



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor in der Hansestadt Gardelegen

AUFTRAGGEBER: Hansestadt Gardelegen

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, den 31.05.2022

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

Tel 0351 / 35 655-501 / Fax 0351 / 8 02 38 95
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
2. Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens	6
2.1 Baunutzungsverordnung (BauNVO)	6
2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt	6
2.3 Einzelhandelskonzept Hansestadt Gardelegen	7
3. Grundlagen und relevante Marktentwicklungen und Strukturen im Einzelhandel	10
3.1 Lebensmitteleinzelhandel	10
3.2 Bekleidungshandel	12
3.3 Schuhhandel	13
II. Konzentrationsgebot	14
1. Makrostandort Gardelegen	14
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	17
III. Integrationsgebot	18
1. Mikrostandort „Vor-dem-Salzwedeler-Tor“	18
2. Bewertung des Integrationsgebotes	21
IV. Kongruenzgebot	22
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	22
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	25
3. Umsatzprognose	26
3.1 Umsatzprognose EDEKA	26
3.2 Umsatzprognose Fachmärkte	27
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	28
V. Beeinträchtigungsverbot	30
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	30
1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	30
1.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	34
1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation	37

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	38
2.1 Methodik	38
2.2 Umsatzumverteilungen	39
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	42
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	45
VI. Zusammenfassung	47

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im Februar 2022 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, den Auftrag der Hansestadt Gardelegen, Dezernat II – Bauamt, zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse im Rahmen der geplanten **Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen in der Hansestadt Gardelegen**.

Bereits in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2017 wurde der **Bereich „Klammstieg“ als Nahversorgungsstandort** aufgeführt und eine Bestandssicherung empfohlen. Eine Sicherung durch eventuelle Erweiterung des Nahversorgungsstandortes ist auf dem bestehenden Grundstück baulich nicht möglich. Um dieses Entwicklungsziel sicherzustellen ist am **Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor**, benachbart zur Einzelhandelslage „Klammstieg“ um den Discounter Lidl ist die Neuansiedlung eines EDEKA-Supermarktes mit einer Verkaufsflächengröße von ca. 1.980 m² (inkl. Bäckereicafé¹) geplant. Darüber hinaus sollen die am Standort „Klammstieg“ bestehenden Fachmärkte von NKD (Sortiment Bekleidung / Textilien) sowie der mittlerweile geschlossene Schuhmarkt (Kienast ABC Schuhmarkt) zum Projektstandort verlagert werden. Vorgesehen sind hier für NKD ca. 330 m² VK (Sortiment Bekleidung / Textilien) und für den Schuhmarkt ca. 350 m² VK (Sortiment Schuhe).

Die Realisierung des Vorhabens soll im Zuge der **Ausweisung des Areals als Sondergebiet Einzelhandel** erfolgen, wobei das Gesamtvorhaben als großflächiger Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VK) **gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO einzustufen** ist. Entsprechend sind bei der Untersuchung insbesondere Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in Hansestadt Gardelegen bzw. in umliegenden Gemeinden zu untersuchen. Weiterhin sind bei der Prüfung auch die **Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen-Anhalt** zu berücksichtigen. Anhand der raumordnerischen Anforderungen (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot) gliedert sich die nachfolgende Untersuchung (vgl. Kapitel II - V.).

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im **Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte** zu bearbeiten:

- /// Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und allgemeinen Entwicklungstrends im Einzelhandel
- /// Beschreibung des Makrostandortes Hansestadt Gardelegen
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Vor-dem-Salzwedeler-Tor“
- /// Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Hansestadt Gardelegen und Darstellung der Wettbewerbssituation
- /// Darstellung und Bewertung wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Bewertung des Vorhabens gem. den Zielen der Raumordnung.

¹ Im Eingangsbereich des EDEKA-Marktes entsteht ein typisches Bäckereicafé inkl. Sitzbereich, welches in Funktionseinheit mit dem Supermarkt zu bewerten ist.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im März 2022 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels durchgeführt. Zudem erfolgten eine Begehung relevanter Einzelhandelslagen im Einzugsgebiet sowie eine Begehung des Planstandortes. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik, EHI Handelsdaten und Hahn Retail Report zurückgegriffen.

2. Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens

2.1 Baunutzungsverordnung (BauNVO)

Für die Beurteilung der **Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben** ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:²

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt

Neben den Instrumentarien der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch **landes- und regionalplanerische Regelungen**. Demnach gelten für großflächige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich folgende wesentliche Maßgaben (vgl. Landesentwicklungsplan (LEP) 2010 des Landes Sachsen-Anhalt, Kapitel 2.3 – Großflächiger Einzelhandel):

² Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert am 21.11.2017 (BGBl. I. S. 3787).

- // **Konzentrationsgrundsatz:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind grundsätzlich nur in Ober- und Mittelzentren und ausnahmsweise, sofern sie ausschließlich der Grundversorgung dienen und unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches, auch in Grundzentren.
- // **Kongruenzgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen, d.h. der Einzugsbereich des Vorhabens darf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune nicht wesentlich überschreiten.
- // **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen, d. h. sie sind in bestehende Siedlungsgebiete und ÖPNV-Netze zu integrieren und sollen Nähe zu Wohnstandorten aufweisen.
- // **Beeinträchtungsverbot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihrer zentralen Versorgungsbereiche ausüben. Zudem darf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt werden.

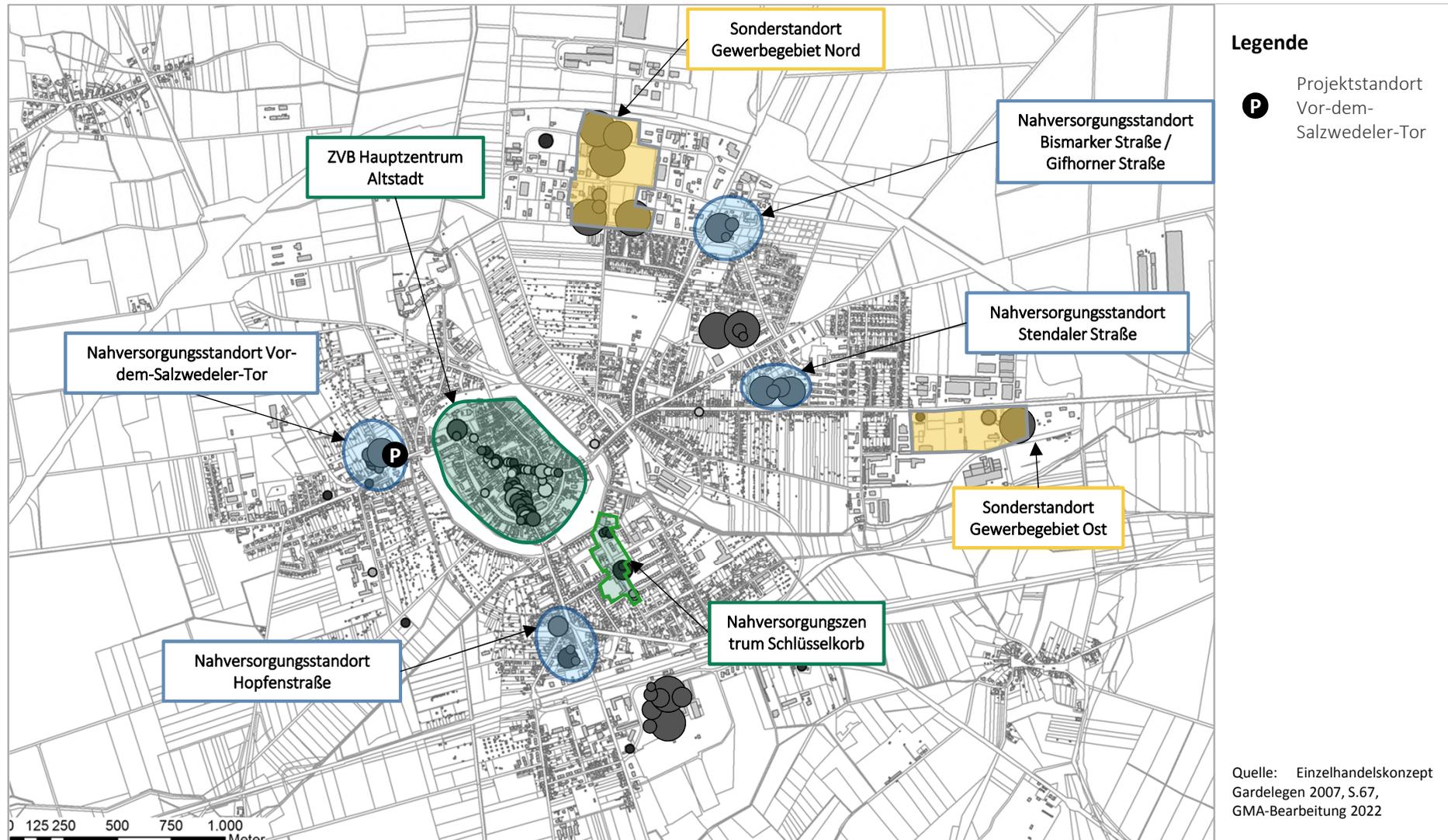
Neben den Vorgaben der Landesplanung Sachsen-Anhalt sind auch die Regelungen der **Regionalplanung** zu berücksichtigen. Die Hansestadt Gardelegen zählt zur regionalen Planungsgemeinschaft Altmark. Der **Regionale Entwicklungsplan Altmark** aus dem Jahr 2005 (REP Altmark 2005) sowie auch der 1. Entwurf zur Fortschreibung (Stand 12.06.2019) enthalten keine Regelungen zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Die „Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplanes Altmark 2005 um den **sachlichen Teilplan Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur**“ enthält in Ergänzung des bestehenden Regionalen Entwicklungsplans Altmark die Festlegung und Abgrenzung der Zentralen Orte. Die **Hansestadt Gardelegen wird dabei als Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums** bestätigt. Der Planstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor ist innerhalb des gemäß Beikarte 8 räumlich definierten Zentralen Ortes gelegen. Ferner wird der Ortsteil Mieste als Grundzentrum anerkannt (Beikarte 14).

2.3 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 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 berücksichtigen und als Grundlage für die Bauleitplanung heranzuziehen.

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).

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



Der **Standort des Planvorhabens Vor-dem-Salzwedeler-Tor** schmiegt sich unmittelbar östlich an den ausgewiesenen gleichnamigen Nahversorgungsstandort an (u. a. Lidl, Getränkemarkt, Lebensmittelhandwerk, Bekleidungsmarkt). Aus städtebaulicher sowie auch aus räumlich-funktionaler Sicht würde das Projektvorhaben den Nahversorgungsstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor absichern und ergänzen, so wie es bereits in der Fortschreibung des Nahversorgungskonzeptes von 2017 vorgeschlagen worden ist.

Die Sortimentsliste von Gardelegen („**Gardelegener Liste**“) unterscheidet zwischen zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung, sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Diesbezüglich ist das Kernsortiment des Planvorhabens ganz überwiegend als nahversorgungsrelevant (EDEKA-Supermarkt) bzw. zentrenrelevant (Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt) einzustufen.

Weiterhin umfasst das Einzelhandelskonzept auch Ausführungen zu den **branchenspezifischen Entwicklungspotenzialen** im Stadtgebiet. Für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird dabei u. a. die Sicherung und Optimierung der Nahversorgungsstandorte im Bestand genannt. Für den Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport wird eine insgesamt quantitativ unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung attestiert. Empfohlen werden hier u. a. eine Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Altstadt sowie ein Ausschluss von Einzelhandelsvorhaben an dezentralen Standortlagen.³

Das Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 zeigt darüber hinaus **Steuerungsregeln zur sortiments- und standortspezifischen Einzelhandelsentwicklung** auf. Für Nahversorgungsstandorte gelten folgende Regeln:⁴

„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).“*

³ Vgl. Einzelhandelskonzept Gardelegen 2016, S. 46 f.

⁴ Beim Projektstandort handelt es sich um eine siedlungsräumlich integrierte Lage. Diese ist im Hinblick auf die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes mit den Nahversorgungsstandorten gleichzusetzen (vgl. Einzelhandelskonzept Gardelegen 2016, S. 87).

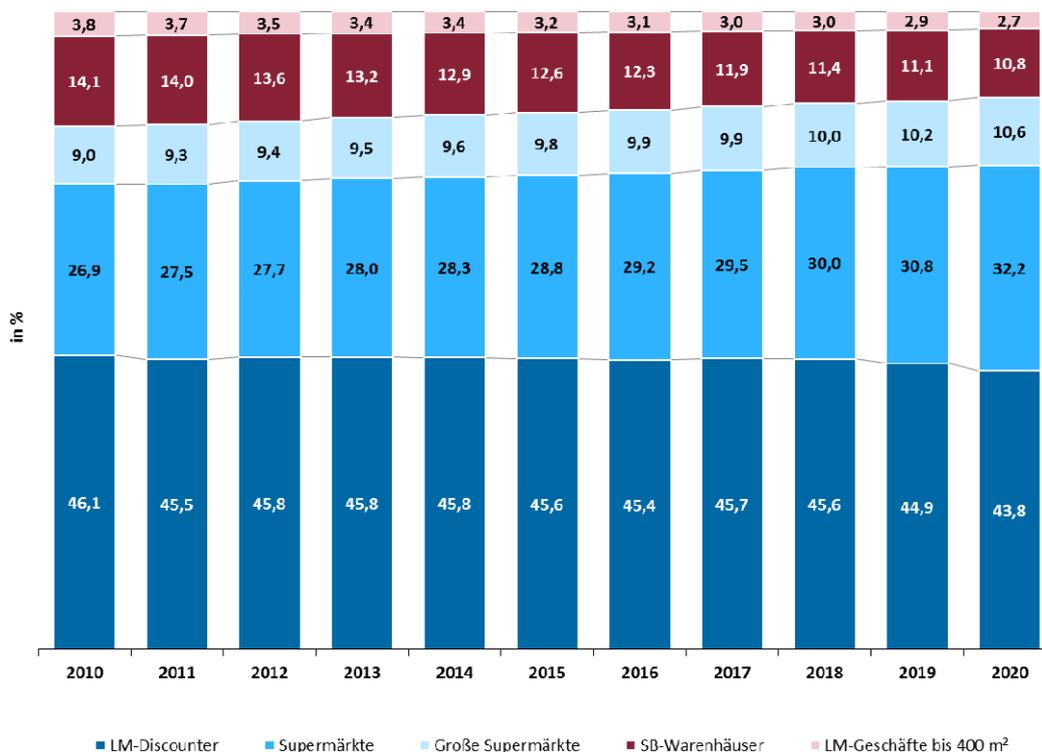
3. Grundlagen und relevante Marktentwicklungen und Strukturen im Einzelhandel

3.1 Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf (vgl. Abbildung 1). Er ist Umsatzgarant selbst in der sich aktuell vollziehenden Corona-Pandemie. Im Jahr 2019 sind die Umsätze auf rd. **166,0 Mrd. €** gestiegen, was einem Anteil von etwa 31 % am gesamten Einzelhandelsumsatz entspricht.⁵ Die Umsatzentwicklung verläuft weiterhin deutlich positiv: In den Jahren 2009 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs um ca. 28 %.⁶ Hinter dem Wachstum steckt eine zunehmende Qualitätsorientierung der Konsumenten. Hinzu kommen immer neue Ernährungstrends (Superfoods, vegetarische, vegane, Gluten- und Laktose freie Produkte, nachhaltig produzierte und regionale Erzeugnisse, Fair Trade, Biolebensmittel etc.), für die der Kunde bereit ist mehr Geld auszugeben.

Auch die Verschiebung von **Marktanteilen** und unterschiedliche Entwicklung zwischen den einzelnen Betriebstypen ist prägendes Element im Lebensmittelhandel. Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 44 % den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 43 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 11 %.⁷ Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2021, GMA-Darstellung 2022

⁵ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78.

⁶ Quelle: ebd., S. 64; GMA-Berechnungen 2022.

⁷ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen 2022.

Hinsichtlich der **Anzahl der Betriebsstätten**⁸ belegen der **EDEKA-Verbund (rd. 11.200 Märkte)**, die REWE Group (rd. 10.700 Märkte) und die Schwarz-Gruppe (Lidl mit rd. 3.200 Filialen, Kaufland mit ca. 670 Filialen) die ersten Plätze. Von den Discountern weist der zur EDEKA-Gruppe gehörende Netto Marken-Discount mit rd. 4.270 bundesweit die meisten Filialen auf, gefolgt von Lidl (rd. 3.200 Filialen), Aldi Nord (rd. 2.230 Filialen), Penny (rd. 2.180 Filialen), Aldi Süd (rd. 1.920 Filialen) und Norma (rd. 1.310 Filialen).

Die Bedeutung des **Onlinehandels** ist im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor gering. Während alle Nonfood-Branchen zusammen mittlerweile einen Onlineanteil von knapp 16 % am gesamten Einzelhandel erreichen, bleibt der Onlinehandel im Lebensmittelbereich bislang ein Nischengeschäft. Nach Angaben des HDE lag der Onlineanteil am Gesamtumsatz mit Lebensmitteln 2019 bei lediglich 1,4 %.⁹

Die **Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt sogar rd. 25.000 Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Entsprechend ist der geplante **EDEKA-Markt als Supermarkt bzw. Lebensmittelvollsortimenter** einzustufen. Diese profilieren sich gegenüber Discountern v. a. durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse-, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment sowie das Sortiment Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel) sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.

Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte rd. 1.030 m² auf (große Supermärkte durchschnittlich 3.344 m²). Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. **Zielgrößen für reguläre Supermarktkonzepte liegen heute bei bis zu 2.200 m² VK**. Hauptursachen für den steigenden Flächenbedarf sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben.

Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – sowohl bei Vollsortimentern als auch bei Discountern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen) und Qualitätsstufen (z. B. Lebensmittel ausdifferenziert im Hinblick auf Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel).

Die **Vertriebsstrategie von EDEKA** richtet sich auf das Angebot des Lebensmittelvollsortiments. Hierzu bestehen innerhalb des Konzerns die Vertriebskonzepte E Center (Großer Supermarkt), EDEKA Supermarkt, E aktiv markt bzw. E neukauf (Supermärkte) mit unterschiedlich großem Sortimentsumfang. Das Kernsortiment wird aber in jedem Vertriebskonzept aus Nahrungs- und Genussmitteln gebildet. In den Supermärkten sind ca. 90 – 95 % der Verkaufsflächen mit

⁸ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): handelsdaten.de (Onlinedatenbank; Stand 2019).

⁹ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland (2020): Online-Monitor 2020, S. 8. Der Marktanteil wird maßgeblich durch Wein- und Feinkostversender mitbestimmt.

Waren des täglichen Bedarfs (Nonfood I) belegt, davon ca. 85 % mit Nahrungs- und Genussmitteln. Nonfood II-Sortimente – meist Artikel, die im Rahmen von Aktionswaren angeboten werden, also nicht dauerhaft im Sortiment sind – nehmen bei EDEKA-Supermärkten nur einen sehr kleinen Teil der Verkaufsflächen ein (unter 5 % der Gesamtverkaufsfläche).

Anhand der obigen Daten kann der EDEKA-Supermarkt als Anbieter eingeordnet werden, dessen **Angebotsschwerpunkt – umsatz- und flächenbezogen – eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren** liegt. Dies heißt, dass der Markt schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung ist.

3.2 Bekleidungshandel

Nach Angaben des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI) belief sich der Umsatz im Einzelhandel mit **Bekleidung und Textilien** im Jahr 2019 auf rd. 66,0 Mrd. €. Seit 2009 verzeichnete der Einzelhandel in diesem Segment ein kontinuierliches Wachstum, welches für den Zeitraum 2009 bis 2019 bei rd. 19 % lag.¹⁰

Die positive Entwicklung wurde dabei maßgeblich vom **Versand- und Onlinehandel** getrieben. So lag hier der Bruttoumsatz mit Bekleidung und Textilien im Jahr 2019 bei rd. 14,3 Mrd. € bzw. bei rd. 21 - 22 % des gesamten Bekleidungs- und Textilienumsatzes.¹¹

Der Handel mit Textilwaren und Bekleidung nutzt im Bereich des Ladeneinzelhandels mehrere Vertriebschienen:

- /// Fachgeschäfte mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilkaufhäuser und Kaufhäuser mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilfachmärkte mit gemischtem Sortiment,
- /// Factory Outlet Center mit gemischtem Sortiment,
- /// Herstellerverkaufsstellen mit gemischtem Sortiment,
- /// Mehrbranchenunternehmen mit textilen Randsortimenten (z. B. SB-Warenhäuser).

Die **Leistungsfähigkeit** der unterschiedlichen Betriebstypen im stationären Handel kann anhand der sogenannten Flächenproduktivitäten eingeschätzt werden. So betrug die durchschnittliche Spanne der Flächenproduktivität für den Textileinzelhandel mit gemischten Sortimenten (Fachgeschäfte) zwischen 3.000 und 3.800 € / m² VK. Die Vergleichswerte für Textilkaufhäuser liegen bei 2.600 – 3.600 € / m² VK und für **Fachmärkte zwischen 1.000 und 1.700 € / m² VK**.¹² V. a. discountorientierte Anbieter (z. B. KiK, NKD, Takko) haben in diesem Zusammenhang von einer gewachsenen Preissensibilität der Konsumenten profitiert. Die verstärkte Ausrichtung auf preiswerte Waren hat in Verbindung mit dem weitgehenden Verzicht auf Beratung aber auch dazu geführt, dass Textilfachmärkte von allen Vertriebskanälen die geringsten Flächenleistungen aufweisen. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den aufgeführten Werten um durchschnittliche Spannen handelt, die durch unterschiedliche Faktoren (Vertriebsstruktur, Marktstellung, Wettbewerbssituation) deutlichen Schwan-

¹⁰ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handel aktuell 2020.

¹¹ Ebenda.

¹² Quelle: IHK-Veröffentlichung Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 für Baden-Württemberg.

kungen unterliegen können. Jedoch macht sich auch im stationären Einzelhandel in allen Vertriebschienen des Bekleidungshandels der Onlinehandel bemerkbar. So geben die Flächenleistungen in der Tendenz nach.

3.3 Schuhhandel

Laut EHI Handelsdaten beläuft sich das Marktvolumen im **deutschen Schuhfachhandel** für das Jahr 2019 insgesamt (inklusive online) auf rund 12,36 Mrd. €. ¹³ Die Vertriebslandschaft der Branche ändert sich derzeit stark, was auf den erhöhten Wettbewerbsdruck des Online-Handels auf den stationären Handel zurückzuführen ist. Demnach legte der Onlinehandel in den letzten Jahren an Umsätzen deutlich zu, wohingegen der stationäre Handel Verluste hinnehmen musste.

Die **Entwicklungen im Online-Bereich** gehen somit zu Lasten des klassischen Facheinzelhandels. Auch langfristig sind weitere Umsatzverschiebungen zu erwarten. In diesem Zusammenhang ist auch die Positionierung für größere Schuhfilialisten am Markt schwieriger geworden. Kleinere Händler schließen sich großen Plattformen wie Zalando oder Amazon an, um weiterhin am Markt agieren zu können. Die Marktdynamik wird hier neben der Konkurrenz im Online-Handel und durch vertikale Modelabels auch durch die fortschreitende Expansion internationaler Schuhfilialisten (H&M, Zara) angetrieben. Die **Flächenproduktivitäten** liegen für Schuhfachmärkte lt. IHK-Veröffentlichung ¹⁴ zwischen **1.900 und 2.500 € / m² VK**.

¹³ Quelle: EHI Handelsdaten.de

¹⁴ Quelle: IHK-Veröffentlichung Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018 / 2019 für Baden-Württemberg.

II. Konzentrationsgebot

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).¹⁵

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)¹⁶ 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.

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).¹⁷ 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.¹⁸

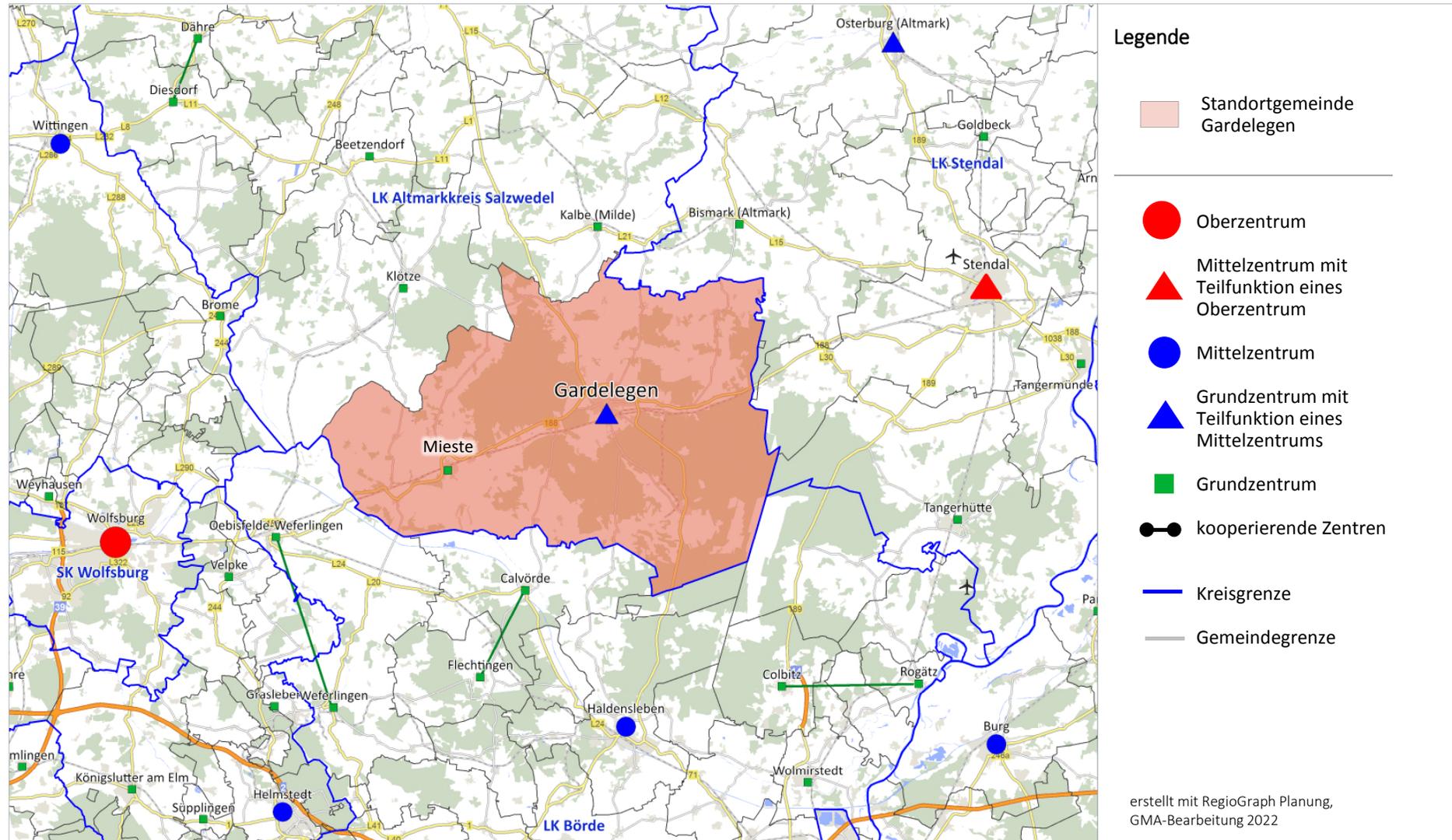
¹⁵ Entfernungangaben in Straßenkilometern; kürzeste Entfernung.

¹⁶ Quelle: Hansestadt Gardelegen, Stand: 03.01.2022.

¹⁷ Bevölkerung zum 09.05.2011: ca. 25.570 Einwohner, zum 31.12.2020: ca. 22.150 Einwohner, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt.

¹⁸ Quelle: 7. regionalisierte Bevölkerungsprognose, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Prognose 2030 für die Stadt Gardelegen: rd. 19.890 Einwohner.

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



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. Bei diesem Standort handelt es sich faktisch um den erweiterten **Planstandort** für die anzusiedelnden Märkte um EDEKA.
- /// **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 Isenschnibber 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).¹⁹

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 Mindesteinwohnerzahl bzw. Tragfähigkeit für eigene leistungsfähige Einzelhandels- bzw. Nahversorgungsstrukturen verfügen. Mieste stellt dabei eine Ausnahme dar.

¹⁹ Eine detaillierte Darstellung der Angebotssituation im Lebensmitteleinzelhandel erfolgt in Kapitel V.1.

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob die Hansestadt Gardelegen unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zulässig ist (Konzentrationsgebot). Maßgeblich hierfür ist Ziel 52 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2010:

Z 52 *Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ist neben den Ober- und Mittelzentren auch in Grundzentren unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches zulässig [...].“*

Das Konzentrationsgebot erlaubt großflächige Einzelhandelsvorhaben, die ausschließlich der Grundversorgung dienen, unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches auch in Grundzentren.

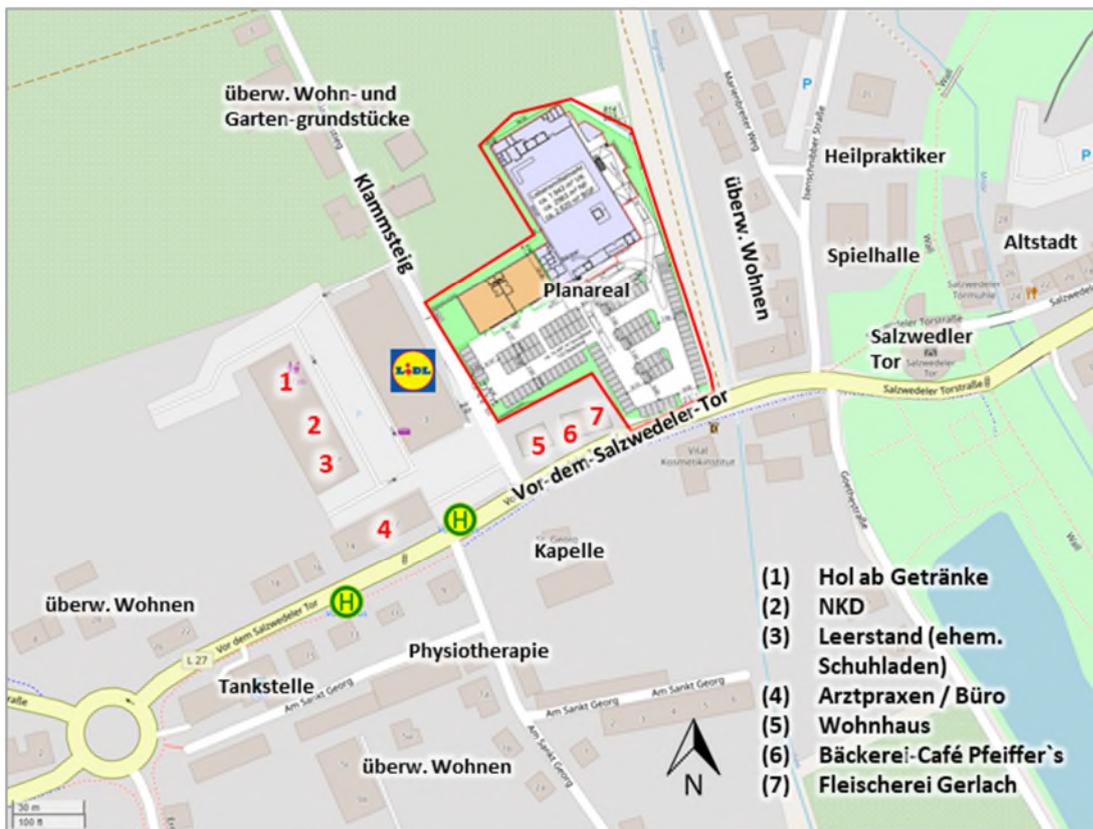
Da der Planstandort der neu hinzukommenden Agglomeration von EDEKA, NKD und Kienast am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor im Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Hansestadt Gardelegen liegt, **wird das Konzentrationsgebot erfüllt, sofern auch das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden.**

Der Planstandort „Vor-dem-Salzwedeler-Tor“ liegt des Weiteren innerhalb des räumlich abgegrenzten Bereiches des Zentralen Ortes Hansestadt Gardelegen.²⁰

²⁰ vgl. „Ergänzung des Regionalen Entwicklungsplanes Altmark 2005 um den sachlichen Teilplan Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur“, Beikarte 8.

- / Direkt **westlich** der Anliegerstraße Klammstieg befindet sich die Handelslage mit den Betrieben Lidl, NKD, Hol ab Getränke. Ferner sind hier straßenbegleitend zur Straße Vor-dem-Salzwedeler-Tor auch Arztpraxen bzw. eine Büronutzung vorhanden. Darüber hinaus grenzt hier weitere zumeist wohngenutzte Bebauung in Richtung des Kreisverkehrs Weteritzer Landstraße / Ackendorfer Landstraße an. Hier ist auch eine Tankstelle etabliert.
- / **Südlich** von Vor-dem-Salzwedeler-Tor ist zunächst auf die Kapelle St. Georg hinzuweisen, wobei sich weiter südlich kleinteilige Wohnnutzungen anschließen (u. a. Am St. Georg, Im Eichengrund, Ernst-von-Bergmann-Straße). Das Siedlungsgebiet endet südlich mit Gartengrundstücken bzw. dem Altmarkt-Klinikum Gardelegen.
- / **Östlich** des Planstandortes schließen sich zumeist wohngenutzte Bereiche an der Isenschnibber Straße, der Goethestraße und am Marienbreiter Weg an. Hier ist auch das ehemalige Stadttor im Bereich des die Altstadt umschließenden Grüngürtels gelegen. Diesbezüglich beginnt der Altstadt kern rd. 200 m östlich des Planstandortes.

Abbildung 3: Projektstandort und Umfeldnutzungen



Kartengrundlage:© OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2022

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird primär über die Straße Vor-dem-Salzwedeler-Tor hergestellt, die als wichtige Verbindungsstraße zwischen der Kernstadt Gardelegen und dem westlichen bzw. nördlichen Umland fungiert. So bindet der Straßenzug Vor-dem-Salzwedeler-Tor / Weteritzer Straße (Landesstraße L 27) zum einen die Kernstadt an die Ortsumgehung (Bundesstraße B 188) nach Westen hin an bzw. wird die Anbindung in Richtung Norden über die Ackendorfer Landstraße (weiter als Bundesstraße B 71) gewährleistet. Westlich verläuft die Straße Vor-dem-Salzwedeler-Tor durch den Altstadt kern Gardelegen. Die Zufahrt zum Planstandort soll perspektivisch über eine direkte Zufahrt ermöglicht werden. Eine untergeordnete Zufahrt soll am Klammstieg eingerichtet werden.



Planstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor / Klammstieg (rechts)



Lidl-Markt westlich des Planareals



Fachmarktriangel am Lidl-Areal westlich des Planstandortes (hier Leerstand Schuhmarkt)



Straße Vor-dem-Salzwedeler-Tor mit Ampelquerung



Bushaltestelle am Lidl



Wohnbebauung „Am St. Georg“ südlich



Bäckerei / Fleischerei und Volkshaus am Planstandort



Kapelle St. Georg südlich

GMA-Aufnahmen 2021 / 2022

Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** des Planstandortes ist im Rahmen der ortsüblichen Verhältnisse als sehr gut einzustufen. So befindet sich die Bushaltestelle „Volkshaus“ nur rd. 100 – 150 m vom Planstandort in der Straße Vor-dem-Salzwedeler-Tor. Hier verkehren u. a. die Buslinien 100 und 600 nach Magdeburg, Haldensleben und Salzwedel. Ferner bestehen Rufbuslinien. Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen ist

über straßenbegleitende Fußwege gewährleistet (u. a. Vor-dem-Salzwedeler-Tor, Sandstraße, Am St. Georg).

Zusammengefasst kann der Planstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor als städtebaulich integriert eingestuft werden. Er liegt innerhalb des regionalplanerisch abgegrenzten Zentralen Ortes Hansestadt Gardelegen. Im direkten Standortumfeld sind auch Wohnnutzungen vorhanden, wobei sich weite Teile des westlichen Kernstadtgebietes sowie auch Teile der Altstadt Gardelegen im fußläufigen 500 – 700 m-Nahbereich befinden. Diesbezüglich ergänzt der projektierte Standort die bestehende Handelslage des Nahversorgungsstandortes Vor-dem-Salzwedeler-Tor bzw. ist dieser räumlich und städtebaulich-funktional zuzuordnen. Zudem verfügt der Standort über einen Anschluss an das Gehwegenetz sowie an den ÖPNV.

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Dem Integrationsgebot gemäß Landesentwicklungsplan 2010 Sachsen-Anhalt liegen Ausführungen in den Zielen 48 und 49 zugrunde:

Z 48 (2,4) „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte

- 2. sind städtebaulich zu integrieren, [...]*
- 4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,*

Z 49 Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.“

Basierend auf der Bewertung des Standortes sowie den landesplanerischen Vorgaben ist der Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor vor dem Hintergrund des Integrationsgebotes wie folgt zu bewerten:

- Aus **räumlich-städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Standort um eine integrierte Versorgungslage, wobei unmittelbar benachbart ein gemäß Einzelhandelskonzept Gardelegen anerkannter Nahversorgungsstandort existiert. Faktisch ist das Vorhaben diesem Nahversorgungsstandort zuzurechnen, so dass eine städtebaulich integrierte Lage zu attestieren ist.
- Weiterhin befindet sich der Planstandort **innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Ortes Hansestadt Gardelegen** gemäß Beikarte 8 des „sachlichen Teilplans Regionalstrategie Daseinsvorsorge und Entwicklung der Siedlungsstruktur“.
- Schließlich verfügt der Standort grundsätzlich über eine sehr gute **Anbindung an den ÖPNV** sowie einen Anschluss an das bestehende Fußwegenetz.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das **Integrationsgebot gemäß LEP Sachsen-Anhalt erfüllt** wird.

IV. Kongruenzgebot

Für die **Prüfung des Kongruenzgebotes** sind zunächst eine Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes sowie die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für die geplanten Einzelhandelsnutzungen am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor 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.

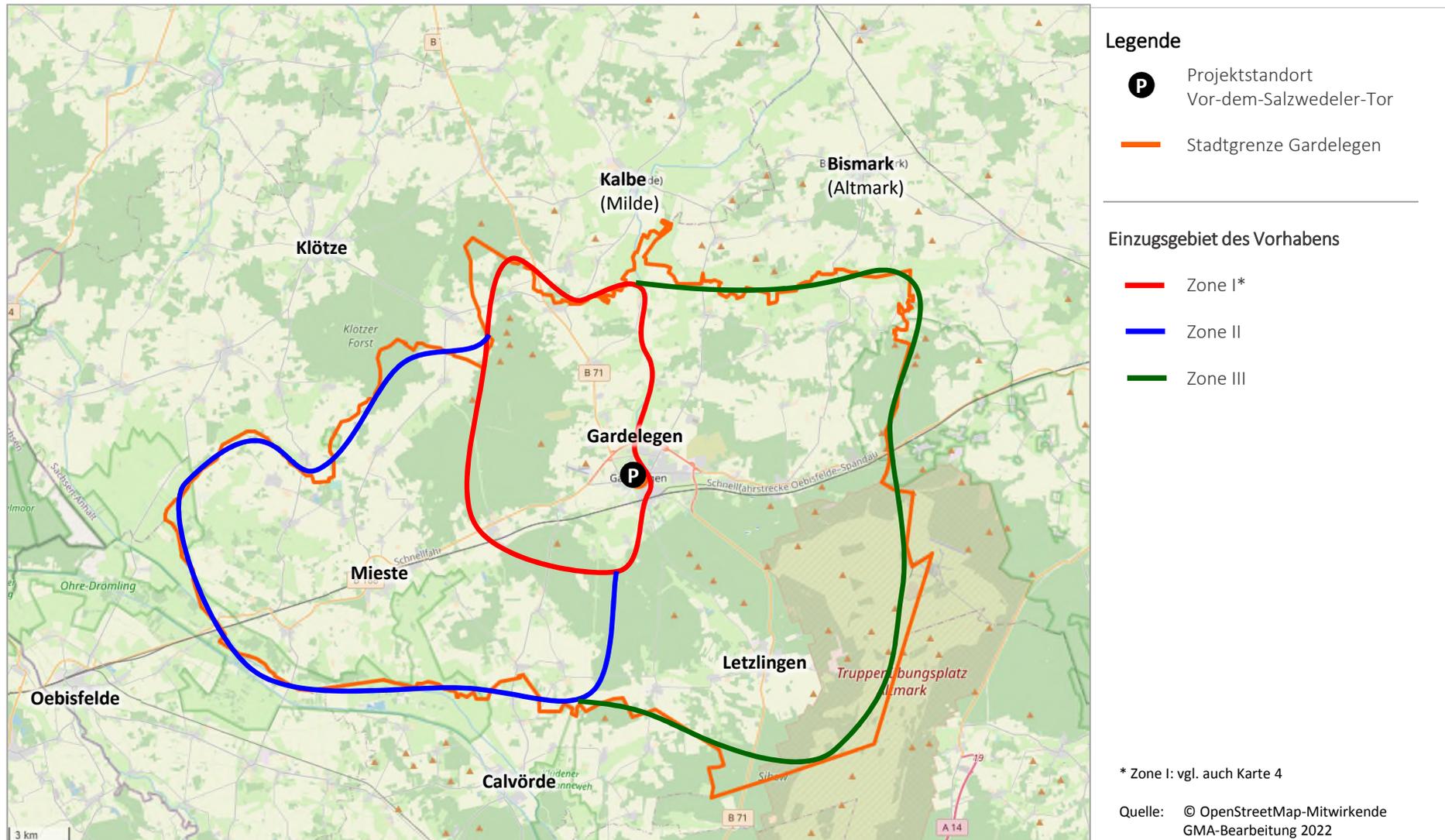
Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen 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 der Betreiber usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Synergieeffekte** des Verbundstandortes im Bereich Vor-dem-Salzwedeler-Tor
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum
- /// **Filialnetz** des Ankerbetriebes EDEKA
- /// **Anziehungskraft** des Makrostandortes Hansestadt Gardelegen (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, touristische Bedeutung)
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).²¹

²¹ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 3: Einzugsgebiet der geplanten Einzelhandelsnutzungen am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor in Hansestadt Gardelegen



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben am Standort „Vor-dem-Salzwedeler-Tor“ folgendes **Einzugsgebiet** abgrenzen:

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	westliches Kernstadtgebiet inkl. Altstadt, nördlich und westlich liegende Ortsteile von Gardelegen	6.580
Zone II	weitere westlich gelegene Ortsteile	5.980
Zone III	östliches Kernstadtgebiet und östlich gelegene Ortsteile	9.460
Einzugsgebiet insgesamt		22.020

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

Das **Einzugsgebiet** für die geplanten Einzelhandelsnutzungen ist wie folgt zu skizzieren:

- Zone I** Das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** umfasst zunächst die direkt umliegenden Siedlungsbereiche der Kernstadt Gardelegen. Neben den Wohnsiedlungsbereichen im Gardelegener Westen sind dies auch der gesamte Altstadtkern sowie z. T. die beidseitig der Bahnhofstraße gelegenen Wohngebiete südöstlich. Hier ist davon auszugehen, dass der Standort teilweise auch noch fußläufig und per Fahrrad erreicht werden kann. Darüber hinaus ist der Standort auch mit dem Pkw schnell zu erreichen. Insgesamt werden hier deutlich ausgeprägte Kundenorientierungen an den Planstandort zu erwarten sein, die sich in einem hohen Marktanteil in Zone I widerspiegeln. Diesbezüglich sind innerhalb der Zone I mit Lidl und Netto (dank) lediglich zwei Lebensmitteldiscounter vorhanden. Ein Angebot im Lebensmittelvollsortimentsbereich fehlt. Darüber hinaus sind auch die räumlich abgesetzten Gardelegener Ortsteile westlich (u. a. Weteritz, Solpke) sowie nördlich (u. a. Estedt, Wiepke) zur Zone I gehörig. Hier übernehmen im Wesentlichen die Bundesstraßen B 71 und B 181 Zubringerfunktionen, wobei grundsätzlich schon heute eine ausgeprägte Einkaufsorientierung auf die Kernstadt Gardelegen vorliegt. So verfügen die genannten Ortsteile über keine eigenen strukturprägenden Lebensmittelangebote.
- Zone II** Das **erweiterte Einzugsgebiet** umfasst in Zone II das darüber hinausgehende Gardelegener Stadtgebiet westlich und südwestlich. Hier ist der Ortsteil Mieste gelegen, der u. a. selbst über einen leistungsstarken EDEKA-Supermarkt verfügt. Diesbezüglich sind die in Zone II wohnhaften Einwohner auch anteilig auf Mieste als Einkaufsort orientiert, so dass die durch den projektierten EDEKA-Markt in Gardelegen erzielbaren Marktanteile bereits deutlich geringer ausgeprägt sein werden.
- Zone III** Das **Zone III** des Einzugsgebietes umfasst darüber hinaus das östliche Gardelegener Stadtgebiet. Hier sind u. a. schon heute leistungsstarke Supermarktstandorte in der Bismarker Straße (Rewe) bzw. in der Stendaler Straße (EDEKA) sowie auch südlich im Hansecenter (Kaufland) gelegen, so dass hier nur geringe Marktanteile erzielt werden. Diesbezüglich ist auch das östliche Umland auf eben diese Einkaufsorte orientiert. So ist die Pkw-Durchfahrt durch den Altstadtkern vergleichsweise zeitaufwändig (Barrierewirkung), so dass eine gewisse Aufteilung des Gardelegener Stadtgebietes zwischen den Lebensmittelvollsortimenten zu erwarten ist.

Die dargelegte Einzugsgebietsaufteilung trifft im Wesentlichen primär auf den geplanten EDEKA-Supermarkt zu. Gleichwohl werden auch die Fachmärkte für Bekleidung / Textilien und Schuhe dieses Einzugsgebiet erschließen, wobei die Gewichtung der erzielbaren Marktanteile abweichen.

Grundsätzlich erschöpft sich das Einzugsgebiet mit zunehmender Distanz vom Vorhabenstandort. Diesbezüglich ist nicht davon auszugehen, dass das Stadtgebiet Gardelegen i. S. des regelmäßigen Einzugsgebietes überschritten wird. Gleichwohl wird der geplante EDEKA-Markt bzw. die gesamte Einzelhandelslage „Vor-dem-Salzwedeler-Tor / Klammstieg“ einen attraktiven Einkaufsplatz z. T. auch über Gardelegen hinaus darstellen, so dass in begrenztem Umfang auch Einkaufsfahrten u. a. aus Kalbe (Milde) bzw. Klötze sowie Calvörde zu erwarten sein.

In geringem Umfang sind somit auch unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes, z. B. durch Pendler, Tages- oder Übernachtungsgäste zu erwarten. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streuumsätze in einem defensiven Ansatz i. H. v. ca. 5 % des Umsatzes** berücksichtigt.

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 €,²²

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²³ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Hansestadt Gardelegen bei 90,1 und damit jeweils 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 Vor-dem-Salzwedeler-Tor sind die sortimentspezifischen Kaufkraftvolumina im jeweiligen Kernsortiment in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 1: Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Branchen

Sortiment	Zone I	Zone II	Zone III	Einzugsgebiet gesamt
	in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel	14,5	13,2	20,8	48,5
Bekleidung, Wäsche	3,1	2,8	4,4	10,3
Schuhe (inkl. Lederwaren, Reisegepäck)	0,8	0,8	1,2	2,8

MB Research, 2020, GMA-Berechnungen 2022

Zusätzlich werden bei den geplanten Einzelhandelsbetrieben auch z. T. Anteile des Umsatzes mit **Randsortimenten** generiert. Diese liegen bei EDEKA in der avisierten Größe bei ca. 15 % (u. a. Haushaltswaren, Drogeriewaren, Tiernahrung). Für NKD liegt der Wert bei ebenfalls ca.

²² Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken, GMA Marktforschung 2022

²³ 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.

15 % (u. a. Dekoration, Einrichtung, Glas / Porzellan / Keramik, Heimtextilien). Für den Schuhfachmarkt sind mögliche Randsortimente im Wesentlichen als Zubehör für das Kernsortiment zu klassifizieren (u. a. Schuhpflege, Taschen, Rucksäcke, Accessoires).

3. Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilskonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁴ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Planvorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden. Der erzielbare Umsatz ist dabei neben der Höhe des Kaufkraftniveaus und damit des relevanten Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet v. a. auch von der Wettbewerbsdichte abhängig. Eine weitere Grundlage bilden die durchschnittlichen Marktanteile der unterschiedlichen Betriebsarten, die vor dem Hintergrund der lokalen und regionalen Rahmenbedingungen (Kaufkraft, Standortbedingungen, Angebotssituation etc.) zu gewichten sind.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung lässt sich anhand des Marktanteilskonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des geplanten Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilskonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilskonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Projektvorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dessen Markteintritt neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V.2. ausführlich behandelt.

3.1 Umsatzprognose EDEKA

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den geplanten EDEKA-Markt mit rd. 1.980 m² VK (inkl. Bäckerei-Café) anhand des Marktanteilskonzeptes ableiten:²⁵

Tabelle 2: Umsatzerwartung EDEKA

Einzugsgebiet / Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	14,6	23 - 24	3,4 - 3,5	0,6	4,0 - 4,1	62
Zone II	13,2	9 - 10	1,2 - 1,3	0,2	1,5	23
Zone III	20,8	2 - 3	0,5	0,1	0,6	10
Einzugsgebiet	48,6	10 - 11	5,2	0,9	6,1 - 6,2	95
Streuumsätze			0,2 - 0,3	< 0,1	0,3	5
Insgesamt			5,5	0,9 - 1,0	6,4 - 6,5	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter EDEKA ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Foodbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

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

²⁴ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁵ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für den geplanten EDEKA-Markt (inkl. Bäckereicafé) mit ca. 1.980m² VK aus Gutachtersicht eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 6,4 – 6,5 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,5 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,9 – 1,0 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

Mit einem **Marktanteil** von ca. 23 – 24 % in **Zone I** kommt dem EDEKA-Markt eine bedeutende Grund- und Nahversorgungsfunktion für Zone I des Einzugsgebietes zu, wobei dennoch keine beherrschende Marktposition erreicht wird. In **Zone II** ist bereits ein deutlich geringerer Marktanteil von ca. 9 – 10 % zu erwarten. Hier ist zum einen die deutlich größere Distanz zum Vorhabenstandort aus den entfernteren westlichen und südwestlichen Ortsteilen von Gardelegen zu verzeichnen. Ferner verfügt der Ortsteil Mieste über einen eigenen EDEKA-Supermarkt. Darüber hinaus ist in **Zone III** ein nochmals deutlich niedrigerer Marktanteil von nur noch ca. 2 – 3 % zu verzeichnen. So sind in Zone III bzw. im östlichen und südlichen Kernstadtgebiet von Gardelegen schon Lebensmittelvollsortimenter vorhanden. Diesbezüglich ist auf die Filialen von EDEKA, Rewe und Kaufland hinzuweisen, so dass Einkaufsorientierungen auf den Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor aus Zone III allenfalls gering ausfallen. Die aus Zone III zu erwartenden Marktanteile sind daher u. a. auf Verbundkäufer bzw. Kopplungseffekte der Handelslage Vor-dem-Salzwedeler-Tor insgesamt zurückzuführen.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2021 / 2022 liegt die durchschnittliche Filialumsatzleistung von EDEKA bei ca. 6,2 – 6,3 Mio. €. Damit läge der geplante EDEKA-Markt auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau. Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.980 m² Verkaufsfläche auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von EDEKA-Märkten (Ø VK 1.284 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 3.260 € / m² VK wird dagegen nur eine unterdurchschnittliche Flächenleistung für EDEKA-Märkte erreicht.²⁶ Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet und den in Gardelegen bestehenden Wettbewerbsstandorten nicht zu erwarten. Die **prognostizierte Umsatzleistung** stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens dar (**worst case-Ansatz**).

3.2 Umsatzprognose Fachmärkte

Für den **Bekleidungsfachmarkt NKD mit ca. 330 m² Verkaufsfläche** ist eine Gesamtumsatzleistung von ca. 0,6 Mio. € zu ermitteln. Die Umsätze sind zu 85 % der Warengruppe Bekleidung / Wäsche zuzuordnen. Der Umsatzanteil bei Randsortimenten beträgt beim Anbieter NKD ca. 15 % (u. a. Dekoration, Einrichtung, Glas / Porzellan / Keramik, Heimtextilien). Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Bekleidungsbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

²⁶ Gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2021 / 2022 liegt der Durchschnittswert für EDEKA-Märkte bei rd. 4.870 € / m² VK

Tabelle 3: Umsatzerwartung Bekleidungsfachmarkt

Einzugsgebiet / Zonen	Kaufkraft Bekleidung in Mio. €	Marktanteil Bekleidung in %	Umsatz Bekleidung in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	3,1	6 – 7	0,2	< 0,1	0,2 – 0,3	40
Zone II	2,8	5 – 6	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2	30
Zone III	4,4	2 – 3	0,1 – 0,2	< 0,1	0,1 – 0,2	25
Einzugsgebiet	10,3	5 – 6	0,4 – 0,5	0,1	0,5 – 0,6	95
Streuumsätze			< 0,1	< 0,1	< 0,1	5
Insgesamt			0,5	0,1	0,6	100

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

Für den **Schuhfachmarkt Kienast mit ca. 350 m² Verkaufsfläche** ist eine Gesamtumsatzleistung von ca. 0,9 Mio. € zu ermitteln. Für den Schuhfachmarkt sind mögliche Randsortimente im Wesentlichen als Zubehör für das Kernsortiment zu klassifizieren (u. a. Schuhpflege, Taschen, Rucksäcke, Accessoires).

Tabelle 4: Umsatzerwartung Schuhfachmarkt

Einzugsgebiet / Zonen	Kaufkraft Schuhe in Mio. €	Marktanteil Schuhe in %*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	0,8	35 – 40	0,3	34
Zone II	0,8	33 – 37	0,2 – 0,3	31
Zone III	1,2	20 – 25	0,2 – 0,3	30
Einzugsgebiet	2,8	31	0,8 – 0,9	95
Streuumsätze			< 0,1	5
Insgesamt			0,9	100

*Aufgrund des nur kleinen Marktsegments Schuhe wird eine größere Spannweite bei den erzielbaren Marktanteilen angesetzt.

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

4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das **Kongruenzgebot** besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte sich in das zentralörtliche System einfügen müssen. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsgroßprojektes so bemessen sein, dass dessen Einzugsgebiet den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet (vgl. LEP Sachsen-Anhalt 2010 Ziel 47 und 48):

Z 47 „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.“

Z 48 (1) „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten.“

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** wie folgt bewerten:

- /// Die Hansestadt Gardelegen ist gemäß Regionalplan Altmark 2005 / Sachlichem Teilplan 2017 als Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums ausgewiesen. Damit hat die Stadt wichtige **Grundversorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung** zu erfüllen.
- /// Das regelmäßige **Einzugsgebiet** des Planvorhabens umfasst das Stadtgebiet Hansestadt Gardelegen. Hier leben rd. 22.020 Einwohner.
- /// Der geplante EDEKA-Markt wird ca. 5,1 – 5,2 Mio. € bzw. rd. 95 % und damit den deutlich **überwiegenden Teil des Projektumsatzes mit Kaufkraft aus dem Stadtgebiet Hansestadt Gardelegen** erwirtschaften. Auch für den Bekleidungs- und den Schuhfachmarkt ist diese Umsatzherkunft anzusetzen.
- /// Nur rd. 5 % des Umsatzvolumens fließen in Form von **Streuumsätzen** von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu (u. a. Pendler, Touristen, Zufallskunden).
- /// Insgesamt wird der **ganz überwiegende Teil des Umsatzes** mit Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes Gardelegen erwirtschaftet.

Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

V. Beeinträchtigerungsverbot

Zur **Bewertung des Beeinträchtigerungsverbot**es ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Hansestadt Gardelegen bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation

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

Als Wettbewerber für **EDEKA** gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser / große Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

Als Wettbewerber für den geplanten **Fachmarkt für Bekleidung / Textilien** sind insbesondere andere vergleichbare discountorientierte Fachmärkte anzuführen (z. B. Takko, KiK, Woolworth). Daneben sind auch Bekleidungsfachgeschäfte sowie z. T. Mehrbranchenunternehmen mit entsprechendem Textilangebot zu nennen. Als Wettbewerber für den Schuhfachmarkt sind andere Schuhfachmärkte zu nennen. Zudem sind auch Schuhfachgeschäfte und entsprechend Mehrbranchenunternehmen mit Schuhangebot anzuführen.

1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Innerhalb von Gardelegen sind folgende strukturprägende Wettbewerber anzuführen (vgl. Karte 4):

Zone I

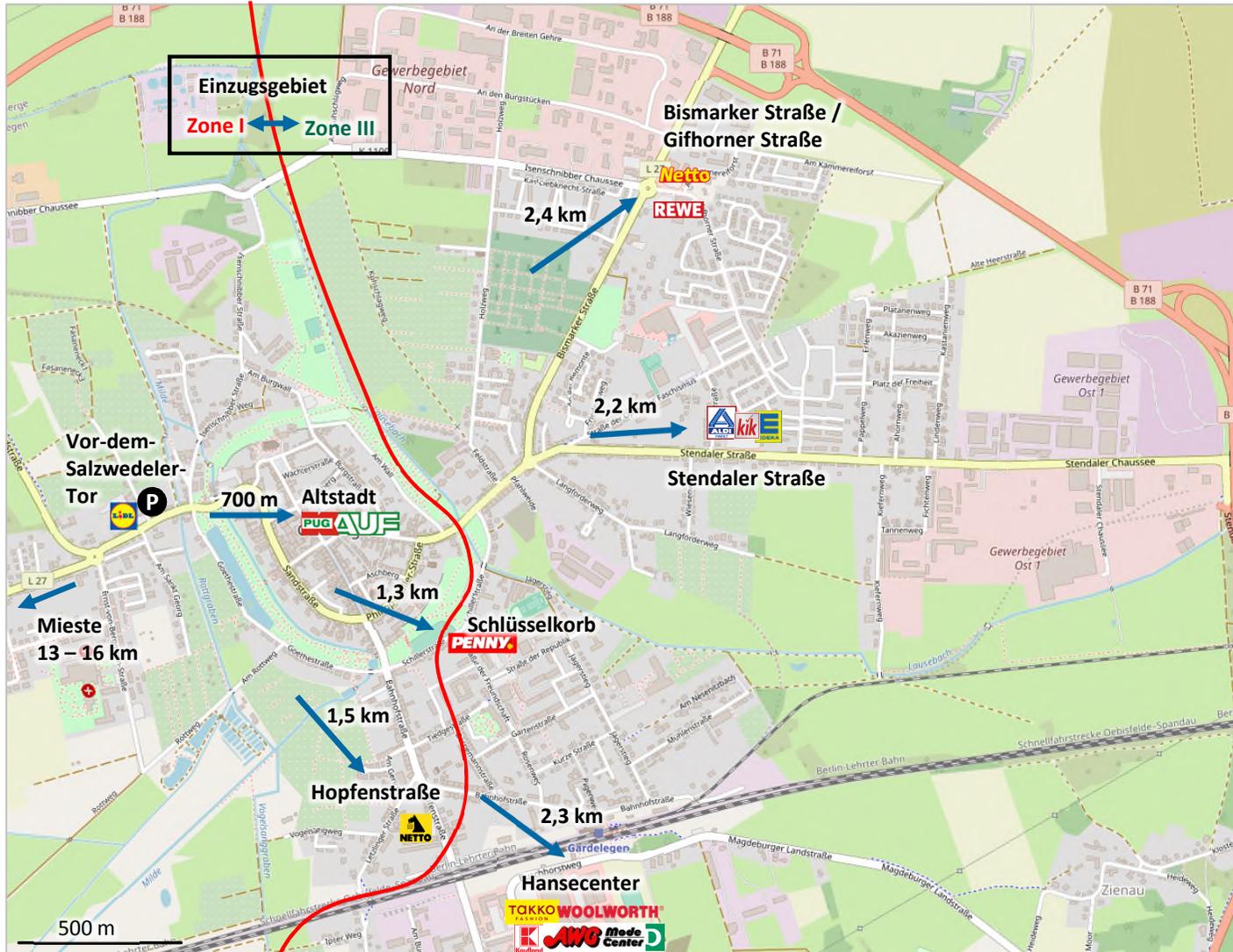
Lidl, Klammstieg: integrierter, in 2021 modernisierter Nahversorger im Bereich des NVS Vor-dem-Salzwedeler-Tor, aktuell auch Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt und Bekleidungsmarkt im Standortverbund, sowohl Nahversorgungsfunktion als auch wichtige Grundversorgung für das westliche Gardelegener Stadtgebiet, direkte Nachbarschaft zum Planstandort, sehr hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben.



Netto (dansk), Hopfenstraße: integrierter Nahversorgungsstandort im südlichen Stadtgebiet, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk, i. W. Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche im Süden von Gardelegen, Distanz zum Planstandort ca. 1,5 km, mittlere Wettbewerbsrelevanz.



Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Kernstadt Gardelegen



Legende

P Projektstandort
 Vor-dem-Salzwedeler-Tor

— Grenze Einzugsgebiet
 Zone I / Zone III
 (vgl. auch Karte 3)

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
 GMA-Bearbeitung 2022

- /// **PUG-Moden**, Ernst-Thälmann-Straße: Bekleidungsfachmarkt mit regionalem Betreiber, Lage im Altstadtbereich der Fußgängerzone, Distanz zum Planstandort ca. 700 m, höherwertige Sortimentsprofilierung, daher nur geringe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von NKD.



Zone II

- /// **Edeka Bahrs**, Thälmannstraße (OT Mieste): Supermarktstandort inkl. Getränkeabteilung ergänzt durch Backshop, i. W. Versorgungsfunktion für Mieste und das direkte Umland, Distanz zum Planstandort ca. 16 km, durch Betriebsgleichheit dennoch mittlere Wettbewerbsrelevanz.



- /// **NP-Markt**, Wilhelmstraße (OT Mieste): Lebensmitteldiscounter im östlichen Siedlungsteil von Mieste, sowohl Nahversorgungsfunktion für Mieste als auch partiell das direkte Umland, ergänzt durch Backshop, Distanz zum Planstandort ca. 13 km, geringe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von Edeka.



Zone III

- /// **Penny**, Straße der Republik: integrierter durchschnittlicher Nahversorger im Bereich verdichteter Wohngebiete, i. W. Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbeiriche von Gardelegen, ergänzt durch Bäckerei Steinecke, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 1,5 km, geringe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben.



- /// **Kaufland**, Buschhorstweg: leistungsstarker großer Supermarkt im Einkaufszentrum Hansecenter im Süden von Gardelegen, gesamtstädtische Ausstrahlungskraft, Agglomerationseffekte mit den weiteren Fachmärkten des Centers (u. a. Takko, Action, Woolworth, AWG), i. W. gesamtstädtische Versorgungsfunktion, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,3 km, mittlere Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben.



- /// **Edeka**, Stendaler Straße: integrierter leistungsstarker Supermarktstandort im Verbund mit Aldi, TEDI, KiK, sowohl Nahversorgungsfunktion für das östliche Kernstadtgebiet als auch gesamtstädtische Versorgungsbedeutung insbesondere für das westliche ländliche Stadtgebiet, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,2 km, aufgrund der Betriebsgleichheit von Edeka hohe Wettbewerbsrelevanz.



- /// **Aldi**, Stendaler Straße: Standortverbund mit Edeka, vergleichbare Versorgungsbedeutung, geringe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben.



- /// **Rewe**, Gifhorner Straße: moderner Supermarkt im nördlichen Stadtgebiet im Bereich des NVS Bismarckstraße / Gifhorner Straße, leistungsstarkes Konzept mit Nahversorgungsfunktion für das nördliche Kernstadtgebiet sowie Ausstrahlungskraft ins nördliche und westliche Umland, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,4 km, hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben.



- /// **Netto Marken-Discount**, Am Kämmereiforst: integrierter Nahversorger, ergänzt durch Bäckereibetrieb, Nahlage zu Rewe mit vergleichbarer Versorgungsfunktion, Distanz zum Planstandort ca. 2,4 km, geringe Wettbewerbsrelevanz.



- /// **KiK**, Stendaler Straße: Textildiscounter im Verbund u. a. mit Aldi und Edeka, starke Konzeptüberschneidung mit projektiertem NKD-Markt, hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von NKD.



- /// **AWG**, Buschhorstweg: Bekleidungsfachmarkt im mittleren Preissegment, Teil des Hansecenters, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,3 km, mittlere Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von NKD.



- /// **Takko**, Buschhorstweg: discountorientierter Fachmarkt innerhalb des Hansecenters, deutliche Sortimentsüberschneidungen mit NKD, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,3 km, hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von NKD.

- /// **Woolworth**, Buschhorstweg: Multisortimenter mit hohem Textilanteil, Teil des Hansecenters, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,3 km, durch Niedrigpreisstrategie im Textilsegment hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von NKD.

■ **Deichmann**, Buschhorstweg: aktuell einziger Schuhfachmarkt in Gardelegen, Teil des Hansecenters, Fahrdistanz zum Planstandort ca. 2,3 km, durch niedrig- bis mittelpreisiges Preisniveau hohe Wettbewerbsrelevanz für den geplanten Schuhmarkt der Fa. Kienast.



GMA-Aufnahmen 2022

Neben den genannten strukturprägenden Anbietern aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Textilien und Schuhe sind darüber hinaus weitere Fachgeschäfte insbesondere in der Kernstadt Gardelegen vorhanden. So sind neben Lebensmittelmärkten auch Getränkefachmärkte, Tankstellenshops, Lebensmittelhandwerker und Spezialanbieter zu nennen, welche die Nahversorgungsstrukturen ergänzen. Auch im Bekleidungsfachhandel sind einige kleinere Anbieter bzw. Fachgeschäfte mit Schwerpunkt im Altstadtzentrum vorhanden. Bei Schuhen ist auf das innerstädtische Schuhfachgeschäft Schuheck Kampe hinzuweisen. Grundsätzlich führen auch weitere Mehrbranchenunternehmen (z. B. Sonderpostenmärkte, Non-food-Discounter) projektrelevante Warengruppen auf Kleinstflächen, wobei jeweils nur ein Teil des Umsatzes darauf entfällt.

1.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

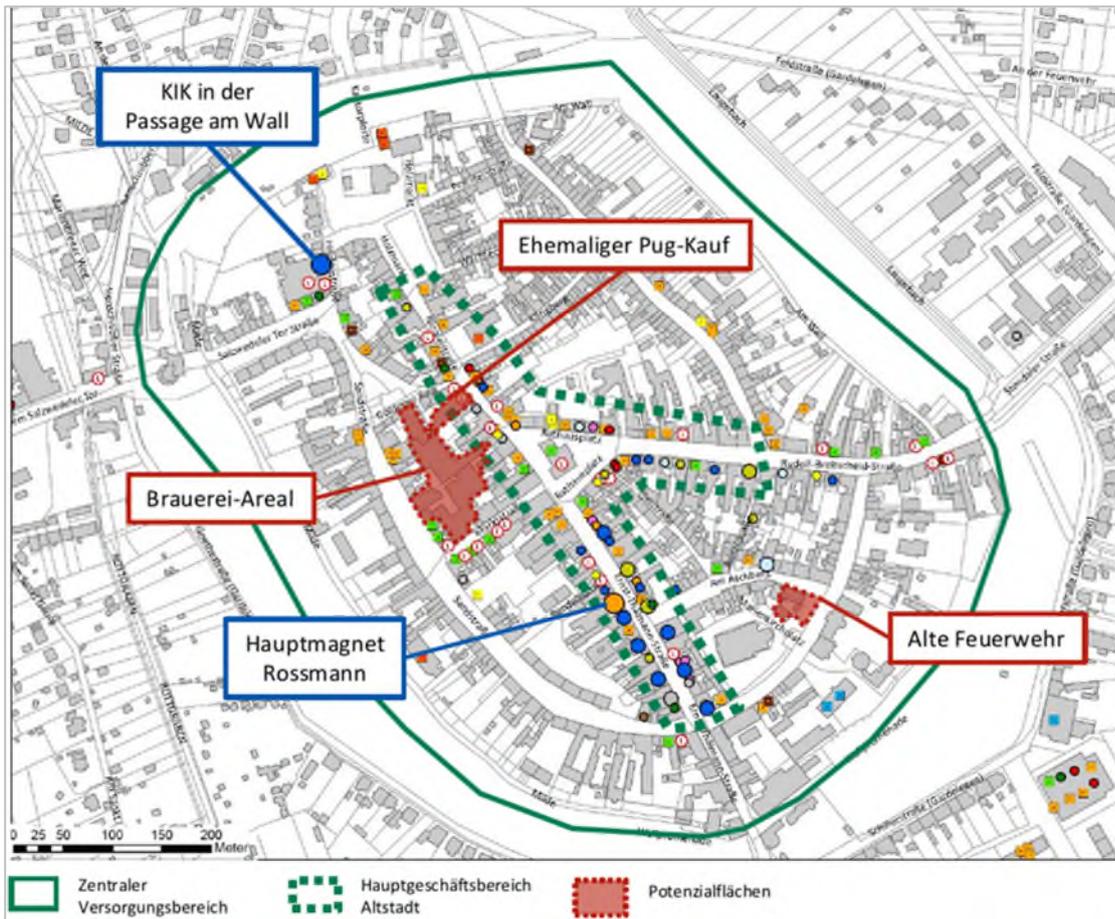
Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. im Einzugsgebiet auftreten. Die Hansestadt Gardelegen verfügt über ein kommunales Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2017 (vgl. Kapitel I.2.3). 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) Schlüsselkorb** definiert.

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 noch 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, 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 4: 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** sind im Lebensmittelbereich lediglich Lebensmittelhandwerker sowie ein Restaurant mit kleinem Asia-Lebensmittelverkauf anzuführen. Im Bereich Bekleidung ist als größter Anbieter PUG Moden zu nennen. Mehrere Fachgeschäfte (u. a. No. 1 Modeexpress, ernsting's family, P&A-Shop) ergänzen den Besatz. Im Schuhfachhandel ist auf Kampes Schuheck in der Ernst-Thälmann-Straße als Fachgeschäft des mittel- bis hochpreisigen Segmentes hinzuweisen.

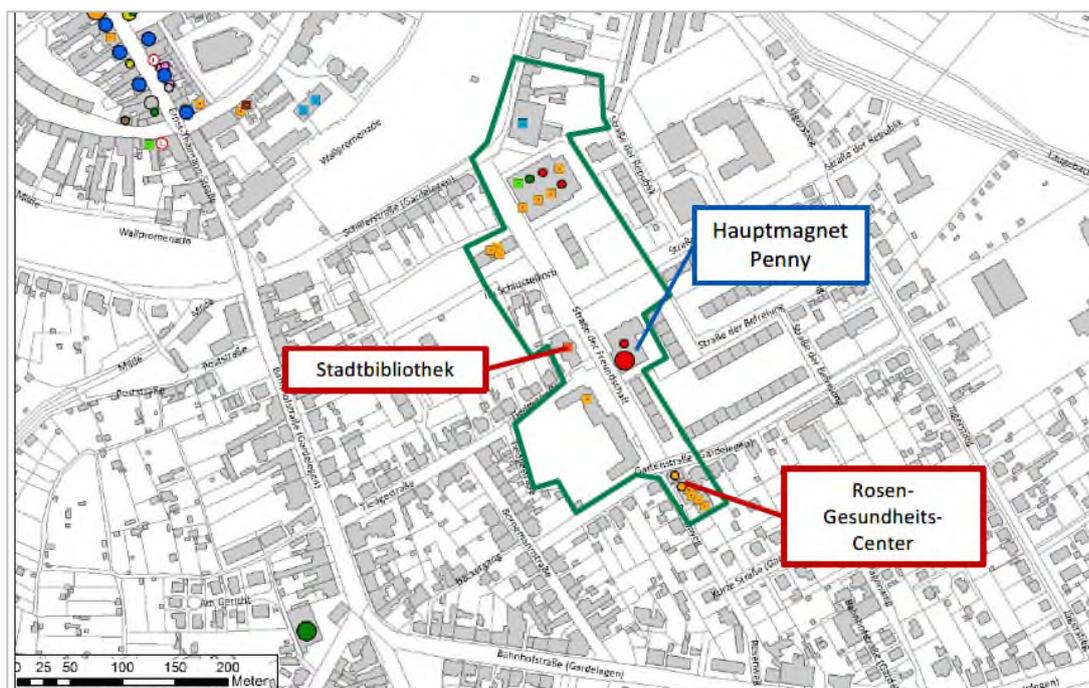
Insgesamt ist die Altstadt Gardelegen im Hinblick auf ihre Funktion und Ausstrahlungskraft als ein bedeutender Geschäftsbereich der Stadt festzuhalten. Die Ausstrahlungskraft wird dabei

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 zu nennen. 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.

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 5: Zentraler Versorgungsbereich NVZ Schlüsselkorb



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

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. Im Bereich Bekleidung / Wäsche und Schuhe besteht kein Angebot.

1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

Insgesamt trifft der geplante **Edeka-Markt** auf eine intensive Wettbewerbssituation innerhalb von Gardelegen, wobei die Hauptwettbewerber (=Lebensmittelvollsortimenter) i. W. im Osten und Süden der Kernstadt ansässig sind. So sind bereits zwei weitere Supermärkte im östlichen Stadtgebiet etabliert, darunter auch eine Edeka-Niederlassung an der Stendaler Straße. Zudem ist auf den großen Supermarkt / das SB-Warenhaus Kaufland im Süden hinzuweisen. Daher wird der geplante Edeka-Markt insbesondere im westlichen Stadtgebiet bzw. im Umland sein Marktgebiet entfalten (vgl. Kapitel IV.1). Darüber hinaus verfügt auch Mieste über einen eigenen Edeka-Supermarkt, so dass die erzielbaren Umsätze für das Projektvorhaben limitiert sind. Mit Blick auf die Angebotssituation im Umland von Gardelegen im Bereich der Altmark verfügen u. a. die nördlich liegenden Städte Klötze und Kalbe (Milde) sowie auch Calvörde südlich von Gardelegen über keine vergleichbar leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenter. Hier wird daher mit einem gewissen Kundenzustrom zu rechnen sein, der in Form von Streuumsätzen bei der Bewertung des Vorhabens einfließt.

Im **Textilwarenbereich** handelt es sich um die Verlagerung des schon heute im Bereich Vor-dem-Salzwedeler-Tor ansässigen NKD-Marktes. Entsprechend ist davon auszugehen, dass die schon heute generierten Umsätze an den neuen Standort im Verbund mit Edeka „mitgenommen“ werden können, so dass sich keine grundsätzliche Änderung in der Einzelhandelslandschaft von Gardelegen ergibt. Gleichwohl wird durch den vergrößerten und attraktiveren NKD-Markt ein gewisser Mehrumsatz erzielt, der zu Lasten der Wettbewerber insbesondere in Gardelegen geht. Hier sind aber weniger inhabergeführte Fachschäfte als vielmehr filialisierte Fachmärkte anzuführen. Diese befinden sich überwiegend im Bereich Hansecenter und an der Stendaler Straße.

Mit Bezug auf den geplanten **Schuhfachmarkt** der Fa. Kienast war auch dieser bis zum Jahr 2021 am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor ansässig, wobei die Ladeneinheit aktuell geschlossen ist. Somit handelt es sich auch hier grundsätzlich um eine Verlagerung eines bereits früher in der Stadt bestehenden Schuhfachmarktes. Entsprechend sind die verbleibenden Schuheinzelhändler auf diesen Anbieter bereits eingestellt, so dass die Wiedereröffnung auch hier zu keinen wesentlichen Umsatzverschiebungen führen wird. Grundsätzlich bestehen aktuell freie Nachfragepotenziale im Bereich Schuhe in Gardelegen, die durch die Wiederöffnung des Schuhmarktes Vor-dem-Salzwedeler-Tor gebunden werden können.

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

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

Zone/Lage	Nahrungs- und Genussmittel		Bekleidung/Wäsche		Schuhe	
	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Zone I	2.160	10,4	1.210	3,6	115	0,4
Altstadt	185	1,2	1.160	3,3	115	0,4
Vor-dem-Salzwedeler-Tor	1.145	5,7	50	0,3	-	-
NVS Hopfenstraße	610	2,9	-	-	-	-
sonstige Lagen in Zone I	220	0,7	-	-	-	-
Zone II	2.040	6,8	-	-	-	-
NVS Mieste	1.705	5,8	-	-	-	-
sonstige Lagen in Zone II	335	1,0	-	-	-	-
Zone III	8.615	36,1	2.710	5,3	495	1,1
NVS Bismarker Straße / Gifhorner Straße	2.335	9,3	-	-	-	-
NVZ "Schlüsselkorb"	670	3,3	-	-	-	-
NVS Stendaler Straße	1.595	8,1	560	0,9	10	< 0,1
Hansecenter	3.060	13,0	1.890	4,1	415	1,0
GE Ost	150	0,1	200	0,2	50	< 0,1
GE Nord	-	-	30	< 0,1	10	< 0,1
sonstige Lagen in Zone III	805	2,3	30	< 0,1	10	< 0,1
Einzugsgebiet insg.	12.815	53,4	3.920	8,9	610	1,5

** Umsatz aufgeteilt: hier nur Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und -Berechnung 2022

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

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

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

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

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die **Bewertung des Vorhabens am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor** werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen **folgende Annahmen** getroffen:

- /// Der **EDEKA-Lebensmittelmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.980 m² (inkl. Bäckereicafé) nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 6,4 – 6,5 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 5,5 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,9 – 1,0 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Für den verlagerten **NKD-Markt** ist ein **Gesamtumsatz von ca. 0,6 Mio. €** anzusetzen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Anbieter schon heute am Standort Klammstieg auf einer Verkaufsfläche von rd. 260 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet aktuell einen Umsatz von rd. 0,4 Mio. €. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch durch den verlagerten und erweiterten NKD-Markt vollumfänglich gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und am Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Entsprechend geht nur der Saldo von ca. 0,2 Mio. € in die Umsatzumverteilungsberechnung ein.
- /// Für den **Schuhfachmarkt Kienast** ist ein **Umsatz von ca. 0,9 Mio. €** zu prognostizieren. Auch hier davon auszugehen, dass der vormals am Standort Klammstieg ansässige Markt seinen schon früher erzielten Umsatz (ca. 0,7 Mio. €) mitnehmen kann. Entsprechend gehen auch hier nur ca. 0,2 Mio. € in die Umsatzumverteilungsberechnung ein.
- /// Die Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens erfordert eine **Prüfung des Gesamtvorhabens**. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben von **EDEKA inkl. der Fachmärkte** insgesamt bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb das Gesamtvorhaben betrachtet. Auch der Standortverbund mit Lidl bzw. dem Nahversorgungsstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor ist im Hinblick auf die Ausstrahlungskraft zu berücksichtigen.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**.
 - Dies sind in Hansestadt Gardelegen im **Lebensmittelbereich** v. a. andere Lebensmittelmärkte bzw. Lebensmittelvollsortimenter und nur untergeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).
 - Im **Bekleidungsbereich** sind v. a. ähnlich konstituierte Fachmärkte wie NKD zu nennen. Hier sind discountorientierte Formate hervorzuheben, die in Gardelegen insbesondere im Hansecenter oder an der Stendaler Straße etabliert sind. Hingegen werden Textilfachgeschäfte wie sie insbesondere in der Gardelegener Altstadt etabliert sind, nur gering betroffen.
 - Der **Schuhfachmarkt** wird ebenfalls mit vergleichbaren mittel- bis niedrigpreisigen größeren Betriebsformen konkurrieren. Hier ist aktuell lediglich Deichmann im Hansecenter zu nennen, der als Hauptwettbewerber zu identifizieren ist. Aktuell

ist davon auszugehen, dass der Schuheinzelhandel in Gardelegen von der zwischenzeitlichen Schließung von ABC-Schuhmarkt Kienast im Jahr 2021 profitieren konnte und aktuell eine solide Umsatzsituation vorliegt. Diese Umsatzzuwächse wird der neu aufgestellte Schuhmarkt am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor zukünftig wieder auf sich vereinen können. Die Umsatzrückgänge betreffen somit verstärkt zwischenzeitliche Mehrumsätze dieser Anbieter.

- ▀ Grundsätzlich führen auch andere **Mehrbranchenunternehmen** (z. B. Sonderpostenmärkte) die projektrelevanten Sortimente auf Kleinstflächen, wobei insgesamt nur sehr geringe Umsatzumverteilungseffekte auftreten.
- ▀ Mit Blick auf die **Randsortimente von EDEKA und NKD** stammen diese aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen und stellen einen verhältnismäßig kleinen Umsatzanteil am Gesamtumsatz. Aufgrund der Sortimentsstreuung verteilen sich mögliche Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Anbietern. Allerdings ist davon auszugehen, dass insbesondere wiederum die Randsortimente betriebstypenähnlicher Anbieter stärker betroffen sein werden und weniger betriebstypenfremde Anbieter wie Fachgeschäfte.

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Zone/Lage	Nahrungs- und Genussmittel			Bekleidung / Wäsche			Schuhe		
	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	10,5	1,2	11 - 12	3,6	< 0,1	n.n.	0,4	< 0,1	n.n.
Altstadt	1,2	< 0,1	n.n.	3,3	< 0,1	n.n.	0,4	< 0,1	n.n.
NVS Vor-dem-Salzwedeler-Tor	5,7	0,9 – 1,0	17	0,3	< 0,1	n.n.	-	-	-
NVS Hopfenstraße	2,9	0,2	6 – 7	-	-	-	-	-	-
sonstige Lagen Zone I	0,7	< 0,1	n.n.	-	-	-	-	-	-
Zone II	6,8	0,6	8 – 9	-	-	-	-	-	-
NVS Mieste	5,8	0,5 – 0,6	9	-	-	-	-	-	-
sonstige Lagen Zone II	1,0	< 0,1	n.n.	-	-	-	-	-	-
Zone III	36,1	3,0 – 3,1	8 – 9	5,3	0,1 – 0,2	3	1,1	0,1 – 0,2	13 - 14
NVS Bismarker Straße / Gifhorner Straße	9,3	0,8	8 – 9	-	-	-	-	-	-
NVZ "Schlüsselkorb"	3,3	0,1 – 0,2	4 – 5	-	-	-	-	-	-
NVS Stendaler Straße	8,1	0,8	10	0,9	< 0,1	n.n.	< 0,1	n.n.	n.n.
Hansecenter	13,0	1,1 – 1,2	9	4,1	0,1 – 0,2	3	1,0	0,1 – 0,2	13 - 14
GE Ost	0,1	< 0,1	n.n.	0,2	< 0,1	n.n.	< 0,1	n.n.	n.n.
GE Nord	-	-	-	< 0,1	n.n.	n.n.	< 0,1	n.n.	n.n.
sonstige Lagen Zone III	2,3	0,1	4	< 0,1	n.n.	n.n.	< 0,1	n.n.	n.n.
Einzugsgebiet insg.	53,4	4,8 – 4,9	9	8,9	0,2	2 – 3	1,5	0,2	12 – 13

n.n. = nicht nachweisbar, da Umsatzumverteilung oder Bestandsumsatz unter 0,1 Mio. € (Grenze der gutachterlichen Nachweisbarkeit)

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

2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

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

Nahrungs- und Genussmittel

- Insgesamt werden bei einem derzeitigen Umsatz der **betroffenen Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet** i. H. von ca. 53,4 Mio. € ca. 4,8 – 4,9 Mio. € des Bestandsumsatzes bei **Nahrungs- und Genussmitteln** umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 9 % im gesamten Einzugsgebiet. Aus dem Ansiedlungsvorhaben von EDEKA resultieren demnach spürbare wettbewerbliche Effekte.
- Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich werden innerhalb von **Zone I** auftreten.
 - Hier ist der direkt benachbart ansässige **Lidl-Lebensmitteldiscounter** am Klammstieg zu nennen, dessen Objekt in 2021 grundlegend modernisiert wurde. So wird der EDEKA-Markt ein vergleichbares Einzugsgebiet erschließen, so dass trotz abweichendem Betriebstyp²⁷ ca. 17 % des Bestandsumsatzes umverteilt werden. Trotz der Höhe der Umsatzumverteilungen ist daraus keine unmittelbare vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe abzuleiten. So ist der modern aufgestellte Lidl-Markt derzeit wirtschaftlich als solide einzustufen, zudem er für den Nahbereich sowie das nordwestliche und westliche Umland den am schnellsten zu erreichenden Lebensmittelmarkt darstellt. Insgesamt ist davon auszugehen, dass der EDEKA-Markt den Discounter Lidl vielmehr in seiner Versorgungsbedeutung ergänzt, eine zusätzliche Auswahlmöglichkeit am Nahversorgungsstandort Vordem-Salzwedeler-Tor schafft und somit der Forderung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes von 2017 zur Stärkung des Nahversorgungsstandortes nachkommt. Ungeachtet dessen handelt es sich um rein wettbewerbliche Effekte, da selbst im Falle einer – nicht zu erwartenden – Betriebsaufgabe von Lidl keine Lücke im Nahversorgungsnetz entsteht. So würde der moderne EDEKA-Lebensmittelvollsortimenter die Versorgungsfunktion von Lidl mindestens gleichwertig übernehmen, so dass keine Verschlechterung der verbrauchernahen Versorgung eintritt. Es handelt sich um rein wettbewerbliche Effekte ohne städtebauliche Relevanz.
 - Darüber hinaus werden in Zone I gegenüber dem Nahversorgungsstandort **Hopfenstraße** Verdrängungseffekte von ca. 6 – 7 % auftreten, wobei der hier betroffene Netto dansk-Markt keine Existenzbedrohung zu befürchten hat.
 - Gegenüber Anbietern im Bereich der **Gardelegener Altstadt** werden weniger als 0,1 Mio. € des Bestandsumsatzes umverteilt. So sind hier lediglich Lebensmittelhandwerker sowie ein Spezialanbieter ansässig, die keine nennenswerten Konzeptüberschneidungen mit dem geplanten Supermarkt EDEKA aufweisen. Ent-

²⁷ Lidl weist als Lebensmitteldiscounter eine abweichende Zielgruppenansprache (Artikelzahl, Preisniveau, etc.) zum Supermarkt EDEKA auf

sprechend werden keine nachweisbaren Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung erreicht. Geschäftsschließungen durch das Planvorhaben oder schädliche städtebauliche Auswirkungen sind vollständig zu verneinen.

- /// Gegenüber Anbietern in **Zone II** und hier insbesondere gegenüber dem **Nahversorgungsstandort Mieste** liegen die Umsatzumverteilungseffekte bei ca. 9 %. Hier ist insbesondere der **EDEKA-Supermarkt, Thälmannstraße** betroffen, der als betreibergleicher Anbieter deutliche Überschneidungen mit dem Projektvorhaben von EDEKA am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor aufweist. Da es sich hierbei absehbar um innerbetriebliche Kannibalisierungseffekte handelt, geht die GMA nicht davon aus, dass der solide wirtschaftende EDEKA-Supermarkt in Mieste infolge der Neuansiedlung in der Kernstadt Gardelegen aufgeben wird. Somit werden die Umsatzeinbußen hier nicht zu einer Abschmelzung führen, so dass die Versorgungssituation in Mieste, bestehend aus dem EDEKA-Supermarkt und dem NP-Discounter, erhalten bleiben wird. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung ist zu verneinen.
- /// Gegenüber Anbietern in **Zone III** werden insgesamt Umsatzumverteilungseffekte von ca. 8 – 9 % auftreten.
 - Die stärksten Effekte sind hier insbesondere gegenüber dem **NVS Stendaler Straße** zu erwarten, wobei hier der **EDEKA-Supermarkt** betroffen sein wird. Trotz der Umsatzumverteilungseffekte von ca. 10 % ist nach gutachterlicher Einschätzung keine direkte Geschäftsschließung zu befürchten, da der Markt erst im vergangenen Jahr modernisiert worden ist. Ein Verbleib ist daher abgesichert. Grundsätzlich stellt der NVS Stendaler Straße, zu dem darüber hinaus auch Aldi, KIK und TEDI gehören, einen stabilen Nahversorgungsstandort im Gardelegener Osten dar. Trotz der höheren Kannibalisierungseffekte im Falle von EDEKA ist davon auszugehen, dass der Betreiber am Standort ungeachtet der Neuansiedlung Vor-dem-Salzwedeler-Tor festhält.
 - Weiterhin werden gegenüber dem **Hansecenter** und hier v. a. Kaufland höhere Umsatzumverteilungen von ca. 9 % erreicht. Auch hier wird der Orientierungswert von ca. 10 %, ab dem rein wettbewerbliche in schädliche städtebauliche Auswirkungen umschlagen können, nicht erreicht. So ist Kaufland als gesamtstädtischer Versorger einzustufen, wobei das Hinzutreten eines weiteren Supermarktes hier keine neue substantielle Gefährdung hervorruft.
 - Gegenüber dem **NVS Bismarker Straße / Gifhorner Straße** liegen die Umsatzumverteilungseffekte bei ca. 8 – 9 %. Hier ist v. a. der moderne REWE-Supermarkt zu nennen, der Umsatzeinbußen erfahren wird. Da dieser Markt allerdings auf den Gardelegener Westen bzw. das nordwestliche und westliche Umland abzielt, sind die Umsatzeinbußen nur moderat. In Anbetracht des modernen REWE-Supermarktes ist eine vorhabeninduzierte Schließung nicht zu erwarten.
 - Gegenüber **weiteren Standortlagen** in Zone III (u. a. NVZ Schlüsselkorb, Gewerbegebietslagen, Streulagen) liegen die Umsatzumverteilungseffekte bei unter 5 %, so dass schädliche städtebauliche Auswirkungen vollständig auszuschließen sind.
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** sind in begrenztem Maße Umsatzzuflüsse aus umliegenden Kommunen i. H. von ca. 0,5 – 0,6 Mio. € zu erwarten. Dies wird sich in geringen Umsatz-

rückgängen bei Wettbewerbern u. a. in Klötze, Kalbe (Milde) und Calvörde äußern. Im Einzelfall sind hier aber keine substantziellen Beeinträchtigungen von Nahversorgungsmärkten bzw. zentralen Versorgungsbereichen zu erwarten. Insgesamt sind somit schädliche Auswirkungen i. S. der BauNVO sicher zu verneinen.

Bekleidungsbereich

- Durch die geplante Verlagerung und Erweiterung des bereits in **Gardelegen** ansässigen Bekleidungsfachmarktes NKD werden Mehrumsätze von lediglich 0,2 Mio. € zu erwarten sein, die gegenüber dem Wettbewerb erwirtschaftet werden. Wie bereits dargelegt, sind als wesentliche Hauptwettbewerber vergleichbare Bekleidungsfachmärkte anzuführen, die sich im Wesentlichen an der Stendaler Straße und im Hansecenter befinden.
 - Nachweisbare Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung werden hier lediglich im **Hansecenter** zu erwarten sein (0,1 – 0,2 Mio. €), wobei die Umsatzumverteilungseffekte 3 – 4 % nicht übersteigen. Entsprechend sind keine Gefährdungen der hier ansässigen Bekleidungsmärkte (u. a. AWG, Woolworth, Takko) zu erwarten. Es treten lediglich geringe wettbewerbliche Effekte auf.
 - Gegenüber dem **NVS Stendaler Straße** (i. W. KiK) werden weniger als 0,1 Mio. € umverteilt, so dass hier keine nachweisbaren Größenordnungen im Hinblick auf eine Bestandsgefährdung auftreten.
 - Gleiches gilt auch gegenüber den Bekleidungsfachgeschäften in der **Gardelegener Innenstadt**. Hier sind im Wesentlichen Bekleidungsfachgeschäfte bzw. als etwas größerer Anbieter PUG-Moden ansässig. Im Hinblick auf die konzeptionellen Überschneidungen des auf Selbstbedienung ausgerichteten Bekleidungsanbieters NKD sind die höherwertigen individuellen Bekleidungsfachanbieter der Altstadt kaum spürbar tangiert. Auch hier sind keine nachweisbaren Größenordnungen bei der Umsatzumverteilung zu erwarten.
 - In **sonstigen Standortlagen im Einzugsgebiet** sind mangels hier vorhandenem Angebot keine schädlichen Effekte nachweisbar.

Schuhe, Lederwaren

- Die geplante Ansiedlung eines Schuhfachmarktes der Fa. Kienast am Projektstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor stellt im Wesentlichen die Wiedereröffnung des schon vormals am Standort Klammstieg ansässigen ABC-Schuhfachmarktes dar. Im Hinblick auf Größenordnung und Sortimentierung liegt hier somit ein vergleichbares Konzept vor. Entsprechend ist davon auszugehen, dass die schon früher am Standort getätigten Umsätze auch durch den neuen Markt gebunden werden können. Somit werden die zu erwartenden Umsätze als Kaufkraftrückholung von aus Gardelegen abfließender Kaufkraft bzw. als Abschöpfung zwischenzeitlich durch den Wettbewerb gewonnener Mehrumsätze einzustufen sein. Per Saldo verbleiben nach gutachterliche Einschätzung lediglich ca. 0,2 Mio. €, welche innerhalb von Gardelegen erwirtschaftet werden müssen.
- Als Hauptwettbewerber ist hier der **Deichmann-Schuhmarkt im Hansecenter** anzuführen, der die stärksten Umsatzrückgänge verkraften muss. Die Umsatzumverteilungsquote erreicht hier ca. 13 - 14 %. Dennoch ist auch hier keine Betriebsschließung absehbar. So ist

das in Gardelegen verfügbare Kaufkraftpotenzial auch nach Umsetzung der Projektplanung bei Weitem nicht vollumfänglich in der Stadt gebunden.²⁸ Entsprechend kann es sowohl dem Deichmann-Fachmarkt als auch dem innerstädtischen Fachgeschäft Schuheck gelingen, hier weitere Umsatzzuwächse zu erzielen und eventuelle Umsatzrückgänge gleichzeitig zu kompensieren. In der Gesamtbetrachtung ist daher nicht davon auszugehen, dass ein Schuhmarkt schließen wird müssen, zudem die Konstellation von drei Schuhanbietern in Gardelegen bereits früher funktioniert hat. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind entsprechend zu verneinen.

Randsortimente

Im Bereich der Randsortimente von EDEKA und NKD liegen diese mit ca. 0,9 – 1,0 Mio. € (EDEKA) bzw. ca. 0,1 Mio. € (NKD) auf einem niedrigen Niveau. Dabei sind verschiedenste Warengruppen auf Kleinflächen zu nennen, die v. a. gegenüber vergleichbaren Lebensmittelmärkten bzw. Mehrbranchenunternehmen (z. B. Textilmärkten, Sonderpostenanbietern) im Einzugsgebiet wirksam werden. Diese sind jedoch als marginal einzustufen und verteilen sich bei einer Einzelbetrachtung zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen werden. Auch werden die Nahversorgung oder zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet nicht beeinträchtigt. **Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbraucher-nahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO können ausgeschlossen werden.**

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie die verbraucher-nahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf. In Bezug auf die Landesplanung sind hier v. a. Ziel 48 und 52 zu beachten (LEP Sachsen-Anhalt 2010):

Z 48 (3) *Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte dürfen eine verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden, [...]*

Z 52 *Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ist neben den Ober- und Mittelzentren auch in Grundzentren unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches zulässig [...].“*

²⁸ Nach Realisierung des Vorhabens werden von der vor Ort verfügbaren Kaufkraft für Schuhe / Lederwaren i. H. von ca. 2,8 Mio. € lediglich 2,2 Mio. € durch die Wettbewerber gebunden. Es verbleiben immer noch ca. 0,6 Mio. € (ca. 21 % der örtlichen Kaufkraft), welche aus Gardelegen abfließen.

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Planvorhaben am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Mit der geplanten **Ansiedlung von EDEKA** im Gardelegener Westen wird sich zwar der Wettbewerbsdruck auf den benachbarten Lidl-Lebensmitteldiscounter deutlich erhöhen, allerdings handelt es sich hierbei um rein wettbewerbliche Effekte ohne städtebauliche Relevanz. So wird der Nahversorgungsstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor entsprechend der Forderung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes von 2017 faktisch erweitert und gestärkt. Gegenüber weiteren strukturprägenden Lebensmittelanbietern in Gardelegen werden insgesamt zwar deutliche wettbewerbliche Effekte erreicht. Auch im Einzelfall konnte aber nachgewiesen werden, dass keine vorhabeninduzierten Betriebsabschmelzungen von Lebensmittelmärkten zu erwarten sind. Entsprechend werden vorhandene Nahversorgungsstandorte oder die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nicht gefährdet.
- Mit Bezug auf die geplanten **Ansiedlung von NKD und dem Schuhfachmarkt Kienast**, welches faktischen Verlagerungen von schon in Gardelegen ansässigen bzw. früher ansässigen Anbietern sind, treten ebenfalls nur geringe bis moderate wettbewerbliche Effekte auf. Die Abschmelzung eines vergleichbaren Wettbewerbers ist nicht zu erwarten. Entsprechend werden auch keine Schädigungen von schützenswerten Standortlagen auftreten. Dies gilt insbesondere auch für die Gardelegener Altstadt und den hier vorhandenen Fachgeschäftebesatz im Bereich Bekleidung und Schuhe.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden in umliegenden Kommunen (u. a. Calvörde, Klötze, Kalbe (Milde)) allenfalls geringe Auswirkungen auftreten. Substanzielle Beeinträchtigungen sind auch hier im Einzelfall sicher auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Ansiedlung eines EDEKA-Supermarktes mit ca. 1.980 m² VK inkl. Bäckerei-Café, eines Bekleidungsfachmarktes (NKD) und eines Schuhfachmarktes (Fa. Kienast) durch Anschmiegen an einen bestehenden Nahversorgungsstandort; im Falle von NKD und Schuhmarkt handelt es sich um eine faktische Verlagerungen von (früher) am benachbarten Lidl-Markt (Klammstieg) ansässigen Anbietern /// städtebauliche integrierte Lage im westlichen Siedlungsbereich der Kernstadt Hansestadt Gardelegen, faktische Erweiterung des anerkannten Nahversorgungsstandortes Vor-dem-Salzwedeler-Tor, Siedlungsintegration durch umliegende Wohnbebauung, auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für die westlichen Teile der Kernstadt Gardelegen bzw. partiell der Altstadt /// Lage innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Ortes Hansestadt Gardelegen gem. regionalem Entwicklungsplan / sachlichem Teilplan
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO /// Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010
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. 6.580, Zone II: ca. 5.980, Zone III: ca. 9.460 Einwohner /// Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel: ca. 48,5 Mio. € ▪ Bekleidung, Wäsche: ca. 10,3 Mio. € ▪ Schuhe, Lederwaren: ca. 2,8 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// EDEKA inkl. Bäckerei-Café: ca. 6,4 – 6,5 Mio. € /// NKD-Bekleidungsfachmarkt: ca. 0,6 Mio. € /// Schuhfachmarkt: ca. 0,9 Mio. €
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel insgesamt ca. 9 % /// Bekleidung / Wäsche insgesamt ca. 2 – 3 % /// Schuhe insgesamt ca. 12 – 13 % /// außerhalb von Gardelegen nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Durch die geplante Ansiedlung des EDEKA-Supermarktes werden stärkere wettbewerbliche Wirkungen innerhalb von Gardelegen ausgelöst. Maximalwerte werden gegenüber dem benachbarten Lidl-Lebensmitteldiscounter erwartet, wobei hier nicht mit einer Betriebsabschmelzung zu rechnen ist, zudem es sich um rein wettbewerbliche Effekte handelt. Insgesamt wird die Versorgungsfunktion des anerkannten Nahversorgungsstandortes Vor-dem-Salzwedeler-Tor durch das Projektvorhaben und die ergänzende Ansiedlung eines Supermarktes nachhaltig gestärkt.

	<p>Gegenüber sonstigen Standortlagen in Gardelegen liegen die Umsatzumverteilungseffekte insgesamt auf einem verträglichen Niveau, so dass nicht mit unmittelbar vorhabeninduzierten Betriebsabschmelzungen zu rechnen ist. Dies gilt sowohl für die Altstadt als auch für das NVZ Schlüsselkorb. Auch Nahversorgungsstandorte sowie sonstige Standortlagen werden nicht nachhaltig geschädigt.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▀ Die geplante Verlagerung des schon am Nahversorgungsstandort ansässigen NKD-Marktes wird nur geringe Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand zur Folge haben. Lediglich im Bereich Hansecenter sind nachweisbare Größenordnungen (max. 3 – 4 % Umsatzumverteilung) zu konstatieren. Gegenüber sonstigen Standortlagen inkl. der Gardelegener Altstadt werden keine nachweisbaren Effekte auftreten. ▀ Gleiches gilt für die Verlagerung eines Schuhfachmarktes, der bis 2021 am Nahversorgungsstandort Klammstieg ansässig war: Zwar treten gegenüber Deichmann im Hansecenter stärkere wettbewerbliche Effekte auf, eine Schließung ist in Anbetracht der insgesamt nur geringen Einzelhandelsausstattung im Bereich Schuhe in Gardelegen jedoch nicht zu erwarten. Der innerstädtische Anbieter Schuheck Kampe wird nur gering betroffen sein, so dass eine vorhabeninduzierte Schließung hier auszuschließen ist. <p>Insgesamt sind keine nachhaltig schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt Gardelegen oder auf sonstige schützenswerte Standortlagen zu erwarten. Schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO sowohl auf Funktion und Entwicklung zentralen Versorgungsbereiche innerhalb und außerhalb von Gardelegen sowie die wohnortnahe Versorgung sind nicht zu erwarten. Auch wird das zentralörtliche Versorgungssystem nicht beeinträchtigt.</p>
<p>Raumordnerische Bewertung</p>	<p>Das Vorhaben der Ansiedlung von EDEKA und ergänzender Fachmärkte am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor in Hansestadt Gardelegen ist vollständig kompatibel mit den Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2010.</p>

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Übersicht Standortstruktur gem. Einzelhandelskonzept Gardelegen 2017 (Kernstadt)	8
Karte 2:	Lage der Hansestadt Gardelegen und zentralörtliche Struktur in der Region	15
Karte 3:	Einzugsgebiet der geplanten Einzelhandelsnutzungen am Standort Vor-dem-Salzwedeler-Tor in Hansestadt Gardelegen	23
Karte 4:	Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Kernstadt Gardelegen	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Branchen	25
Tabelle 2:	Umsatzerwartung EDEKA	26
Tabelle 3:	Umsatzerwartung Bekleidungsfachmarkt	28
Tabelle 4:	Umsatzerwartung Schuhfachmarkt	28
Tabelle 5:	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	38
Tabelle 6:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2020	10
Abbildung 2:	Lageplanentwurf Projektstandort Vor-dem-Salzwedeler-Tor	18
Abbildung 3:	Projektstandort und Umfeldnutzungen	19
Abbildung 4:	Zentraler Versorgungsbereich Altstadt Gardelegen gemäß Einzelhandelskonzept 2017	35
Abbildung 5:	Zentraler Versorgungsbereich NVZ Schlüsselkorb	36