



Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung und Erweiterung eines EDEKA-Marktes in Freyburg (Unstrut), Kirschweg

AUFTRAGGEBER: Schröder Holding GmbH, Zeitz

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, den 22.01.2021

Urheberrecht

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



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

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
2. Darlegung des Rechtsrahmens	6
2.1 Baunutzungsverordnung (BauNVO)	6
2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	9
3.3 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	10
4. Daten zur Planung	11
II. Konzentrationsgebot	13
1. Makrostandort Freyburg (Unstrut)	13
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	15
III. Integrationsgebot	16
1. Mikrostandort Kirschweg	16
2. Bewertung des Integrationsgebotes	19
IV. Kongruenzgebot	20
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	20
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	23
3. Umsatzprognose für den verlagerten und erweiterten EDEKA Supermarkt	23
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	25
V. Beeinträchtigungsverbot	26
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	26
1.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	26
1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum	27
1.3 Wettbewerbssituation in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum	28
1.4 Zusammenfassung der Wettbewerbssituation	30

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	31
2.1 Methodik	31
2.2 Umsatzumverteilungen	32
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	33
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	35
VI. Nachnutzungsperspektive des Bestandsmarktes an der Merseburger Straße	37
VII. Zusammenfassung	39

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im November 2020 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden den Auftrag der Schröder Holding GmbH, Zeitz zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse im Rahmen der geplanten **Verlagerung von EDEKA in Freyburg (Unstrut)**. Aktuell ist der Bestandsmarkt von EDEKA Wallek an der Merseburger Straße 48 auf einer Verkaufsfläche (VK) von rd. 1.500 m² (inkl. Getränkemarkt) ansässig. Da dieser Markt nicht mehr den heutigen Kunden- und Betreiberanforderungen entspricht (u. a. Verkaufsflächengröße, Objektsituation, Verkehrsanlage, Logistik), soll er auf ein Grundstück ca. 250 m nördlich am Kirschweg verlagert werden. In diesem Zuge entsteht ein **moderner Neubau, wobei eine Größenordnung von ca. 1.800 – 1.900 m² VK** (inkl. Bäckerei-Café¹) avisiert wird (vgl. Kapitel I. 4).²

Das **Bestandsobjekt von EDEKA Wallek** an der Merseburger Straße 48 ist nach gutachterlicher Einschätzung in seiner heutigen Form nicht mehr für die Nachnutzung durch einen modernen Lebensmittelmarkt geeignet. Eine Wiederbelebung der Immobilie ohne wesentliche Umbauten oder gar einen Neubau ist daher nicht zu erwarten, so dass das Vorhaben von EDEKA faktisch als Verlagerung zu werden ist.³

Die Realisierung des Vorhabens am Kirschweg soll im Zuge der **Ausweisung des Areals als Sondergebiet Einzelhandel** erfolgen, wobei der Markt mit max. 1.900 m² VK (inkl. 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 Freyburg (Unstrut) bzw. in umliegenden Gemeinden zu untersuchen. Weiterhin sind bei der Prüfung auch die **Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen-Anhalt** zu berücksichtigen. Anhand der raumordnerischen Anforderungen (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot, Beeinträchtigungsverbot) gliedert sich die nachfolgende Untersuchung (vgl. Kapitel II - V.).

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

- Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und allgemeinen Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel
- Beschreibung des Makrostandortes Freyburg (Unstrut)
- Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Kirschweg“
- Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Freyburg (Unstrut) und Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

¹ Das geplante Bäckerei-Café inkl. Sitzbereich ist in Funktionseinheit mit EDEKA zu bewerten.

² Im Gutachten wird im Weiteren eine Größenordnung von max. 1.900 m² als worst case unterstellt.

³ Zur grundsätzlichen Nachnutzungsperspektive vgl. Kapitel VI.

- 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 Dezember 2020 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels durchgeführt. Zudem erfolgte eine Begehung relevanter Einzelhandelslagen im Einzugsgebiet sowie eine Begehung des Planstandortes. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Darlegung des Rechtsrahmens

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 im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

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

2.2 Landesplanung Sachsen-Anhalt

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

⁴ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert am 21.11.2017 (BGBl. I. S. 3787).

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

Der **regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2019**⁵ weist Freyburg (Unstrut) als Grundzentrum aus (Z 2). Hinsichtlich der räumlichen Abgrenzung des Grundzentrums Freyburg (Unstrut) ist der Planstandort „Kirschweg“ innerhalb des entsprechend abgegrenzten Bereiches des Zentralen Ortes gelegen (Regionalplan Beikarte 6a/b). Darüber hinaus wird im Regionalplan mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel folgendes festgelegt:

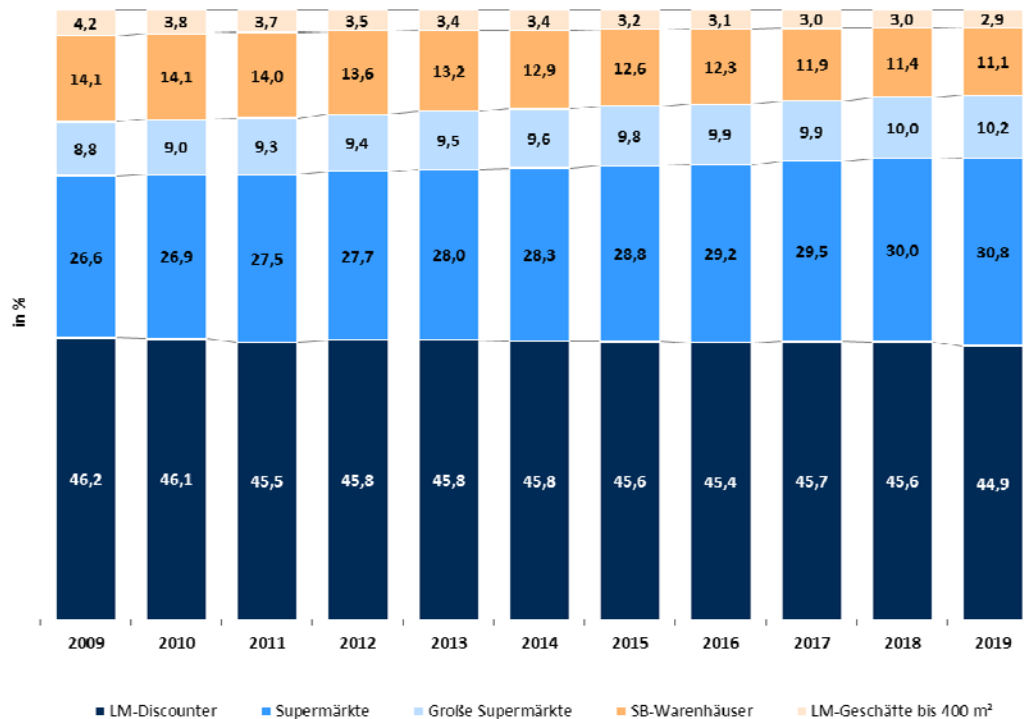
- Z** *In den unter Punkt 3.1.2.1. Z 2 festgelegten Grundzentren ist die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß Ziel 52 LEP LSA 2010 nur innerhalb ihrer räumlichen Abgrenzung zulässig.*
- G 1** *In Grundzentren ist auf eine maßvolle Erweiterung bzw. Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel zur Grundversorgung zu achten. Vor einer Neuinanspruchnahme von unversiegelten Flächen ist eine nachvollziehbare Alternativprüfung durchzuführen.*
- G 2** *Zur Sicherung der Grundversorgung in ländlichen Teilräumen mit Angebots- und Erreichbarkeitsdefiziten sollen alternative Nahversorgungsangebote unterstützt werden.*

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmittel-discounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

⁵ Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Sachlicher Teilplan „Zentrale Orte, Sicherung, und Entwicklung der Daseinsvorsorge sowie großflächiger Einzelhandel für die Planungsregion Halle“, 2019.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2009 – 2019



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2020, GMA-Darstellung 2021

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden einige der Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁶

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁷ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

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-Artikel⁸ führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 800 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes,

⁶ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020, Seite 363.

⁷ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁸ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der 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, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁹ 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 trennen:

- **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“** (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
 - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
 - **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.)¹⁰.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

⁹ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 363. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

¹⁰ Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, Köln 2018, S. 399.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 793 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute. In: handelsdaten aktuell 2020

Das **Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich** ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfood-Sektor verringern. So werden z. B. die Artikelanzahlen der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Biolebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten).

Weiterhin bewegen sich die **Vollsortimenter** z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zum stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.). Supermärkte weisen i. d. R. eine Verkaufsfläche von mindestens 1.000 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile **Verkaufsflächengrößen von 1.800 – 2.000 m² angestrebt** werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen auf diese Größe zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.3 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Auch im **Lebensmittelhandel** wird der demografische und technologische Wandel bestimmender Faktor bleiben. Wenngleich der technologische Wandel (Stichpunkt: Onlinehandel) für den restlichen Handel der zentrale Veränderungsfaktor sein wird, ist davon auszugehen, dass für den Lebensmittelhandel der **demografische Wandel** mit all seinen Konsequenzen¹¹ der **Haupt-einflussfaktor** bleiben wird. In der Konsequenz ist mittelfristig mit folgenden Veränderungen im Lebensmittelhandel zu rechnen:

- Alle relevanten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihre **Standortnetze** konsequent **optimieren** und **modernisieren**, bei fortsetzenden **Konzentrations- und Übernahmetendenzen**. Das beinhaltet neben der Erschließung

¹¹ Stichworte u. a. bunter und ältere Gesellschaft, heterogene Lebens- und Familienbilder, Zunahme der regionalen Disparitäten zwischen sich entleerenden ländlichen Regionen und überlasteten, erfolgreichen städtischen Regionen

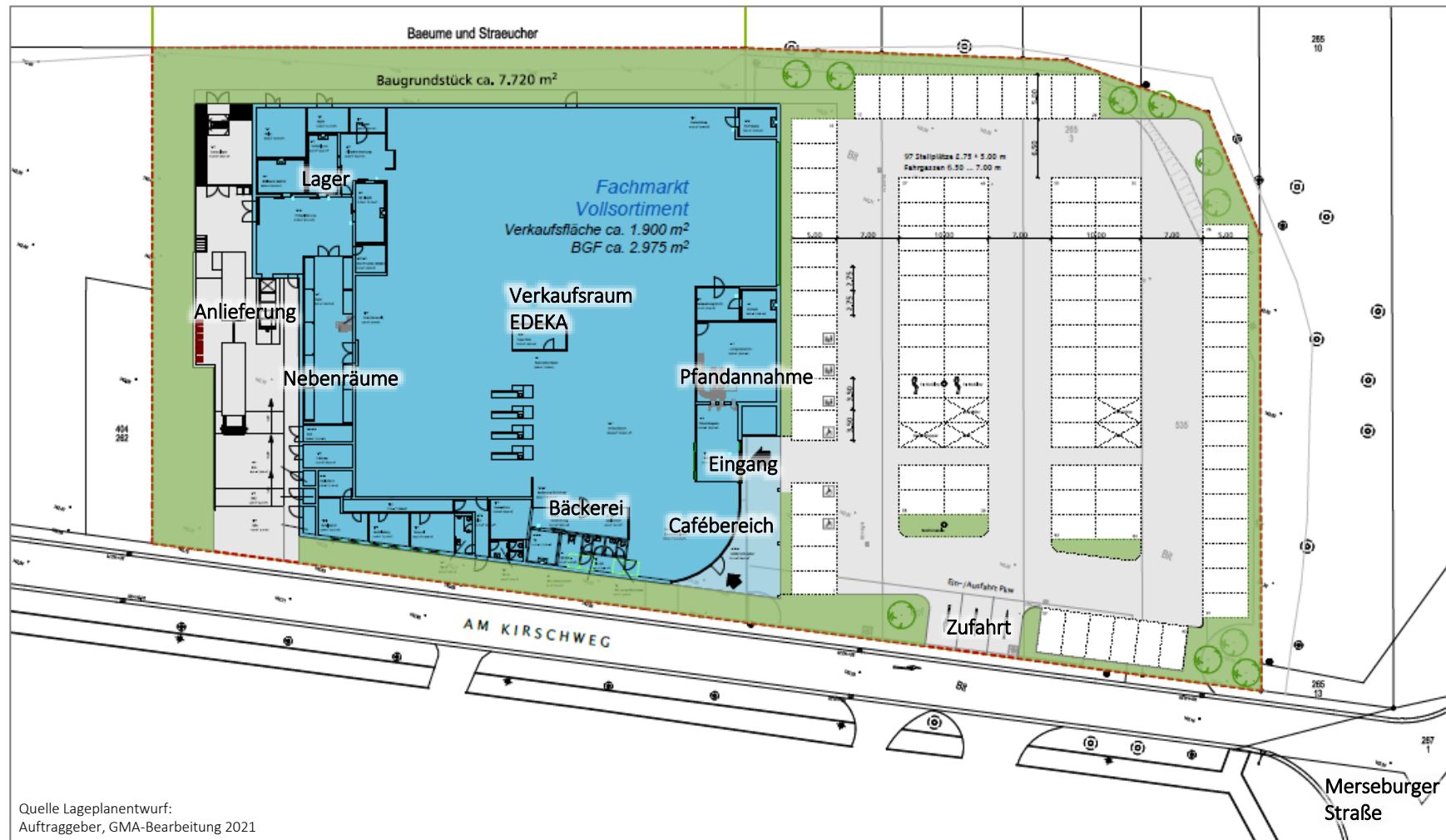
neuer Standorte v. a. die Optimierung des Bestandes durch Modernisierung. Priorität haben integrierte Standorte in den Ballungsräumen, wenngleich der ländliche Raum ebenfalls im Fokus steht, dies allerdings nur bei passenden Standortbedingungen.

- /// Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio**, **regionale Produkte**, **internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten zunehmend alle Betreiber entsprechende Sortimente an. Gleichzeitig hat sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ herausgebildet. Darüber hinaus werden **kleinere Verpackungsgrößen** und die Weiterentwicklung von **Convenience** ihren Beitrag zur Flächenentwicklung haben, ergänzt um **breitere Gänge** und **niedrigere Regalhöhen** (Stichwort: Barrierefreiheit, demografischer Wandel).
- /// Strukturveränderungen werden sich letztlich auch aus dem **Thema Onlinehandel** ergeben. Allerdings war der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen) konzentriert. Für den Bereich der schnelllebigen Konsumgüter (FMCG) lag der Anteil des Onlinehandels im Jahr 2018 bei ca. 2,2 %, wobei der Lebensmitteleinzelhandel dabei nochmals niedriger liegt. Aktuell widmen sich einige Händler dem Thema, wobei v. a. Großstädte in den Blick genommen werden. Andere Anbieter haben zuletzt ihre Bemühungen im online-Geschäft zurückgefahren. Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile verschieben werden, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland.

4. Daten zur Planung

Die **Projektplanung** sieht die Verlagerung des aktuell am Standort Merseburger Straße 48 bestehenden EDEKA-Marktes Wallek an den Planstandort Kirschweg vor, wobei eine Nachnutzung des Bestandsobjektes durch einen anderen Lebensmittelbetrieb nicht vorgesehen ist (vgl. Kapitel VI). Das Projektgrundstück für den geplanten Marktneubau ist im östlichen Teil aktuell durch ein leerstehendes Autohaus und zugehörige versiegelte Park- und Verkehrsflächen belegt. Das Autohaus wird in diesem Zuge zurückgebaut. Der westliche Grundstücksteil ist eine Freifläche. Die Immobilie des EDEKA-Marktes soll zukünftig im westlichen Grundstücksteil errichtet werden. Im Eingangsbereich ist u. a. die Unterbringung eines großzügigen Bäckereicafés geplant, welches in Funktionseinheit mit dem EDEKA-Markt zu sehen ist. Die zugehörigen Kundenstellplätze entstehen östlich vorgelagert in Richtung Merseburger Straße hin exponiert. Der Kunden- und Lieferverkehr soll über Zufahrten vom Kirschweg aus abgewickelt werden (vgl. Karte 1).

Karte 1: Lageplanentwurf Projektstandort Kirschweg



II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Freyburg (Unstrut)

Die **Stadt Freyburg (Unstrut)** liegt im Süden Sachsen-Anhalts im Burgenlandkreis und ist Teil bzw. Verwaltungssitz der Verbandsgemeinde Unstruttal. Von der Regionalplanung¹² ist Freyburg (Unstrut) derzeit als Grundzentrum ausgewiesen. Damit übernimmt die Stadt wichtige (Grund-)Versorgungsaufgaben für die ortsansässige Bevölkerung und die des zugeordneten Verflechtungsbereiches.¹³ Das nächstgelegene Mittelzentrum Naumburg (Saale) liegt rd. 7 km südlich. Halle (Saale) als Oberzentrum befindet sich rd. 35 km nordöstlich von Freyburg (Unstrut) (vgl. Karte 2).

Derzeit leben **rd. 4.570 Einwohner** in **Freyburg (Unstrut)**¹⁴. Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in der Vergangenheit negativ. So schrumpfte die Bevölkerung seit dem Zensus 2011 um rd. 370 Personen (ca. 7,5 %).¹⁵ Gemäß der 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt für die Stadt Freyburg (Unstrut) wird diese bis zum Jahr 2030 ca. 11 % ihrer Bevölkerung gegenüber heute verlieren¹⁶.

Siedlungsstrukturell besteht die Stadt neben der Kernstadt Freyburg (Unstrut) aus den Ortsteilen Dobichau, Nißnitz, Pödelist, Schleberoda, Weischütz, Zeuchfeld und Zscheiplitz. Freyburg liegt an der Unstrut innerhalb des Weinbaugebietes Saale-Unstrut. Neben den Siedlungsbereichen wird das Stadtgebiet durch Waldgebiete (u. a. Alte und Neue Göhle), Landwirtschaftsflächen sowie das Unstruttal mit ihren Weinanbauflächen geprägt.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Freyburg (Unstrut) für den Individualverkehr ist als gut einzustufen. So binden die Bundesstraßen B 176 (Bad Bibra – Weißenfels) und B 180 (Naumburg (Saale) – Querfurt) Freyburg an das Fernstraßennetz an. Die nächstgelegenen Anschlussstellen an die Bundesautobahnen A 9 und A 38 sind rd. 20 bis 25 km entfernt. Innerhalb des Stadtgebietes binden mehrere Landes-, Kreis- und Gemeindestraßen die Ortsteile an die Kernstadt an. In diesem Zusammenhang ist auf die Ortsumgehung im Zuge der B 176 / B 180 hinzuweisen, welche Entlastungswirkung für die Freyburger Kernstadt übernimmt. An den **ÖPNV** ist Freyburg (Unstrut) u. a. über den örtlichen Bahnhof angebunden. Es bestehen Regionalverbindungen nach Naumburg (Saale) und Nebra. Darüber hinaus binden mehrere Buslinien die Stadt an die umliegenden Gemeinden an bzw. verbinden die Ortsteile.

Die **Einzelhandelsstruktur** von Freyburg (Unstrut) wird im Wesentlichen durch den Einzelhandelsbesatz der Kernstadt geprägt. Die historische Altstadt Freyburg (Unstrut) weist in diesem Zusammenhang lediglich kleinteilige Einzelhandelsstrukturen auf, wobei u. a. Angebote der Nahversorgung sowie mit touristischer Ausprägung vorherrschen.

¹² Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, Sachlicher Teilplan „Zentrale Orte, Sicherung, und Entwicklung der Daseinsvorsorge sowie großflächiger Einzelhandel für die Planungsregion Halle“, 2019.

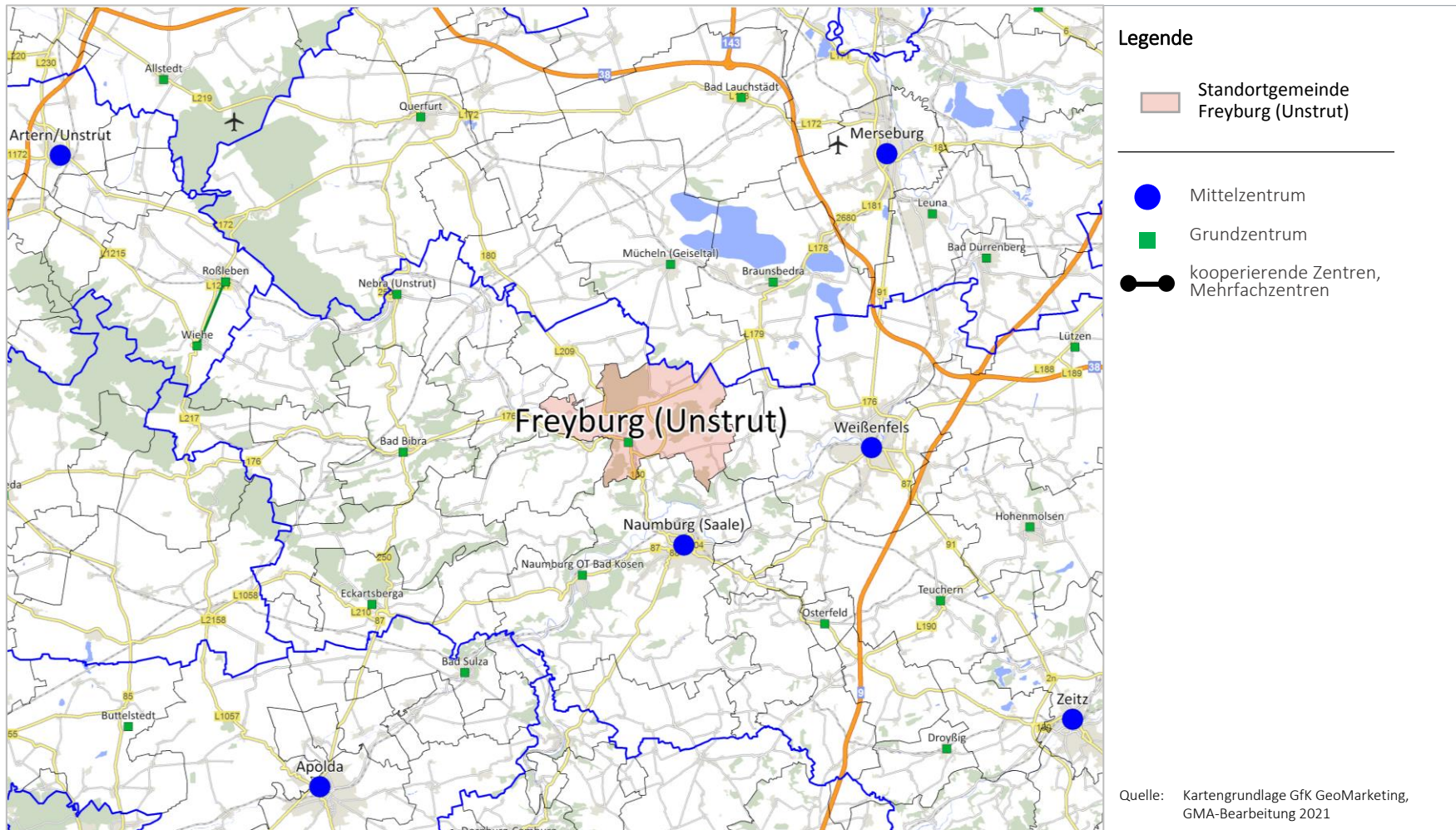
¹³ Dem Grundversorgungsbereich von Freyburg (Unstrut) gehören die Gemeinde Goseck sowie Teile der umliegenden Gemeinden Balgstädt, Karsdorf, Laucha a. d. Unstrut, Mücheln, Gleina und Naumburg (Saale) an; vgl. Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle, S. 71, Abgrenzung gemäß generalisiertem grundzentralen Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes Freyburg (Unstrut).

¹⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2019.

¹⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand 09.05.2011, rd. 4.940 Einwohner.

¹⁶ 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose, Basis 2014, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Prognose 2030 für die Stadt Freyburg (Unstrut): rd. 4.080 Einwohner.

Karte 2: Lage von Freiburg (Unstrut) und zentralörtliche Struktur der Region



Als Besonderheit ist hier sowie im übrigen Stadtgebiet auf mehrere Verkaufsstellen für Wein hinzuweisen. Die wesentlichen **Nahversorgungsstrukturen** i. S. strukturprägender Lebensmittelmärkte befinden sich im nördlichen Kernstadtgebiet an der Merseburger Straße (u. a. EDEKA Wallek, Aldi) sowie südlich der Unstrut (Netto, An der Schleuse). In den sonstigen Siedlungsbereichen sowie Ortsteilen sind allenfalls ergänzende Nahversorgungsangebote vorhanden.

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

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

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

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

Da der Planstandort von EDEKA am Kirschweg im Grundzentrum Freyburg (Unstrut) liegt, **wird das Konzentrationsgebot erfüllt, sofern auch das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigerungsverbot eingehalten werden.**

Der Planstandort „Kirschweg“ liegt des Weiteren innerhalb des räumlich abgegrenzten Bereiches des Zentralen Ortes Freyburg (Unstrut).¹⁷

¹⁷ vgl. regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2019, Beikarte 6a/b.

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 Kirschweg

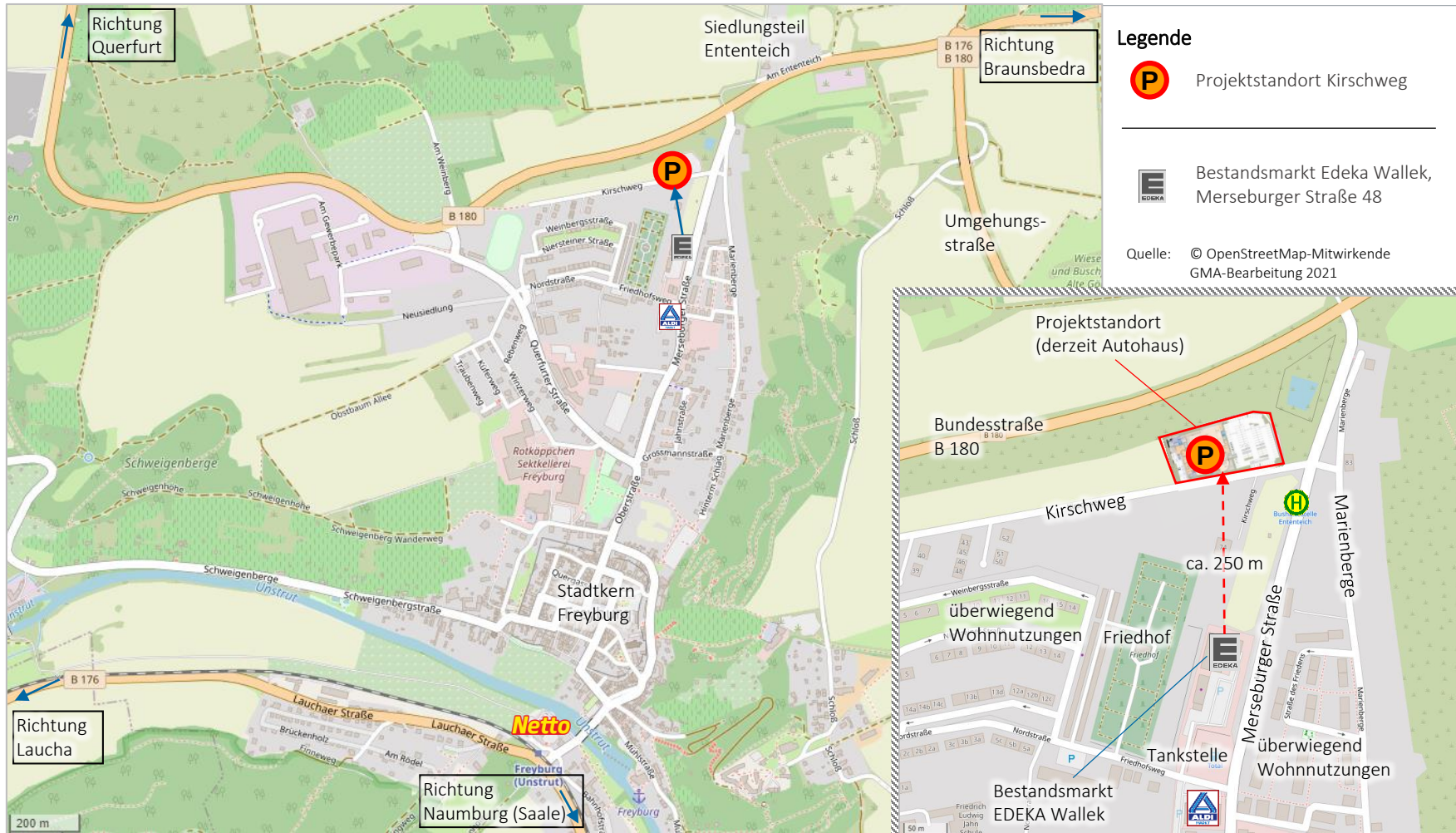
Der **Projektstandort**, an den der EDEKA-Markt verlagert werden soll, befindet sich am Kirschweg im Nordwesten des namensgebenden zentralen Ortsteils der Stadt Freyburg (Unstrut). Das Projektgrundstück wird im Süden durch den Verlauf des Kirschweges begrenzt. Westlich befindet sich eine Freifläche, wobei hier ein Teil für das EDEKA-Vorhaben überbaut wird. Östlich schließt sich hinter einer Wiese bzw. einem eingehegten Regenrückhaltebecken die Merseburger Straße an. Nördlich befindet sich eine durch Baumbewuchs geprägte Fläche, wobei die Bundesstraße B 180 ca. 50 m nördlich verläuft und die Kernstadt Freyburg umgeht.

Das **Standortumfeld** wird nach Süden, jenseits des Kirschweges, durch eine Freifläche, ein als Parkplatz des ehemaligen Autohauses genutztes Areal bzw. ein im Bau befindliches Wohngebiet geprägt. Der Kirschweg stellt hier die Erschließung der Eigenheimsiedlung in Richtung des Friedrich-Ludwig-Jahn-Sportparks im Osten her. Weiter südlich schließt sich ein verdichtetes Wohngebiet aus mehrgeschossigen Plattenbauten im Bereich Nordstraße / Niersteiner Straße / Weinbergstraße an. Ebenfalls südlich ist der Friedhof Freyburg gelegen. Im Bereich der Merseburger Straße ist zunächst eine landwirtschaftlich genutzte Fläche vorhanden, wobei sich der Bestandsmarkt von EDEKA Wallek ca. 250 m südlich befindet. Die Ostseite der Merseburger Straße bzw. an der Straße „Marienberge“ sind weitere zusammenhängende Wohnsiedlungsbereiche von Freyburg (Unstrut) ausgeprägt. Diese setzen sich bis zum Ende der Ortslage Freyburg nordwestlich des Planstandortes von EDEKA fort. Hier endet die zusammenhängende Wohnbebauung an der B 180, wobei weiter nördlich agrarisch genutzte Flächen und der Siedlungsteil Ententeich anschließen (vgl. Karte 3).

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird primär über die Merseburger Straße hergestellt, die zum einen der Anbindung der Freyburger Altstadt an die nördlich verlaufende Bundesstraße B 180 dient und zum anderen zur Erschließung der nördlichen Siedlungsbereiche von Freyburg dient. Die Zufahrt zum Projektareal ist vom Kirschweg aus in unmittelbarer Nähe zum Kreuzungsbereich Merseburger Straße eingerichtet. In diesem Zusammenhang ist der Standort sowohl aus der Freyburger Kernstadt bzw. Altstadt als auch aus den umliegenden Ortsteilen, die über die Bundesstraßen B 180 und B 176 erschlossen werden, gesichert. Darüber hinaus sind auch die südlich bzw. jenseits der Unstrut gelegenen Freyburger Ortsteile bzw. z. T. angrenzende Gemeinden über die Umgehungsstraße gut erreichbar.

Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** wird durch die Bushaltestelle „Ententeich“, die sich unmittelbar am Planstandort in der Merseburger Straße befindet, grundsätzlich hergestellt. Allerdings ist diese gemäß Fahrplanaushang nur rudimentär frequentiert. Der Busbahnhof Kirschweg ist darüber hinaus in rd. 600 bis 700 m Entfernung gerade noch fußläufig erreichbar. Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen (u. a. Marienberge, Merseburger Straße, Kirschweg) über Fußwege entlang der genannten Straßen gewährleistet. Ein Durchgang zur südlich liegenden Plattenbausiedlung ist zwischen Kirschweg und Weinbergstraße eingerichtet.

Karte 3: Lage des Projektstandortes „Kirschweg“ und Umfeldnutzungen





Planstandort „Kirschweg“



Leerstand Autohaus



Bushaltestelle „Ententeich“



Wohnbebauung Marienberge östlich



Neubaugebiet Kirschweg



Bestandsmarkt EDEKA Wallek, Merseburger Straße



Wohnbebauung Kirschweg östlich / Plattenbaugebiet
Weinbergstraße im Hintergrund



Freifläche und Wohnhäuser südlich des Planstandortes

GMA-Aufnahmen 2021

Zusammengefasst kann der Planstandort Kirschweg als städtische Randlage eingestuft werden. Er liegt innerhalb des regionalplanerisch abgegrenzten Zentralen Ortes Freyburg (Unstrut) und ist somit als integriert zu bewerten. In diesem Zusammenhang befinden sich die zusammenhängenden Wohngebiete der Kernstadt östlich der Merseburger Straße / Marienberge sowie südlich am Kirschweg. Durch die hier geplante bzw. im Bau befindliche Wohnbebauung wird die siedlungsstrukturelle Integration verbessert. Darüber hinaus ist der Standort

sowohl aus der Kernstadt Freyburg (Unstrut) als auch aus den Ortsteilen der Stadt bzw. aus den Gemeinden des grundzentralen Verflechtungsbereiches verkehrlich günstig zu erreichen. Er dient damit auch einer Vermeidung von überörtlichen Verkehren /Durchgangsverkehren durch die Kernstadt bzw. die Altstadt und verfügt grundsätzlich auch über einen Anschluss an das Gehwegenetz und 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 Kirschweg vor dem Hintergrund des Integrationsgebotes wie folgt zu bewerten:

- Aus **räumlich-städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Standort trotz seiner Siedlungsrandlage um einen integriert gelegenen Nahversorgungsstandort, der auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete südlich und östlich übernimmt.
- Diesbezüglich befindet er sich innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Ortes Freyburg (Unstrut) gem. **regionalem Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2019** (Beikarte 6a/b).
- Schließlich verfügt der Standort über eine **Anbindung an den ÖPNV** sowie an das bestehende Fußwegenetz.

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

IV. Kongruenzgebot

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

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den verlagerten EDEKA Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

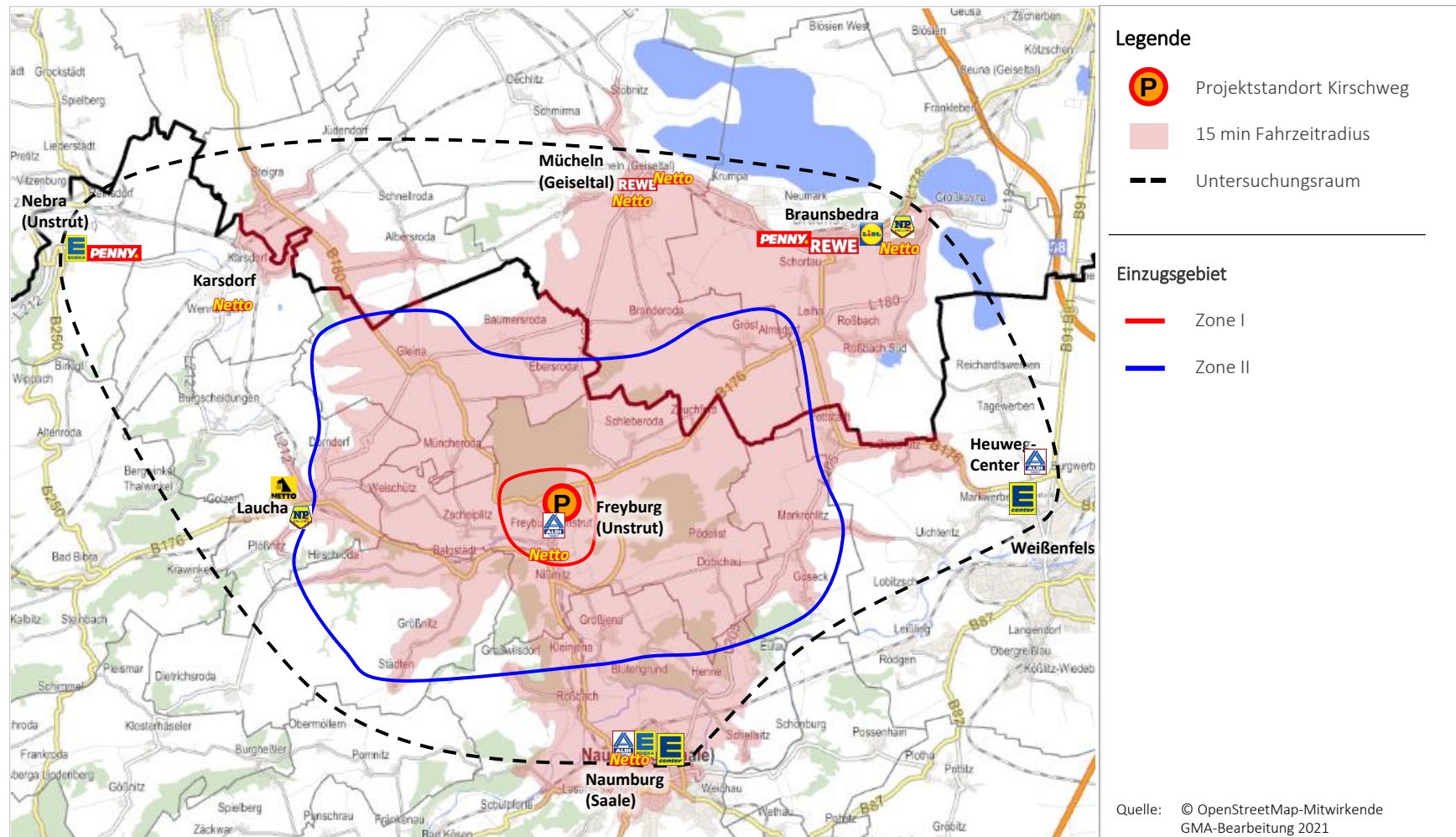
Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 4).

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes des verlagerten und erweiterten EDEKA-Marktes mit künftig max. 1.900 m² VK (inkl. Bäckerei-Café) werden in vorliegender Untersuchung **folgende Kriterien** herangezogen:

- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Bekanntheit und Akzeptanz** des Bestandsmarktes von EDEKA, Merseburger Straße
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// **Filialnetz** des Betreibers
- /// **Anziehungskraft** des Makrostandorts Freyburg (Unstrut) (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, touristische Bedeutung)
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹⁸

¹⁸ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 4: Einzugsgebiet des verlagerten und erweiterten EDEKA-Marktes in Freiburg (Unstrut) und relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben am Standort „Kirschweg“ folgendes **Einzugsgebiet** abgrenzen:

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	Kernort Freyburg (Unstrut)	3.490
Zone II	übrige Ortsteile von Freyburg, Teile umliegender Gemeinden im regionalplanerischen Verflechtungsbereich	6.810
Einzugsgebiet insgesamt		10.300

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2019; Berechnung der Einwohner auf Ortsteilebene mit WiGeo-WebGIS auf Basis von GfK-Daten nach Geomarkets; GMA-Berechnungen 2021

Das **Einzugsgebiet** für den verlagerten und erweiterten EDEKA-Markt umfasst im **Kern (Zone I)** zunächst die Kernstadt Freyburg (Unstrut). Hier ist davon auszugehen, dass der Standort aus den nördlichen Siedlungsbereichen auch noch fußläufig erreicht werden kann. Darüber hinaus ist der Standort über die Merseburger Straße auch mit dem Pkw bzw. per Fahrrad schnell zu erreichen. Insgesamt werden hier deutlich ausgeprägte Kundenorientierungen an den Planstandort zu erwarten sein, die sich in einem hohen Marktanteil in Zone I widerspiegeln.

Das **erweiterte Einzugsgebiet (Zone II)** umfasst darüber hinaus die dörflichen Ortsteile von Freyburg (Unstrut) sowie umliegende Gemeinden bzw. Teile davon (u. a. Teile der Verbandsgemeinde Unstruttal). So zählen neben Goseck auch Teile von Balgstädt, Laucha a. d. Unstrut, Mücheln, Gleina und Naumburg (Saale) zur Zone II. Die Zone II orientiert sich an der Abgrenzung des regionalplanerischen Verflechtungsbereiches für das Grundzentrum Freyburg (Unstrut). Darüber hinaus können die Siedlungsbereiche binnen 15 Minuten Fahrzeit vom Planstandort aus erreicht werden (vgl. Karte 4).

Weiterhin begrenzt der Wettbewerb in den umliegenden Städten und Gemeinde mit eigenen Lebensmittelmärkten das Einzugsgebiet (vgl. Kapitel V.1.2). Hier ist insbesondere auf vergleichbar leistungsstarke Lebensmittelvollsortimenter hinzuweisen, wobei v. a. Naumburg (Saale), Weißenfels und Braunsbedra und eine weitere Einzugsgebietsausdehnung verhindern. Auch Rewe in Mücheln (Geiseltal) bzw. EDEKA in Nebra sind als betreibergleiche Vollsortimentsstandorte als begrenzend für das Einzugsgebiet von EDEKA in Freyburg (Unstrut) zu werten. Darüber hinaus erschöpft sich das Einzugsgebiet mit zunehmender Distanz vom Vorhabenstandort v. a. in Richtung Westen.

Dieses Einzugsgebiet erschließt der EDEKA-Markt heute nur zum Teil, was auf die Standortrahmenbedingungen (Wettbewerbsstruktur, Leistungsfähigkeit des Bestandsmarktes) zurückzuführen ist. So ist davon auszugehen, dass der moderne Neubau die Versorgungsbedeutung des Grundzentrums Freyburg (Unstrut) verbessert, so dass die Grundversorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich im Lebensmittelvollsortiment adäquat übernommen werden kann.

In geringem Umfang sind auch unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes, z. B. durch Pendler, Tages- oder Übernachtungsgäste der Jahn-, Wein- und Sektstadt zu erwarten. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streumsätze** in einem defensiven Ansatz i. H. v. ca. **7 % 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. € 6.210.¹⁹

Bezogen auf das konkrete Vorhaben von EDEKA in Freyburg (Unstrut), dessen Sortimentschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.285 €.²⁰

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²¹ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Freyburg (Unstrut) bei 91,0 und jeweils auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In den Gemeinden in Zone II des Einzugsgebiets liegt die Spanne zwischen 85,2 (Balgstädt) und 95,6 (Goseck) und damit ebenfalls unterdurchschnittlich. Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Food und Nonfood I** damit auf ca. **21,4 Mio. €**. Davon entfallen auf

/// Zone I: ca. 7,3 Mio. €

/// Zone II: ca. 14,1 Mio. €

Zusätzlich werden bei Supermärkten Anteile des Umsatzes mit **Randsortimenten** aus dem Nonfood I und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen bei Supermärkten bzw. bei EDEKA in der avisierten Größe bei ca. 15 %.

3. Umsatzprognose für den verlagerten und erweiterten EDEKA Supermarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des verlagerten und erweiterten EDEKA Supermarktes wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²² Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Planvorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Der erzielbare Umsatz ist dabei neben der Höhe des Kaufkraftniveaus und damit des relevanten Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet v. a. auch von der Wettbewerbsdichte abhängig. Eine

¹⁹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁰ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²¹ Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

²² 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.

weitere Grundlage bilden die durchschnittlichen Marktanteile der unterschiedlichen Betriebs-typen (vgl. Kapitel I.3.), die vor dem Hintergrund der lokalen und regionalen Rahmenbedin-gungen (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.²³ 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 Vorha-ben 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 Umsatzum-verteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V.2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich vor diesem Hintergrund für den verlagerten und erwei-terten EDEKA-Marktes mit rd. 1.900 m² VK (inkl. Bäckerei-Café) anhand des Marktanteilkon-zeptes ableiten:²⁴

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. €	Umsatz- herkunft in %
Zone I	7,3	33 – 34	2,4 – 2,5	0,4 – 0,5	2,9	40 – 45
Zone II	14,1	22 – 23	3,1 – 3,2	0,5 – 0,6	3,7	52 – 53
Einzugsgebiet	21,4	26 – 27	5,6	0,1	5,5	93
Streuumsätze			0,4 – 0,5	< 0,1	0,5	7
Insgesamt			6,0 – 6,1	1,0 – 1,1	7,1	100

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

GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den verlagerten und erweiterten EDEKA-Markt (inkl. Bäckereicafé) mit max. 1.900 m² VK aus Gutachtersicht eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,1 Mio. €** ermitteln. Hier-von entfallen ca. 6,0 – 6,1 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 1,0 – 1,1 Mio. € auf den Non-foodbereich (Nonfood I und II). Mit einem Marktanteil von ca. 33 – 34 % in Zone I kommt dem EDEKA-Markt eine bedeutende Grund- und Nahversorgungsfunktion für die Kernstadt Frey-burg zu, wobei dennoch keine beherrschende Marktposition erreicht wird. Im übrigen Ein-zugsgebiet (Zone II) ist nur noch ein geringerer Marktanteil von ca. 22 – 23 % zu erwarten. Hier überlagern nochmals stärker als in Zone I die Marktgebiete der umliegenden Standorte von Lebensmittelmärkten im Untersuchungsraum das Einzugsgebiet des Planvorhabens.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filiallei-stungen 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 2019 / 2020 liegt die durchschnittliche Filialum-

²³ Die Umsatzprognose entsteht unter der Prämisse der Verlagerung des EDEKA-Marktes von der Mersebur-ger Straße und der Mitnahme des freiwerdenden Umsatzes.

²⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

satzleistung von EDEKA bei ca. 5,5 – 5,6 Mio. €. Damit läge der EDEKA-Markt in Freyburg (Unstrut) auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.900 m² Verkaufsfläche auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von EDEKA-Märkten (Ø VK 1.243 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 3.740 € / m² VK wird dagegen nur eine unterdurchschnittliche Flächenleistung für EDEKA-Märkte erreicht.²⁵ Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet sowie den im Untersuchungsraum 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 Freyburg (Unstrut) ist gemäß regionalem Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2019 als Grundzentrum ausgewiesen. Damit hat die Stadt wichtige **Grundversorgungsfunktion** sowohl für die eigene Bevölkerung als auch für die Bevölkerung im **Verflechtungsbereich** zu erfüllen.
- Das **Einzugsgebiet** für den erweiterten und verlagerten EDEKA-Markt umfasst neben der Stadt Freyburg (Unstrut) selbst auch umliegende Gemeinden bzw. einige deren Ortsteile, welche dem regionalplanerischen Verflechtungsbereich zugeordnet sind. Hier werden rd. 93 % (rd. 6,6 Mio. €) und damit der deutlich überwiegende Teil des Projektumsatzes erwirtschaftet.
- Lediglich rd. 7 % des Umsatzvolumens fließen in Form von **Streumsätzen** von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu.
- Damit wird der ganz überwiegende Teil des Umsatzes mit Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich des Grundzentrums Freyburg (Unstrut) erwirtschaftet.

Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

²⁵ gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020 liegt der Durchschnittswert für EDEKA-Märkte bei rd. 4.460 € / m² VK

V. Beeinträchtigerungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigerungsverbot ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Freiburg (Unstrut) 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 Dezember 2020 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

Derzeit sind im Lebensmitteleinzelhandel im Einzugsgebiet (Zone I – II) neben dem Bestandsmarkt von EDEKA, Merseburger Straße 48, folgende strukturprägende Anbieter anzuführen (vgl. Karte 4):

- /// **Aldi**, Merseburger Straße: solitärer Discountmarkt mit geringer Verkaufsfläche und deutlich in die Jahre gekommener Immobilie; Standort liegt ca. 200 m südlich des heutigen EDEKA-Marktes; sowohl Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnbereiche als auch gesamtstädtische Ausstrahlungskraft bzw. Versorgungsbedeutung.
- /// **Netto**, An der Schleuse: durchschnittlicher Markt in solitärer Lage; verkehrsgünstig im Bereich der Bundesstraße B 176 und der Zufahrt zur Freyburger Altstadt an der Unstrut-Brücke gelegen; sowohl Nahversorgungsfunktion für Teile der Freyburger Kernstadt sowie auch für die umliegenden Ortsteile von Freiburg, Balgstädt und einige nördliche Ortsteile von Naumburg (Saale).

Damit sind neben dem Bestandsmarkt von EDEKA zwei weitere strukturprägende Lebensmittelmärkte in Freiburg (Unstrut) verortet. Sowohl Netto als auch Aldi sind dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter zuzuordnen, so dass sie eine Ergänzung für den Supermarkt EDEKA darstellen. Hinsichtlich eines umfassenden Lebensmittelvollsortiments besteht dagegen kein weiterer Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebiets. Darüber hinaus sind im Einzugsgebiet und hier schwerpunktmäßig in der Kernstadt Freiburg (Unstrut) kleinflächige Lebensmittelbetriebe (u. a. Getränkemarkt, Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter, Weingüter) vorhanden, welche die Nahversorgungsstrukturen ergänzen.

Insgesamt ist somit nur eine moderate Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungssegment für Freiburg (Unstrut) zu konstatieren. Dem örtlichen Lebensmitteleinzelhandel gelingt es nur zum Teil, die hier vorhandene Kaufkraft wohnortnah zu binden. Es bestehen erhebliche Kauf-

kraftabflüsse an umliegende Versorgungsstandorte, wobei hier v. a. Naumburg (Saale), Weißenfels und Braunsbedra aber auch Mücheln (Geiseltal) und Nebra (Unstrut) zu nennen sind, die über eigene Lebensmittelvollsortimenter, z. T. auch des Betreibers EDEKA, verfügen.

Somit ist davon auszugehen, dass mit der Neupositionierung des EDEKA-Marktes Wallek in Freyburg (Unstrut) zukünftig in erhöhtem Maße Kaufkraft der ortsansässigen Bevölkerung gebunden werden wird, so dass Versorgungsfahrten in die umliegenden Städte vermieden werden können. Diese Kaufkraftrückbindung wird sich in gewissen Umsatzrückgängen bei den dortigen Anbietern niederschlagen, so dass im Weiteren auf den Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes zu verweisen ist.

1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen auch noch wettbewerbliche Wirkungen von den Lebensmittelanbietern außerhalb des Einzugsgebietes im **Untersuchungsraum** aus. Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen mit umliegenden Städten bzw. Zentralen Orten, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Einzugsgebiete sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens überschneiden.

Diesbezüglich konnten u. a. aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit, den derzeitigen Kaufkraftströmen und den Angebotsstrukturen in den umliegenden Orten (v. a. mit Lebensmittelvollsortimentern) und der zu erwartenden Ausstrahlungskraft des Neubaus von EDEKA in Freyburg (Unstrut) die umliegenden Städte und Gemeinden Naumburg (Saale)²⁶, Weißenfels²⁷, Braunsbedra, Mücheln (Geiseltal), Laucha a. d. Unstrut, Karsdorf und Nebra (Unstrut) dem Untersuchungsraum zugeordnet werden. Hier ist auf folgende Lebensmittelmarkt-Standorte hinzuweisen (vgl. Karte 4):

Braunsbedra

- /// NP-Markt, Lessingstraße (ZVB Braunsbedra)²⁸
- /// NP-Markt, Merseburger Straße
- /// Penny, Am Stadion
- /// Lidl, Merseburger Straße
- /// Netto, Hauptstraße
- /// Rewe, Markt (ZVB Braunsbedra)

Karsdorf

- /// Netto-Markt, Nebraer Straße

Laucha a. d. Unstrut

- /// NP-Markt, Kastanienring

²⁶ Nur Siedlungsbereiche bzw. Stadtteile nördlich der Innenstadt: insbesondere EDEKA-Center, Overwegstraße wirkt als regional ausstrahlender Einzelhandelsmagnet und begrenzt den Untersuchungsraum nach Süden.

²⁷ Nur Heuweg-Center: das hier ansässige EDEKA-Center wirkt als regional ausstrahlender Einzelhandelsmagnet und begrenzt den Untersuchungsraum nach Osten.

²⁸ Zu den zentralen Versorgungsbereichen: vgl. Kapitel V.1.3

/// **Netto**, Golzener Straße

Mücheln (Geiseltal)

/// **Rewe**, Ernst-Thälmann-Straße

/// **Netto**, Merseburger Straße

/// **Netto**, Untere Freyburger Straße

Naumburg (Saale)

/// **EDEKA -Center** Hinze, Overwegstraße

/// **EDEKA**, Friedrich-Nietzsche-Straße

/// **Aldi Nord**, Bahnhofstraße (**ZVB Bahnhofstraße**)

/// **Netto**, Jägerstraße

Nebra (Unstrut)

/// **Penny**, Erlenweg

/// **EDEKA** Wahlbuhl, Erlenweg

Weißenfels

/// **EDEKA-Center** Heuweg, Merseburger Straße

/// **Aldi Nord**, Merseburger Straße.

Insgesamt wirken diese Standorte von Lebensmittelmärkten als begrenzend für das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes am Kirschweg in Freyburg (Unstrut) bzw. überlagern dieses. So profitieren die genannten Lebensmittelmärkte und hier v. a. die leistungsstarken großflächigen Lebensmittelvollsortimenter derzeit von Kaufkraftzuflüssen aus dem Einzugsgebiet des Planvorhabens in Freyburg (Unstrut) und sind daher – wenn auch untergeordnet – von Wettbewerbswirkungen betroffen.

1.3 Wettbewerbssituation in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum

Bei der Ansiedlung und Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in den umliegenden Städten auftreten. Insofern ist zunächst für Freyburg (Unstrut) bzw. die Gemeinden im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen.

Freyburg (Unstrut)

Die **Stadt Freyburg (Unstrut)** hat derzeit **kein** beschlossenes kommunales Einzelhandelskonzept. Daher ist bei der Identifikation möglicher zentraler Versorgungsbereiche auf die konkrete tatsächliche Situation vor Ort abzustellen. Freyburg (Unstrut) verfügt über eine historische Altstadt, die im Wesentlichen durch die alte Stadtmauer umrissen wird. Der Bereich zeichnet sich durch eine kompakte Bebauungsstruktur aus, wobei der Markt den räumlich-funktionalen Mittelpunkt bildet. Ausgehend vom Markt sind in den angrenzenden Straßen in

Unterlagerung der Wohnhäuser teilweise Ladenlokale vorhanden. Diese werden nur vereinzelt durch Einzelhandelsnutzungen (u. a. Bäckerei, Apotheke, Bücherei) belegt. Es dominieren Komplementärnutzungen.

Insgesamt wird der Stadtkern Freyburg (Unstrut) durch eine heterogene Nutzungsmischung aus Wohnen, Einzelhandel, (konsumnahen) Dienstleistungsangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen und Gastronomie geprägt, wobei eine touristische Ausrichtung des Angebotes zu verzeichnen ist. Aus Einzelhandelssicht ist jedoch keine über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Versorgungsbedeutung zu konstatieren, was auf das Fehlen größerer Magnetbetriebe und insbesondere eines Lebensmittelmarktes zurückzuführen ist. Die Sicherung der Nahversorgung übernehmen i. W. die Lebensmittelmarkt-Standorte an der Merseburger Straße und An der Schleuse (Netto). **Insgesamt ist der Stadtkern Freyburg (Unstrut) daher nicht als faktischer zentraler Versorgungsbereich einzustufen.**²⁹

Braunsbedra

Das rd. 12 km nordöstlich liegende **Braunsbedra** weist im Umfeld des Marktes einen faktisch vorhandenen zentralen Versorgungsbereich auf. Dieser erstreckt sich im Wesentlichen von der Schillerstraße im Westen entlang der Merseburger Straße bis zum Kreuzungsbereich Lessingstraße im Osten. Gemäß regionalem Einzelhandelskonzept für die Planungsregion Halle (Saale) wurde hier eine räumliche Abgrenzung getroffen, die weitestgehend den tatsächlichen Verhältnissen entspricht.³⁰

Der **zentrale Versorgungsbereich „Ortskern Braunsbedra“** befindet sich in zentraler Stadtlage im Umfeld des Kreuzungsbereiches von Merseburger Straße und Freyburger Straße. Den Kern des zentralen Versorgungsbereiches bildet ein zwei- bis dreigeschossiger, mischgenutzter Gebäudekomplex, der im Erdgeschoss u. a. einen Rewe-Supermarkt aufweist. Im Obergeschoss sind u. a. die Stadtverwaltung sowie Ärzte und Dienstleister ansässig. Parkflächen liegen v. a. westlich vorgelagert zu Rewe, wobei nördlich an der Schillerstraße ein moderner Rossmann Drogeriefachmarkt besteht. Auf der Fläche südwestlich an der Merseburger Straße sollen weitere Fachmärkte entstehen. Östlich der Lessingstraße befindet sich das aktuell leerstehende, in die Jahre gekommene City-Kaufhaus, woran sich rückwärtig ein NP Discountmarkt anschließt. Insgesamt dient das Zentrum primär der Nahversorgung, wobei mit dem großflächigen Rewe Vollsortimenter und dem modernen Drogeriefachmarkt zwei leistungsfähige und wirtschaftlich stabil aufgestellte Anbieter vorhanden sind. Dagegen weisen einzelne Geschäfte Leerstände auf, die z. T. auf die immobilienseitigen Defizite zurückzuführen sind.

Insgesamt erfüllt der zentrale Versorgungsbereich maßgebliche Nahversorgungsfunktion für die Stadt Braunsbedra, wobei nur eine geringe überörtliche Ausstrahlungskraft besteht. Als im Bestand gefährdet ist der NP-Markt, Lessingstraße, einzustufen, der mit unter 400 m² VK nicht mehr den heutigen Markterfordernissen entspricht. Dennoch würde eine Aufgabe dieses Anbieters keine negativen Auswirkungen auf die Funktionalität des ZVB „Ortskern Braunsbedra“ zur Folge haben, da mit Rewe weiterhin ein leistungsstarker Lebensmittelmarkt besteht. Zudem verteilen sich im übrigen Stadtgebiet von Braunsbedra weitere Lebensmittelmärkte (u. a.

²⁹ Auch im regionalen Einzelhandelskonzept 2014 für die Planungsregion Halle wird für Freyburg (Unstrut) kein zentraler Versorgungsbereich definiert.

³⁰ Vgl. REHK Halle (Saale), S. 165 ff.

Penny, Lidl, Netto, weiterer NP-Markt), so dass auch die wohnortnahe Versorgung in Braunschweig weiterhin gewährleistet bleiben würde. Zusammenfassend ist eine stabile städtebauliche Situation des multifunktional aufgestellten zentralen Versorgungsbereichs festzuhalten.

Naumburg (Saale)

Die **Stadt Naumburg (Saale)** liegt rd. 7 km südlich von Freyburg (Unstrut). Innerhalb des Untersuchungsraums ist das ausgewiesene Stadtteilzentrum (STZ) Bahnhofstraße gelegen.³¹ Es befindet sich im Nordwesten der Kernstadt und umfasst mehrere Gewerbeobjekte bzw. gemischt genutzte Immobilien östlich und südlich des Hauptbahnhofes. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich sind u. a. Aldi und ein Getränkemarkt zu nennen. Fachmärkte (u. a. Tedi, Kik, Takko) und Fachgeschäfte (u. a. Fahrradladen, Lebensmittelhandwerk, Apotheke) runden den Angebotsmix ab. Auch Dienstleister, Gastronomen und ein Hotel sind hier zu nennen. Der Standortbereich ist u. a. über die Straßenbahn an die Naumburger Innenstadt angebunden.

Das NVZ Bahnhofstraße übernimmt i. W. Nahversorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt und z. T. auch ergänzende Versorgungsfunktionen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Der zentrale Versorgungsbereich lebt durch seine Multifunktionalität, die neben der Handelsfunktion auch durch Dienstleistungsangebote usw. geprägt wird. Insgesamt ist der zentrale Versorgungsbereich in seiner Funktion als stabil einzustufen.

Weitere Gemeinden

Die weiteren **Gemeinden des Einzugsgebietes** verfügen nicht über Zentrenkonzepte und damit nicht über definierte zentrale Versorgungsbereiche. Nach Ortsbegehungen in den im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum befindlichen Städten sind hier aufgrund der eingeschränkten Ausdifferenzierung an Einzelhandels- und Komplementärnutzungen keine funktionalen zentralen Versorgungsbereiche auszuweisen.

1.4 Zusammenfassung der Wettbewerbssituation

In der Gesamtbetrachtung stellt sich die Wettbewerbssituation für den verlagerten und erweiterten EDEKA-Markt in Freyburg (Unstrut) differenziert dar.

Innerhalb des Einzugsgebietes sind neben dem Bestandsmarkt von EDEKA, welcher im Zuge der Verlagerung schließt, nur zwei weitere Discountmärkte (Aldi, Netto) ansässig, so dass dem EDEKA-Markt eine Alleinstellung als Lebensmittelvollsortimenter zukommt. Somit steht er nur bedingt im Wettbewerb mit den Discountmärkten innerhalb der Standortgemeinde. Aktuell fließt ein erheblicher Anteil der im Verflechtungsbereich von Freyburg (Unstrut) vorhandenen Kaufkraft an umliegende Handelsplätze ab, so dass das Grundzentrum Freyburg (Unstrut) seine Versorgungsfunktion derzeit nicht adäquat erfüllt.³²

³¹ Einzelhandelskonzept für die Stadt Naumburg 2008

³² Die Kaufkraftbindung bzw. Zentralität liegt nach GMA-Einschätzung aktuell nur bei ca. 58 % (inkl. Saldo aus Zu- und Abflüssen): Kaufkraft im Nahrungs- und Genussmittelbereich: ca. 21,4 Mio. €; Umsatz: ca. 12,5 Mio. €.

- Mit der **geplanten Neuaufstellung** ist davon auszugehen, dass die Angebotsqualität im Lebensmittelvollsortiment erheblich steigt und somit die aktuell deutlichen Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet an umliegende Handelsplätze durch das Vorhaben etwas eingedämmt werden können.
- Von diesen derzeitigen Kaufkraftabflüssen profitieren v. a. die leistungsstarken Lebensmittelvollsortimentsmärkte, die in Naumburg (Saale) (v. a. EDEKA-Center, Overwegstraße), Weißenfels (EDEKA-Center, Heuweg) und Braunsbedra (Rewe, Am Markt) zu finden sind. Das Planvorhaben von EDEKA in Freyburg (Unstrut) trifft somit auf die Angebotsstrukturen in den umliegenden Orten. Diese wirken zum einen begrenzend für das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes bzw. überlagern diese partiell und sind daher von Wettbewerbswirkungen betroffen. Dies äußert sich in einem gewissen Umsatzabzug aus den dargestellt Hauptwettbewerbern im **Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes.

Nachfolgende Tabelle stellt zusammenfassend die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel im Untersuchungsraum dar.

Tabelle 3: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)***	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Anbieter im Einzugsgebiet (Zone I – II)*	2.045	9	7,7	9
Anbieter im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes**	29.970	91	73,8	91
<i>davon Anbieter im ZVB Bahnhofstraße (Naumburg / Saale)</i>	<i>1.010</i>	<i>4</i>	<i>4,8</i>	<i>6</i>
<i>davon Anbieter im ZVB Braunsbedra</i>	<i>2.020</i>	<i>9</i>	<i>6,7</i>	<i>8</i>
<i>davon Anbieter in sonstigen Lagen</i>	<i>17.940</i>	<i>78</i>	<i>62,3</i>	<i>76</i>
projektrelevante Anbieter insgesamt	23.015	100	81,5	100

* ohne EDEKA-Markt, Merseburger Straße; ** nur strukturprägende Lebensmittelmärkte > 400 m² VK

*** Umsatz um Nonfood-Anteile bereinigt;

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA Erhebung und Berechnung 2020 / 2021

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 verlagerten und erweiterten EDEKA-Marktes am Standort „Kirschweg“** werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen **folgende Annahmen** getroffen:

- Der EDEKA-Lebensmittelmarkt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.900 m² (inkl. Bäckereicafé) nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 7,1 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 6,0 – 6,1 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 1,0 – 1,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- Die Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens erfordert eine **Prüfung des Gesamtvorhabens**. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben von **EDEKA mit 1.900 m² VK** bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb das Gesamtvorhaben betrachtet.
- Zu berücksichtigen ist jedoch, dass der Anbieter **EDEKA Wallek** bereits seit Jahren am **Standort Merseburger Straße 48** auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.500 m² (inkl. Getränkemarkt) nur rd. 250 m südlich des Planstandortes Kirschweg ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet aus GMA-Sicht derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 5,7 Mio. €. Davon entfallen rd. 4,8 – 4,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,8 – 0,9 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze³³ werden bereits heute am Standort Freyburg (Unstrut) generiert und auch durch den verlagerten und erweiterten EDEKA-Markt vollumfänglich gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**. 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 im Untersuchungsraum. Allerdings ist davon auszugehen, dass insbesondere wiederum die Randsortimente betriebstypenähnlicher Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels stärker betroffen sein werden und weniger betriebstypenfremde Anbieter wie Fachgeschäfte. Die berechneten Umverteilungswirkungen beziehen sich ausschließlich auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels.

³³ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der neu gebaute EDEKA-Markt nicht dieselben Flächenleistungen erzielen wird wie der Bestandsmarkt. So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen (Verkaufsflächenproduktivität in € / m² VK) auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird nicht zu erwarten sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Der prognostizierte Umsatz des erweiterten und modernen EDEKA-Marktes am Kirschweg stellt somit ein Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens dar (worst-case-Ansatz).

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €* in Mio. €*	Umsatzum- verteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	Umsatz bestehender EDEKA-Markt inkl. Streuumsätze	---	4,8 – 4,9	---
	Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet (Zonen I - II)	7,7	0,3 – 0,4	4 – 5
	Umsatzumverteilungen außerhalb des Ein- zugsgebietes im Untersuchungsraum	73,9	0,8 – 0,9	1
	▪ <i>davon ggü. Anbietern...</i>			
	- im ZVB Bahnhofstraße / Naumburg	4,8	< 0,1	n. n.
	- im ZVB Braunsbedra	6,7	0,1 – 0,2	2
Nichtlebens- mittelbereich	- in sonstigen Lagen	62,3	0,6 – 0,7	1
	Umsatz erweiterter und verlagerter Markt im Le- bensmittelbereich	---	6,0 – 6,1	---
	Umsatz bestehender EDEKA-Markt	---	0,8 – 0,9	---
	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	---	0,2	n. n.
Nichtlebens- mittelbereich	Umsatz erweiterter und verlagerter Markt im Nichtlebensmittelbereich	---	1,0 – 1,1	---
	Umsatz erweiterter EDEKA-Markt insgesamt	---	7,1	---

* ohne EDEKA-Bestandsmarkt, Merseburger Straße; n.n. = nicht nachweisbar

ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Berechnungen 2021

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**³⁴ i. H. von ca. 81,5 Mio. € ca. 1,2 Mio. € des Bestandsumsatzes bei Nahrungs- und Genussmitteln umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer Umsatzumverteilungsquote von 1 – 2 % im gesamten Untersuchungsraum. Aus dem Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben von EDEKA resultieren demnach nur geringe wettbewerbliche Effekte.

■ Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich werden dabei erwartungsgemäß gegenüber den im **Einzugsgebiet** gelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkten zu erwarten sein. Dies sind Aldi und Netto in der Kernstadt Freyburg (Unstrut). Trotz abweichenden Betriebstyps (Lebensmitteldiscounter) werden sie durch die Neupositionierung des Supermarktes EDEKA Umsatzeinbußen von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € zu erwarten haben, was in etwa 4 – 5 % des Bestandsumsatzes betrifft.

³⁴ Alle Wettbewerber im Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum.

- Für den **Aldi-Markt**, Merseburger Straße, ist dabei zu konstatieren, dass das Objekt in seiner heutigen Form kaum mehr marktfähig ist und einer Revitalisierung bedarf. Insofern sind hier betriebliche Veränderungen ungeachtet des EDEKA-Vorhabens nicht auszuschließen. Grundsätzlich ist aufgrund der Höhe von 4 – 5 % aber festzustellen, dass eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe durch die EDEKA-Verlagerung nicht zu erwarten ist. Auch rückt der EDEKA-Markt vom Aldi-Standort räumlich etwas nach Norden weg, so dass v. a. für die fußläufig einkaufenden Kunden der umliegenden Wohnbereiche eine stärkere Fokussierung auf den näher liegenden Aldi-Markt möglich erscheint.
- Für den Anbieter **Netto** am Unstrut-Ufer wird dagegen keine signifikante Betriebschwächung zu erwarten sein. Auch weiterhin kann dieser Markt die wohnortnahe Versorgung für die umliegenden Siedlungsbereiche von Freyburg (Unstrut) bzw. auch für Teile angrenzender Gemeinden erfüllen. Eine vorhabenbedingte Betriebsschließung ist hier nicht zu erwarten.

Insgesamt sind aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen von ca. 4 – 5 % innerhalb des Einzugsgebietes keine nachhaltigen Betriebsschwächungen oder sogar eine mögliche Aufgabe eines strukturprägenden Nahversorgungsanbieters abzuleiten. Darüber hinaus werden die kleinteiligen Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Bäckereien, Weinverkäufe) keine nachweislichen Auswirkungen zu erwarten haben.

Vielmehr wird die **Angebotsqualität innerhalb von Freyburg (Unstrut)** durch die Neuaufstellung von EDEKA **deutlich gestärkt**, indem zukünftig ein leistungsfähiger Lebensmittelvollsortimenter für die ortsansässige Bevölkerung zur Verfügung steht. Der Versorgungsauftrag des Grundzentrum Freyburg (Unstrut) für die Einwohner im zugewiesenen regionalplanerischen Verflechtungsbereich wird somit zukünftig gestärkt. Bestehende Kaufkraftabflüsse und somit Versorgungsfahrten in umliegende Orte können vermieden werden. Eine Gefährdung der verbrauchernahen Versorgung innerhalb des Einzugsgebietes ist grundsätzlich auszuschließen.

Gegenüber dem **Stadtkern Freyburg (Unstrut)** sind Beeinträchtigungen im Hinblick auf die städtebauliche Entwicklung vollständig auszuschließen. So sind die wenigen hier ansässigen Lebensmittelanbieter nicht als Hauptwettbewerber einzustufen und auch nicht im Bestand gefährdet. Da keine städtebaulichen Entwicklungsflächen für Lebensmittelmärkte innerhalb des Stadtkerns bzw. im unmittelbaren Nahbereich ersichtlich sind, werden auch keine Entwicklungsperspektiven gestört.

- **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden im Untersuchungsraum noch rd. 0,8 – 0,9 Mio. € des Bestandsumsatzes der hier vorhandenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte von ca. 73,9 Mio. € umverteilt. Dies entspricht lediglich 1 % des Bestandsumsatzes.

Mit Blick auf die zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel V. 1.3) sind keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

- So liegen die ausgelösten Verdrängungsquoten gegenüber dem **zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße Naumburg** (u. a. Aldi) unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeitsgrenze (< 0,1 Mio. €). Zudem hat Aldi erst im Jahr 2016 / 2017 hier einen modernen Neubau bezogen, so dass ein leistungsfähiges Konzept vorliegt.

- o Gegenüber dem **zentralen Versorgungsbereich Braunsbedra** werden rd. 0,1 – 0,2 Mio. € des Bestandsumsatzes umverteilt, was rd. 2 % entspricht. Der hier im Wesentlichen betroffene Anbieter Rewe wurde allerdings jüngst modernisiert, so dass eine wirtschaftlich starke Positionierung zu unterstellen ist. Ferner ist die Einzelhandelslage als attraktiv einzustufen, die zudem perspektivisch ausgebaut werden wird: U. a. sollen bis zu drei weitere Fachmärkte entstehen.

Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,2 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 wird die Nahversorgung im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum nicht beeinträchtigt. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des EDEKA-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. **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 bzw. im Untersuchungsraum und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich

das Planvorhaben am Standort am Kirschweg hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- /// Das **Planvorhaben dient der Grundversorgung**, da das Sortiment des erweiterten EDEKA-Marktes schwerpunktmäßig Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst.
- /// Mit einer Umsatzumverteilungsquote von max. 5 – 6 % in Einzugsgebiet resultieren aus dem Planvorhaben von EDEKA nur sehr geringe wettbewerbliche Effekte. Der Anhaltswert von ca. 10 %, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten sind, wird deutlich unterschritten. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen kann eine **Gefährdung** der ansässigen Lebensmittelanbieter und damit **der wohnortnahen Versorgung im Einzugsgebiet daher sicher ausgeschlossen** werden.
- /// Gegenüber Anbietern in **zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum** (ZVB Bahnhofstraße Naumburg, ZVB Braunsbedra), sowohl im Einzugsgebiet als auch außerhalb des Einzugsgebietes, sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf deren Funktionalität zu erwarten (vgl. Kapitel V.2.3). Lediglich geringfügige wettbewerbliche Effekte treten auf. Für alle zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sind nachhaltig schädliche Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Nachnutzungsperspektive des Bestandsmarktes an der Merseburger Straße

Grundsätzlich sind die wirtschaftlichen Bedingungen für eine Nachnutzung der bestehenden Ladeneinheit von EDEKA Wallek an der Merseburger Straße 48 durch einen anderen Lebensmittelmarktbetreiber als ungünstig einzustufen. Zum einen entspricht die Altimmoblie nicht mehr heutigen Kunden- und Betreiberanforderungen an einen zeitgemäßen Lebensmittelmarkt. Zum anderen würde ein potenzieller Nachnutzer i. S. eines vergleichbaren Supermarktes im direkten Wettbewerb mit dem Neubau von EDEKA am Kirschweg stehen, der in jedem Falle die attraktivere Einkaufsoption ist. Auch besteht mit Aldi, Merseburger Straße, schon ein Lebensmitteldiscounter im Umfeld, wenngleich dieser „in die Jahre“ gekommen ist.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist daher die Nachnutzung des Altstandortes Merseburger Straße 48 durch **einen anderen Lebensmittelmarkt wie folgt einzuordnen:**

- Ein möglicher Supermarktnachnutzer der Altimmoblie an der Merseburger Straße 48 würde kein größeres **Einzugsgebiet** als der Neubau von EDEKA am Kirschweg erschließen. Das im Einzugsgebiet vorhandene **Kaufkraftpotenzial ist begrenzt**. Die erzielbare Marktdurchdringung des Nachnutzers ist vor dem Hintergrund des attraktiveren EDEKA-Marktes unterdurchschnittlich.
- Weiterhin sind **Kaufkraftzuflüsse aus umliegenden Kommunen bzw. außerhalb des Einzugsgebietes nicht in größerem Umfang zu erwarten**, da das nachgenutzte Objekt keine nennenswerte Attraktivität für den Kunden aufweist um eine wesentliche überörtliche Sogwirkung zu erzielen bzw. sich im regionalen Wettbewerb mit den Lebensmittelmärkten u. a. in Naumburg (Saale), Weißenfels oder Braunsbedra zu positionieren.
- Für den **Nachnutzer** wäre damit **nur eine geringe Umsatzprognose zu treffen**. Dieser Umsatz müsste auch gegenüber dem neuen EDEKA-Markt erwirtschaftet werden. Dies dürfte nicht in einem Maße gelingen, mit dem ein wirtschaftlicher Betrieb möglich ist. Auch ein discountorientiertes Konzept, welches im Niedrigpreissegment den Lebensmittelvollsortimenter EDEKA ergänzt, wäre vor dem Hintergrund des benachbarten Aldi-Marktes ohne eine bauliche Neuanlage nur schwer tragfähig.
- Ungeachtet dessen sind auch **im (modellhaften) Falle einer möglichen Nachnutzung des Altobjektes durch einen anderen Supermarktbetreiber keine negativen Folgeeffekte durch den EDEKA-Neubau** am Kirschweg i. S. der rechtlichen Anforderung zu erwarten. So sind auch unter der Annahme, dass das EDEKA-Vorhaben als komplette Neuansiedlung gewertet würde, keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung oder die Funktion zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Umsatzprognose für EDEKA am neuen Standort im Falle eines weiteren Supermarktes etwas niedriger ausfällt.³⁵

³⁵ Für den EDEKA-Markt mit max. 1.900 m² VK am Kirschweg wird unter der Maßgabe, dass ein weiterer Supermarkt das Objekt Merseburger Straße 48 nachnutzt, ein niedrigerer Umsatz von ca. 5,7 Mio. € angesetzt (Flächenleistung ca. 3.000 € m² / VK). Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 4,8 – 4,9 Mio. €.

Folgende **überschlägige Modellrechnung** verdeutlicht dies:

- **Gesamtumsatz EDEKA bei Food:** ca. 4,8 – 4,9 Mio. €
- Umsatzumverteilungen
 - im Einzugsgebiet** ca. 3,8 Mio. € / ca. 30 %
 - davon gegenüber dem potenziellen Nachnutzer (Supermarkt)
ca. 3,2 – 3,3 Mio. / ca. 67 %
 - davon gegenüber weiteren Anbietern
ca. 0,5 – 0,6 Mio. € / ca. 7 %
 - im Untersuchungsraum** ca. 1,0 – 1,1 Mio. € / ca. 1 – 2 %

Es zeigt sich, dass der potenzielle Nachnutzer überschlägig etwa 2 / 3 seines unterstellten Umsatzes an den neuen EDEKA-Markt verliert. Dieser Umsatz reicht nicht für einen wirtschaftlichen Betrieb. Entsprechend ist eine **Nachnutzung in heutiger Form unrealistisch**. Eine Lücke im Nahversorgungsnetz entsteht dabei in Freyburg (Unstrut) aber nicht. Gegenüber sonstigen Standortlagen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebiets ergeben sich hingegen keine wesentlichen Änderungen bei den Umsatzumverteilungseffekten.

Zusammenfassend ist eine Nachnutzung der Altfläche von EDEKA durch einen Lebensmittelmarktbetreiber in der heutigen Form kaum realistisch. Allerdings würde selbst in diesem Fall keine andere Einschätzung des EDEKA-Vorhabens zu treffen sein. Auch bei Nachnutzung des Altstandortes von EDEKA sind keine versorgungsstrukturellen, städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen innerhalb oder außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	- Verlagerung des in Freyburg (Unstrut) ansässigen EDEKA-Lebensmittelmarktes am Standort „Kirschweg“, Neubau mit max. 1.900 m² VK inkl. Backerei-Café) - Siedlungsrandlage im nördlichen Siedlungsbereich von Freyburg, Anschluss an Wohnbebauung, auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete sowie Grundversorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich - Lage innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Ortes Freyburg (Unstrut) gem. regionalem Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle 2019
Rechtsrahmen	Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen Freyburg (Unstrut)	Makrostandort: Grundzentrum Freyburg (Unstrut), ca. 4.570 EW Einzelhandelsstrukturen: Altstadtkern Freyburg (Unstrut) mit wenigen kleinteiligen Geschäften, wesentliche Nahversorgungsstrukturen durch die örtlichen Lebensmittelmärkte Aldi / EDEKA, Merseburger Straße und Netto, An der Schleuse geprägt
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	Einzugsgebiet: Kernstadt Freyburg (Zone I), Ortsteile von Freyburg und z. T. umliegende Ortsteile angrenzender Gemeinden im regionalplanerischen Nahbereich (Zone II) Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 10.300 Personen, davon Zone I: ca. 3.490, Zone II: ca. 6.810 Einwohner Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 21,4 Mio. €
Umsatzerwartung	Gesamtumsatzleistung bei max. 1.900 m² VK)inkl. Bäckerei-Café: ca. 7,1 Mio. €, davon ca. 6,0 – 6,1 Mio. € Food und ca. 1,0 – 1,1 Mio. € Nonfood
Umsatzumverteilungseffekte in %	- innerhalb des Einzugsgebietes insgesamt: ca. 4 – 5 im Untersuchungsraum: ca. 1 im ZVB Branunsberda: ca. 2 im ZVB Bahnhofstraße Naumburg (Saale): nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	- Die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber Betrieben im Einzugsgebiet liegen mit max. 4 – 5 % auf einem niedrigen Niveau. Negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung in Freyburg (Unstrut) bzw. im Einzugsgebiet sind auszuschließen. Durch das Neubauvorhaben wird der EDEKA-Markt vielmehr in seinem Bestand gesichert und die Versorgungsfunktion des Grundzentrums gestärkt. - Nachhaltig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sind ferner auszuschließen. 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 Kirschweg in Freyburg (Unstrut) ist vollständig kompatibel mit den Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2010.

GMA-Zusammenstellung 2021

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lageplanentwurf Projektstandort Kirschweg	12
Karte 2:	Lage der Stadt Freyburg (Unstrut) und zentralörtliche Strukturen der Region	14
Karte 3:	Lage des Planstandortes „Kirschweg“ und Umfeldnutzungen	17
Karte 4:	Einzugsgebiet des verlagerten und erweiterten EDEKA-Marktes in Freyburg (Unstrut) und relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2:	Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes	24
Tabelle 3:	Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum	31
Tabelle 4:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2009 – 2019	8
--------------	--	---