtebaulich gewünschten Funktionsteilung zwischen dem Nahversorgungszentrum Dommitzscher Straße und der Nahversorgungslage Windmühlenweg zielt das Planvorhaben auf die städtebauliche Besonderheit als großflächiger Nahversorger.
- Die Modellrechnung zu den wettbewerblichen Folgewirkungen durch das Erweiterungsvorhaben weisen für alle Standorte geringe Umverteilungseffekte auf, die in jedem Fall keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und sonstige Nahversorger induzieren werden.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass durch die geplante Erweiterung des ALDI-Lebensmitteldiscounter keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO induziert werden. Vielmehr wird ein bestehender Nahversorgungsstandort gesichert und qualifiziert.

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, 18. Mai 2021