



Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung eines EDEKA-Supermarktes in Osterwieck, An der Zuckerfabrik

AUFTRAGGEBER: Rahlfs Immobilien GmbH, Berlin

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Raimund Ellrott
Sven-Eric Wunsch, B.Sc. Geogr.

Hamburg, den 30.01.2023

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.

Orthofoto Deckblatt: © Microsoft, Nokia; MB Research 2022; GMA-Bearbeitung 2023.



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

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 040 / 30 77 78 0 / Fax 040 / 30 99 77 78 9
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 Landes- und Regionalplanung	7
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	8
4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung	9
II. Konzentrationsgebot	13
1. Makrostandort Stadt Osterwieck	13
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	14
III. Integrationsgebot	16
1. Mikrostandort An der Zuckerfabrik	16
2. Bewertung des Integrationsgebotes	20
IV. Kongruenzgebot	21
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	21
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3. Umsatzprognose für den geplanten EDEKA Supermarkt	24
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	26
V. Beeinträchtigungsverbot	28
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	28
1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	28
1.2 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes	32
1.3 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	34
1.4 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	40
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	42
VI. Zusammenfassung	44

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im Dezember 2022 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag der Rahlfs Immobilien GmbH, Berlin, zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse im Rahmen der geplanten Verlagerung eines EDEKA-Supermarktes in der Stadt Osterwieck von der Bahnhofstraße an einen neuen Standort An der Zuckerfabrik.¹ Hier ist vorgesehen, den bestehenden Lebensmittelvollsortimenter um rd. 300 m² zu verlagern² und um ca. 750 m² dann ca. 1.850 m² VK (inkl. Windfang, zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café³ auf einer separaten Fläche) zu vergrößern. Die Errichtung der Marktimmobilie von EDEKA ist im nördlichen Grundstücksteil projektiert. Die zugehörigen Kundenparkplätze werden vorgelagert zur Straße An der Zuckerfabrik angelegt. Eine zweite Zufahrt soll zur Straße Am Bahnhof eingerichtet werden (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Lageplanentwurf EDEKA-Markt in Osterwieck



Quelle Konzeptentwurf: Auftraggeber, Stand 22.08.2022; GMA-Bearbeitung 2023

Die Realisierung des Vorhabens An der Zuckerfabrik soll im Zuge der **Ausweisung des Areals als Sondergebiet Einzelhandel** erfolgen, wobei der Markt mit ca. 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café) 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 Osterwieck bzw. in umliegenden Gemeinden zu untersuchen.

¹ Da eine Nachnutzung des freiwerdenden EDEKA-Standortes an der Bahnhofstraße durch einen Lebensmittelmarkt baurechtlich nicht ausgeschlossen werden kann wird in der vorliegenden Studie eine Neuansiedlung des Marktes geprüft.

² Gemessen anhand der Luftlinie.

³ Das geplante Bäckerei-Café ist bereits heute im Vorkassenbereich des Bestandmarktes vorhanden und soll am Planstandort durch Sitzbereiche (Gastronomieflächen) erweitert werden. Die Verkaufsfläche bleibt i. W. gleich, sodass die Bäckerei in den Berechnungen umverteilungsneutral in Bezug auf die Umsätze bewertet wird.

Weiterhin sind bei der Prüfung auch die **Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen-Anhalt** zu berücksichtigen. Anhand der raumordnerischen Anforderungen (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot, Beeinträchtungsverbot) 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 Lebensmitteleinzelhandel
- Beschreibung des Makrostandortes Stadt Osterwieck
- Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „An der Zuckerfabrik“
- Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Osterwieck und Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Darstellung und Bewertung wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- Bewertung des Vorhabens gem. den Zielen der Raumordnung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Januar 2023 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels durchgeführt. Zudem erfolgten eine Begehung relevanter Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum sowie eine Begehung des Planstandortes. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten 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:⁴

- „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*

⁴

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

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 Landes- und Regionalplanung

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) 2010⁵ des Landes Sachsen-Anhalt, Kapitel 2.3 – Großflächiger Einzelhandel):

-  **Konzentrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind grundsätzlich nur in Ober- und Mittelzentren und ausnahmsweise zur Sicherung der Grundversorgung auch in Grundzentren zulässig.
-  **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.⁶
-  **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.
-  **Beeinträchtigungsverbot:** 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 Stadt Osterwieck zählt zur regionalen Planungsgemeinschaft Harz. Der **Regionalplan Harz 2009** (REP Harz) gibt hinsichtlich großflächiger Einzelhandelsbetriebe die Vorgaben des LEP LSA 2010 in Kapitel 4.2 (Zentralörtliche Gliederung) im Wesentlichen wieder (Ziele / Grundsätze 13 – 16). Weiterhin werden in Kapitel 5.18 auch Grundsätze zur Entwicklung des Einzelhandels und der Dienstleistungen formuliert:

⁵ Der LEP des Landes Sachsen-Anhalt wird derzeit fortgeschrieben. Die Neuaufstellung soll voraussichtlich zum Ende der Legislaturperiode 2026 vorliegen.

⁶ Verflechtungsbereich i. S. des LEP 2010 ist i. d. R. das jeweilige Gemeinde- oder Stadtgebiet, im vorliegenden Fall i. W. das gesamte Stadtgebiet der Stadt Osterwieck.

- „G 1 Die Einzelhandelsentwicklung ist an den Bedürfnissen der Menschen auszurichten. In allen Teilen der Planungsregion soll eine bedarfsorientierte Versorgung mit Ge- und Verbrauchsgütern sowie Nahrungs- und Genussmitteln und Dienstleistungen durch eine räumlich ausgewogene und auf die differenzierten funktionalen Anforderungen der zentralörtlichen Gliederung (Ober-, Mittel-, Grundzentren, ländliche Räume) ausgerichtete Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur erfolgen. Durch eine Vielzahl von Handelseinrichtungen unterschiedlicher Größen, Betriebsarten und Angebotsformen soll insbesondere auch die Entwicklung eines breiten Mittelstandes unterstützt werden.
- G 2 Außerhalb der Zentralen Orte soll die Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit täglichem Grundbedarf, insbesondere mit Nahrungs- und Genussmitteln und Dienstleistungen, ausgerichtet sein. Die Deckung des kurzfristigen täglichen Bedarfs soll wohnungsnah und möglichst ohne Benutzung motorisierter Verkehrsmittel erfolgen können.“

Mit dem **Sachlichen Teilplan „Zentralörtliche Gliederung“** (2018) werden die bisherigen Festlegungen zur zentralörtlichen Gliederung im Pkt. 4.2. des REP Harz (inkl. der REP Harz-Ergänzung Wippra) aufgehoben. **Der Kernort Osterwieck ist diesbezüglich als Grundzentrum festgelegt.**

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf. 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.⁷

Die Umsatzentwicklung verlief bis Anfang 2022 deutlich positiv: In den Jahren 2009 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs um ca. 28 %.⁸ 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. Durch die hohe Inflation im Jahr 2022 wird von Experten des EHI für das kommende Jahr jedoch eine andere Entwicklung erwartet, Supermärkte werden den bisherigen Umsatzzuwachs nicht halten können.⁹

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 %.¹⁰ Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert (vgl. Abbildung 2). Das EHI

⁷ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78.

⁸ Quelle: ebd., S. 64; GMA-Berechnungen 2022.

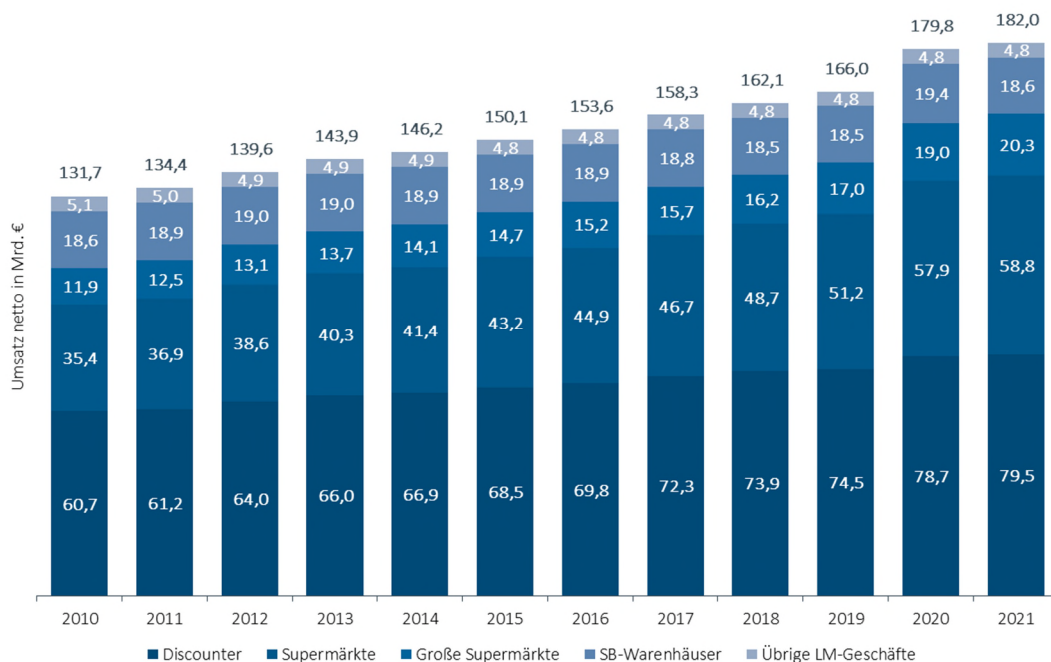
⁹ Quelle: <https://www.ehi.org/presse/nur-supermaerkte-mit-umsatzplus/>; Abrufdatum: 05.07.2022.

¹⁰ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen 2022.

Retail Institute rechnet angesichts der hohen Inflation mit einer weiteren Verlagerung von Marktanteilen zugunsten der Discounter.¹¹

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 %.¹²

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2021



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2022, GMA-Darstellung 2023; Basis: ohne Spezialgeschäfte und ohne nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel; Gesamtumsatz (inkl. Nonfood) ohne Umsatzsteuer.

4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung der Projektplanung und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden nachfolgend zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

- Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzonen, Kas-

¹¹ Quelle: <https://www.ehi.org/presse/nur-supermaerkte-mit-umsatzplus/>; Abrufdatum: 05.07.2022.

¹² Quelle: HDE Handelsverband Deutschland (2020): Online-Monitor 2020, S. 8. Der Marktanteil wird maßgeblich durch Wein- und Feinkostversender mitbestimmt.

senvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutannahmen und Windfang.¹³ Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

■ Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.

■ Für die Einordnung der verschiedenen **Betriebstypen** wird in vorliegender Untersuchung auf die Definitionen des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI) zurückgegriffen:¹⁴

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood-II-Artikel führt.

■ Die **Betriebstypen** 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 (vgl. Tabelle 1).

¹³ Vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

¹⁴ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 361 f.

- Lebensmittelvollsortimenter** profilieren sich gegenüber Discounter 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 Discounter, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 811 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.106 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.264 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	11.258	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	1.998	13 – 14	4.825	19
Nonfood II	275	12	1.594	10 – 11	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	3.592	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	1.755	76 – 77	11.258	76	15.730	63

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2022.

- Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Supermärkte rd. 1.106 m² auf (große Supermärkte durchschnittlich 3.264 m²). Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmittel Einzelhandels 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 2.000 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 Hauptsortiment wird aber in jedem Vertriebskonzept aus Nahrungs- und Genussmitteln gebildet.

Die **Sortimente des EDEKA-Marktes** sind wie folgt zu bewerten:

- Das **Hauptsortiment** (Lebensmittel, Getränke) ist als Sortiment des täglichen kurzfristigen Bedarfs als nahversorgungsrelevant zu bewerten. Üblicherweise sind rd. 85 % der Verkaufsflächen in EDEKA-Märkten mit Nahrungs- und Genussmitteln belegt; hierzu zählen auch gelegentliche Aktionswaren mit Lebensmitteln und Getränken.
- Die Artikel der Kategorie **Nonfood I** (Drogeriewaren, Kosmetikartikel, Putzmittel) sind ebenfalls zum größten Teil als nahversorgungsrelevant eingestuft. Diese gehören also gleichfalls zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung. In EDEKA-Märkten belegen Drogeriewaren bis zu rd. 10 % der Verkaufsflächen.
- Der übrige Teil des Nonfood I-Bereichs (Tiernahrung) sowie die **Nonfood II**-Sortimente (bei EDEKA vorwiegend Zeitschriften, Blumen, Schreib- und Haushaltswaren, Aktionswaren) belegen bei EDEKA-Märkten nur einen geringen Teil der Verkaufsflächen (ca. 5 – 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Aktionswaren mit Nonfood nehmen bei EDEKA einen deutlich geringeren Umfang ein als bei Lebensmitteldiscountern. Insgesamt handelt es sich bei EDEKA bei diesen Nonfood II-Angeboten um ein dem Hauptsortiment deutlich untergeordnetes Randsortiment.

Festzuhalten ist also, dass im zu **prüfenden EDEKA-Markt deutlich mehr als 90 % der Verkaufsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten** belegt sein werden. Für die geplante Verkaufsfläche des EDEKA-Marktes von 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café) in Osterwieck bzw. bezogen auf das daraus resultierende Gesamtvorhaben von ca. 2.000 m² Verkaufsfläche liegt diese nach vorliegender Planung entsprechend bei **weniger als rd. 200 m² Verkaufsfläche**. Dies heißt, dass der Markt schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung ist.

Anhand der obigen Daten kann der EDEKA-Markt in Osterwieck, An der Zuckerfabrik als Anbieter eingeordnet werden, dessen Angebotsschwerpunkt – umsatz- und flächenbezogen – eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt. Das Kernsortiment des EDEKA-Marktes bilden Nahrungs- und Genussmittel, die rd. 85 % der Verkaufsfläche einnehmen. Diese sind als Waren des täglichen Bedarfs und somit als nahversorgungsrelevant einzustufen. Auch das bei EDEKA angebotene Kernsortiment an Nonfood I-Waren (Drogeriewaren, Hygiene- und Pflegeartikel / Kosmetik, Reinigungs- und Waschmittel sowie Tiernahrung; sog. „Nearfood“) ist den Waren des täglichen Bedarf zuzuordnen (im Sinne des Berichts der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“); ihr Anteil beläuft sich auf bis zu ca. 10 % der Verkaufsfläche. Insgesamt wird in typischen EDEKA-Märkten – und somit auch in der geplanten Filiale in Osterwieck, An der Zuckerfabrik – mindestens 90 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt. **Der Anteil von nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt sowohl im Bestand als auch in der angestrebten Größe weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche.** Somit ist der geplante EDEKA-Markt in Osterwieck, An der Zuckerfabrik eindeutig als Nahversorger einzuordnen.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Stadt Osterwieck

Die **Stadt Osterwieck** liegt am Südhang des Großen Fallsteins im Bundesland Sachsen-Anhalt im Landkreis Harz und zählt gegenwärtig rd. 11.012 Einwohner.¹⁵ Die Stadt wurde durch Fusion der Verwaltungsgemeinschaft Osterwieck-Fallstein¹⁶ und Stadt Osterwieck am 1. Januar 2010 gebildet. Gemäß Regionalplan ist Osterwieck als Grundzentrum ausgewiesen; einwohnerstärkste Ortschaft ist der namensgebende Kernort.¹⁷ Vor diesem Hintergrund kommt Osterwieck im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen eine wichtige Versorgungsfunktion zu. Der nächstgelegene Zentrale Ort höherer Stufe ist das Mittelzentrum Wernigerode (ca. 20 km südlich) und das Mittelzentrum mit Funktion eines Oberzentrums Halberstadt (ca. 28 km südöstlich).

Die **Einwohnerentwicklung** von Osterwieck verlief in den vergangenen Jahren negativ. So nahm die Einwohnerzahl im 5-Jahreszeitraum zwischen 2016 und 2021 um ca. 209 Einwohner (- ca. 1,9 %) ab.¹⁸ Nach der 7. regionalisierten Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt wird zukünftig mit einem weiteren Bevölkerungsrückgang zu rechnen sein. Demnach wird die Bevölkerungszahl im Jahr 2035¹⁹ in Osterwieck nur noch rd. 9.047 Einwohner betragen, was einem Rückgang von Weiteren rd. 17,8 % entspräche.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Osterwieck für den Individualverkehr ist als gut zu bezeichnen. So ist die Kernstadt Osterwieck über die L 87, L 88 und L89 an die umliegenden Ortsteile und Gemeinden angebunden. Der Anschluss an das Autobahnnetz wird wahlweise über die Anschlussstellen an die Bundesautobahn BAB 36 Osterwieck, Abbenrode oder Stapelburg in rd. 9 – 11 km hergestellt. Im ÖPNV ist Osterwieck durch Busverbindungen der Harzer Verkehrsbetriebe GmbH angebunden. Es bestehen Verbindungen zwischen den Ortsteilen sowie u. a. nach Halberstadt, Wernigerode, Osterode (Harz) und Vienenburg. Die Person beförderung per Schiene nach Osterwieck endete im September 2002, der Güterverkehr bereits zum Jahresende 1994.

Der **Einzelhandelsbesatz** von Osterwieck wird durch relativ wenige Geschäfte geprägt, vor allem im namensgebenden Kernort. Insbesondere in der durch für die Region typisches Fachwerk geprägten historischen Altstadt sind nur wenige, relativ weitläufig verstreute Läden vorzufinden. Hier ist eine Vielzahl von Leerständen zu verzeichnen; einige Leerstände bestehen offensichtlich schon seit Jahren oder wurden in der Zwischenzeit umgenutzt, meistens zu

¹⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2021.

¹⁶ Mitgliedsgemeinden Aue-Fallstein, Berßel, Bühne, Lüttgenrode, Rhoden, Schauen, Wülperode.

¹⁷ Weitere Ortschaften der Stadt Osterwieck sind Berßel, Bühne / Rimbeck / Joppenstedt, Dardesheim, Deersheim, Hessen, Lüttgenrode / Stötterlingen, Osterode (Harz), Rhoden, Rohrsheim, Schauen, Veltheim, Wülperode / Göddecken / Suderode, Zilly / Sonnenburg. Quelle: stadt-osterwieck.de/leben/ortschaften/; abgerufen 23.01.2023.

¹⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Bevölkerungsstand am 31.12.2016: ca. 11.221 Einwohner.

¹⁹ Ausgehend vom Basisjahr 2019.

Wohnraum. Größere Einzelhandelsbetriebe sind aufgrund der Kleinteiligkeit der einzelnen Ladeneinheiten hier nicht vorzufinden.²⁰ Südlich der Bahnhofstraße befindet sich eine Fachmarkttagglomeration, bei der es sich zusammen mit weiteren angrenzenden Geschäftslagen um den eigentlichen Nahversorgungsschwerpunkt von Osterwieck handelt (vgl. Kapitel III.1).

Ein weiterer wichtiger Anbieter im Lebensmittelbereich in der Kernstadt Osterwieck ist eine Filiale von Netto Marken-Discount Am Langenkamp, nördlich der Altstadt gelegen; unweit von Netto befindet sich zudem eine weitere große Fleischerei in westlicher Richtung zum Ortsausgang hin. In den weiteren, dem Kernort entlegenen Osterwiecker Ortsteilen ist allenfalls eine rudimentäre Nahversorgung vorhanden. So verfügt der Ortsteil Schauen über eine einzelne Bäckerei, im Ortsteil Deersheim befindet sich darüber hinaus ein kleiner Hofladen. Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz nur mäßig ausgeprägt, so dass eine ausgeprägte Einkaufsorientierung und ein nennenswerter Kaufkraftabfluss u. a. nach Goslar, Schladen-Werla, Halberstadt und Wernigerode zu konstatieren ist.²¹

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob in Osterwieck unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten die Verlagerung 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.

Osterwieck ist gem. Zentralem-Orte-Konzeption und sachlichem Teilplan als **Grundzentrum** ausgewiesen,²² nachdem die Einstufung im Regionalen Einzelhandelskonzept uneingeschränkt empfohlen wurde.²³

²⁰ Eine Zusammenlegung mehrerer Läden zur Schaffung strukturprägender oder großflächiger Einzelhandelsflächen ist auf Grund der historischen Architektur und damit verbundenen Denkmalschutzauflagen nicht zu realisieren.

²¹ Gestützt wird diese Einschätzung durch die von Michael Bauer Research 2022 auf Basisdaten des Statistischen Bundesumsatzes ermittelte weit unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralitätskennziffer von 46,3 (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für den Landkreis Harz (mit dem Städten Wernigerode, Halberstadt und Quedlinburg) liegt dieser Wert bei 99,3.

²² Vgl. Zentrale-Orte-Konzeption der RPG Harz unter besonderer Berücksichtigung der Grundzentren als Grundlage für die Teilfortschreibung des REP Harz „Sachlicher Teilplan – Zentralörtliche Gliederung“ - Stand 06/2014, fortgeschrieben 09/2015, zuletzt geändert 10/2016.

²³ Vgl. Regionales Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Harz“ – Endbericht – Stand 08. Januar 2014.

Da der Planstandort von EDEKA An der Zuckerfabrik im zentralen Siedlungsbereich des Grundzentrums Osterwieck liegt, **wird das Konzentrationsgebot erfüllt, sofern auch das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden.**

III. Integrationsgebot

Für die **Prüfung des Integrationsgebotes** ist die detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrliche Erreichbarkeit, städtebauliches Gefüge, Lage zu den Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort An der Zuckerfabrik

Der **Projektstandort** des EDEKA-Marktes befindet sich im Osten des zentralen Ortsteils Osterwieck. Das für den geplanten Supermarktneubau vorgesehene Grundstück liegt östlich des Bestandsmarktes und der bestehenden Nahversorgungslage an der Bahnhofstraße zwischen den Straßen An der Zuckerfabrik und der das Projektareal umlaufenden Straße Am Bahnhof. Das Gelände ist aktuell als Brache einzustufen, die zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Arbeiten weitgehend gerodet und beräumt wurde. Geplant ist die Errichtung der Marktimmobilie von EDEKA im nördlichen Grundstücksteil. Die zugehörigen Kundenparkplätze sollen dem Markt vorgelagert zur Straße An der Zuckerfabrik bzw. zum südlich anschließenden Baumarkt hin angelegt werden. Zufahrten sollen von beiden genannten Straßen aus eingerichtet werden.

Der Verlagerungsstandort des EDEKA-Marktes befindet sich unweit der bestehenden **Nahversorgungslage** entlang der Bahnhofstraße in nur wenigen hundert Metern Entfernung. Hier befinden sich neben dem Bestandsstandort von EDEKA (inkl. bestehender Bäckerei) auch eine Filiale des Textildiskonts Kik, TEDi, Schuh-Mann sowie eine Apotheke, ein Florist, ein Laden für Geschenkartikel und Textilien sowie ein Post- und Lotto-Kiosk. Ergänzt wird der Einzelhandel durch eine Filiale der Volksbank und ein Bistro, eine derzeit leerstehende Fläche wird dem Vernehmen nach für ein Grillrestaurant hergerichtet. In einem kleinen Seitengebäude befinden sich ein Friseur sowie die Büros eines Energieversorgers. In einem separaten Gebäude im östlichen Teil der Ansiedlung und durch eine brachliegende Potenzialfläche vom Rest des Fachmarktzentrums getrennt ist in für den Anbieter typischer Kubatur eine Filiale von Aldi Nord entstanden, nachdem Aldi aus dem östlich gelegenen Standortverbund an diesen neuen Standort verlagert hat.



Bestandsmarkt EDEKA, Bahnhofstraße



TEDi, Rossmann, Bahnhofstraße



Schuh-Mann, Blumen-Fischer, Kiosk, Bistro Bahnhofstr.



Kik, Leerstand, Bahnhofstraße



Büro und Dienstleister, Seitengebäude, Bahnhofstraße



Wohnbebauung, Bahnhofstraße



Aldi Nord, Bahnhofstraße



Potentialflächen zwischen Aldi und Fachmarktzentrum

GMA-Aufnahmen 2023

Das direkte **Standortumfeld** ist durch verschiedene Nutzungen zu charakterisieren (vgl. Karte 1). Direkt westlich des Planareals befindet sich eine teils baufällige Immobilie, die jedoch langfristig durch einen begonnenen Anbau ergänzt und wieder nutzbar gemacht werden soll. Auch die angrenzenden Brachen zeigen erste Vorbereitungen der Nutzbarmachung; die Filiale der hier befindlichen Fleischerei ist bereits neueren Datums und entfaltet eine gewisse Pionierwirkung. Südlich schließt sich der ebenfalls großformatige PROFI Baumarkt Knappe an. Südlich des Baumarkts befinden sich die Hallen und Wirtschaftsgebäude des Landhandel- und Dienstes Osterwieck. Das östlich der Straße am Bahnhof angrenzende Areal ist durch diffuse, teils versiegelte Lager- und Brachflächen zu charakterisieren, ergänzt durch kleinere Lagerhallen und Gebäude des ehemaligen Bahnhofs. Das Areal wird vornehmlich durch die Lellau Baudenkmalpflege und andere Gewerbetreibende genutzt. In relativer Nähe in südwestlicher Richtung befindet sich an der Ernst-Thälmann Straße das *Getränkezentrum OSTERwieck* sowie ein Kiebitzmarkt als Fachmarkt für Tier- und Gartenbedarf.



Brache An der Zuckerfabrik, ehem. Bahnhof



Im Umbau befindliche Bebauung westlich



A.d. Zuckerfabrik, Blick nach Norden; Fleischerei, Aldi



Baumarkt, Blickrichtung Süden

GMA-Aufnahmen 2023

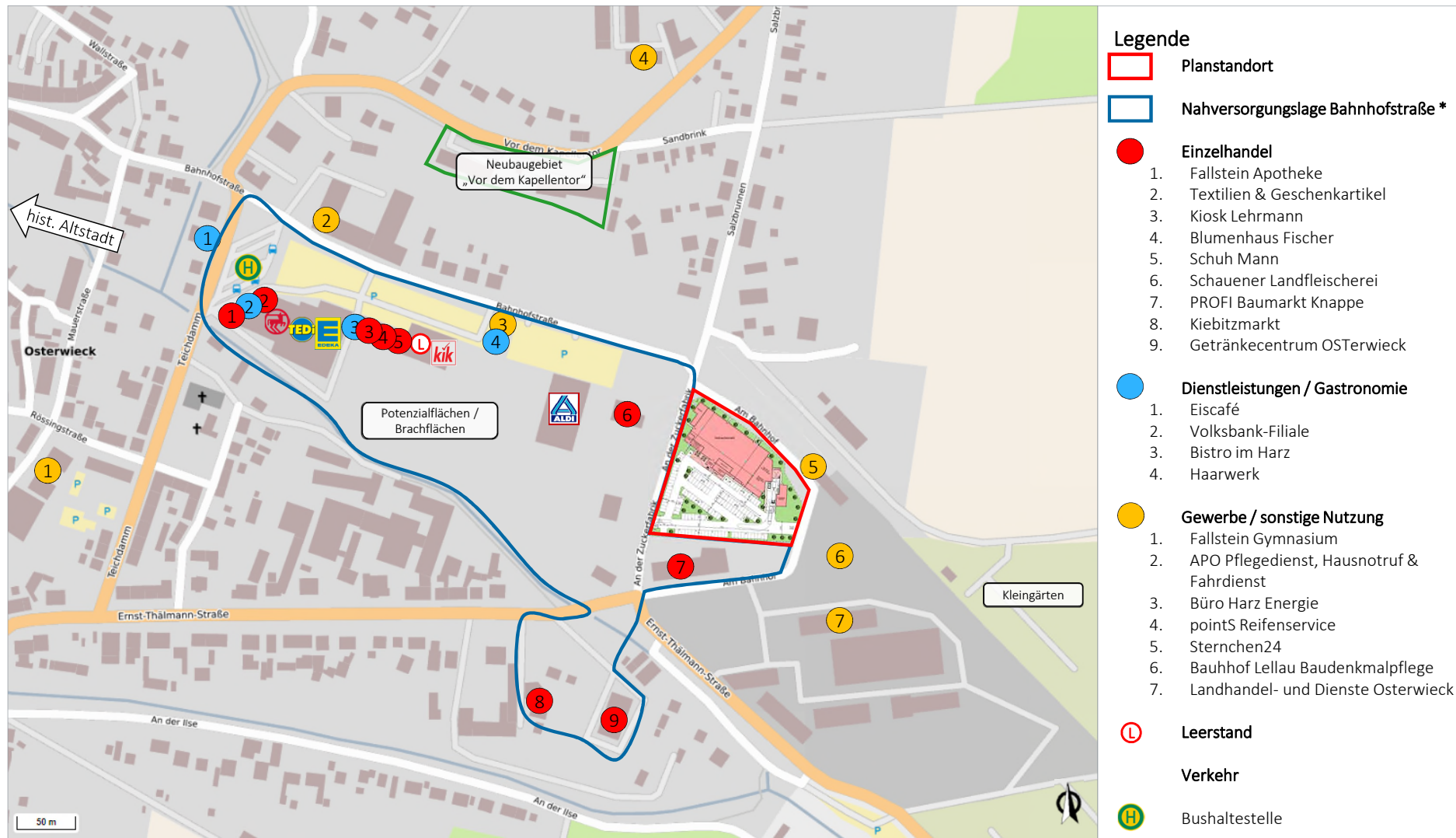
Nördlich der Bahnlinie und der Bahnhofstraße und südlich der Ernst-Thälmann-Straße sowie westlich der Fachmarkttagglomeration besteht zumeist kleinteilige **Wohnbebauung**. In rd. 200 m Entfernung²⁴ des geplanten EDEKA-Standortes entstehen an der Straße Am Kapellentor in einem ersten Bauabschnitt mehrere Wohngebäude mit ca. 26 kurzfristig fertiggestellten Wohneinheiten, nachdem die vorher hier vorhandenen Gebäude, die in für die DDR typischen Fertigbauweise hergestellt wurden, aufgrund von Asbestbelastungen nicht mehr genutzt werden konnten.²⁵

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird durch die anliegenden Straßen An der Zuckerfabrik, Bahnhofstraße und Ernst-Thälmann-Straße bestimmt. Die Abfahrt vom Planstandort erfolgt maßgeblich über den Straßenzug An der Zuckerfabrik in alle Richtungen.

²⁴ Gemessen anhand der Luftlinie

²⁵ 2 – 4 Zimmer, 45 – 90 m² Wohnfläche. Mit einer Fertigstellung ist im laufenden Jahr zu rechnen. Quelle: Wohngesellschaft Osterwieck mbH, abgerufen im Januar 2023.

Karte 1: Mikrostandort Bahnhofstraße / An der Zuckerfabrik



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2023

*) ca.-Darstellung, nach faktischer Prägung

Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** des Planstandortes ist durch die unmittelbar östlich der Fachmarkt-agglomeration bzw. in rd. 400 m fußläufige Distanz zum Planstandort im Kreuzungsbereich Bahnhofstraße / Teichdamm gelegenen Bushaltestelle im Rahmen der ortsüblichen Verhältnisse als gut einzustufen. Hier verkehren die Buslinien 210, 211, 212 sowie 270 und 273 u. a. nach Halberstadt, Wernigerode, Osterode (Harz) und Vienenburg. Auch die Ortsteile von Osterwieck sind angebunden. Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen von Osterwieck über Fußwege entlang der angrenzenden Straßen gewährleistet.

Zusammengefasst kann der Planstandort An der Zuckerfabrik als Arrondierung zur bestehenden Nahversorgungslage eingestuft werden. Er liegt innerhalb des Siedlungsbereichs von Osterwieck, wobei im Standortumfeld auch Wohnnutzungen vorhanden sind. Der Planstandort ist aus weiten Teilen des Kernstadtgebietes fußläufig zu erreichen und verfügt über einen Anschluss an das Gehwegenetz und in mittlerer Distanz an der Bahnhofstraße 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 An der Zuckerfabrik wie folgt zu bewerten:

-  Aus **räumlich-städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Standort um eine Arrondierung der vorhandenen Nahversorgungslage auf einer freien vorhandenen Potenzialfläche, die auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete von Osterwieck übernimmt.
-  Zudem verfügt der Standort über eine ausreichende **Anbindung an den ÖPNV** sowie einen Anschluss an das bestehende Fußwegenetz.

Zusammenfassend wird das Integrationsgebot gemäß LEP Sachsen-Anhalt erfüllt.

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 den geplanten EDEKA-Markt 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.

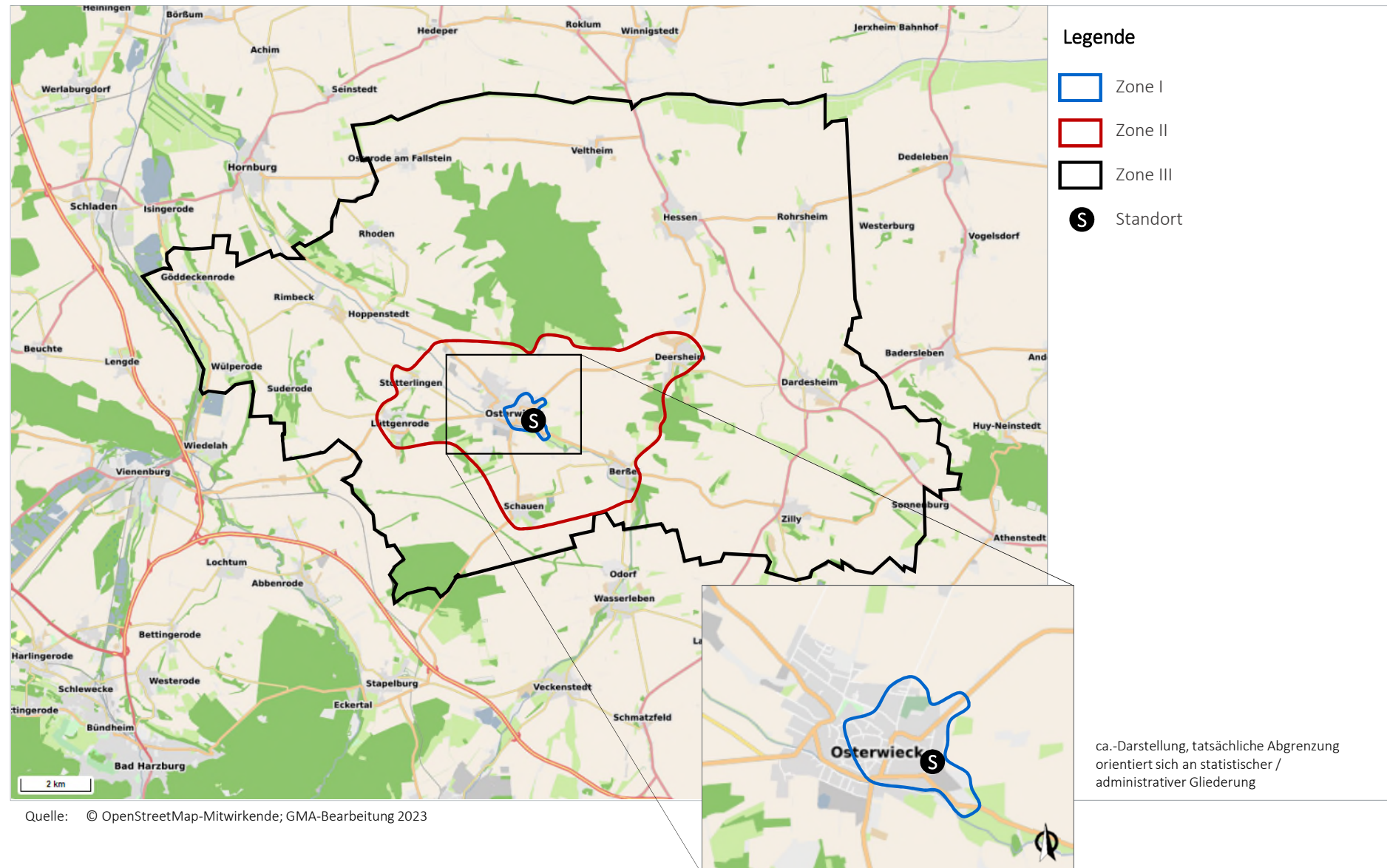
Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus 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 Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 2).

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

- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und die daraus zu erwartenden Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungstarker Lebensmittelmärkte)
- /// **Filialnetz** des Betreibers
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).²⁶

²⁶ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 2: Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes am Standort An der Zuckerfabrik in Osterwieck



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben am Standort An der Zuckerfabrik folgendes **Einzugsgebiet** abgrenzen:

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	Kerneinzugsgebiet	ca. 2.500
Zone II	Erweitertes Einzugsgebiet	ca. 3.500
Zone III	Ferneinzugsgebiet	ca. 5.000
Einzugsgebiet insgesamt		ca. 11.000

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnung der Einwohner auf Ortsteilebene mit WiGeo-WebGIS auf Basis von GfK-Daten nach Geomarkets; GMA-Berechnungen 2023

Das **Einzugsgebiet** für den verlagerten EDEKA-Markt ist wie folgt zu skizzieren:

- / Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) umfasst das Naheinzugsgebiet innerhalb des namensgebenden Kernorts Osterwieck. Diesbezüglich stellt der Standort, zusammen mit anderen räumlich hier verorteten Wettbewerbern, für die Einwohner der östlichen und südlichen Kernstadt den zentralen bzw. am schnellsten zu erreichenden Einkaufsort dar, so dass eine ausgeprägte Einkaufsorientierung zu erwarten sein wird. So wird es EDEKA gelingen, einen hohen Marktanteil innerhalb des Stadtgebietes zu erzielen, da EDEKA bislang den einzigen Lebensmittelvollsortimenter im Einzugsgebiet darstellt.
- / Das **erweiterte Einzugsgebiet (Zone II)** umfasst die weiteren Bereiche der Kernstadt von Osterwieck sowie die unmittelbar angrenzenden Ortsteile²⁷. So wird zukünftig auch der verlagerte EDEKA-Markt in Osterwieck eine mögliche Einkaufsalternative zu den ebenfalls in Osterwieck ansässigen Lebensmitteldiscountern bieten, gleichwohl hier geringere Marktanteile als in Zone I zu erwarten sind.
- / Das **Ferneinzugsgebiet (Zone III)** umfasst darüber hinaus die vom Kernort entlegenen und dörflich geprägten Ortsteile außerhalb der Kernstadt Osterwieck. Die hier deutlich zu Tage tretende Mehrfachorientierung zu Wettbewerbsstandorten im Umland bedingen noch einmal niedrigere Marktanteile mit zunehmender Distanz zum Kernort. Hier werden Besorgungen fast ausschließlich per Pkw durchgeführt, oder im Rahmen des beruflichen Pendelns von und zur Arbeitsstätte.
- / Dieses Einzugsgebiet wird durch den Bestandsmarkt **bereits heute erschlossen** und wird sich trotz der Verkaufsflächenerweiterung im Wesentlichen nicht ändern. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass auch die Wettbewerbsstandorte im Kernort Osterwiecks ähnliche Einzugsgebiete erschließen dürften, die das Einzugsgebiet von EDEKA bereits heute überlagern.

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet im Wesentlichen das Stadtgebiet von Osterwieck selbst, zu dem neben dem Kernort Osterwieck auch die umliegenden Ortsteile zählen. Grundsätzlich begrenzt der Wettbewerb in den umliegenden Städten und Gemeinden die Ausdehnung des Einzugsgebietes, wobei insbesondere Vienenburg (Stadt Goslar, westlich) sowie Schladen und Hornburg (Gemeinde Schladen-Werla, nord-westlich), zu nennen sind. Außerdem ist auf Badersleben (Gemeinde Huy, östlich), Wasserleben und Stapelburg (Gemeinde Nordharz, südlich) hinzuweisen (= Untersuchungsraum, vgl. Kapitel V.1.2).

²⁷ Berßel, Deersheim, Lüttgenrode, Schauen, Stutterlingen.

In geringem Umfang sind auch unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes, z. B. durch Pendler und Touristen zu erwarten. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streuumsätze in einem defensiven Ansatz i. H. v. ca. 9 % 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. € 6.760.²⁸

Bezogen auf das Vorhaben in Osterwieck, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.826 €.²⁹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau³⁰ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Osterwieck bei 93,8 und damit auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf ca. **29,2 Mio. €**. Davon entfallen auf

-  Zone I: ca. 6,6 Mio. €
-  Zone II: ca. 9,3 Mio. €
-  Zone III: ca. 13,3 Mio. €

Zusätzlich werden bei Supermärkten Anteile des Umsatzes mit **Randsortimenten** aus dem Nichtlebensmittelbereich³¹ generiert. Diese liegen bei EDEKA in der avisierten Größe bei max. ca. 15 %.

3. Umsatzprognose für den geplanten EDEKA Supermarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des geplanten EDEKA-Supermarktes wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbe-

²⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

³⁰ Quelle: MB Research, 2022. 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 Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

³¹ Diese umfassen sowohl die nahversorgungsrelevanten Nonfood I-Sortimente (i. W. Drogeriewaren, Kosmetikartikel, Putzmittel) als auch die nicht nahversorgungsrelevanten Nearfood- (i. W. Tiernahrung) und Nonfood II Sortimente (i. W. Zeitschriften, Blumen, Schreib- und Haushaltswaren, Aktionswaren), wobei jedoch insbesondere die Nonfood II-Sortimente nur einen geringen Teil im Randsortiment einnehmen; vgl. hierzu Kapitel I.4, S. 12.

triebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.³² 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 des damit relevanten Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet v. a. auch von der Wettbewerbsdichte abhängig (vgl. Kapitel V.1). Eine weitere Grundlage bilden die durchschnittlichen Marktanteile der unterschiedlichen Betriebstypen (vgl. Kapitel I.3.), 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 Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des geplanten EDEKA-Marktes ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des geplanten Marktes. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch den geplanten Markt 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.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich vor diesem Hintergrund für den geplanten EDEKA-Markt mit rd. 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café³³) anhand des Marktanteilkonzeptes ableiten:³⁴

Tabelle 2: Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes

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	6,6	30	2,0	0,3 – 0,4	2,3 – 2,4	30
Zone II	9,3	22	2,0 – 2,1	0,3 – 0,4	2,4	31
Zone III	13,3	15	2,0	0,3 – 0,4	2,3 – 2,4	30
Einzugsgebiet	29,2	20	6,0	1,0 – 1,1	7,1	91
Streuumsätze			0,6	0,1	0,7	9
Insgesamt			6,6	1,1 – 1,2	7,8	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 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

Somit lässt sich für den geplanten EDEKA-Markt mit ca. 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café³⁵) aus Gutachtersicht eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,8 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 6,6 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 1,1 – 1,2 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II). Mit einem Marktanteil von ca. 30 % in der Zone I und ca. 22 % in Zone II

³² 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.

³³ Die Verkaufsfläche bleibt i. W. gleich, sodass die Bäckerei in den Berechnungen umverteilungsneutral in Bezug auf die Umsätze bewertet wird.

³⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

³⁵ Die Verkaufsfläche bleibt i. W. gleich, sodass die Bäckerei in den Berechnungen umverteilungsneutral in Bezug auf die Umsätze bewertet wird.

kommt dem EDEKA-Markt eine bedeutende Grund- und Nahversorgungsfunktion für den Kernort von Osterwieck zu, wobei dennoch keine beherrschende Marktposition erreicht wird. Für die dem Kernort entlegenen und eher dörflich geprägten Ortsteilen der Stadt Osterwieck (Zone III) ist ein Marktanteil von ca. 15 % zu erwarten, was die Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt unterstreicht. Es ist festzustellen, dass hier bereits heute die Marktgebiete der umliegenden Standorte von Lebensmittelvollsortimentern und –discounter nochmals stärker als in Zone I und II das Einzugsgebiet von EDEKA in Osterwieck überlagern.

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 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Filialumsatzleistung von EDEKA bei ca. 6,6 – 6,7 Mio. €. Damit läge der EDEKA-Markt in Osterwieck auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.850 m² Verkaufsfläche auch über dem Verkaufsflächendurchschnitt von EDEKA-Märkten (Ø VK 1.293 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 4.209 € / m² VK wird allerdings nur eine unterdurchschnittliche Flächenleistung für EDEKA-Märkte erreicht.³⁶ Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund Lage im ländlich geprägten Raum sowie des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet sowie den im Umland bestehenden Wettbewerbsstandorten nicht zu erwarten. Die **prognostizierte Umsatzleistung** stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens dar (**worst case-Ansatz**).

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 Stadt Osterwieck ist gemäß Regionalplanung als Grundzentrum ausgewiesen. Damit hat Osterwieck eine wichtige **Grundversorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung** zu erfüllen.
- Das **Einzugsgebiet** für den geplanten EDEKA-Markt umfasst ausschließlich das Stadtgebiet Osterwieck. Hier leben derzeit rd. 11.000 Einwohner.

³⁶ gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt der Durchschnittswert für EDEKA-Märkte bei rd. 5.130 € / m² VK

- Der geplante EDEKA-Markt wird ca. 7,8 Mio. € bzw. rd. **91 %** und damit den deutlich **überwiegenden Teil des Projektumsatzes mit Kaufkraft aus dem Stadtgebiet Osterwieck (Zone I – III)** erwirtschaften.
- Weitere rd. 9 % des Umsatzvolumens (ca. 0,7 Mio. €) 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** (ca. 91 %) mit Kaufkraft aus dem Siedlungsbereich des Grundzentrums Osterwieck erwirtschaftet.

Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

V. Beeinträchtigerungsverbot

Zur **Bewertung des Beeinträchtigerungsverbot**es ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Osterwieck 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 und im Untersuchungsraum wurde von der GMA im Januar 2023 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.

1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Die projektrelevante Angebotssituation innerhalb des Einzugsgebietes wird im Wesentlichen durch die hier ansässigen Lebensmittelmärkte geprägt. **Innerhalb von Osterwieck** sind aktuell folgende strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) zu nennen (vgl. Karte 2). Da eine Weiternutzung des bisherigen Edeka-Marktes mit ca. 1.100 m² VK zwar unwahrscheinlich, aber nicht auszuschließen ist, wird im Folgenden eine Nachnutzung durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt angenommen.

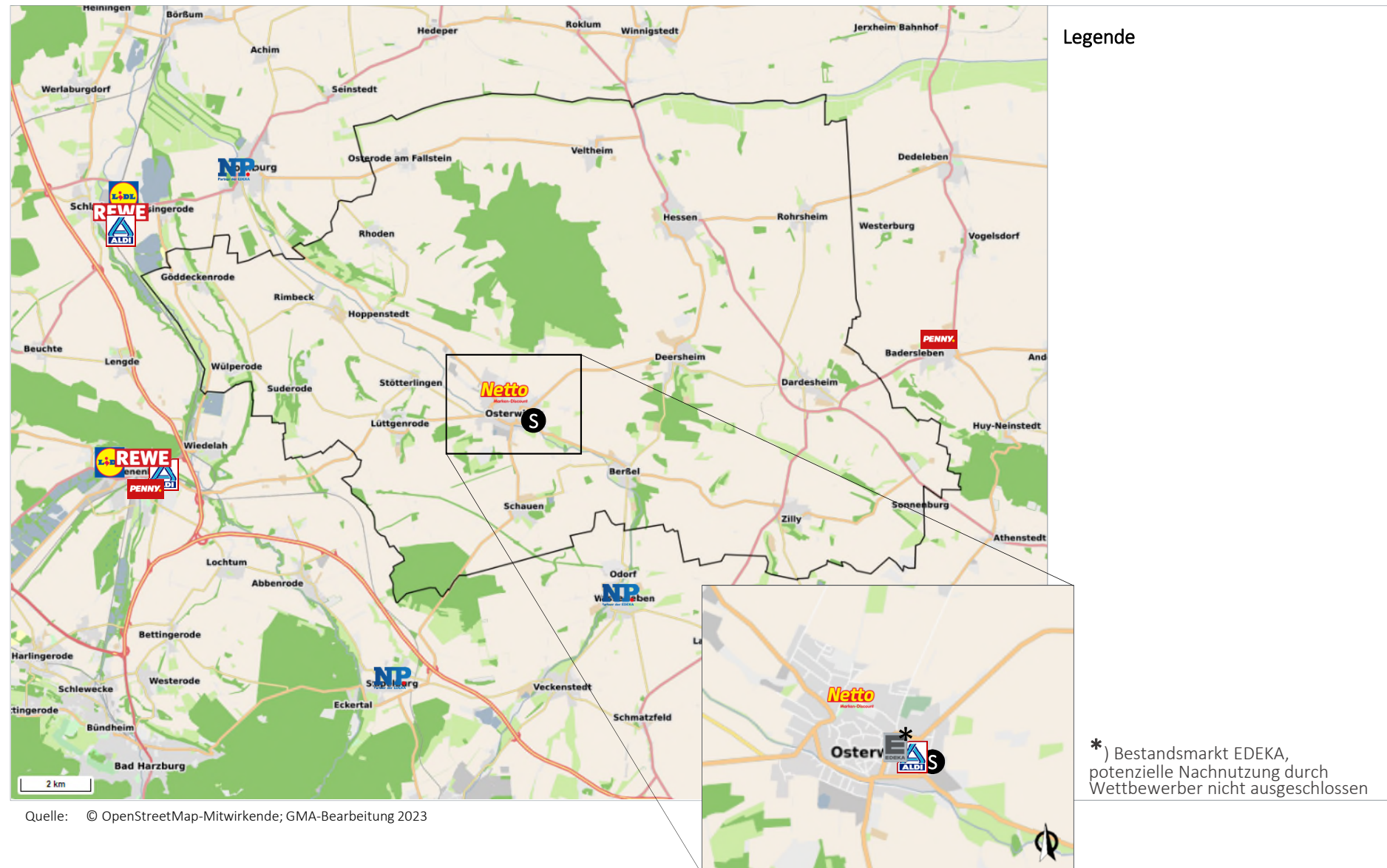
Aldi Nord , Bahnhofstraße: moderner und sehr leistungsfähiger, großflächiger Anbieter im Neubau, ergänzt durch eine Bäckerei; Distanz zu EDEKA ca. 100 m; sehr hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von EDEKA.	1.200 – 1.300 m ² VK
Netto Marken-Discount , Am Langenkamp: durchschnittlicher und gut frequentierter Anbieter im nördlichen Teil des Ortskern, ergänzt um eine Bäckerei im Vorkassenbereich; Distanz zu EDEKA ca. 1,2 km; trotz abweichendem Betriebstyp (Discounter) hohe Wettbewerbsrelevanz für das Vorhaben von EDEKA.	700 – 800 m ² VK
Nachbelegter EDEKA Bestandsstandort³⁷ , Bahnhofstraße: In der Nachfolge der EDEKA-Verlagerung mögliche Magnetsbetriebsrolle in der Fachmarktagglomeration entlang der Bahnhofstraße; für die meisten Anbieter durchschnittlicher, großflächiger Markt im Standortverbund; zuvor jedoch dringender	1.000 – 1.100 m ² VK

³⁷ Bestandsstandort EDEKA. Da eine zeitnahe Nachbelegung des derzeit durch EDEKA genutzten Marktes durch einen systemischen Wettbewerber aus dem Angebotsspektrum der Nahrung- und Genussmittel nicht ausgeschlossen werden kann wird der Bestandsstandort im Sinne des worst-case-Ansatzes mit einer marktüblichen Flächenleistung in Ansatz gebracht und die Verlagerung von EDEKA zum Planstandort An der Zuckerfabrik als Neuansiedlung bewertet.

Renovierungs- oder Sanierungsbedarf. Komplementärer Einzelhandelsbesatz und Dienstleistungen ergänzen das Angebot; Distanz zum Planstandort ca. 300 m; Bei zeitnaher Nachbelegung durch einen systemgleichen Wettbewerber sehr hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von EDEKA.	
---	--

Darüber hinaus sind lediglich vereinzelt kleinteilige Lebensmittelbetriebe (Bäckerei, Fleischeri, Bauernladen) im Einzugsgebiet vorhanden, welche die Nahversorgungsstrukturen im Einzelfall ergänzen (u. a. in der historischen Altstadt, Schauen, Deersheim).

Karte 3: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Insgesamt trifft der geplante Supermarkt innerhalb des Einzugsgebietes auf einen nur mäßig ausgeprägten, discountlastigen Wettbewerb, der aber durchaus als Leistungsfähig zu etikettieren ist.

-  Hier ist zunächst der fußläufig entfernte **Aldi-Markt**, Bahnhofstraße zu nennen, der im Wesentlichen ein identisch ausgerichtetes Einzugsgebiet wie EDEKA erschließt. Die Marktimmoblie von Aldi ist neueren Baujahrs³⁸ und in der aktuell für den Anbieter typischen Kubatur und Größenordnung errichtet. Zuvor war Aldi in derselben Fachmarkttagglomeration wie EDEKA angesiedelt. Der Standort von Aldi weist zwar einige Entfernung zu beiden Standorten von EDEKA auf und wird von diesen jeweils durch weitere Potenzialflächen räumlich getrennt, liegt aber an derselben Hauptverkehrsachse in Osterwieck und präsentiert sich gut frequentiert, modern und leistungsfähig für die Zukunft aufgestellt. So dürfte der Markt schon heute als Markt mit den stärksten Flächenleistungen einzustufen sein.
-  Weiterhin ist auf den im westlichen Stadtgebiet Osterwiecks ansässigen Markt von **Netto Marken-Discount** hinzuweisen, für den Anbieter durchschnittlichen Marktauftritt und eine verkehrsgünstige Lage aufweist. Der Markt präsentiert sich als gut frequentiert und gepflegt mit aktuellem Design und Interieur, jedoch mit wenigen Erweiterungsmöglichkeiten in der aktuellen Lage. Dennoch ist auch die bestehende Filiale als durchaus leistungsfähig einzustufen.
-  Auf Grund der Lage am Busknotenpunkt von Osterwieck und dem ergänzenden Einzelhandel innerhalb der Fachmarkttagglomeration an der Bahnhofstraße stellt sich der Bestandsstandort von EDEKA als sehr gut frequentiert dar. Ein **etwaiger Wettbewerber** könnte in der **Nachfolge von EDEKA** durchaus von den bereits heute vorhandenen starken Frequenzen profitieren und weite Teile des von EDEKA bereits heute generierten Umsatzes absorbieren. Die Bestandsimmoblie wäre für die meisten Anbieter im Hard-Discount-Format ausreichend dimensioniert, es wären im Vorfeld allerdings weitreichende Renovierungs- und Sanierungsmaßnahmen durchzuführen. Des Weiteren wären aber auch die mangelnde Erweiterungs- und Entwicklungsmöglichkeiten mit zu übernehmen, die einer Entwicklung von EDEKA am Bestandsstandort innerhalb der Fachmarkttagglomeration im Wege stehen. Dennoch ist anzunehmen, dass ein etwaiger Wettbewerber sich zeitnah durchaus leistungsfähig aufstellen könnte.³⁹

Insgesamt gelingt es den vorhanden ansässigen Lebensmittelmärkten bisher nicht, die in Osterwieck vorhandene Kaufkraft vollumfänglich zu binden. Insbesondere im Lebensmittelvollsortiment-Bereich existiert mit EDEKA aktuell nur ein Angebot im Grundzentrum Osterwieck; alle Wettbewerber sind Lebensmitteldiscounter. Der geplante EDEKA-Supermarkt wird dieses Angebotssegment weiterhin besetzen und mit der erweiterten Fläche die Lebensmittelversorgung des Zentralen Ortes nachhaltig stärken. Bestehende Kaufkraftabflüsse an andere Einzelhandelsstandorte im Umland können verringert und Versorgungsfahrten reduziert

³⁸ Dem Vernehmen nach wurde der Markt 2018 errichtet.

³⁹ Da noch kein etwaiger Wettbewerber in der Nachfolge von EDEKA an diesem Standort benannt werden kann wurde für die weiteren Berechnungen ein marktüblicher Durchschnittswert für Discountanbieter in der Größe des bestehenden Lebensmittelmarktes in Ansatz gebracht.

werden. Da eine kurzfristige Nachbelegung des freiwerdenden Standortes von EDEKA baurechtlich nicht auszuschließen ist wird die Supermarkt-Verlagerung wie eine Neuansiedlung behandelt.⁴⁰

1.2 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen durch das Planvorhaben auch wettbewerbliche Wirkungen auf Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes aus. Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen mit umliegenden Einkaufsorten, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Verflechtungsbereiche sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens in Osterwieck überschneiden.

Diesbezüglich konnten u. a. aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit, den derzeitigen Kaufkraftströmen und den Angebotsstrukturen im Umland bzw. der zu erwartenden Ausstrahlungskraft des geplanten EDEKA-Supermarktes in Osterwieck die Teilbereiche und Ortschaften Stadt Huy, Nordharz, Schladen-Werla sowie die östlichen und zentrale Bereiche des in Goslar eingemeindeten Ortsteils Vienenburg dem Untersuchungsraum zugeordnet werden. Hier ist auf folgende strukturprägende Lebensmittelmarktstandort hinzuweisen (vgl. Karte 3).

Huy:

Penny , Badersleben: großflächiger Lebensmitteldiscounter im nördlichen Siedlungsbereich des dörflichen Ortsteils. L- Förmiger Marktstandort an der B 244 / Albert-Klaus-Straße; ergänzt u. a. durch Volksbank, Bäckerei, Fleischerei und der örtlichen Postsortierungsstelle; trotz älterer Immobilie attraktiver Einkaufsmarkt mit überörtlicher Versorgungsfunktion, Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 14 km, mittlere Wettbewerbsrelevanz.	800 – 900 m ² VK
---	-----------------------------

Nordharz:

NP - Niedrig Preis , Hauptstraße: dörflicher Nahversorger an der Hauptstraße in altem Design der zur EDEKA-Gruppe gehörenden Vertriebschiene, Nahversorgungsfunktion für Teile der umliegenden Ortschaften, Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 7 km, durch gute Anbindung in Richtung Osterwieck trotz kleiner Verkaufsfläche mittlere Wettbewerbsrelevanz.	400 – 500 m ² VK
NP - Niedrig Preis , Stapelburg: kleinerer, integriert gelegener Lebensmitteldiscounter mit dörflichem Charakter, Lage innerhalb des Siedlungsbereichs Stapelburgs an der Wasserstraße in einer ehemaligen Scheune oder landwirtschaftlichen Wirtschaftsgebäude, ergänzt um eine kleine Bäckerei; sowohl fußläufige Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil als auch partiell der umliegenden Ortschaften; Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 11 km, auf	300 – 400 m ² VK

⁴⁰ Für die weiteren Berechnungen wurden markt- und betreiberübliche Durchschnittswerte für übliche Wettbewerber in Ansatz gebracht, die im Sinne des worst-case-Ansatzes die heutige Fläche des EDEKA-Marktes voll nachbelegen.

Grund der geringen Verkaufsfläche nur geringe Wettbewerbsrelevanz.	
--	--

Schladen-Werla

NP - Niedrig Preis , Hornburg: integrierter Standort am östlichen Rand des dörflich geprägten Siedlungsbereichs an der Schladener Straße; gepflegtes Erscheinungsbild, typisches Marktkonzept inkl. Bäckerei im Vorkassenraum; sowohl Nahversorgungsfunktion für Hornburg als auch für die umliegenden Ortschaften; Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 12 km, auf Grund der verkehrsgünstigen Lage mittlere Wettbewerbsrelevanz.	700 – 800 m² VK
NVZ Schladen: integriert an der Herrmann-Müller-Straße gelegenes Nahversorgungszentrum im nordöstlichen Siedlungsgebiet; Angebot im Lebensmittelbereich ergänzt durch Rossmann, TEDI, Kik, K+K Schuhe; Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 16 km.	
Rewe: etwas in die Jahre gekommener aber gepflegter durchschnittlicher Marktauftritt mit Bäckerei im Vorkassenraum; als vergleichbarer Supermarkt und trotz der Distanz zum Planstandort und dem äußeren Zustand mittlere Wettbewerbsrelevanz.	900 – 1.000 m² VK
Lidl: gut frequentierte, modernisierte und erweiterte Filiale; als Discounter und aufgrund der Distanz zum Planstandort geringe Wettbewerbsrelevanz.	1.900 – 2.000 m² VK
Aldi: moderner Neubau in Betreiberüblichem Format und Größe; nur durchschnittliche Kundenfrequenz; als Discounter und aufgrund der Distanz zum Planstandort geringe Wettbewerbsrelevanz.	1.000 – 1.100 m² VK

Goslar-Vienenburg

FMS Vienenburg: integriert an der B 241 / Wiedelaer Straße gelegene Fachmarktagglomeration im nordöstlichen Siedlungsgebiet; Angebot im Lebensmittelbereich ergänzt durch Raiffeisen Markt, Kik, TEDI und K+K Schuhcenter in jeweils eigenen Gebäudeteilen; kleinere Flächenreserven der einzelnen Gebäude jeweils begrenzt gegeben; Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 12 km.	
Rewe: gepflegter durchschnittlicher Marktauftritt, Bäckerei im Vorkassenraum; separater Getränkemarkt am anderen Ende der Fachmarktagglomeration und im Standortverbund mit Rai-	1.900 – 2.000 m² VK

ffeisenmarkt, mit unterdurchschnittlicher Kundenfrequenz; als vergleichbarer Supermarkt und auf Grund der verkehrsgünstigen Lage trotz dem äußeren Zustand mittlere Wettbewerbsrelevanz.	1.300 – 1.400 m² VK
○ Penny: gepflegte aber durchschnittliche Filiale des Anbieters; als Discounter trotz der Lage und Distanz zum Planstandort geringe Wettbewerbsrelevanz. ○ Aldi: gepflegte Filiale mit für den Anbieter unterdurchschnittlicher Flächengröße; nur durchschnittliche Kundenfrequenz; als Discounter trotz der Lage und Distanz zum Planstandort geringe Wettbewerbsrelevanz.	700 – 800 m² VK
 Lidl, Goslarer Straße: integriert im zentralen Siedlungsbereich der Ortschaft und im zentralen Versorgungsbereich gelegene, modernisierte Filiale in aktuellem Marktauftritt und Zuschnitt; Bäckerei dem Ein- / Ausgang auf eigener Fläche vorgelagert; Kundenfrequenz sehr gut; als Discounter und aufgrund im Vergleich zum Fachmarktzentrum zunehmender Distanz zum Planstandort von ca. 13 km nur geringe Wettbewerbsrelevanz.	1.000 – 1.100 m² VK

Die genannten **Hauptwettbewerber** liegen somit bereits außerhalb des Einzugsgebietes. Sie weisen zum einen partiell Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planvorhaben in Osterwieck auf, zum anderen begrenzen sie die Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes des Planstandortes und sind damit potenziell von Wettbewerbswirkungen betroffen.

Im Sinne des **worst-case-Ansatzes** werden außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum nur die genannten systemprägenden Hauptwettbewerber (> 400 m² VK) bei den späteren Umsatzumverteilungen einbezogen, nicht aber sonstige kleinteilige Fachanbieter (z. B. Lebensmittelhandwerker, Spezialgeschäfte), da diese keine wesentlichen Konzept- bzw. Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem geplanten Supermarkt aufweisen.⁴¹

1.3 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. im Umland auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen. Als Grundlage hierfür sind – falls vorliegend – Einzelhandels- oder Zentrenkonzepte heranzuziehen.

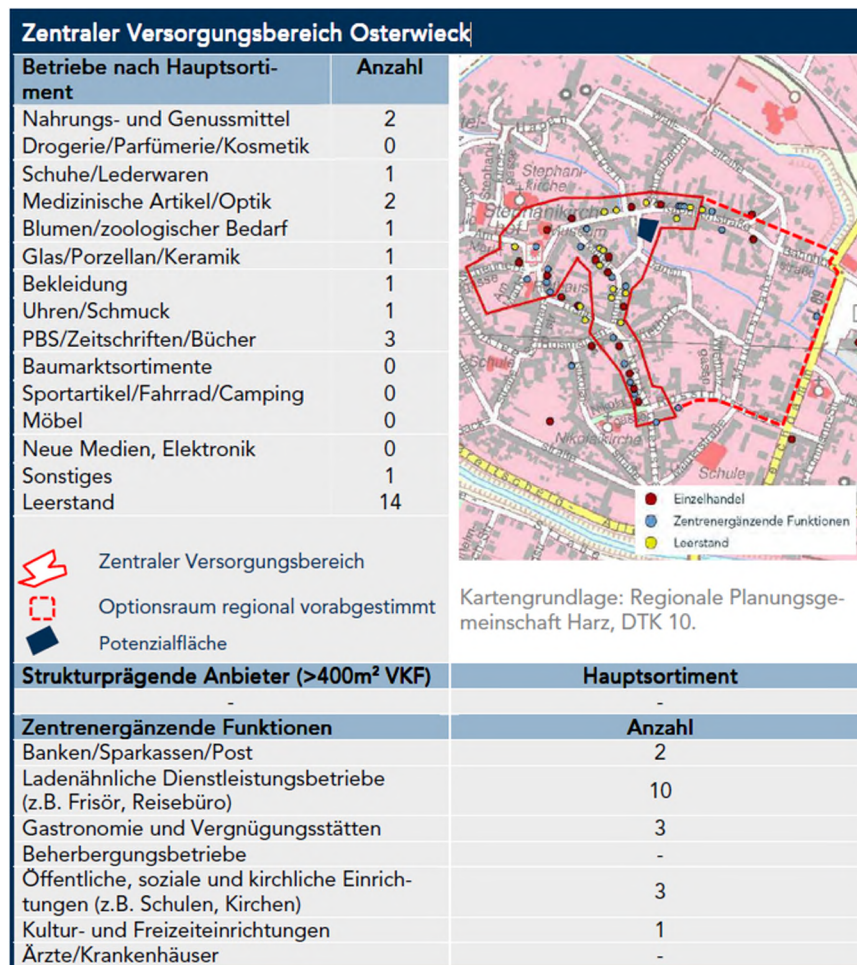
In der vorliegenden Fallkonstellation verfügen neben Osterwieck, zusammen mit Huy, auch Goslar-Vienenburg, sowie Schladen Werla über ein derartiges Konzept.

⁴¹ Ausnahme bilden etwaige projektrelevante zentrale Versorgungsbereiche. Hier werden alle Lebensmittelanbieter einbezogen, um eine ganzheitliche Betrachtung einer möglichen Betroffenheit ableiten zu können (vgl. Kapitel V. 1.3).

Osterwieck verfügt über eine historisch gewachsene Stadtmitte, die einige zentrenprägende Einrichtungen bündelt.

- Im Umfeld des Marktes bzw. zwischen Kapellenstraße, Schützenstraße und Neukirchenstraße sind hier u. a. Rathaus / Gemeindeverwaltung, Polizei, Augenoptiker, Hörgeräteakustiker, Gesundheitsdienstleistungen, Frisör, Banken, Apotheke, Gastronomie zu nennen. Hier wurde gem. Regionalem Einzelhandelskonzept bisher der zentrale Versorgungsbereich Osterwieck abgegrenzt.

Abbildung 3: Zentraler Versorgungsbereich Osterwieck



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Harz, Endbericht, Stand 08. Januar 2014; S. XXXII

Der Stadtkern weist hier allerdings heute nur noch einen lückenhaften Geschäftsbesatz auf, wobei eine Funktion i. S. eines zentralen Versorgungsbereichs nicht mehr vollumfänglich gegeben scheint.

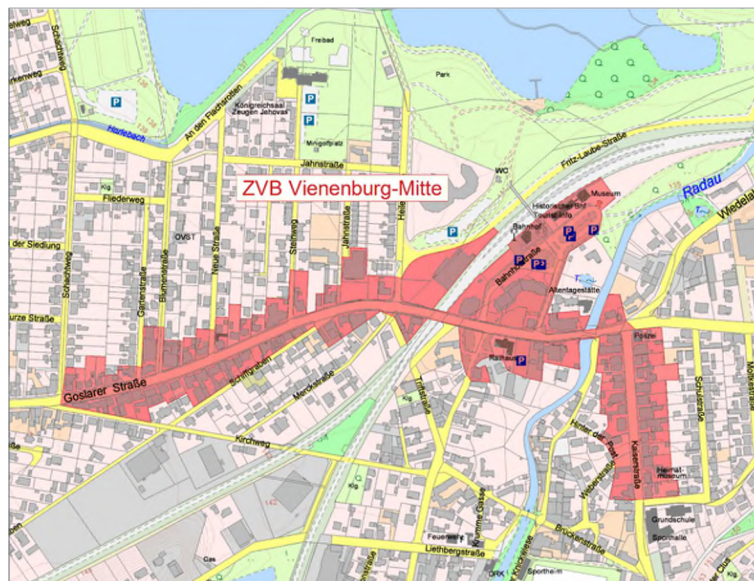
- So liegen alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte von Osterwieck zusammen mit weiteren Magnetbetrieben abseits des Stadtkerns im Bereich Am Langenkamp (Netto Marken-Discount) sowie innerhalb der Nahversorgungslage entlang der Bahnhofstraße (EDEKA, Aldi Nord, Rossmann, Kik, TEDI, PROFI Baumarkt, Getränkecenter OSTERwieck, Kibitzmarkt) und den umliegenden Straßen (vgl. Karte 1).

- Die Gemeinde Schladen-Werla verfügt über ein kommunales Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2018. Dieses grenzt im Ortsteil Schladen den zentralen Versorgungsbereich entlang der Straße Damm rund um den Marktplatz über die Bahnhofstraße und Hermann-Müller-Straße bis zur Friedrich-Ebert-Straße ab⁴² wo am östlichen Rand des zentralen Versorgungsbereich ein Nahversorgungszentrum angesiedelt ist.

 - Hier befinden sich REWE (inkl. einer Bäckerei im Vorkassenraum) Lidl und Aldi Nord sowie Rossmann, die Werla-Apotheke, TEDI, Kik und K+K Schuhe auf dem ehemaligen Gelände der BMA. In der Umgebung befinden sich weitere komplementäre Nutzungen, v. a. in Form von Dienstleistern.
 - **Insgesamt** stellt das Nahversorgungszentrum einen leistungsfähigen Einzelhandelsplatz sowohl für die Gemeinde als auch für die Region dar. Dabei sind der Branchenmix und das Zusammenspiel des örtlichen Lebensmittelvollsortimenters (REWE) und leistungsfähiger Discounter (Aldi, Lidl) hervorzuheben, welche die Ausstrahlungskraft des zentralen Versorgungsbereichs bedingen.
- In der 2014 nach **Goslar** eingemeindeten **ehemaligen Stadt Vienenburg** wird gemäß Zentrenkonzept⁴³ in Vienenburg das Stadtteilzentrum Vienenburg-Mitte i. S. eines zentralen Versorgungsbereichs abgegrenzt.

 - Dieses zunächst entlang der Goslarer Straße zwischen Kirchweg, Schachtweg und entlang der Kaiserstraße bis zur Schulstraße verortet.

Abbildung 4: Zentraler Versorgungsbereich Vienenburg-Mitte



Quelle: Zentrenkonzept Goslar, S. 36

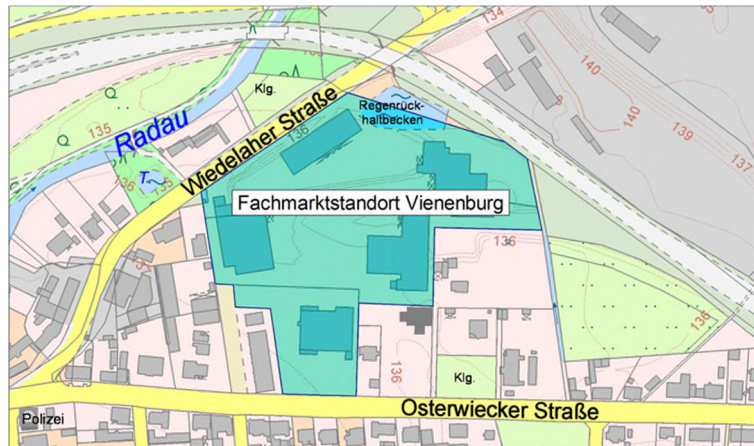
Im Lebensmittelbereich befindet innerhalb des ZVB ein Lidl Markt an der Fritz-Laube-Straße sowie einige Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Ergänzt wird das Angebot vor allem durch einen Rossmann, eine Apotheke, weiteren kleinteiligen Einzelhandelsbesatz sowie komplementäre Dienstleistungsangebote und Einrichtungen.

⁴² Vgl. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Ortsteil Schladen, Gemeinde Schladen-Werla 2018.

⁴³ Zentrenkonzept Goslar 2016

- Darüber hinaus weist das Zentrenkonzept den Fachmarktstandort an der Wiedelaher Straße als **funktionalen Versorgungsbereich** mit wichtiger Versorgungsfunktion für die Stadt und die Region aus.

Abbildung 5: Fachmarktstandort Vienenburg, Wiedelaher Straße



Quelle: Zentrenkonzept Goslar, S. 44

Hier sind zwischen der Wiedelaher und Osterwiecker Straße in mehreren solitären Gebäuden REWE mit separatem Getränkemarkt der dem Baumarkt beigeordnet ist, Penny und Aldi als Anbieter im **Lebensmittelbereich** angesiedelt. Ergänzt wird das Angebot vor Ort durch einen Raiffeisen Markt, Kik, TEDi und K+K Schuhe. Die Hauptzufahrt wird über die Wiedelaher Straße abgewickelt.

- **Insgesamt** ist der in Vienenburg vorgefundene Lebensmittelhandel als stark und leistungsfähig aufgestellt zu etikettieren, sodass der Handelsplatz mit Lidl als starkem Magnetbetrieb innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs und dem Fachmarktstandort an der Wiedelaher Straße mit Penny, REWE und Aldi den an sie gestellten Anforderungen gem. Zentrenkonzept weit in die Region hinaus gerecht wird.

1.4 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

In der Gesamtbetrachtung stellt sich die Wettbewerbssituation für den geplanten EDEKA-Markt in Osterwieck differenziert dar. So ist **innerhalb des Einzugsgebietes** lediglich auf die Bestandsmärkte von Aldi und Netto Marken-Discount in Osterwieck hinzuweisen, sowie einen möglichen noch nicht benannten Nachfolger auf der Bestandsfläche von EDEKA. Hier wird sich die Wettbewerbssituation im Falle einer Nachbelegung der Altfläche durch einen weiteren Lebensmittelmarkt insbesondere gegenüber den Anbietern an der Bahnhofstraße in Osterwieck deutlich verschärfen.

EDEKA ist in Osterwieck der einzige Lebensmittelvollsortimenter in Ergänzung zu nur wenigen Discountern, so dass aktuell ein gewisser Anteil der in Osterwieck bzw. im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft im Lebensmittelbereich an umliegende Handelsplätze abfließt. Mit der geplanten Verlagerung von EDEKA ist daher davon auszugehen, dass eine erhebliche Verbesserung der Angebotsqualität im Lebensmittelbereich eintritt und somit Kaufkraftabflüsse u. a. nach Goslar-Vienenburg und Schladen-Werla durch das Vorhaben verringert und die Kaufkraftbindung im Grundzentrum verbessert werden können. Diese Kaufkraftrückholung wird sich in Form von Umsatzrückgängen bei den strukturprägenden Wettbewerbern im **Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes** äußern.

Mit nachfolgender Tabelle wird die **Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum im Nahrungs- und Genussmittelbereich** dargestellt.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum nach Lagen

Lage / Zone des Einzugsgebietes	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)*	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Einzugsgebiet Osterwieck	3.990	26	20,3 – 20,4	26
davon NVL Bahnhofstraße	2.960	19	14,8	19
davon ZVB Altstadt	80	< 1	< 1	1
davon sonstige Lagen Kernstadt	800	5	3,8 – 3,9	5
sonstige Lagen	150	1	< 1	1
Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes	11.505	74	57,9	74
Schladen-Werla	4.825	31	24,2	31
davon ZVB/NVL BME	3.960	26	20,5 – 20,6	26
sonstige Lagen	865	6	3,6	5
Goslar-Vienenburg	4.610	30	24,0	31
davon ZVB Vienenburg-Mitte	1.150	7	9,3 – 9,4	12
davon Fachmarktstandort Wiedelaher Str.	3.250	21	13,9	18
sonstige Lagen	210	1 – 2	< 1	1
Huy	830	5	4,0 – 4,1	5
Nordharz	1.240	8	5,6 – 5,7	7
Untersuchungsraum insgesamt	15.495	100	78,2	100

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

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und -Berechnung 2023

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 geplanten EDEKA-Marktes am Standort An der Zuckerfabrik** werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen **folgende Annahmen** getroffen:

- Der EDEKA-Lebensmittelmarkt wird an seinem Verlagerungsstandort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.850 m² (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café⁴⁴) nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 7,8 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 6,6 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 1,1 – 1,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Da eine **Nachnutzung des Altstandortes** an der Bahnhofsstraße durch einen Lebensmittelmarkt baurechtlich nicht auszuschließen ist wird gutachterlich eine Neu-Ansiedlung geprüft.
- Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**, somit auch den durch einen Wettbewerber nachgelegten Bestandsstandort des heutigen EDEKA-Marktes. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte bzw. Lebensmittelvollsortimenter und nur untergeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).
- Bezüglich den **Randsortimenten** (Nonfood I und II) von EDEKA 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 des Lebensmitteleinzelhandels stärker betroffen sein werden und weniger betriebstypenfremde Anbieter wie Fachgeschäfte.

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

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft / Umsatzumverteilung		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €	Umsatzum- verteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	im Einzugsgebiet Osterwieck	22,3 – 22,4	2,4 – 2,5	12
	davon NVL Bahnhofstraße	14,8	2,0 – 2,1	13 – 14
	davon ZVB Altstadt	< 1	< 0,1	n. n.
	davon sonstige Lagen Kernstadt	3,8 – 3,9	0,3	7 – 8
	im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes	57,9	4,2	7
	Schladen-Werla	24,1 – 24,2	2,0	8 – 9
	davon ZVB/NVL BMA	20,5 – 20,6	1,8 – 1,9	8 – 9

⁴⁴ Die Verkaufsfläche bleibt i. W. gleich, sodass die Bäckerei in den Berechnungen umverteilungsneutral in Bezug auf die Umsätze bewertet wird.

	<i>davon sonstige Lagen</i>	3,6	0,1 – 0,2	4 – 5
	Goslar-Vienenburg	24,0	1,7	7
	<i>davon ZVB Vienenburg-Mitte</i>	9,3 – 9,4	0,4 – 0,5	4 – 5
	<i>davon Fachmarktstandort Wiedelahe Str.</i>	13,8 – 13,9	1,2 – 1,3	8 – 9
	Huy	4,0 – 4,1	0,2	4 – 5
	Nordharz	5,6 – 5,7	0,2 – 0,3	5
	im Untersuchungsraum insgesamt	78,2	6,6	8 – 9
	Umsatz EDEKA-Markt im Lebensmittelbereich	-	6,6	-
Nichtlebensmittelbereich	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	-	1,1 – 1,2	n. n.
	Umsatz EDEKA-Markt im Nichtlebensmittelbereich	-	1,1 – 1,2	-
Umsatz EDEKA-Markt insgesamt		-	7,8	-

n.n. = nicht nachweisbar

ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Berechnungen 2023

2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

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

- 
Insgesamt werden bei einem derzeitigen Umsatz der betroffenen Wettbewerber im gesamten Untersuchungsraum i. H. von ca. 78,2 Mio. € ca. 6,6 Mio. € des Bestandsumsatzes bei Nahrungs- und Genussmitteln umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer Umsatzumverteilungsquote von 8 – 9 %. Aus dem Verlagerungsvorhaben von EDEKA resultieren demnach insgesamt akzeptable wettbewerbliche Effekte.
- 
Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich werden dabei erwartungsgemäß gegenüber den in Osterwieck gelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkten zu erwarten sein, gleichwohl diese als Lebensmitteldiscounter nur bedingt im Wettbewerb mit dem Supermarkt EDEKA stehen.

 - Die höchsten Umsatzumverteilungswirkungen sind innerhalb der Nahversorgungslage an der Bahnhofstraße zu erwarten, die Umsatzrückgänge dürften bei ca. 13 – 14 % liegen. Hiervon wird primär der weitergenutzte Bestandsmarkt von EDEKA betroffen sein, der gegenüber dem neuen Markt deutlich schlechtere Objektrahmenbedingungen aufweist und kaum erweiterbar ist. Der Aldi-Discounter wird wenig betroffen sein, zumal er von Agglomerationseffekten profitiert. Hier handelt es sich ausschließlich um wettbewerbliche Effekte. Da Aldi 2018 seinerseits aus dem bestehenden Standortverbund des Fachmarktzentrums in einen eigens errichteten Neubaus auf einer freien Potenzialfläche verlagert hat, wobei ebenfalls eine Verkaufsflächenerweiterung stattgefunden hat, handelt es sich zudem um eine teilweise Rückholung von zuvor zu Lasten EDEKAs umverteilten Umsätze. Der Aldi-Markt stellt sich aber bereits heute als der leistungsfähigste Lebensmittelbetrieb in Osterwieck dar, so dass von einer soliden Umsatzsituation

auszugehen ist. Eine Betriebsschließung in Folge des Vorhabens von EDEKA ist hier nicht zu erwarten.

- Sollte am heutigen EDEKA-Standort stattdessen ein Anbieter aus dem Nicht-Lebensmittelbereich die Nachfolge des Lebensmittelmarktes antreten sinkt die Umverteilungsquote auf lediglich 4 – 5 %, die vor allem gegenüber dem Aldi-Markt wirksam würden. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass EDEKA seinen bisherigen Umsatz weiterhin vollständig auf sich vereinen kann. Ungeachtet dessen würde sich die Nahversorgungssituation in Osterwieck damit nicht verschlechtern, indem mit dem Neubau von EDEKA ein moderner und attraktiver Einkaufsmarkt als Ersatz entsteht. Somit können auch weiterhin durch die Osterwiecker Bevölkerung Lebensmittelmärkte fußläufig erreicht werden, wobei EDEKA den bestehenden Aldi-Standort an der Bahnhofstraße auch weiterhin ergänzt. **Insgesamt verbessert sich auch bei einer ausbleibenden Nachbelegung des Altstandortes von EDEKA die Angebotssituation in Osterwieck sowohl quantitativ als auch qualitativ, wobei eine Beeinträchtigung der Nahversorgung auszuschließen ist.**
- Gegenüber sonstigen Lagen und vor allem gegenüber dem **Netto-Discounter** Am Langenkamp werden hingegen ca. 8 – 9 % Umsatzumverteilung zu erwarten sein, wobei dieser den Umsatzrückgang verkraften wird; bei einer ausbleibenden Nachbelegung des EDEKA-Standortes an der Bahnhofstraße sinkt die Umverteilung auf rd. 2 %. Der Netto-Markt stellt sich aber bereits heute als ausreichend leistungsfähiger Lebensmittelbetrieb in Osterwieck dar, so dass von einer ausreichenden Umsatzsituation auszugehen ist. Eine Betriebsschließung ist hier nicht zu erwarten.
- Gegenüber **kleinteiligen Fachanbietern innerhalb des Einzugsgebietes** und vor allem gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich in der Osterwiecker Altstadt werden keine gutachterlich nachweislichen Größenordnungen einer Umsatzumverteilung (< 0,1 Mio. €) auftreten. Die vorhandenen Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Dorfladen) werden nachweislich nicht tangiert, so dass auch keine aus dem Vorhaben resultierenden Geschäftsschließungen zu erwarten sind.

■ Weiterhin werden durch das Verlagerungsvorhaben von EDEKA in Osterwieck auch **außerhalb des Einzugsgebietes** im Untersuchungsraum Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst. So ist festzuhalten, dass die wesentlichen Systemwettbewerber im Lebensmittelvollsortiment insbesondere in den umliegenden Einkaufsorten Schladen-Werla und Goslar-Vienenburg anzutreffen sind. Insgesamt wird der größere Umsatzanteil von EDEKA in Osterwieck somit außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt, was sich im Wesentlichen als Kaufkraftrückholung von aktuell aus Osterwieck abfließender Kaufkraft äußert.

■ Gegenüber der **Nahversorgungslage in Schladen an der Hermann-Müller-Straße** (u. a. Lidl, REWE, Aldi Nord) werden ca. 8 – 9 % Umsatzumverteilung zu erwarten sein. Hier ist v. a. REWE als systemgleicher Markt zu nennen, der die größten Konzeptüberschneidungen mit dem geplanten EDEKA-Markt in Osterwieck aufweist. Ergänzend ist auf Lidl und Aldi sowie einigen ergänzenden Einzelhandel hinzuweisen. Insgesamt ist allerdings keine Geschäftsaufgabe zu befürchten, so dient der Standort im Wesentlichen der gesamtstädtischen Versorgung von Schladen-Werla, wobei diese Kaufkraftbasis durch das

Verlagerungsvorhaben in Osterwieck unberührt bleibt. **Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind auszuschließen.**

- 
Gegenüber Anbietern in der nach Goslar eingemeindeten ehemals eigenständigen Stadt **Vienenburg** werden insgesamt rd. 7 % Umsatzrückgang zu erwarten sein. Gegenüber dem **zentralen Versorgungsbereich Vienenburg-Mitte** liegt die Quote mit ca. 4 – 5 % allerdings niedriger, da der hier etablierte Lidl-Markt nur eingeschränkt im Wettbewerb mit dem Lebensmittelvollsortimenter EDEKA in Osterwieck steht und seinerseits sehr leistungsstark aufgestellt ist. Hingegen werden die am westlichen Stadtrand ansässigen Märkte des **Fachmarktstandortes** (insbesondere REWE, Penny, Aldi) mit ca. 8 – 9 % Umsatzumverteilung zu rechnen haben. Insgesamt ist aber auch hier keine Aufgabe eines Lebensmittelmarktes zu erwarten, so dass weder der zentrale Versorgungsbereich Vienenburg-Mitte noch die Nahversorgungsstandort bestandsgefährdet sind. **Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind zu verneinen.**
- 
Gegenüber solitär und zumeist in den dörflich geprägten Ortsteilen der umliegenden Städte und Gemeinden **Huy (Penny Badersleben) und Nordharz (NP - Niedrig Preis Stapelburg und Wasserleben) gelegenen Anbietern** werden jeweils ca. 4 – 5 % Umsatzumverteilung zu erwarten sein. Eine Existenzbedrohung durch das Verlagerungsvorhaben in Osterwieck ist aber auch hier nicht zu sehen, so dass eine Gefährdung dieses Anbieters nicht absehbar ist.
- 
Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,7 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie Fachmärkten und Fachgeschäften im Untersuchungsraum wirksam. 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 Untersuchungsraum nicht beeinträchtigt. Dies trifft sowohl auf Osterwieck als auch auf angrenzende Ortsteile der umliegenden Städte und Gemeinden Huy, Nordharz, Schladen-Werla und Goslar-Vienenburg im Untersuchungsraum zu. Insgesamt kann mit der geplanten Neuansiedlung im Zuge der Verlagerung von EDEKA in einer auf die Größe und Einwohnerzahl der Stadt angepasste Dimensionierung von ca. 1.850 m² VK die Versorgungssituation im Grundzentrum Osterwieck nachhaltig verbessert werden und derzeit abfließende Umsätze im Stadtgebiet gebunden werden. **Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe 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 verbrauchernahe 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 verbrauchernahe 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 [...].“*

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Planvorhaben am Standort An der Zuckerfabrik hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Das Planvorhaben dient der Grundversorgung**, da das Sortiment des geplanten EDEKA-Marktes schwerpunktmäßig Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst.
- Innerhalb des Einzugsgebietes** treten zwar deutliche wettbewerbliche Effekte auf, wobei hier dennoch kein Wettbewerber im Bestand gefährdet ist. Auch im Falle einer ausbleibenden Nachbelegung des in die Jahre gekommenen Bestandsstandort von EDEKA durch einen etwaigen Mitbewerber würde keine Verschlechterung der verbrauchernahe Versorgung in Osterwieck zur Folge haben, da der projektierte EDEKA-Markt seiner tradierten Versorgungsfunktion aus funktionaler und räumlicher Sicht auch weiterhin übernimmt und seine bereits heute generierten Umsätze vollumfänglich binden können würde. So verbessert sich in jedem Fall die qualitative Angebotssituation im Grundzentrum Osterwieck deutlich, wobei weiterhin mit EDEKA, Aldi Nord und Netto Marken-Discount drei Nahversorger für Osterwieck zur Verfügung stehen. Eine Schädigung des Stadtkerns Osterwieck ist aufgrund des hier fehlenden Angebotes ohnehin vollständig auszuschließen.
- Außerhalb des Einzugsgebietes werden im Untersuchungsraum** Kaufkraftrückholeffekte von derzeit abfließenden Umsätzen zu verzeichnen sein. Diese äußern sich in Umsatzrückgängen bei den Wettbewerbern und vor allem gegenüber den nächstgelegenen Lebensmittelvollsortimentern (i. W. Rewe) in Schladen (Schladen-Werla) und Vienenburg (Goslar). Die Höhe der Umsatzumverteilungen liegt hier aber mit unter 10 % auf einem städtebaulich verträglichen Niveau. Betriebsschließungen strukturprägender Nahversorger in den genannten Umlandstädten sind vollständig auszuschließen. Weiterhin ist eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vollständig zu verneinen.
- Im Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 1,1 – 1,2 Mio. € nicht zu Beeinträchtigungen bei der Nahversorgung oder der Funktion von zentralen Versorgungsbereichen führen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	▪ Verlagerung eines EDEKA-Lebensmittelmarktes in Osterwieck am Standort „An der Zuckerfabrik“, Neubau mit ca. 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Backerei-Café). ▪ Städtebaulich integrierte Lage im östlichen Siedlungsbereich von Osterwieck, Anschluss an Wohnbebauung in einiger Entfernung, auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete sowie Grundversorgungsfunktion für die Gesamtstadt.
Rechtsrahmen	▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO ▪ Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010
Standortrahmenbedingungen Stadt Osterwieck bzw. Osterwieck	▪ Makrostandort: Grundzentrum Osterwieck, ca. 11.012 EW (Stadt Osterwieck) ▪ Einzelhandelsstrukturen: aktuell nur ein Supermarkt (EDEKA) und zwei Discounter in Osterwieck vorhanden (Netto Marken-Discount, Aldi Nord), ergänzend nur wenige kleinteilige Fachgeschäfte in Osterwieck, deutliche Kaufkraftabflüsse aus Osterwieck u. a. nach Schladen (Schladen-Werla) und Vienenburg (Goslar).
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Einzugsgebiet: Naheinzugsgebiet (Zone I), übriger Kernort Osterwieck und angrenzende Ortsteile (Zone II) und übriges Stadtgebiet Osterwieck (Zone III). ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 11.000 Personen, davon Zone I: ca. 2.500, Zone II: ca. 3.500 Einwohner, Zone III: ca. 5.000 Einwohner. ▪ Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 29,2 Mio. €
Umsatzerwartung	▪ Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.850 m² VK (zzgl. ca. 150 m² Bäckerei-Café): ca. 7,8 Mio. €, davon ca. 6,6 Mio. € Food und ca. 1,1 – 1,2 Mio. € Nonfood.
Umsatzumverteilungseffekte bei Neuansiedlung in %	▪ innerhalb von Osterwieck: max. 13 – 14 (Bahnhofstr.) ▪ im ZVB Altstadt Osterwieck: n. n. ▪ im ZVB/NVL BMA, Schladen-Werla: ca. 9 ▪ im ZVB Vienenburg-Mitte: ca. 4 – 5 ▪ im Fachmarktstandort Wiedelahe Str.: ca. 9
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	▪ Durch die geplante Verlagerung bzw. Neu-Ansiedlung von EDEKA wird sich die Versorgungssituation in Osterwieck bzw. in Osterwieck deutlich verbessern. Da in der Folge der Verlagerung von EDEKA die zeitnahe Nachbelegung des bestehenden Lebensmittelmarktes nicht auszuschließen ist wird durch die folglich als Neuansiedlung zu wertende Verlagerung von EDEKA ein zusätzliches Versorgungsangebot im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel geschaffen, wobei Kaufkraftabflüsse an umliegende Einzelhandelsstädte deutlich verringert werden können. ▪ Sollte der Altstandort zukünftig nicht durch einen Wettbewerber nachbelegt werden ist davon auszugehen, dass EDEKA seinen bereits heute am Standort Bahnhofstraße generierten Umsatz von ca. 6,0 – 6,1 Mio. € wird vollständig absorbieren können. ▪ Dennoch werden innerhalb von Osterwieck deutliche Umsatzumverteilungseffekte auftreten, die jedoch einen Fortbestand der Wettbewerber an den jeweiligen Standorten nicht in Frage stellen. Ungeachtet dessen entstehen auch im Falle einer ausbleibenden Nachbelegung des heutigen EDEKA Standortes in Osterwieck keine Versorgungslücken, da der neue EDEKA-Standort seine bestehende Versorgungsfunktion weiterhin erfüllt. Eine Beeinträchtigung der Nahversorgung in Osterwieck ist zu verneinen. ▪ Darüber hinaus werden keine strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet bzw. im Umland gefährdet. Negative Auswirkungen auf die Nahversorgung sowohl in Osterwieck als auch in den von Umsatzumverteilungen betroffenen Nahversorgungslagen und zentralen Versorgungsbereichen von Schladen (Schladen-Werla) und Vienenburg (Goslar) sowie den solitär gelegenen Nahversorgern in

	den an Osterwieck angrenzenden Ortsteilen von Huy und Nordharz sind auszu-schließen. Es werden keine zentralen Versorgungsbereiche in den umliegenden Städten und Gemeinden in ihrer funktionellen Entwicklung beeinträchtigt. Insgesamt sind schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO durch das Planvorhaben nicht zu erwarten.
Raumordnerische Bewertung	▪ Das Vorhaben von EDEKA am Standort An der Zuckerfabrik in Osterwieck ist voll-ständig kompatibel mit den Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2010.

GMA-Zusammenstellung 2023

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Mikrostandort Bahnhofstraße / An der Zuckerfabrik	19
Karte 2:	Einzugsgebiet des geplanten EDEKA-Supermarktes am Standort An der Zuckerfabrik in Osterwieck	22
Karte 3:	Projektrelevante Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	11
Tabelle 2:	Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes	25
Tabelle 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum nach Lagen	38
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lageplanentwurf EDEKA-Markt in Osterwieck	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2021	9
Abbildung 3:	Zentraler Versorgungsbereich Osterwieck	35
Abbildung 4:	Zentraler Versorgungsbereich Vienenburg-Mitte	36
Abbildung 5:	Fachmarktstandort Vienenburg, Wiedelahe Straße	37