



Auswirkungsanalyse zur Nachnutzung eines Rewe-Supermarktes durch einen Sonderpostenmarkt in Gardelegen, Straße der Opfer des Faschismus

AUFTRAGGEBER: Thomas Philipps GmbH & Co. KG,
Bissendorf

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, den 06.05.2022

Urheberrecht

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



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

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Am 17.03.2022 erteilte die Thomas Philipps GmbH & Co. KG, Bissendorf, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Dresden, den Auftrag, eine Auswirkungsanalyse zur Nachnutzung des früheren Rewe-Supermarktes durch einen Sonderpostenmarkt am Standort Straße der Opfer des Faschismus (ODF) in Gardelegen zu erarbeiten.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA u. a. Angaben des Auftraggebers, Daten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt und des Statistischen Bundesamtes, der Stadt Gardelegen sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgten im April 2022 eine intensive Standortbesichtigung sowie eine Vor-Ort-Erfassung der projektrelevanten Wettbewerber im Einzugsgebiet. Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und unter Beachtung neuester wissenschaftlicher Standards ausgewertet.

Die vorliegende Untersuchung zeigt die möglichen wirtschaftlichen und städtebaulichen Folgen der geplanten Einzelhandelsnutzung auf und dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung der am Planungs- und Genehmigungsprozess Beteiligten. Die GMA verpflichtet sich, die ihr im Zusammenhang mit der Erarbeitung des Berichtes zugeleiteten Daten und Informationen ebenso vertraulich zu behandeln wie die Aussagen und Ergebnisse des Berichtes.

Vorliegendes Dokument unterliegt vollständig und in Teilen dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Ohne Zustimmung darf das Dokument im Rahmen des Genehmigungsverfahrens verwandt werden. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch den Auftraggeber und die GMA und unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Dresden, den 06.05.2022
SFL skh

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Standortbewertung	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechtsrahmen / Planungsgrundlagen	5
2.1 Regelungen des § 34 BauGB	5
2.2 Einzelhandelskonzept Hansestadt Gardelegen	6
3. Standortbeschreibung und -bewertung	9
3.1 Makrostandort Gardelegen	9
3.2 Mikrostandort Straße der Opfer des Faschismus 57	12
II. Definition und Daten des Untersuchungsobjektes	15
1. Definition Sonderpostenmarkt	15
2. Daten des Untersuchungsobjektes	16
III. Nachfragesituation	19
1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
IV. Projektrelevante Wettbewerbssituation	23
1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	23
2. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	26
3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	29
4. Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation	31
V. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	32
1. Methodik ³²	
2. Umsatzumverteilungen	32
3. Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	34
VI. Zusammenfassung	37
Anhang	39

I. Aufgabenstellung und Standortbewertung

1. Aufgabenstellung

In der Hansestadt Gardelegen ist in der aktuell leerstehenden Immobilie am Standort Straße der Opfer des Faschismus 57 als Folgenutzung des früheren Rewe Supermarktes die **Ansiedlung eines Thomas Philipps-Sonderpostenmarktes mit ca. 2.032 m² Verkaufsfläche** (i. F. auch VK) vorgesehen, wobei weniger als 800 m² VK für zentrenrelevante Sortimente geplant sind (vgl. Kapitel II.2.). Der Standort befindet sich im östlichen Teil der Stadt an einem etablierten Einzelhandels- und Gewerbestandort. Im Umfeld ist aktuell ein Obi-Baumarkt etabliert.

Die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen wirtschaftlichen und städtebaulichen Effekte im Zusammenhang mit der geplanten Nachnutzung des ehem. Rewe-Objektes durch einen Sonderpostenmarkt zu analysieren. **Die Untersuchung wird auftragsgemäß auf Basis von § 34 Abs. 3 BauGB durchgeführt**, wobei insbesondere die Wirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Gardelegen herauszuarbeiten sind.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Grundlagen zur Bewertung des Vorhabens
- /// Definition und Daten des Ansiedlungsvorhabens (Verkaufsflächen, Sortimente usw.)
- /// Beschreibung und Bewertung des Makrostandortes Gardelegen
- /// Beschreibung und Bewertung des Mikrostandortes Straße der Opfer des Faschismus
- /// Abgrenzung und Zonierung des prospektiven Einzugsgebietes
- /// Ermittlung des Bevölkerungspotenzials
- /// Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet
- /// Darstellung der aktuellen Wettbewerbssituation in Gardelegen bzw. im Einzugsgebiet
- /// Berechnung der Umsatzerwartung und der Umsatzumverteilungseffekte
- /// Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet.

2. Rechtsrahmen / Planungsgrundlagen

2.1 Regelungen des § 34 BauGB

Der Standort des geplanten Sonderpostenmarktes befindet sich in einem **unbeplanten Innenbereich**, womit zur Bewertung der Zulässigkeit des Ansiedlungsvorhabens § 34 BauGB heranzuziehen ist. Dieser führt in seiner aktuellen Fassung aus:

„(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.“

(2) *Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der aufgrund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art alleine dadurch, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.*

(3) *Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.*

(3a) *Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung*

- 1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs [...] dient,*
- 2. städtebaulich vertretbar ist und*
- 3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.*

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.“

Nicht näher definiert wird im § 34 BauGB, was konkret als „schädliche Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche“ anzusehen ist. In jedem Falle ist hierbei jedoch unter Zugrundelegung der aktuellen Rechtsprechung zwischen rein wettbewerblichen und städtebaulichen Effekten (z. B. Leerstandsbildung) zu unterscheiden.

Nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts und des OVG Münster¹ verlangt § 34 Abs. 3 BauGB eine Prognose, im deren Rahmen alle Umstände des jeweiligen Einzelfalls in den Blick zu nehmen sind. Dabei ist insbesondere die Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu den im Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsflächen derselben Branche, die voraussichtliche Umsatzumverteilung, die Entfernung zwischen dem Vorhaben und dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich, eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen „Magnetbetriebs“, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat, zu berücksichtigen.

2.2 Einzelhandelskonzept Hansestadt Gardelegen

Die Hansestadt Gardelegen verfügt über ein beschlossenes **Einzelhandelskonzept (EHK) aus dem Jahr 2017**. Das Einzelhandelskonzept definiert die wesentlichen städtebaulichen Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung. Darauf aufbauend und abgeleitet aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie den städtebaulichen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen

¹ Vgl. BVerwG, 4 C 7.07, 11. Oktober 2007; BVerwG, 4 B 3.09, 12. Februar 2009; OVG NRW, 7 A 964/05, 11. Dezember 2006.

gen werden u. a. das Sortiments- und das Standortkonzept begründet. Das Einzelhandelskonzept und die darin getroffenen Festsetzungen sind als Orientierungsrahmen und Handlungsanleitung für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in der Stadt zu würdigen.

Das Einzelhandelskonzept legt eine **zweistufige Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche** fest. Neben dem „Hauptzentrum Altstadt“ wird das Nahversorgungszentrum „Schlüsselkorb“ festgelegt. Weiterhin werden Nahversorgungsstandorte sowie Sonderstandorte für im Wesentlichen großflächige Angebote des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels benannt (vgl. Karte 1).

Die Sortimentsliste von Gardelegen („**Gardelegener Liste**“) unterscheidet zwischen zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung, sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (siehe Sortimentsliste im Anhang).

Das Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 zeigt darüber hinaus **Steuerungsregeln zur sortiments- und standortspezifischen Einzelhandelsentwicklung** auf. Für siedlungsräumlich integrierte Lagen:²

„Siedlungsräumlich integrierte Standorte (inkl. Nahversorgungsstandorte)

*Nahversorgungsstandorte ergänzen das Nahversorgungsnetz und dienen der wohnortnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs. Hier ist eine Konsolidierung mit Erweiterung von auch großflächigen Betrieben (> 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt grundsätzlich möglich, sollten aber dennoch auf ihre städtebauliche Verträglichkeit geprüft werden. Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, die nicht der Nahversorgung dienen (z. B. Bekleidung oder Schuhe) sollten in siedlungsräumlich integrierten Lagen nur ergänzend angesiedelt werden bzw. sind im Hinblick auf ihre städtebauliche Verträglichkeit ebenfalls zu überprüfen. **Großflächige Betriebe (> 800 m² VK) mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten ausgeschlossen werden. Gleiches gilt für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment.** Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte derzeit nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches (=Nahversorgungszentrum).“*

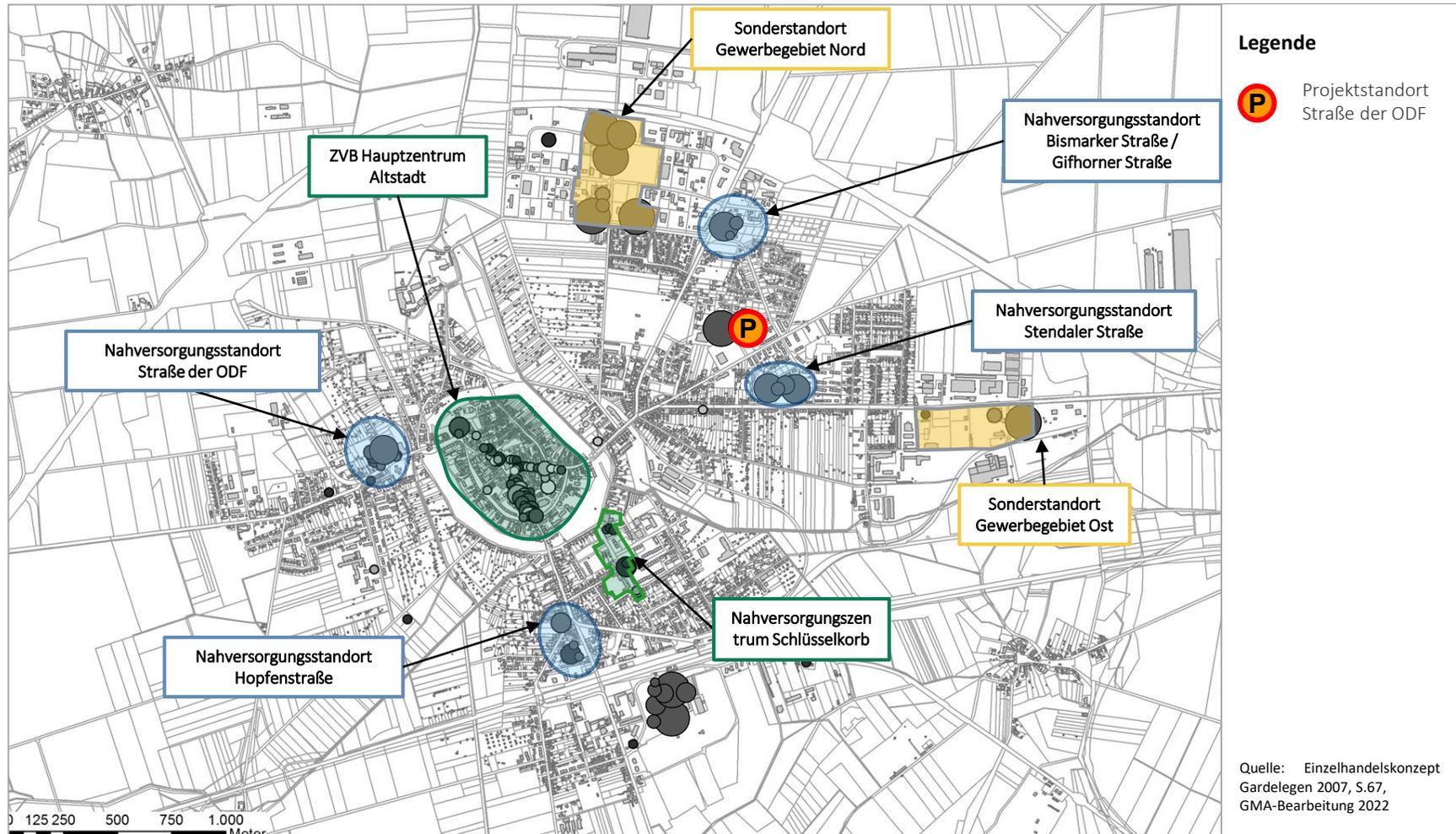
Im Hinblick auf das **Planvorhaben am Standort Straße der Opfer des Faschismus** befindet sich dieser an einem etablierten Einzelhandelsstandort nordöstlich der Gardelegener Altstadt. Er ist als städtebaulich integrierte Lage klassifiziert³. Ein zentraler Versorgungsbereich liegt nicht vor. Mit einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 2.032 m² VK liegt der geplante Sonderpostenmarkt zweifelsfrei oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit.

Thomas Philipps ist als Multisortimenter zu klassifizieren wobei zwar der überwiegende Sortimentsanteil auf nicht zentrenrelevante Sortimente entfällt (ca. 64 %), allerdings auch verschiedene nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente in unterschiedlichen Größenordnungen geführt werden (vgl. Kapitel II.2.).

² Beim Projektstandort handelt es sich um eine siedlungsräumlich integrierte Lage. Diese ist im Hinblick auf die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes mit den Nahversorgungsstandorten gleichzusetzen (vgl. EHK Gardelegen 2017, S. 87).

³ vgl. EHK Gardelegen 2017, S. 29.

Karte 1: Übersicht Standortstruktur gem. Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 (Kernstadt)



Grundsätzlich steht das **Vorhaben von Thomas Philipps** zunächst nicht im Einklang mit den Steuerungsregeln gemäß Einzelhandelskonzept. Allerdings spricht für das Vorhaben, dass es sich um die Revitalisierung einer bestehenden und vormals schon durch großflächigen Einzelhandel genutzten Gewerbeimmobilie handelt. Da Thomas Philipps beabsichtigt, abweichend vom betreiberspezifischen Standardkonzept die in Gardelegen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu limitieren, so dass diese in Summe deutlich unter 800 m² VK liegen, steht hier nach gutachterlicher Einschätzung zunächst die Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit im Fokus.

3. Standortbeschreibung und -bewertung

3.1 Makrostandort Gardelegen

Die **Hansestadt Gardelegen** ist eine Einheitsgemeinde im Altmarkkreis Salzwedel. Sie liegt in einem dünn besiedelten, ländlichen Raum im Nordwesten des Bundeslandes Sachsen-Anhalt. Gemäß LEP Sachsen-Anhalt 2010 wird der Hansestadt Gardelegen aufgrund ihrer räumlichen Lage im Siedlungsgefüge sowie aufgrund von Defiziten in der Erreichbarkeit, die Funktion eines Grundzentrums mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums zugewiesen. Ferner wird dem Ortsteil Mieste seitens der Regionalplanung die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Die räumlich nächst gelegenen Zentralen Orte höherer Stufe sind die Mittelzentren Haldensleben im Süden (ca. 32 km), das Mittelzentrum Salzwedel nördlich von Gardelegen (ca. 43 km) sowie das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Stendal östlich von Gardelegen (ca. 35 km; vgl. Karte 2).⁴

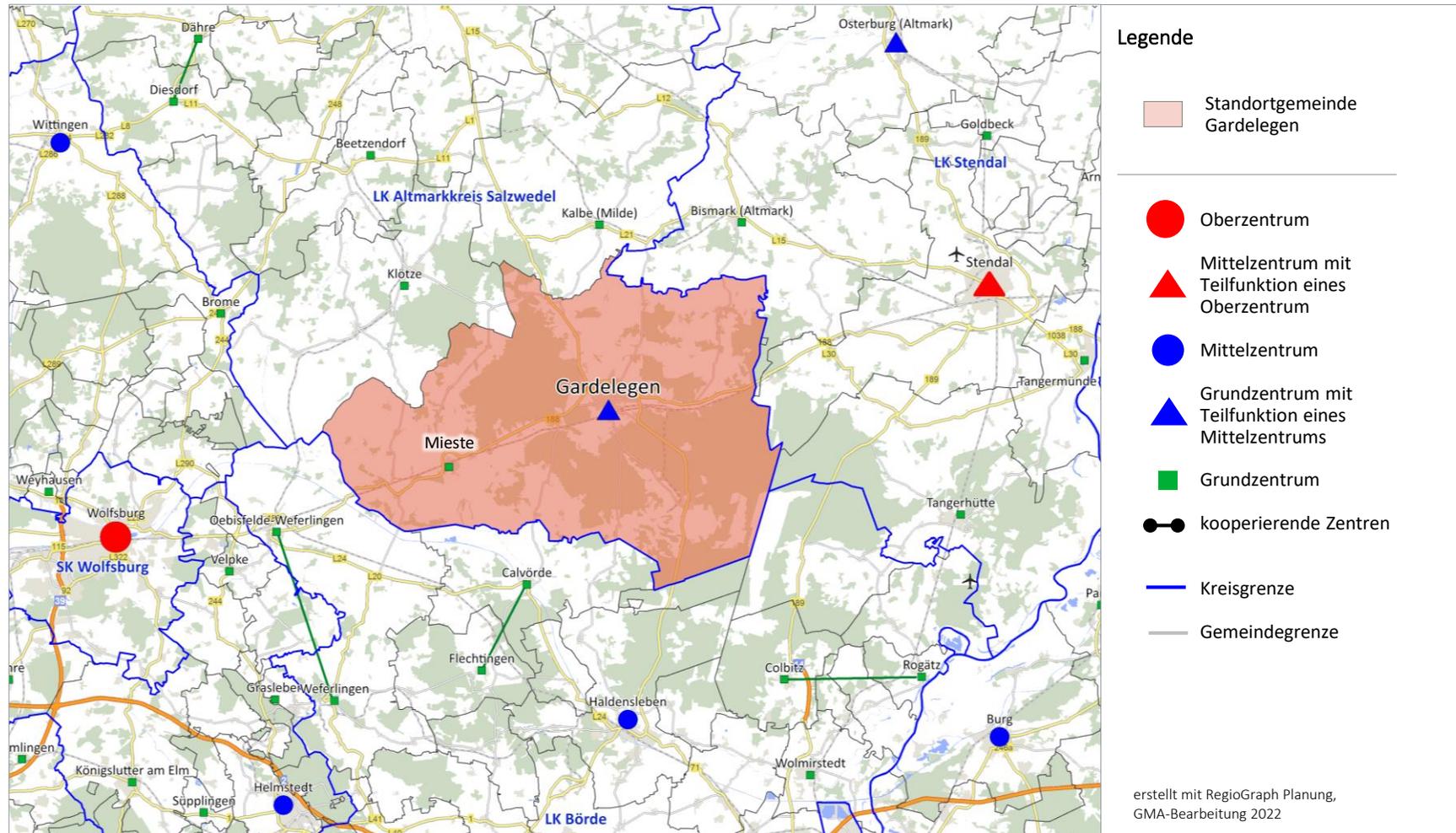
Die **Erreichbarkeit** der Hansestadt Gardelegen für den Individualverkehr ist differenziert zu bewerten. Im regionalen Kontext besteht eine gute Erreichbarkeit des Stadtgebietes, da sich hier die Bundesstraßen B 71 (Salzwedel – Gardelegen – Haldensleben) sowie die B 188 (Stendal – Gardelegen – Wolfsburg) kreuzen. Hierdurch besteht eine vergleichsweise günstige Anbindung an die benachbarten Zentralen Orte. Suboptimal ist hingegen die überregionale Erreichbarkeit der Stadt, da die nächstgelegenen Autobahnanschlussstellen zur A 2 und A 39 jeweils etwa 50 km entfernt liegen. Mit dem Weiterbau der A 14 zwischen Magdeburg und Ludwigslust hat sich die Erreichbarkeit Gardelegens etwas verbessert (Anschlussstelle Colbitz in ca. 40 km). Die ÖPNV-Erreichbarkeit von Gardelegen wird u. a. durch Regionalbahnverbindungen nach Wolfsburg und Stendal gewährleistet. Die innerstädtische Erschließung sowie die Umlandanbindung erfolgt u. a. durch Regionalbuslinien der Personenverkehrsgesellschaft Altmarkkreis Salzwedel mbH (PVGGS).

Die **Siedlungsstruktur** der Stadt bzw. Einheitsgemeinde Gardelegen (rd. 22.340 Einwohner)⁵ ist als äußerst dispers zu betrachten. So besteht die Einheitsgemeinde neben der Kernstadt Gardelegen aus weiteren 49 Ortsteilen, die sich im ländlichen Raum verteilen. Daher ist die Einwohnerdichte in Gardelegen mit 35 Einwohnern je km² sehr gering. Bevölkerungsschwerpunkt ist hierbei die Kernstadt mit ca. 9.900 Einwohnern. Die nächst größeren Ortsteile sind Mieste mit rd. 1.900 Einwohnern, Letzlingen mit rd. 1.410 Einwohnern, Jävenitz mit rd. 890 Einwohnern, Miesterhorst mit rd. 610 Einwohnern und Solpke mit rd. 510 Einwohnern. Alle übrigen Ortsteile weisen jeweils teils deutlich unter 500 Einwohnern auf.

⁴ Entfernungsangaben in Straßenkilometern; kürzeste Entfernung.

⁵ Quelle: Hansestadt Gardelegen, Stand: 03.01.2022.

Karte 2: Lage der Hansestadt Gardelegen und zentralörtliche Struktur in der Region



In den vergangenen Jahren verlief die **Bevölkerungsentwicklung** in Gardelegen rückläufig. So sank die Bevölkerungszahl seit dem Zensus 2011 um ca. - 6,2 % (ca. - 1.420 Einwohner).⁶ Gemäß der 7. regionalisierten Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt für die Stadt Gardelegen wird diese bis zum Jahr 2030 ca. 10,3 % ihrer Bevölkerung gegenüber dem Basisjahr der Prognose (2019) verlieren.⁷

Die **Einzelhandelsstrukturen Gardelegens** werden von mehreren Standortbereichen des Einzelhandels geprägt. Aktuell können folgende wesentliche Einzelhandelslagen in Gardelegen identifiziert werden:

- /// **Altstadt Gardelegen:** In der Altstadt Gardelegen sind überwiegend klein- bis mittelflächig strukturierte Einzelhandelsunternehmen ansässig. Als größerer Magnet ist hierbei insbesondere der Rossmann-Drogeriemarkt zu nennen. Als Hauptgeschäftsbereich fungieren hier die als Fußgängerzone ausgewiesene Ernst-Thälmann-Straße sowie der Bereich um den Rathausplatz.
- /// **Hansecenter / Gewerbegebiet Buschhorstweg:** Das Einkaufszentrum Hansecenter befindet sich im südlichen Stadtbereich im Gewerbegebiet am Buschhorstweg. Magnetbetrieb ist hier ein Kaufland SB-Warenhaus, welches durch mehrere Fachmärkte (u. a. Deichmann, Takko, AWG, Action, Woolworth) ergänzt wird. Weiterhin sind auch Jysk und Bura Möbel vorhanden.
- /// **Vor-dem-Salzwedeler-Tor / Klammstieg:** Westlich der Gardelegener Altstadt befindet sich eine Handelsagglomeration um den Lebensmittelmarkt Lidl. Hier sind auch ein Getränkemarkt sowie NKD und Fachgeschäfte ansässig.
- /// **Stendaler Straße:** An der Stendaler Straße sind neben Aldi und EDEKA Köhler als weitere Nutzungen ein T€Di-Nonfood-Discounter sowie ein KiK-Textilfachmarkt angesiedelt. Der Standort übernimmt Nahversorgungsfunktionen für das östliche Stadtgebiet.
- /// **Straße der OdF (Opfer des Faschismus):** Die Einzelhandelslage Straße OdF befindet sich nordöstlich der Altstadt und besteht aktuell i. W. aus einem Bau- und Heimwerkermarkt von OBI.
- /// **Straße der Freundschaft / Schlüsselkorb:** Magnetbetreiber in der Handelslage ist ein Penny Lebensmitteldiscounter. Dieser wird durch einen Bäcker in der Vorkassenzonen sowie mehrere kleinflächige Geschäfte im Bereich Richtung Schillerstraße ergänzt.
- /// **Gewerbegebiet Nord:** Im Gewerbegebiet Nord sind an der Isenschribber Chaussee sowie im Bereich an der Breitengehre sowie am Holzweg mehrere Betriebe des langfristigen Bedarfsbereichs wie zwei Möbelanbieter, ein Teppichladen sowie ein Baustoffhandel bzw. Baumarkt angesiedelt.

Neben diesen Einzelhandelsschwerpunkten befinden sich im gesamten Stadtgebiet noch vereinzelt (großflächige) Handelsbetriebe, z. B. Repo, Stendaler Chaussee (Gewerbegebiet Ost), OBI, Straße der ODF (hier auch Planstandort für Thomas Philipps).⁸

⁶ Bevölkerung zum 09.05.2011: ca. 25.570 Einwohner, zum 31.12.2020: ca. 22.150 Einwohner, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt.

⁷ Quelle: 7. regionalisierte Bevölkerungsprognose, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Prognose 2030 für die Stadt Gardelegen: rd. 19.890 Einwohner.

⁸ Eine detaillierte Darstellung der Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt in Kapitel V.1.

Grundsätzlich erfüllt der Einzelhandelsplatz **Hansestadt Gardelegen** auch wichtige Versorgungsfunktionen für das Umland. So ist auf die nur geringe Siedlungsdichte im Bereich der ländlichen Altmark hinzuweisen, wobei die zumeist dörflichen Ortschaften nicht über die notwendige Mindestinwohnerzahl bzw. Tragfähigkeit für eigene leistungsfähige Einzelhandels- bzw. Nahversorgungsstrukturen verfügen. Mieste stellt dabei eine Ausnahme dar.

3.2 Mikrostandort Straße der Opfer des Faschismus 57

Der **Projektstandort** für die Ansiedlung von Thomas Philipps befindet sich an der Straße Opfer des Faschismus (ODF) im nordöstlichen Teil der Kernstadt Gardelegen. Es handelt sich um eine Nachbelegung des ehem. Rewe-Supermarktobjektes, welches Teil der hier etablierten Einzelhandelslage ist. Diese befindet sich zwischen der Straße der ODF im Süden und der Waltroper Straße im Norden und umfasst auch den hier ansässigen großflächigen Obi-Baumarkt. Das Areal wird im Wesentlichen durch Wohnbebauung im Norden, Osten und Süden eingerahmt. Westlich bzw. südlich von Obi ist zudem ein Schulstandort inkl. Sportstätten vorhanden (vgl. Abbildung 1). Insgesamt liegt der Standort eingebettet in bestehende Siedlungs- und Gewerbestrukturen und ist als städtebaulich integrierte Lage einzustufen.

Mit Bezug auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Gardelegen ist festzuhalten, dass sich der Projektstandort außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befindet. Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist das Hauptzentrum Altstadt in rd. 1.000 m Entfernung (Luftlinie).

Abbildung 1: Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2022



Planobjekt (Leerstand Rewe)



Wohnbebauung Waltroper Straße nördlich



Obi-Baumarkt westlich



Karl-Marx-Schule südwestlich



Wohnbebauung südöstlich an der Straße der ODF / Gifhorner Straße



Planobjekt mit vorgelagertem Parkplatz



Wohnbebauung südlich an der Straße der Opfer des Faschismus



Pflege und Wohnbebauung Waltroper Straße

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes kann als gut bezeichnet werden. So ist das zugehörige Parkplatzareal im Wesentlichen über Zufahrten von der Straße der ODF und der Waltroper Straße / Gifhorner Straße im Norden erschlossen. Die innerstädtischen Hauptverkehrsachsen Bismarker Straße (Landesstraße L 27) in Richtung Bismark (Altmark) sowie die Stendaler Straße / Stendaler Chaussee in Richtung Stendal sind über die genannten Straßen angebunden.

Die **spezifischen Eigenschaften eines Standortes** können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes:

Positive Standortfaktoren:

- + ausreichende Flächenverfügbarkeit für geplante Einzelhandelsnutzung
- + gute verkehrliche Anbindung
- + sehr gute Verfügbarkeit von Parkflächen
- + siedlungsstrukturell und städtebaulich integriert
- + bereits etablierte Einzelhandelslage durch den großflächigen Obi-Baumarkt im Standortumfeld
- + Flächenkonversion durch Wiedernutzung eines Einzelhandelsleerstands

Negative Standortfaktoren:

- Lage des Projektstandortes außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Gardelegen.

Aus **betrieblicher Sicht** ist der vorgesehene Standort v. a. aufgrund der ausreichenden Flächenverfügbarkeit sowie der bestehenden Parkplatzanlage für die Ansiedlung eines Thomas Philipps-Sonderpostenmarktes als geeignet anzusehen.

Unter **städtebaulichen Aspekten** ist anzuführen, dass sich der Planstandort in städtebaulich integrierter Lage, aber außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet.

II. Definition und Daten des Untersuchungsobjektes

1. Definition Sonderpostenmarkt

Der **Betriebstyp Fachmarkt** wird wie folgt definiert⁹:

*„Der **Fachmarkt** ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z.B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.*

Der Standort ist i. d. R. autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Drogeriemarkt und beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), discountorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zu Gunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittsortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).“

Multisortimenter stellen eine Sonderform unter den Betriebstypen des Einzelhandels dar, so dass eine allgemeingültige Definition des Betriebstyps in der Handelswissenschaft nicht vorliegt. Bei den „Sonderpostenmärkten“ handelt es sich ursprünglich um eine Transaktionsform aus dem zwischenbetrieblichen Handel. Weit verbreitet ist der Zwischenhandel mit Konsumgütern zeitlich begrenzter (z. B. saisonaler) Nachfrage, u. a. bei Oberbekleidung, Schuhe, Accessoires und Deko, Haushaltswaren und Geschenkartikel. Das Sortiment lässt sich allerdings aufgrund häufig wechselnder Sortimentszusammenstellungen in der Regel nicht allgemeingültig darstellen bzw. eingrenzen.

Als spezielle Form hat sich in den vergangenen Jahren der **Sonderpostenmarkt oder Restpostenmarkt** entwickelt. Dies hat seine Gründe nicht nur in dem Wunsch der Händler und Hersteller neue Absatzwege für Überproduktionen, Retouren usw. zu erschließen, sondern auch im gestiegenen Preisbewusstsein breiter Bevölkerungsschichten. Zu den Zielgruppen gehören aber nicht nur preisorientierte Billigkäufer, sondern auch Schnäppchenjäger und sog. Smart Shopper, die überall dort einkaufen, wo es preisgünstige Gelegenheiten gibt. Ein Restposten- oder Sonderpostenmarkt ist als discountorientierter Fachmarkt einzustufen, der nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art anbietet. Vertreter dieses Betriebstyps mit größeren Flächen sind v. a. Repo, Jawoll, Thomas Philipps

⁹ Quelle: Katalog E. Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln 2006.

oder Wreesmann. Die Verkaufsflächengrößen variieren stark und liegen i. d. R. zwischen 600 und 3.000 m². Mit Zunahme der Verkaufsfläche steigt in der Regel auch der Anteil nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Hinsichtlich des **Wettbewerbs** konkurrieren diese Märkte mit ähnlichen strukturierten Betrieben und besonders auch den Randsortimentsabteilungen von bspw. Möbelhäusern und Baumärkten, die vergleichbare Produkte in ähnlichen Preiskategorien anbieten. Weiterhin sind auch Nonfood-Discounter wie Tedi, Mäc-Geiz, Action, Kodi, oder Pfennigpfeiffer als Wettbewerber zu nennen. Sonderpostenmärkte stehen zunehmend auch im Wettbewerb mit dem Internethandel.

In der Regel werden für „kleine“ Sonderpostenmärkte **Flächenproduktivitäten zwischen 1.000 und 1.500 € pro m²** angesetzt, bei **größeren Outlets liegen die Flächenleistungen auch in Abhängigkeit von der Standortgunst nochmals deutlich darunter**. Diese eher geringe Raumleistung ist auf die Rolle des Sonderpostenmarktes als Frequenznutzer (andere Handelsbetriebe im Umfeld) zurückzuführen.

2. Daten des Untersuchungsobjektes

Thomas Philipps-Sonderpostenmärkte sind seit 1986 in der deutschen Handelslandschaft vertreten. Die Firma mit Hauptsitz in Bissendorf (Landkreis Osnabrück) betreibt nach eigenen Angaben deutschlandweit rd. 250 Märkte, wobei über 18.000 Produkte im Sortiment sind. Schwerpunkte sind die Bereiche Garten, Haushalt, Hobby oder Haustier.

Für das Jahr 2020 wird ein Umsatz von ca. 683 Mio. € ausgewiesen.¹⁰ Bezogen auf die ca. 250 Outlets entspräche dies einer durchschnittlichen Umsatzleistung / Outlet von ca. 2,7 Mio. €. Nach deutschlandweiten Primärerhebungen der GMA in den letzten Jahren liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche von Thomas Philipps-Sonderpostenmärkten bei ca. 1.740 m². Daraus berechnet sich eine durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität von ca. 1.570 € / m² VK.

Nach Angaben des Auftraggebers ist am **Standort Straße der Opfer des Faschismus** die Ansiedlung eines vom Standardkonzept leicht abweichenden Formates vorgesehen. Die in der ehemaligen Rewe-Immobilie geplante **Verkaufsfläche liegt bei insgesamt rd. 2.032 m²**.¹¹ Gemäß der vorliegenden Sortimentsplanung soll die geplante **Verkaufsfläche für in Gardelegen nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente mit ca. 735 m² VK deutlich unterhalb von 800 m² VK** liegen, um Gefährdungen der Altstadt Gardelegen auszuschließen bzw. der Intention des Einzelhandelskonzeptes 2017 zum Schutzes des zentralen Versorgungsbereiches zu entsprechen.¹²

¹⁰ Quelle: Jahresabschluss Thomas Philipps GmbH & Co. KG 2020, Bundesanzeiger.

¹¹ Mit einer Verkaufsfläche von > 800 m² VK überschreitet der geplante Sonderpostenmarkt die Schwelle zur Großflächigkeit. Da der Rewe-Markt früher am Standort betrieben wurde und dieser ebenfalls über 800 m² VK aufwies, ist er das „Vorbild“ für die beabsichtigte Nutzung heranzuziehen. Ferner ist auch der benachbarte OBI-Baumarkt großflächig.

¹² Typischerweise weisen andere Thomas Philipps Outlets durchaus höhere Flächenanteile für zentrenrelevante Sortimente auf.

Folgendes **Sortimentskonzept** ist geplant:

- /// Insgesamt erreicht das **nahversorgungsrelevante** Sortiment einen Anteil von ca. 18 % an der Gesamtverkaufsfläche (i. W. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).
- /// Auf **sonstige zentrenrelevante Sortimente** entfallen rd. 375 m² VK bzw. ca. 18 % der Fläche (Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren; Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen, Elektrowaren / Multimedia, Hausrat / Haushaltswaren).
- /// Der Schwerpunkt des projektierten Thomas Philipps Marktes liegt mit ca. 63 % der Fläche eindeutig auf den **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** (zoologischer Bedarf, Kleinmöbel, Gartenartikel, Camping, Kfz-Zugehör, Werkzeug, Heimtextilien, saisonale Ware).

Für die spätere Umsatzumverteilungsberechnung wird die **Umsatzprognose** für den Betriebstyp Sonderpostenmarkt bzw. für den Betreiber Thomas Philipps anhand der durchschnittlichen Flächenleistung vergleichbarer Sonderpostenmärkte bzw. von Erfahrungs- und Vergleichswerten gleichartiger Vorhaben in ähnlicher Größe berechnet. Die spezifischen örtlichen Verhältnisse (u. a. Kaufkraftniveau, Standortrahmenbedingungen, Wettbewerbssituation) werden dabei berücksichtigt (vgl. nachfolgende Kapitel). Mit einer Verkaufsflächenleistung von ca. 1.400 € je m² VK wird für das konkrete Vorhaben in Gardelegen ein realitätsnaher worst-case abgebildet, der am oberen Ende von Vergleichsobjekten anzusiedeln ist.

Nachfolgende Tabelle stellt das zu prüfende Sortimentsprogramm für Thomas Philipps dar. Dabei wurden die gemäß betreiberspezifischen Angaben zu den geplanten Warengruppen und Größenordnungen im Hinblick auf sinnvolle Hauptwarengruppen in Orientierung auf die Gardelegener Sortimentsliste 2017 geplanten Sortimente zusammengefasst.

Tabelle 1: Thomas Philipps – Sortimentsaufteilung und Umsatzprognose

Sortiment	Verkaufsfläche		Flächenleistung in € / m ² VK	Umsatzerwartung in Mio. €	Einstufung Sortiment gem. EHK 2017
	in m ²	in %			
Nahrungs- und Genussmittel	185	9	2.500	0,4 – 0,5	nahversorgungsrelevant
Drogeriewaren (inkl. Kosmetik, Reinigung)	175	9	2.500	0,4 – 0,5	nahversorgungsrelevant
Summe nahversorgungsrelevante Sortimente	360	18	2.500	0,9	-
Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren	60	3	2.000	0,1 – 0,2	zentrenrelevant
Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen	25	1	1.200	< 0,1	zentrenrelevant
Elektrowaren / Multimedia	10	< 1	2.000	< 0,1	zentrenrelevant
Hausrat / Haushaltswaren	280	14	1.200	0,3 – 0,4	zentrenrelevant
Summe zentrenrelevante Sortimente	375	18	1.350	0,5	-
Heimtextilien	10	< 1	1.200	< 0,1	nicht zentrenrelevant
zoologischer Bedarf	55	3	1.200	0,1	nicht zentrenrelevant
sonstiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel	1.010	50	1.200	1,2	nicht zentrenrelevant
Außenfläche	222	11	700	0,1 – 0,2	nicht zentrenrelevant
Summe nicht zentrenrelevante Sortimente	1.297	64	1.110	1,4 – 1,5	-
Insgesamt	2.032	100	1.400	2,8 – 2,9	-

Quelle: Angaben der Fa. Thomas Philipps; Klassifizierung und Gruppierung nach Einzelhandelskonzept 2017, rot = Umsatzerwartung > 0,1 Mio. € (= Nachweisbarkeitsgrenze) und zentrenrelevant (= prüfungsrelevant), geringfügige Abweichungen in der Summe durch Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Berechnungen 2022

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den geplanten Thomas Philipps-Markt am Standort Straße der Opfer des Faschismus kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 3).

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

- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Synergieeffekte** mit Obi
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum
- /// **Anziehungskraft** des Makrostandorts Hansestadt Gardelegen (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, touristische Bedeutung)
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹³

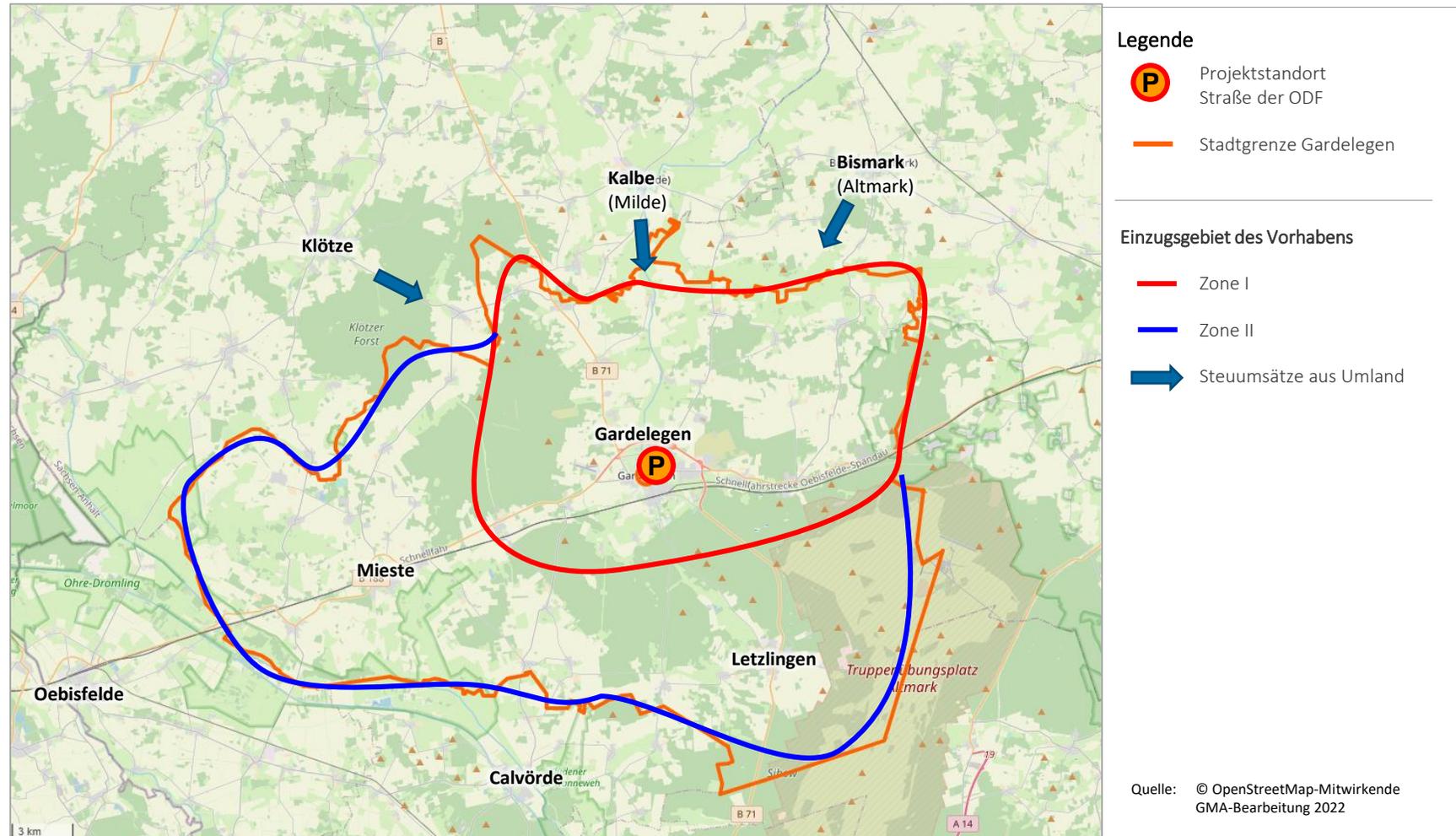
Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich folgendes **Einzugsgebiet** abgrenzen:

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	Kernstadtgebiet Gardelegen, nördlich und östlich liegende Ortsteile von Gardelegen	13.220
Zone II	südlich und westlich liegende Ortsteile von Gardelegen	8.800
Einzugsgebiet insgesamt		22.020

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 30.06.21; Berechnung der Einwohner auf Ortsteilebene mit WiGeo-WebGIS auf Basis nach Geomarkets; GMA-Berechnungen 2022

¹³ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Sonderpostenmarktes am Standort Straße der ODF in Hansestadt Gardelegen



Das **Einzugsgebiet** für den geplanten Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt ist wie folgt zu begründen:

- ▀ Das engere Einzugsgebiet (**Zone I**) umfasst die Kernstadt Gardelegen inkl. unmittelbar umliegender Ortsteile sowie die nördlichen und östlichen Ortsteile des Stadtgebietes (u. a. Jävenitz, Algenstedt). Hier stellt der Einkaufsort der Kernstadt Gardelegen in jedem Falle den am schnellsten zu erreichenden Handelsplatz dar, so dass eine ausgeprägte Einkaufsorientierung zu erwarten ist.
- ▀ Die **Zone II** umfasst darüber hinaus auch die südlichen und westlichen Ortsteile (u. a. Letzlingen, Mieste). Hier ist der erzielbare Marktanteil etwas geringer anzusetzen, u. a. da die nächstgelegenen Niederlassungen von Thomas Philipps in Haldensleben und Wolfsburg ebenfalls partiell erreichbar sind.

Grundsätzlich ist auf die begrenzende Wirkung vergleichbarer großformatiger Sonderpostenmärkte hinzuweisen, insofern neben Wolfsburg und Haldensleben auch Wolmirstedt, Helmstedt, Tangermünde und Salzwedel über derartige Anbieter verfügen (vgl. Karte 5 in Kapitel IV.3).

Mit Blick auf die verkehrliche Erreichbarkeit und die Einzelhandelsausstattung umliegender Orte sind gewisse Einkaufsorientierungen aus Klötze, Kalbe (Milde) und Bismark (Altmark) auf Gardelegen zu konstatieren, wobei diese nicht mehr zum regelmäßigen Einzugsgebiet zählen. Diese Kunden sind als Streuumsätze bei der Umsatzprognose zu berücksichtigen.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die **ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft** aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.370 €. ¹⁴ Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das **lokale Kaufkraftniveau** ¹⁵ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Hansestadt Gardelegen bei 90,1 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0).

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel** damit auf ca. **126,6 Mio. €**. Bezogen auf das konkrete Projektvorhaben am Standort Straße der Opfer des Faschismus sind die sortimentspezifischen Kaufkraftvolumina für die zentrenrelevanten Sortimente in nachfolgender Tabelle dargestellt.

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Waren des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

Tabelle 2: Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Branchen

Sortiment	Zone I	Zone II	Einzugsgebiet gesamt
	in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	29,1	19,4	48,5
Drogeriewaren (inkl. Kosmetik, Reinigung)	5,6	3,7	9,3
Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren	1,6	1,2	3,0
Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen	6,2	4,1	10,3
Elektrowaren / Multimedia	6,8	4,5	11,3
Hausrat / Haushaltswaren	1,1	0,7	1,8

MB Research, 2020, GMA-Berechnungen 2022

IV. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet wurde von der GMA im März 2022 durch eine **Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe** untersucht.

Als Wettbewerber für **Thomas Philipps** gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die auch bei diesem Anbieter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche **Sonderpostenmärkte bzw. Nonfood-Discounter als Hauptwettbewerber** zu identifizieren sind. Auch **Mehrbranchenunternehmen** mit großen Sortimentsüberschneidungen und Fachmarktconcept sind anzuführen.

1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Innerhalb von Gardelegen sind folgende **Hauptwettbewerber** anzuführen (vgl. Karte 4):

/// **Repo Markt**, Stendaler Chaussee: Sonderpostenmarkt mit ca. 3.000 m² VK mit hohem Möbelanteil; flächengrößter Sonderpostenmarkt in Gardelegen mit deutlichen konzeptionellen Überschneidungen zum Planvorhaben; mind. gesamtstädtischer Einzugsbereich; Sortimentsüberschneidungen in allen projektrelevanten Warengruppen; sehr hohe Wettbewerbsrelevanz.



/// **Möbelland Gardelegen**, An der Breiten Gehre: Möbelmarkt im Gewerbegebiet Nord mit ca. 8.500 m² VK; neben Möbelsortiment umfangreiche Fachabteilung im Bereich Hausrat, Einrichtung, Dekoration, Haushaltswaren; hier erhebliche wettbewerbliche Überschneidungen mit dem Planvorhaben; hohe Wettbewerbsrelevanz.



/// **Tedi**, Stendaler Straße: Nonfood-Discounter mit ca. 370 m² VK im Standortverbund mit Edeka, Aldi, Kik; Sortimentsüberschneidung mit Planvorhaben in nahezu allen Warengruppen; auch durch räumliche Nähe hohe Wettbewerbsrelevanz.

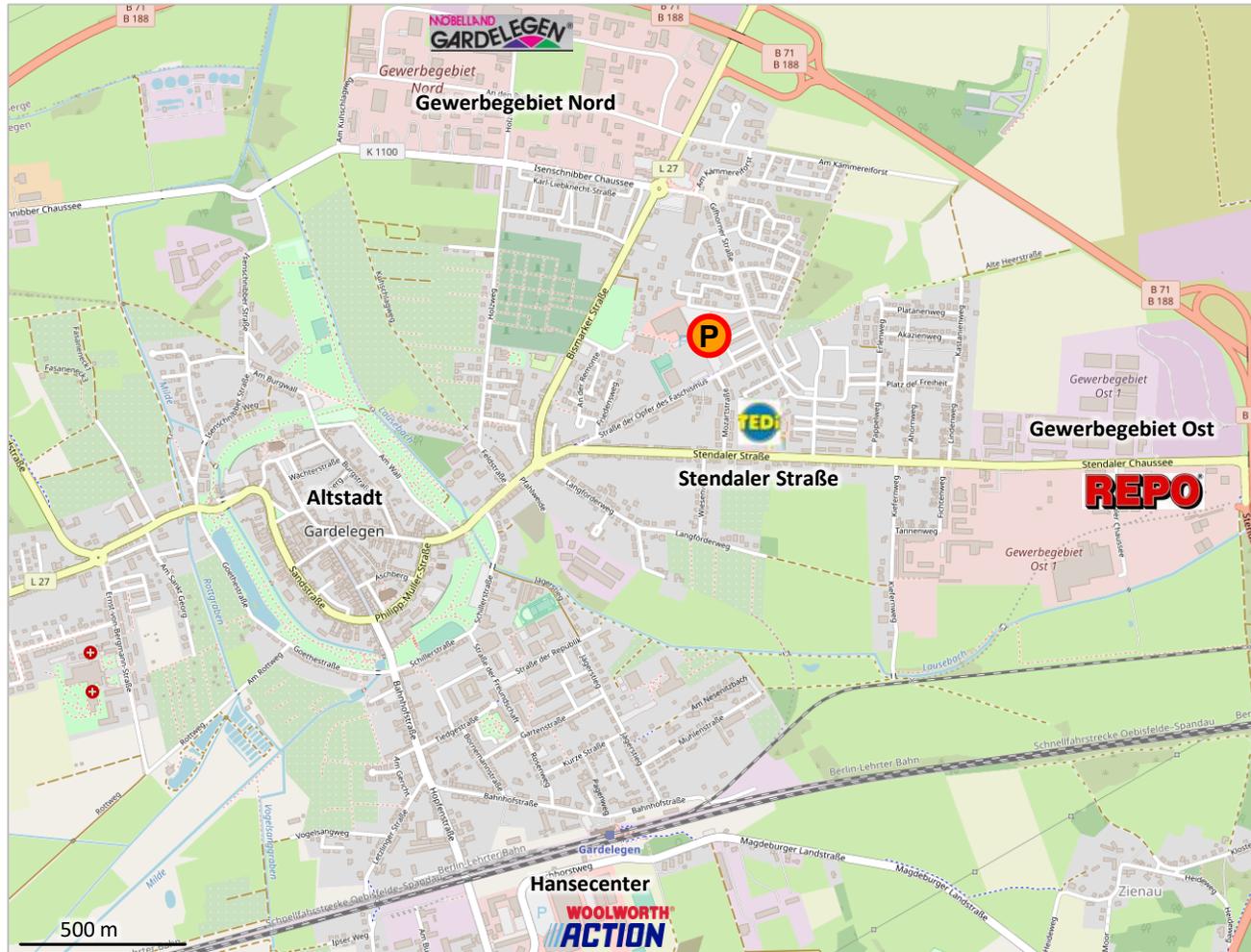


/// **Action**, Buschhorstweg: Nonfood-Discounter im Bereich des EKZ Hanse-Center mit ca. 940 m² VK; Sortimentsüberschneidung mit Planvorhaben in allen Warengruppen; mittlere Wettbewerbsrelevanz.

/// **Woolworth**, Buschhorstweg: Textilfachmarkt mit ausgeprägtem Nebensortiment im Bereich Haushaltswaren / GPK mit ca. 930 m² VK; Lage im Hanse-Center; mittlere Wettbewerbsrelevanz.



Karte 4: Projektrelevante Hauptwettbewerber in Gardelegen



Legende

- P Projektstandort
- Straße der ODF in Gardelegen

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

Neben den genannten Hauptwettbewerbern in Gardelegen sind zahlreiche weitere Einzelhandelsbetriebe mit partiellen **Sortimentsüberschneidungen bei den zentrenrelevanten Sortimenten** in der Stadt ansässig:

- Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** liegt insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 12.815 m² vor. Diese verteilen sich im Wesentlichen auf Lebensmittelmärkte (große Supermärkte, Supermärkte, Discounter) sowie eine Vielzahl kleinerer Betriebe (u. a. Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerk, Spezialgeschäfte). Angesichts des geringen Verkaufsflächenanteils des Vorhabens (ca. 185 m² VK) wird deutlich, dass der Verkaufsflächenzuwachs in Bezug auf das Gesamtangebot in Gardelegen lediglich ca. 1 – 2 % der Verkaufsfläche beträgt.
- Das Angebot im Sortimentsbereich **Drogeriewaren** in Gardelegen beträgt rd. 1.780 m² VK. Leistungsstarke Anbieter sind hier der Rossmann-Markt im Bereich Altstadt sowie die umfangreiche Fachabteilung von Kaufland im Hanse-Center. Darüber hinaus führen alle Lebensmittelmärkte Drogeriewaren als Randsortiment bzw. auch Nonfood-Discounter / Sonderpostenmärkte. Im Verkaufsflächenvergleich sind hier rd. 10 % der städtischen Verkaufsfläche durch das Teilsortiment bei Thomas Philipps (ca. 175 m² VK) betroffen.
- Im Sortimentsbereich **Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren** liegt die Gesamtverkaufsfläche bei rd. 605 m² VK. Neben Mehrbranchenunternehmen (Repo, Kaufland, Action, Tedi) sind auch einige Fachanbieter (Schreibwaren und Spiele A-Z, Strelow Bürobedarf) in der Altstadt ansässig. Mit Bezug auf den nur sehr geringen geplanten Sortimentsumfang bei Thomas Philipps (ca. 60 m² VK) treten hier nur absehbar nur geringe Wechselwirkungen auf.
- Für den Bereich **Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen** sind die bei Thomas Philipps geplanten ca. 25 m² VK im Hinblick auf die Gesamtverkaufsfläche in Gardelegen von ca. 4.530 m² VK als sehr gering einzustufen (Verkaufsflächenanteil < 1 %). Messbare Wechselwirkungen werden hier nicht auftreten. Auf eine tiefergehende Prüfung wird daher verzichtet.
- Bei **Elektrowaren / Multimedia** ist in Gardelegen insgesamt nur eine schwach ausgeprägte Angebotssituation zu konstatieren. Neben einem Elektrogeschäft (EP: Segger) sind mehrere Handyläden etabliert. Auch Mehrbranchenunternehmen führen Elektronikzubehör bzw. Unterhaltungselektronik auf Kleinstflächen. Mit Bezug auf die bei Thomas Philipps avisierte Größenordnung von lediglich 10 m² VK ist auch hier lediglich eine Geringfügigkeit festzustellen. Wettbewerbliche Wechselwirkungen werden hier nicht messbar sein, so dass keine Detailprüfung erfolgt.
- Im Bereich **Hausrat / Haushaltswaren** sind bei Thomas Philipps rd. 280 m² geplant (ca. 14 % der Fläche). Demnach ist dieser innerhalb des zentrenrelevanten Sortimentsbereichs bei Thomas Philipps am Stärksten ausgeprägt, so dass hier eine Detailbetrachtung in Bezug auf mögliche wettbewerbliche Wechselwirkungen zu erfolgen hat. Bei der Vor-Ort-Erhebung konnten rd. 2.365 m² VK in Gardelegen in diesem Sortimentsbereich erhoben werden.¹⁶ Grundsätzlich ist neben vergleichbaren Sonderpostenmärkten und Nonfood-Discountern auch die umfangreiche Fachabteilung von Möbelland als Wettbewerber in der

¹⁶ Da Hausrat / Haushaltswaren (inkl. Einrichtung, Geschenke, Dekoration, Glas / Porzellan / Keramik) bei vielen Fachmärkten als Randsortiment geführt wird, ist hier im Vergleich zum Einzelhandelskonzept ggf. eine höhere Verkaufsfläche zu verzeichnen. Dies ist auf die detaillierte Erhebungsmethodik i. S. einer städtebaulichen Auswirkungsanalyse zurückzuführen.

Stadt zu nennen. Ferner führen auch die Gardelegener Bau- und weitere Möbelmärkte, das Kaufland SB-Warenhaus, die Lebensmittel- und Drogeriemärkte sowie auch einige Fachgeschäfte ein ausschnittsweises z. T. spezialisiertes Angebot in dem Sortimentsbereich.

- Der anteilmäßig größte Sortimentsbereich gemäß Gardelegener Sortimentsliste ist in **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** zu sehen. Hier sind ca. 1.100 m² VK zzgl. ca. 222 m² Außenverkaufsfläche geplant, wobei auch diese durch nicht zentrenrelevante Sortimente belegt werden. Hier sind u. a. Möbel, Gartenartikel, Camping, Kfz, Werkzeug sowie saisonale Artikel zu nennen. Auch zoologischer Bedarf (ca. 55 m² VK) und Heimtextilien (ca. 10 m² VK) zählen dazu. Im Hinblick auf die Prüfungskulisse des § 34 Abs. 3 BauGB und der Verteilung der strukturprägenden Anbieter in diesen nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen (u. a. Möbel- und Baumärkte) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind entsprechend keine städtebaulich relevanten Rückkopplungen zu erwarten. Auf eine tiefergehende Untersuchung wird daher verzichtet, da eine **Gefährdung der Gardelegener Innenstadt bzw. des NVZ Schlüsselfeld i. S. von § 34 Abs. 3 BauGB bereits an dieser Stelle sicher auszuschließen sind.**

2. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. im Einzugsgebiet auftreten. Die Hansestadt Gardelegen verfügt über ein kommunales Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017 (vgl. Kapitel I.2.2). Neben den Leitlinien zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung werden auch Aussagen zu räumlichen Schwerpunktsetzungen und zur Zulässigkeit bzw. zum Ausschluss bestimmter Sortimente (Sortimentsliste) in bestimmten Lagen (u. a. zentrale Versorgungsbereiche) getroffen.

Gemäß Einzelhandelskonzept Hansestadt Gardelegen 2017 werden als **zentrale Versorgungsbereiche die Altstadt und das Nahversorgungszentrum (NVZ) Schlüsselpark** definiert.¹⁷

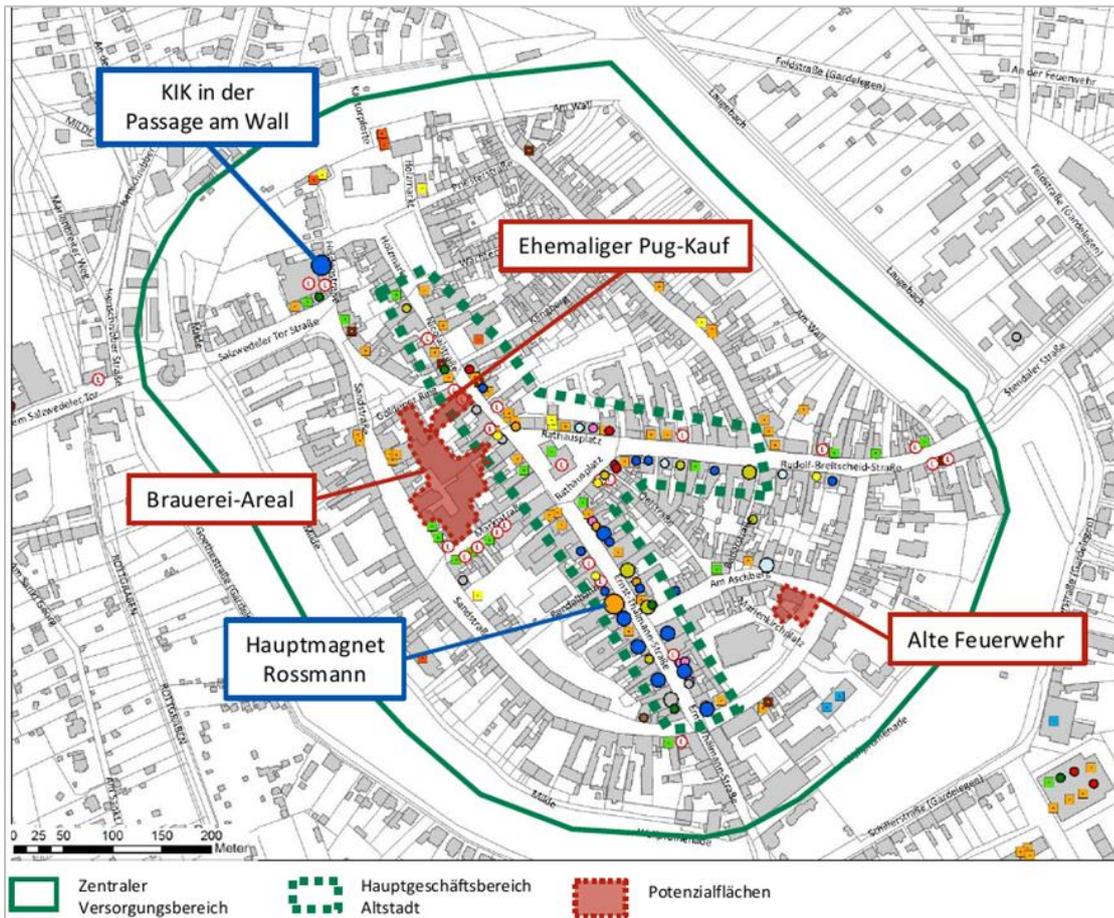
2.1 Hauptzentrum Altstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich Altstadt Gardelegen** (Hauptzentrum) umfasst im Wesentlichen den mittelalterlichen Stadtkern innerhalb der Wallanlage. Die Hauptgeschäftszone ist dabei im Bereich der Fußgängerzone Ernst-Thälmann-Straße, dem Rathausplatz und Teilen der Rudolf-Breitscheid-Straße und Nikolaistraße zu sehen. Das Einzelhandelsangebot umfasst zahlreiche kleine, zumeist inhabergeführte Fachgeschäfte typischer Innenstadtbranchen. Gemäß Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 verfügt der Innenstadtbereich über 58 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von rd. 5.075 m². Als größerer Ankerbetrieb ist aktuell der Rossmann-Drogeriefachmarkt zu nennen. Als Leitbranche ist das Bekleidungssegment zu nennen, wobei der Bestand durch Fachgeschäfte geprägt ist. Als größerer Anbieter ist hier PUG Moden zu nennen. Die weiteren Fachgeschäfte sind u. a. den Branchen Elektrowaren,

¹⁷ Gemäß den Vorgaben des § 34 BauGB ist auf tatsächlich und faktisch vorhandene zentrale Versorgungsbereiche abzustellen. Diesbezüglich ist für den zentralen Versorgungsbereich Altstadt das Vorliegen eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches festzustellen. Im Falle des NVZ Schlüsselpark erfüllt dieses nur eingeschränkt die Kriterien zur Anerkennung des zentralen Versorgungsbereiches. Ungeachtet dessen ist das hier etablierte Einzelhandelsangebot im Wesentlichen bei Nahrungs- und Genussmitteln zu sehen, wobei im Hinblick auf eine mögliche Gefährdung des Magnetanbieters Penny diese vollständig auszuschließen ist (vgl. Kapitel V.3).

Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelhandwerk) oder Uhren / Optik zuzuordnen. Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt die Altstadt auch über ein umfassendes und vielfältiges Dienstleistungsangebot (u. a. Gesundheitsdienstleister, Ärzte, Kreditinstitute, Reisebüros). Zudem sind zentrenprägende Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie und öffentliche Einrichtungen etabliert.

Abbildung 2: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt Gardelegen gemäß Einzelhandelskonzept 2017



Quelle: Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017, S, GMA-Bearbeitung 2022.



Ernst-Thälmann-Straße



Rathausplatz

GMA-Aufnahmen 2021 / 2022

Mit Blick auf die **projektrelevanten Sortimentsbereiche** ist zum einen auf den Drogeriefachmarkt Rossmann in der Ernst-Thälmann-Straße hinzuweisen. Dieser verfügt über ein umfassendes Angebot im Bereich Drogerieartikel, Kosmetik, Körperpflege, Gesundheit und ist diesbezüglich als Magnetbetrieb der Innenstadt zu klassifizieren. Zudem weist Rossmann auch

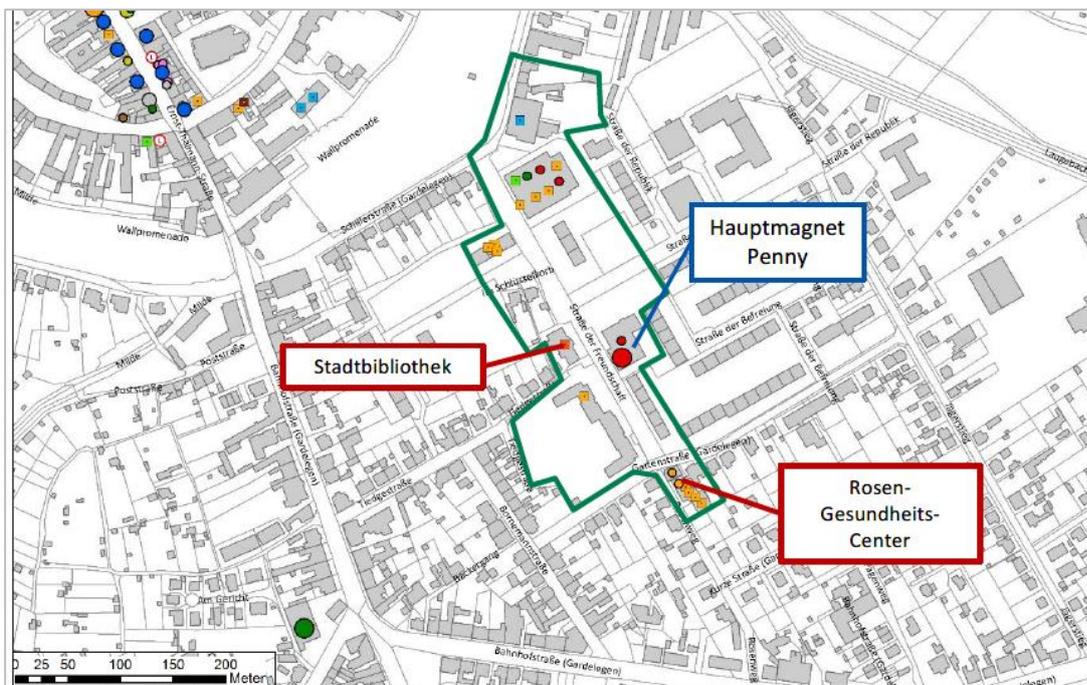
Randsortimente im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren sowie bei Haushaltswaren auf. Weiterhin sind noch kleinteilige Lebensmittelhandwerker (Nahrungs- und Genussmittel) sowie Fachgeschäfte bei Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren (Schreiben und Spiele A-Z, Bürobedarf Strehlow) und bei Hausrat / Haushaltswaren (u. a. Hausrat, Dekoration) zu nennen: u. a. Deko Arnold, Zeitlos Blumen, Panda Textil.

Insgesamt ist die Altstadt Gardelegen im Hinblick auf ihre Funktion und Ausstrahlungskraft als ein bedeutender Geschäftsbereich der Stadt festzuhalten. Die Ausstrahlungskraft wird dabei stark durch den Fachgeschäftebesatz geprägt, wobei auch die Multifunktionalität aus den zentrenergänzenden Funktionen herauszustellen ist. Als Stärke ist der städtebaulich ansprechende Hauptgeschäftsbereich im Umfeld von Rathausplatz und Fußgängerzone herauszustellen. Die Aufenthaltsqualität ist als hoch zu bezeichnen, zudem hier auch periodisch der Wochenmarkt stattfindet. Als Schwäche ist auf die nur geringe Zahl an größeren Fachmärkten als leistungsfähige Ankerbetriebe hinzuweisen. Hier ist aktuell nur Rossmann zu nennen. Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsentwicklungen sind durch die kompakten Bebauungsstrukturen kaum herstellbar. Darüber hinaus sind insbesondere an den Randbereichen auch strukturelle Leerstände zu verzeichnen, so dass von einer angespannten städtebaulichen Situation auszugehen ist.

2.2 NVZ Schlüsselkorb

Das **Nahversorgungszentrum Schlüsselkorb** liegt südlich der Altstadt und umfasst im Norden ein Wohn- und Geschäftshaus mit Arztpraxen und Einzelhandelsbetrieben, das mittig liegende Gewerbeobjekt von Penny inkl. Lebensmittelhandwerk sowie das südlich ansässige Gesundheitszentrum (Apotheke, Ärzte). Auch die Stadtbibliothek sowie arrondierende Nutzungen aus Gastronomie und Dienstleistungen sind im NVZ etabliert.

Abbildung 3: Zentraler Versorgungsbereich NVZ Schlüsselkorb



Quelle: Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017, S. 78, GMA-Bearbeitung 2022.

In den **projektrelevanten Sortimentsbereichen** besteht insbesondere durch den Penny Discounter sowie Bäckereien ein Lebensmittelangebot. Darüber hinaus führt Penny auch Randsortimente in weiteren relevanten Warengruppen.

Insgesamt ist das NVZ Schlüsselkorb im Wesentlichen als auf die Nahversorgung der umliegenden teils verdichteten Wohngebiete versorgend einzustufen. Diesbezüglich ist von einer städtebaulich stabilen Situation des Ankerbetriebes Penny auszugehen.

3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes befinden sich vergleichbare großformatige Sonderpostenmärkte erst in den umliegenden größeren Zentralen Orten. Diese begrenzen im Wesentlichen die Einzugsgebietsausdehnung von Thomas Philipps in Gardelegen. Auf folgende Wettbewerber ist hinzuweisen (vgl. Karte 5):

Thomas Philipps

- /// Helmstedt, Industriestraße
- /// Haldensleben, Waldring
- /// Wolfsburg, Dieselstraße
- /// Tangermünde, Grüner Weg

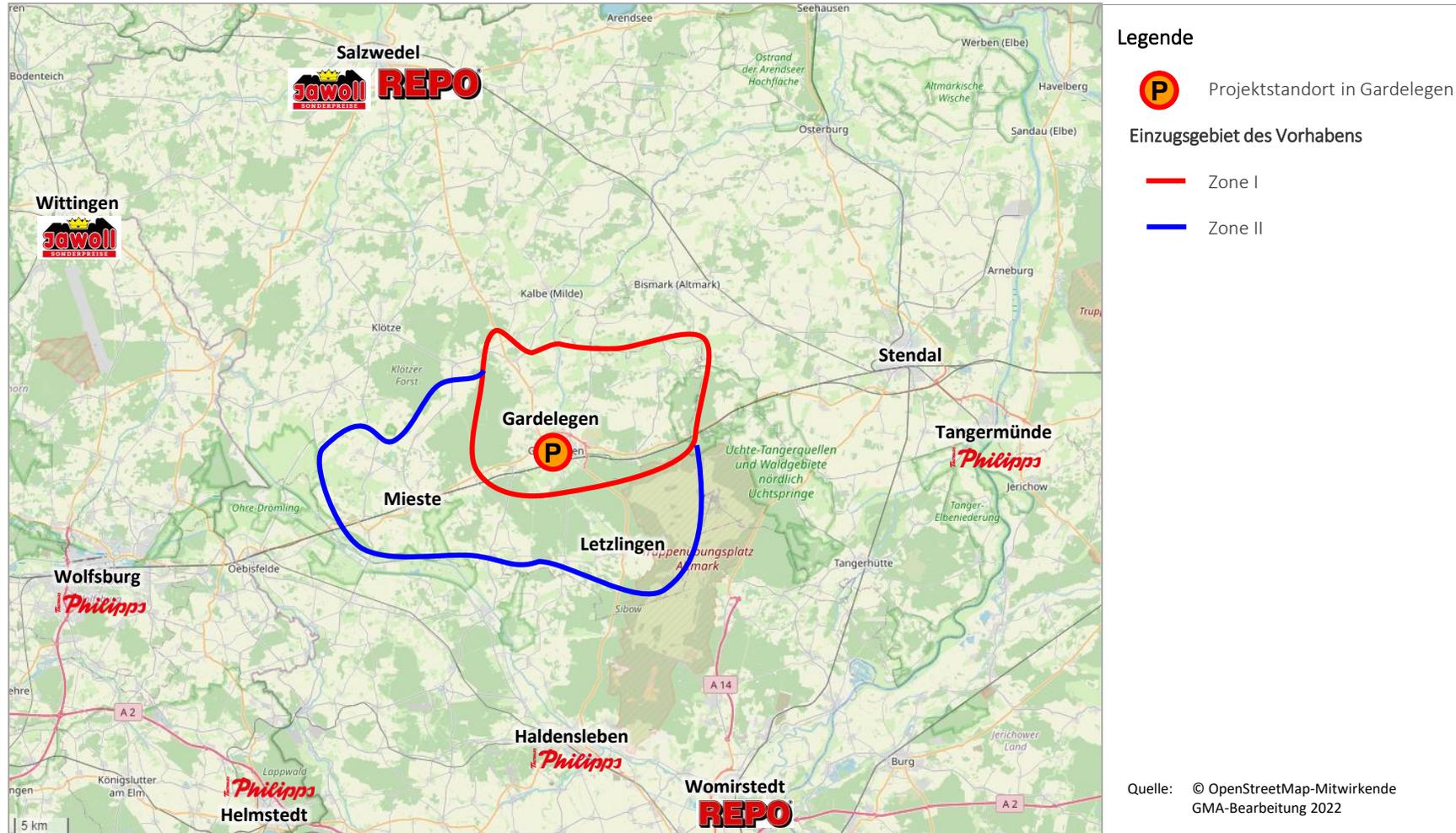
Repo-Sonderpostenmarkt

- /// Salzwedel, Vor dem Neuperwer Tor / Schillerstraße
- /// Wolmirstedt, Rogätzer Straße

Jawoll

- /// Salzwedel, Kristallweg.

Karte 5: Wettbewerbssituation im Umland



4. Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

Insgesamt trifft der geplante Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt in Gardelegen auf ein ausdifferenziertes Einzelhandelsangebot aller Warengruppen, die als projektrelevant einzustufen sind. Als Hauptwettbewerber ist der Repo-Markt an der Stendaler Chaussee herauszustellen, welcher eine vergleichbare Sortimentsausrichtung und Zielgruppenorientierung aufweist. Zudem sind mehrere Nonfood-Discounter (Tedi, Action) sowie Mehrbranchenunternehmen mit relevanten Schnittmengen bei den durch Thomas Philipps geführten Warengruppen zu verzeichnen (u. a. Baumärkte, Möbelmärkte, Lebensmittelmärkte). Zudem bestehen einige Fachgeschäfte mit ausschnittsweisen partiellen Sortimentsschnittmengen, insbesondere im Bereich Hausrat / Einrichtung.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass v. a. die vergleichbaren Sonderpostenmärkte und Nonfood-Discounter als Wettbewerber herauszustellen sind. In geringerem Maße sind zudem andere Fachmarktkonzepte mit partiellen Sortimentsparallelen zu nennen. Kaum mehr als relevante Wettbewerbsformen sind die kleinteiligen z. T. spezialisierten Fachgeschäfte zu nennen (z. B. Lebensmittelhandwerker, Fachgeschäfte für Dekoration, Hausrat, Einrichtung).

Mit nachfolgender Tabelle wird die **Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimentsbereichen** dargestellt.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

Zone/Lage	Nahrungs- und Genussmittel		Drogeriewaren		PBS / Spielwaren		Hausrat / Haushaltswaren	
	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Zone I	10.436	45,8	1.690	7,0	595	1,6	2.355	4,1
Altstadt	185	1,2	500	2,5	270	0,8	110	0,4
Hansecenter	3.060	13,0	600	2,2	190	0,5	580	1,3
Gewerbegebiet Ost	150	0,2	80	0,1	60	0,1	300	0,3
Gewerbegebiet Nord	-	-	-	-	-	-	850	0,8
alle NVS / NVZ	6.356	29,3	510	2,2	75	0,3	325	1,0
sonstige Lagen	685	2,2	-	-	-	-	190	0,2
Zone II	2.379	7,6	90	0,4	10	< 0,1	10	< 0,1
alle NVS	1.704	5,8	90	0,4	10	< 0,1	10	< 0,1
sonstige Lagen	675	1,8	-	-	-	-	-	-
Einzugsgebiet insg.	12.815	53,4	1.780	7,3	605	1,6	2.365	4,1

PBS = Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, NVS = Nahversorgungsstandorte, NVZ = Nahversorgungszentrum gem. EHK 2017; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und -Berechnung 2022

V. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

1. Methodik

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

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

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

2. Umsatzumverteilungen

Für die **Bewertung des Vorhabens** von Thomas Philipps werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen **folgende Annahmen** getroffen:

- /// Der **geplante Thomas Philips Sonderpostenmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 2.032 m² VK nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 2,8 – 2,9 Mio. €** erzielen. Die Umsätze nach Teilsortimenten sind Tabelle 2 zu entnehmen.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**. Dies sind im Wesentlichen vergleichbare Sonderpostenmärkte bzw. auch Nonfood-Discounter. Zudem sind Mehrbranchenunternehmen (z. B. großformatige Lebensmittelmärkte, Möbelmärkte, Baumärkte) zu nennen. Weniger stark werden hingegen spezialisierte Fachgeschäfte betroffen sein.

Im **Detail sind folgende Umsatzumverteilungen** durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Zone/Lage	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			PBS, Spielwaren			Hausrat / Haushaltswaren		
	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %	Bestands- umsatz in Mio. €	Umsatzum- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Zone I	45,8	0,4 – 0,5	1	7,0	0,4 – 0,5	6 – 7	1,6	0,1 – 0,2	7 – 8	4,1	0,3 – 0,4	8 – 9
Altstadt	1,2	< 0,1	n. n.	2,5	0,1 – 0,2	6	0,8	< 0,1	n. n.	0,4	< 0,1 (0,02)	n. n. (5 – 6)
Hansecenter	13,0	0,1	1	2,2	0,1 – 0,2	5 – 6	0,5	< 0,1	n. n.	1,3	0,1	8 – 9
GE Ost	0,2	< 0,1	n. n.	0,1	< 0,1	n. n.	0,1	< 0,1	n. n.	0,3	< 0,1 (0,04)	n. n. (12 – 13)
GE Nord	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	< 0,1 (0,08)	n. n. (9 – 10)
alle NVS / NVZ	29,3	0,3	1	2,2	0,1 – 0,2	6 – 7	0,3	< 0,1	n. n.	1,0	< 0,1 (0,07)	n. n. (6 – 7)
sonstige Lagen	2,2	< 0,1	n. n.	-	-	-	-	-	-	0,2	< 0,1 (0,02)	n. n. (7 – 8)
Zone II	7,6	< 0,1	n. n.	0,4	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	n. n.	< 0,1	n. n.	n. n.
alle NVS / NVZ	5,8	< 0,1	n. n.	0,4	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	n. n.	< 0,1	n. n.	n. n.
sonstige Lagen	1,8	< 0,1	n. n.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Einzugsgebiet insg.	53,4	0,4 – 0,5	1	7,3	0,4 – 0,5	6	1,6	0,1 – 0,2	7 – 8	4,1	0,3 – 0,4	8 – 9

rot = nachweisbare Größenordnung bei der Umsatzumverteilungsquote (Umsatzumverteilung > 0,1 Mio. €)

ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Berechnungen 2022

3. Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

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

Nahrungs- und Genussmittel

- /// Insgesamt werden im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** rd. 0,4 – 0,5 Mio. € durch den Thomas Philipps Sonderpostenmarkt erwirtschaftet. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von durchschnittlich ca. 1 % gegenüber dem Bestandsumsatz der in Gardelegen ansässigen Wettbewerber i. H. v. 53,4 Mio. €.
- /// Einzig in Zone I des Einzugsgebietes und hier primär in der Kernstadt Gardelegen werden dabei nachweisliche Effekte auftreten. Diese sind mit ca. 1 % allerdings äußerst gering. Lagespezifisch treten lediglich im Bereich Hansecenter (ca. 0,1 Mio. €) bzw. gegenüber den Nahversorgungslagen¹⁸ (ca. 0,3 Mio. €) auf. Auch hier liegt die Umverteilungsquote jeweils bei ca. 1 %, so dass schädliche städtebauliche Auswirkungen vollständig auszuschließen sind. Gegenüber allen sonstigen Standortlagen im Einzugsgebiet inkl. der Gardelegener Innenstadt sind keine mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nachweisbaren Umverteilungseffekte festzuhalten (unter 0,1 Mio. €). Entsprechend treten keine Betriebsgefährdungen bzw. eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche auf.

Drogeriewaren

- /// Bei **Drogeriewaren** werden ca. 0,4 – 0,5 Mio. € durch Thomas Philipps erwirtschaftet, die gegenüber dem Bestandsumsatz von ca. 7,3 Mio. € umverteilt werden. Die Umverteilungsquote liegt hier bei rd. 6 % und ist als gering einzustufen. Nach Lagen sind folgende Auswirkungen zu erwarten:
 - Gegenüber der **Altstadt** und hier v. a. gegenüber Rossmann liegt die Umverteilungsquote bei 6 %. So wird der Anbieter zwar geringe Umsatzeinbußen erfahren, allerdings liegen diese deutlich unterhalb des 10 % Orientierungswertes der städtebaulichen Verträglichkeit. Entsprechend ist hier keine Vorhaben induzierte Betriebsschließung zu erwarten. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf Funktion und Entwicklung der Gardelegener Altstadt sind zu verneinen.
 - Gegenüber Anbietern im **Hansecenter** werden rd. 0,1 Mio. € umverteilt (ca. 5 – 6 %). Hier ist im Wesentlichen Kaufland mit seiner Drogeriewarenabteilung zu nennen. Auch hier ist eine Abschmelzung nicht zu erwarten, sodass die Standortlage nicht geschädigt wird.
 - Weiterhin werden gegenüber **sonstigen Nahversorgungslagen** ca. 0,1 – 0,2 Mio. € umverteilt (ca. 6 – 7 % Umverteilungsquote). Hier sind v. a. die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte u. a. im Bereich Stendaler Straße und Gifhorner Straße / Bismarker Straße zu nennen. Auch hier sind schädliche städtebauliche Auswirkungen zu verneinen.

¹⁸ Alle Nahversorgungsstandorte sowie Nahversorgungszentrum Schlüsselfeld (gemäß Einzelhandelskonzept 2017) in Gardelegen zusammen.

Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren

- /// Im Bereich PBS / Spielwaren werden durch Thomas Philipps lediglich rd. 0,1 – 0,2 Mio. € Umsatzerwartung prognostiziert. Damit liegt die Umverteilungsquote im gesamten Stadtgebiet von Gardelegen rechnerisch bei ca. 7 – 8 %. In Anbetracht des nur geringen Marktsegmentes sind nach einzelbetrieblichen Lagen keine Verdrängungsquoten ausweisbar.
- /// Allerdings ist davon auszugehen, dass insbesondere Fachgeschäfte mit deckungsgleichen Angeboten im Bereich Papier- / Büro- / Schreibwaren und Spielwaren nur geringe Umsatzeinbußen zu erwarten haben. In Anbetracht der i. d. R. jeweiligen Sortimentsspezialisierung sind hier keine schädlichen Effekte feststellbar. Mit Blick auf die Gardelegener Altstadt sind u. a. die Anbieter Schreiben und Spiele A-Z, Ernst-Thälmann-Straße sowie Bürobedarf Strehlow, Rudolf-Breitscheid-Straße zu nennen. In der Gesamtbetrachtung sind hier aufgrund der jeweiligen Sortimentsspezialisierung sowie dem Fachgeschäftecharakter (u. a. Beratung, Service, Qualitätsniveau) keine maßgeblichen Wettbewerbseffekte zu erwarten. Geschäftsschließungen und somit eine Gefährdung dieses Sortimentsbereiches im Bereich der Gardelegener Altstadt sind nicht zu erwarten.

Hausrat, Einrichtung, GPB

- /// Der zu erwartende Umsatz bei Thomas Philipps liegt hier bei ca. 0,3 – 0,4 Mio. €. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von ca. 8 – 9 % bezogen auf die Gesamtstadt Gardelegen. Somit sind in diesem Sortimentsbereich die stärksten wettbewerblichen Effekte zu erwarten, gleichwohl diese immer noch unterhalb des 10 %igen Orientierungswertes liegen, ab dem rein wettbewerbliche in städtebauliche Auswirkungen (z. B. Betriebsabschmelzungen) umschlagen können. Da auch hier nur ein vergleichsweise kleines Marktvolumen betroffen ist, sind lediglich in folgenden Standortlagen nachweisbare Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung festzuhalten:
 - Im **Hanse-Center** liegt die Umsatzumverteilung bei ca. 0,1 Mio. € (ca. 8 – 9 %). Hier sind im Wesentlichen der Nonfood-Discounter Action sowie Woolworth und Kaufland mit ihren umfangreichen Abteilungen bei Haushaltswaren zu nennen. Da jeweils nur ein Teilbereich des jeweiligen Gesamtumsatzes der Märkte betroffen ist, sind substantielle Schädigungen sicher auszuschließen.
 - Gegenüber Anbietern im **Gewerbegebiet Nord** (im Wesentlichen Möbelland) treten ebenfalls Umverteilungseffekte im GPK- Bereich in Höhe von knapp 0,1 Mio. € bzw. rechnerisch 9 – 10 % auf. Auch hier ist nur ein kleiner Teilbereich des Gesamtsortiments (im Wesentlichen Möbel) betroffen, sodass substantielle Beeinträchtigungen auszuschließen sind.
 - In sonstigen Lagen werden keine nachweisbaren Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung erreicht. U. a. sind die wenigen Anbieter in der **Gardelegener Altstadt** mit ihren nur geringen Angebotsüberschneidungen nicht nachweislich betroffen (u. a. Deko Arnold, Zeitlos Blumen, Panda Textil). Hier ist auf den nach Auskunft der Stadtverwaltung schon im vergangenen Jahr geschlossen Fachanbieter für Glas / Porzellan / Keramik bzw. Einrichtungsartikel Gerd Pulsack in der Rudolf Breitscheid-Straße hinzuweisen. Dieser war der einzige etwas größere Anbieter in dieser Warengruppe. Insgesamt sind keine strukturprägenden Einzelhan-

delsbetriebe in der Altstadt in der Warengruppe Hausrat / Haushaltswaren ansässig. Entsprechend können auch keine schädlichen städtebaulichen Effekte auftreten.

In Ergänzung zu dieser Betrachtung ist festzuhalten, dass zwar der **Anbieter Repo** im Gewerbegebiet Ost insgesamt bezogen auf den Einzelbetrieb stärkere Umsatzeinbußen wird hinnehmen müssen, allerdings sind diese aufgrund der niedrigen absoluten Höhe der Umverteilungseffekte hinsichtlich der definierten Standortlage „Gewerbegebiet Ost“ kaum monetär nachweisbar. Gleiches gilt auch für die Stendaler Straße (u. a. Tedi).

Für **sonstige zentrenrelevante Sortimente**, die bei Thomas Philipps auf Kleinstflächen geführt werden (Elektrowaren / Multimedia, Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen) liegen die absoluten Umsatzhöhen bei deutlich unter 0,1 Mio. €, weshalb auch hier im Einzelfall keine schädlichen Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand Gardelegen auftreten werden. Dies gilt auch für die Altstadt Gardelegen. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind hier zu verneinen.

Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** von Thomas Philipps sind diese naturgemäß nicht zentrenprägend. Im Hinblick auf die Prüfungskulisse des § 34 Abs. 3 BauGB und der Verteilung der strukturprägenden Anbieter (u. a. Möbel- und Baumärkte) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind entsprechend keine städtebaulich relevanten Rückkopplungen zu erwarten.

Außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten auf einem nicht nachweisbaren Niveau zu prognostizieren. Schädliche Auswirkungen auf Wettbewerber in umliegenden Städten und Gemeinden bzw. auf zentralen Versorgungsbereiche sind zu verneinen.

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen werden. **Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB können ausgeschlossen werden.**

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Nachnutzung des leerstehenden ehem. Rewe Supermarktes am Standort Straße der Opfer des Faschismus (ODF) durch einen Thomas Philipps Sonderpostenmarkt, städtebaulich integrierte Lage, benachbart zum Obi Baumarkt im östlichen Siedlungsbereich der Kernstadt Hansestadt Gardelegen /// Geplante Verkaufsfläche von ca. 2.032 m² VK, Sortimentsprogramm umfasst nahversorgungsrelevante Sortimente (ca. 18 %), zentrenrelevante Sortimente (ca. 18 %) und nicht-zentrenrelevante Sortimente (ca. 64 %), /// bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sind lediglich Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, PBS / Spielwaren und Hausrat / Haushaltswaren als prüfungswürdig herauszustellen, in allen sonstigen Sortimenten sind wegen Geringfügigkeit des Sortimentsumfangs keine Auswirkungen nach § 34 Abs. 3 BauGB zu erwarten
Rechtsrahmen	/// Auswirkungsanalyse nach § 34 Abs. 3 BauGB
Standortrahmenbedingungen Hansestadt Gardelegen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Hansestadt Gardelegen, ca. 22.020 Einwohner /// Einzelhandelsstrukturen (gem. Einzelhandelskonzept 2017): Hauptzentrum ZVB Altstadt mit überwiegend Facheinzelhandel, NVZ Schlüsselkorb sowie mehrere integrierte Nahversorgungsstandorte in Gardelegen, Mieste und Letzlingen; leistungsstarkes EKZ Hansecenter im Süden, Gewerbegebiete im Norden und Osten, Versorgungsfunktion des kernstädtischen Einzelhandels für die Ortsteile von Gardelegen
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> /// Einzugsgebiet: gesamtes Stadtgebiet von Gardelegen mit abgestufter Zonierung im Hinblick auf die erzielbaren Marktanteile /// Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 22.020 Personen, davon Zone I: ca. 13.220, Zone II: ca. 8.800 /// Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet in den prüfungsrelevanten Sortimenten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ca. 48,5 Mio. € ▪ Drogeriewaren ca. 9,3 Mio. € ▪ PBS / Spielwaren ca. 3,0 Mio. € ▪ Hausrat / Einrichtung ca. 1,8 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Thomas Philipps insgesamt ca. 2,8 – 2,9 Mio. €, davon prüfungsrelevante Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ca. 0,4 – 0,5 Mio. € ▪ Drogeriewaren ca. 0,4 – 0,5 Mio. € ▪ PBS / Spielwaren ca. 0,1 – 0,2 Mio. € ▪ Hausrat / Haushaltswaren ca. 0,3 – 0,4 Mio. €
Umsatzumverteilungseffekte (prüfungsrelevante Sortimente)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel insgesamt ca. 1 % ▪ Drogeriewaren insgesamt ca. 6 % ▪ PBS / Spielwaren insgesamt ca. 7 – 8 % ▪ Hausrat / Einrichtung ca. 8 – 9 %

Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="438 197 1286 548">// Durch die geplante Nachnutzung des schon früher bestehenden Einzelhandelsstandortes von Rewe durch Thomas Philipps treten lediglich in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, PBS / Spielwaren und Hausrat / Haushaltswaren wettbewerbliche Wirkungen in prüfungsrelevanter Höhe auf. Im Hinblick auf die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte innerhalb von Gardelegen sind hier keine substantziellen Beeinträchtigungen bestehender Wettbewerber zu erwarten. So liegen die Umsatzumverteilungseffekte in jedem Falle unterhalb des 10 % Orientierungswertes, ab dem rein wettbewerbliche Effekte in Betriebs-schließungen oder gar schädliche städtebauliche Effekte umschlagen können.<li data-bbox="438 555 1286 712">// Insgesamt werden v. a. vergleichbare Sonderpostenmärkte (u. a. Repo) bzw. Nonfood Discounter (u. a. Tedi, Action) sowie Mehrbranchenunternehmen (z. B. Woolworth, Kaufland, Möbelland) von den Wettbewerbswirkungen tangiert. Gleichwohl sind hier vorhabeninduzierte Geschäftsschließungen nicht zu erwarten.<li data-bbox="438 719 1286 909">// Mit Blick auf die Gardelegener Altstadt sind hier lediglich im Bereich Drogeriewaren nachweisliche Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung festzustellen. So werden etwa 6 % Umsatzumverteilungsquote zu erwarten sein, die sich vornehmlich gegen Rossmann richten. Auch hier sind keine stärkeren wettbewerblichen Effekte zu erwarten, die zu einer Abschmelzung in Folge der Ansiedlung von Thomas Philipps führen können.<li data-bbox="438 916 1286 976">// Außerhalb von Gardelegen werden keine nachweisbaren Effekte zu erwarten sein.<li data-bbox="438 983 1286 1077">// Insgesamt sind schädliche städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowohl in Gardelegen als auch in umliegenden Städten und Gemeinden im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB vollständig auszuschließen.
---	---

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Standortstruktur gem. Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 (Kernstadt)	8
Karte 2:	Lage der Hansestadt Gardelegen und zentralörtliche Struktur in der Region	10
Karte 3:	Einzugsgebiet des geplanten Sonderpostenmarktes am Standort Straße der ODF in Hansestadt Gardelegen	20
Karte 4:	Projektrelevante Hauptwettbewerber in Gardelegen	24
Karte 5:	Wettbewerbssituation im Umland	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Thomas Philipps – Sortimentsaufteilung und Umsatzprognose	18
Tabelle 2:	Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Branchen	22
Tabelle 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	31
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	33

Anhang

Anhang

Sortimentsliste für die Hansestadt Gardelegen „Gardelegener Liste“

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p>davon nahversorgungsrelevant</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke) ▪ Reformwaren ▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika ▪ Apothekerwaren ▪ Schnittblumen (Zimmerpflanzen) ▪ Zeitungen, Zeitschriften <p>zentrenrelevant</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Spielwaren und Bastelartikel ▪ Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren ▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel ▪ Kunstgewerbe, Antiquitäten ▪ Uhren, Schmuck ▪ Foto- und Videoartikel ▪ Optische Erzeugnisse ▪ Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- und Bildträger ▪ Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)* ▪ Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör ▪ Waffen und Jagdzubehör ▪ Motorradzubehör ▪ Computer ▪ Sportartikel / Sportkleingeräte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel ▪ Baby- / Kinderartikel (ohne Bekleidung und Spielwaren) ▪ Pflanzen (Gartenpflanzen) und Zubehör, Pflege und Düngemittel ▪ Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge ▪ Sportgroßgeräte** ▪ Sanitärartikel, Fliesen, Badeinrichtungen und -ausstattung ▪ Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel) ▪ Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) ▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken ▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper ▪ Elektroinstallationsbedarf ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Elektrogroßgeräte (z.B. Haushaltsgeräte***, Herde, Öfen) ▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen ▪ Büromaschinen, Büroorganisationsmittel ▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) ▪ Kfz-Zubehör ▪ Musikinstrumente

* weiße Ware = z. B. Haus- und Küchengeräte (u. a. Kaffeemaschine, Mixer); braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

** Sportgroßgeräte = z.B. Hometrainer

*** Elektrogroßgeräte / Haushaltsgeräte = u. a. Kühlschrank, Spülmaschine

GMA-Empfehlungen 2017 u. a. auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung.