



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Karl-Marx-Straße 36 in Schönefeld-Großziethen als Nahversorgungsstandort

Auswirkungsanalyse zu einem Erweiterungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der ALDI Grundstücksgesellschaft – BK 1 BV 857 Groß-
ziethen GmbH & Co. KG
Hamburg, 06.02.2024



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Karl-Marx-Straße 36 in Schönefeld-Großziethen als Nahversorgungsstandort

Auswirkungsanalyse zu einem Erweiterungsvorhaben

Projektnummer: 24DLP3546

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Ulrike Rehr

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Axel Dreher

Im Auftrag der

ALDI Grundstücksgesellschaft – BK 1 BV 857 Großziethen GmbH & Co. KG

Hohewardstraße 345-349

45699 Herten

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	6
3	Rahmendaten des Makrostandorts	9
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	9
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	10
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	13
4.1	Methodische Vorbemerkungen	13
4.2	Wettbewerb im Untersuchungsraum	13
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	15
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	16
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	18
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	18
5.2	Untersuchungsrelevante Angebotsstruktur an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets	20
5.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortlagen	21
5.3.1	Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	21
5.3.2	Untersuchte Standortlagen direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	24

6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	27
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	27
6.2	Wirkungsprognose	31
6.2.1	Vorbemerkungen	31
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	32
7	Bewertung des Vorhabens	35
7.1	Zu den Bewertungskriterien	35
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	36
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	37
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	41
7.5	Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept	41
8	Fazit	46

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Blick auf den Vorhabenmarkt aus westlicher Richtung	4
Abbildung 3: Blick über das Vorhabenareal in südliche Richtung	4
Abbildung 4: Blick entlang der Karl-Liebknecht-Straße in nördliche Richtung	5
Abbildung 5: Lebensmitteleinzelhandel unmittelbar südlich des Vorhabenstandorts	5
Abbildung 6: Lage im Raum	9
Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	14
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	19
Abbildung 10: Norma-Lebensmitteldiscounter im NZ Großziethen	22
Abbildung 11: Blick entlang der Lindenblatt Passage im NZ Großziethen	22
Abbildung 12: Netto-Lebensmitteldiscounter an der Karl-Marx-Straße 152 in Schönefeld	23
Abbildung 13: Rewe-Verbrauchermarkt Am Pfarracker 1 in Schönefeld	23
Abbildung 14: Lidl-Lebensmitteldiscounter im NVZ Alt-Buckow	25
Abbildung 15: nah & gut-Supermarkt im NVZ Alt-Buckow	25
Abbildung 16: EDEKA-Verbrauchermarkt an der Gerlinger Straße 4 in Berlin	26
Abbildung 17: Netto-Lebensmitteldiscounter am Buckower Damm 268 in Berlin	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	6
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	11
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	16
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	17
Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	18
Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	21
Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten ALDI-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	27
Tabelle 8: Umsatzstruktur des ALDI-Markts nach Vorhabenrealisierung	28
Tabelle 9: Umsatzstruktur des ALDI-Markts (Status quo)	28
Tabelle 10: Umsatzzuwachs des ALDI-Markts durch Vorhabenrealisierung	29
Tabelle 11: Marktanteilszuwachs des ALDI-Markts durch Vorhabenrealisierung	29
Tabelle 12: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets	33

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Gemeinde Schönefeld, im berlinnahen Ortsteil Großziethen, ist am Standort Karl-Marx-Straße 36, die Erweiterung des ALDI-Markts geplant. Die Verkaufsfläche wird durch Abriss/Neubau ausgehend von derzeit 789 qm sodann rd. 1.054 qm betragen. Damit beläuft sich der Verkaufsflächenzuwachs auf rd. 265 qm. Die Realisierung des Gesamtvorhabens soll über die Änderung des Bebauungsplans¹ erfolgen. Zur Erhöhung der planerischen Flexibilität soll im Rahmen der Bauleitplanung im Bebauungsplan künftig eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm festgesetzt werden, sofern die Verträglichkeit nachgewiesen werden kann. Vor diesem Hintergrund soll in die nachfolgende Vorhaben- und Wirkungsanalyse eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm eingestellt werden. Dies entspricht einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 478 qm.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung besteht somit in der Ermittlung und Bewertung der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung. Prüfungsmaßstab hierfür sind § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB und § 2 Abs. 2 BauGB. Nach § 1 Abs. 4 BauGB ist das Vorhaben zudem auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung in Brandenburg zu prüfen. Ferner wird das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld gewürdigt.

1.2 Vorgehensweise

Folgendes Untersuchungsdesign wurde von Dr. Lademann & Partner zur Bearbeitung der Aufgabenstellung angewandt:

- Kurzdarstellung und Bewertung des Mikrostandorts und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Kurzdarstellung des Vorhabens im Hinblick auf seine Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz;
- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der Wettbewerbsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels sowie kartographische Darstellung;

¹ Änderung der Festsetzung von WA in SO Einzelhandel

- Darstellung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;
- Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen (innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets);
- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderung durch die Erweiterung;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Zonen; darüber hinaus wurden auch die Effekte zulasten ausgewählter Einkaufsalternativen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets abgeschätzt;
- Städtebauliche und raumordnerische Bewertung der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;
- Einordnung in die Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Gemeinde Schönefeld 2012²;
- Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von Primär- und Sekundärerhebungen durchzuführen:

- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Vor-Ort-Erhebung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens und tangierter Einkaufsalternativen außerhalb des Einzugsgebiets (außerhalb des Einzugsgebiets nur Lebensmitteleinzelhandel > 400 qm Verkaufsfläche);
- Begehungen des Mikrostandorts zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben;
- Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2026 als mögliches erstes Jahr der Marktwirkbarkeit des Vorhabens angesetzt.

² Die Konzeptfortschreibung aus 2019 wurde politisch nicht beschlossen und damit nicht verbindlich gemacht.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich im nördlichen Siedlungsbereich der brandenburgischen Gemeinde Schönefeld (Ortsteil Großziethen). In rd. 700 Metern nördlicher Entfernung grenzt die Gemeinde an den einwohnerreichen Berliner Bezirk Neukölln.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts erfolgt im Wesentlichen über die Karl-Marx-Straße/L 75, welche als eine der Hauptverkehrs- und Pendlerachsen in Nord-Süd-Richtung durch das westliche Gemeindegebiet verläuft. Aus östlicher

Richtung können die Ernst-Thälmann-Straße sowie die Straße Alt Großziethen befahren werden, welche beide in die L 75 münden. Von Westen her führen die Lichtenrader Chaussee sowie mehrere Zubringer in die L 75 über. Parkplätze sind in ausreichendem Umfang auf der betriebseigenen, vorgelagerten Stellplatzanlage vorhanden. Bezüglich des ÖPNV befinden sich die beiden Haltestellen „Großziethen Attilastraße“ und „Großziethen Thälmannstraße“ in direkter Nähe zum Vorhabenstandort und werden jeweils in regelmäßigem Abstand von den beiden Buslinien 742 und 744 frequentiert. Die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnbereichen sowie die Anfahrt mit dem Fahrrad sind ebenfalls gewährleistet. Insgesamt ist die Erreichbarkeit im modal-split als sehr gut einzustufen.

Das Vorhabenareal ist gegenwärtig durch den bereits ansässigen ALDI-Lebensmittel-discounter sowie dessen vorgelagerte Stellplatzanlage geprägt.



Abbildung 2: Blick auf den Vorhabenmarkt aus westlicher Richtung



Abbildung 3: Blick über das Vorhabenareal in südliche Richtung

Das Standortumfeld ist durch heterogene Nutzungsstrukturen geprägt:

- Im Norden dominiert die Wohnnutzung, geprägt durch aufgelockerte Bebauungsstrukturen in Form freistehender Ein- und Mehrfamilienhäuser des nördlichen Siedlungsschwerpunkts des Ortsteils Großziethen.
- Östlich des Vorhabenstandorts grenzt ebenfalls die Wohnnutzung in Form freistehender Ein- und Mehrfamilienhäuser an.
- Im Süden befinden sich unmittelbar auf der gegenüberliegenden Straßenseite ein Norma-Lebensmitteldiscounter sowie ein Hoffmann-Getränkemarkt und damit (Lebensmittel-)Einzelhandel in direkter Nachbarschaft. Aber auch hier nimmt das Wohnen in aufgelockerten Bebauungsstrukturen eine tragende Rolle ein.
- Westlich des Areals befinden sich auf der gegenüberliegenden Seite der L 75 Wohnhäuser in erster und zweiter Reihe, an welche landwirtschaftlich genutzte Flächen anschließen.



Abbildung 4: Blick entlang der Karl-Liebnecht-Straße in nördliche Richtung



Abbildung 5: Lebensmitteleinzelhandel unmittelbar südlich des Vorhabenstandorts

Nach dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld aus dem Jahr 2012 ist der Vorhabenstandort Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs „Nebenzentrum Großziethen“.

2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Erweiterung des ALDI-Lebensmitteldiscounters an der Karl-Marx-Straße 36 in der brandenburgischen Gemeinde Schönefeld von gegenwärtig rd. 789 qm auf künftig rd. 1.054 qm Gesamtverkaufsfläche. Damit beläuft sich der aktuell geplante Gesamtverkaufsflächenzuwachs auf rd. 265 qm. Zur Erhöhung der planerischen Flexibilität soll im Rahmen der Bauleitplanung im Bebauungsplan gleichwohl eine künftige Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm festgesetzt werden, sofern die Verträglichkeit nachgewiesen werden kann. Somit wird in die nachfolgende Vorhaben- und Wirkungsanalyse eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm eingestellt. Dies entspricht einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 478 qm.

Der Sortimentsschwerpunkt des ALDI-Markts liegt auch nach der Erweiterung in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellt das Vorhaben einen typischen Nahversorgungsanbieter dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente³ wird erfahrungsgemäß bei rd. 10 %⁴ liegen.

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	710	430	1.140
aperiodischer Bedarf	79	48	127
Gesamt	789	478	1.267

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

Die angestrebte Verkaufsflächendimensionierung erscheint vor dem Hintergrund des stetigen Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel nachvollziehbar. Um den gestiegenen Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und die internen Betriebsabläufe zu optimieren, modernisieren derzeit alle Lebensmittelanbieter deutschlandweit ihr Ladennetz. Die Modernisierungen sind i.d.R. mit Verkaufsflächenerweiterungen verbunden, da sich die ökonomische Tragfähigkeit einzelner Anbieter langfristig nur sicherstellen lässt, wenn diese zeitgemäß dimensioniert sind.

³ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

⁴ Sollte der Anteil aperiodischer Randsortimente tatsächlich höher ausfallen, bildet die Untersuchung einen Worst Case im Hinblick auf das Kernsortiment Periodischer Bedarf ab.

Der Anpassungsdruck für die Verkaufsfläche hat verschiedene Ursachen:

- Die Erwartungshaltung der Konsumenten an den Einkaufskomfort ist in den letzten Jahren erheblich angestiegen. Dies beinhaltet vor allem erhöhte Ansprüche an die Architektur, das Ladendesign und die Warenpräsentation und äußert sich in der Notwendigkeit die Regalhöhen zu reduzieren, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen und die Gänge zu verbreitern, um ein möglichst barrierefreies und komfortables Einkaufen zu gewährleisten. Dadurch steigt der Flächenbedarf.
- Die Konsumenten kennzeichnen sich durch ein wachsendes Bewusstsein für die Themen Regionalität, Bio, Fair Trade, vegane Produkte etc. Die damit einhergehende Ausdifferenzierung der Produktvielfalt induziert einen zusätzlichen Flächenbedarf, um entsprechende Produkte anbieten zu können. Hinzu kommt insbesondere bei Vollsortimentern, aber zunehmend auch bei den Discounter die Erwartungshaltung der Verbraucher an ein möglichst umfangreiches Frischeangebot (Obst/Gemüse, Wurst/Fleisch, Käse, Fisch), was ebenfalls zusätzliche Flächenansprüche induziert.
- Aber auch im konventionellen Bereich sind erhebliche Produktdifferenzierungen und -innovationen zu beobachten. Getragen durch die Werbung, erwarten die Konsumenten daher insbesondere von einem Vollsortimenter ein sowohl breites als auch tiefes Sortiment, was sich nur auf größeren Verkaufsflächen darstellen lässt.⁵
- Um die Betriebsabläufe zu optimieren, wird darauf hingewirkt, möglichst viel Ware auf die Verkaufsfläche zu bekommen und den Umfang an Lagerware möglichst gering zu halten. Dadurch ist der Bedarf nach Verkaufsfläche gegenüber Lagerflächen überproportional angestiegen.

Auch wenn bei einem Erweiterungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Betrieb seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des Markts ergibt.⁶ Schließlich ist der bestehende Betrieb bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

⁵ Nach Zahlen des EHI Retail Institute ist die durchschnittliche Artikelzahl der großen Supermärkte im Food-Bereich zwischen 2000 und 2015 von 9.656 Artikeln auf 15.880 Artikel gestiegen.

⁶ Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

An der Karl-Marx-Straße 36 in der brandenburgischen Gemeinde Schönefeld ist die Erweiterung des ALDI-Lebensmitteldiscounters von gegenwärtig rd. 789 qm auf künftig rd. 1054 qm Gesamtverkaufsfläche geplant, was einem Flächenzuwachs von rd. 265 qm entspricht. Da im künftigen Bebauungsplan jedoch eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm festgesetzt werden soll, prüfen Dr. Lademann & Partner in vorliegender Analyse (zur Erhöhung der planerischen Flexibilität) eine Verkaufsflächendimensionierung des ALDI-Markts von 1.267 qm, was einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 478 qm entspricht. Der sich im zentralen Versorgungsbereich „Nebenzentrum Großziethen“ befindliche Vorhabenstandort weist eine verkehrsgünstige Lage auf und ist zum maßgeblichen Anteil von Wohnnutzungen umgeben.

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Struktur

Die brandenburgische Gemeinde Schönefeld grenzt unmittelbar südlich an die Bundeshauptstadt Berlin (Bezirk Neukölln) und ist dem Landkreis Dahme-Spreewald zugeordnet. Untergliedert ist die Gemeinde in insgesamt sechs Ortsteile: Großziethen (mit Kleinziethen), Kiekebusch, Schönefeld, Selchow, Waltersdorf und Waßmannsdorf. Mit dem Willy-Brandt-Flughafen/Berlin Brandenburg Airport (BER) verfügt die Gemeinde über den wichtigsten Flughafen innerhalb der Metropolregion Berlin.

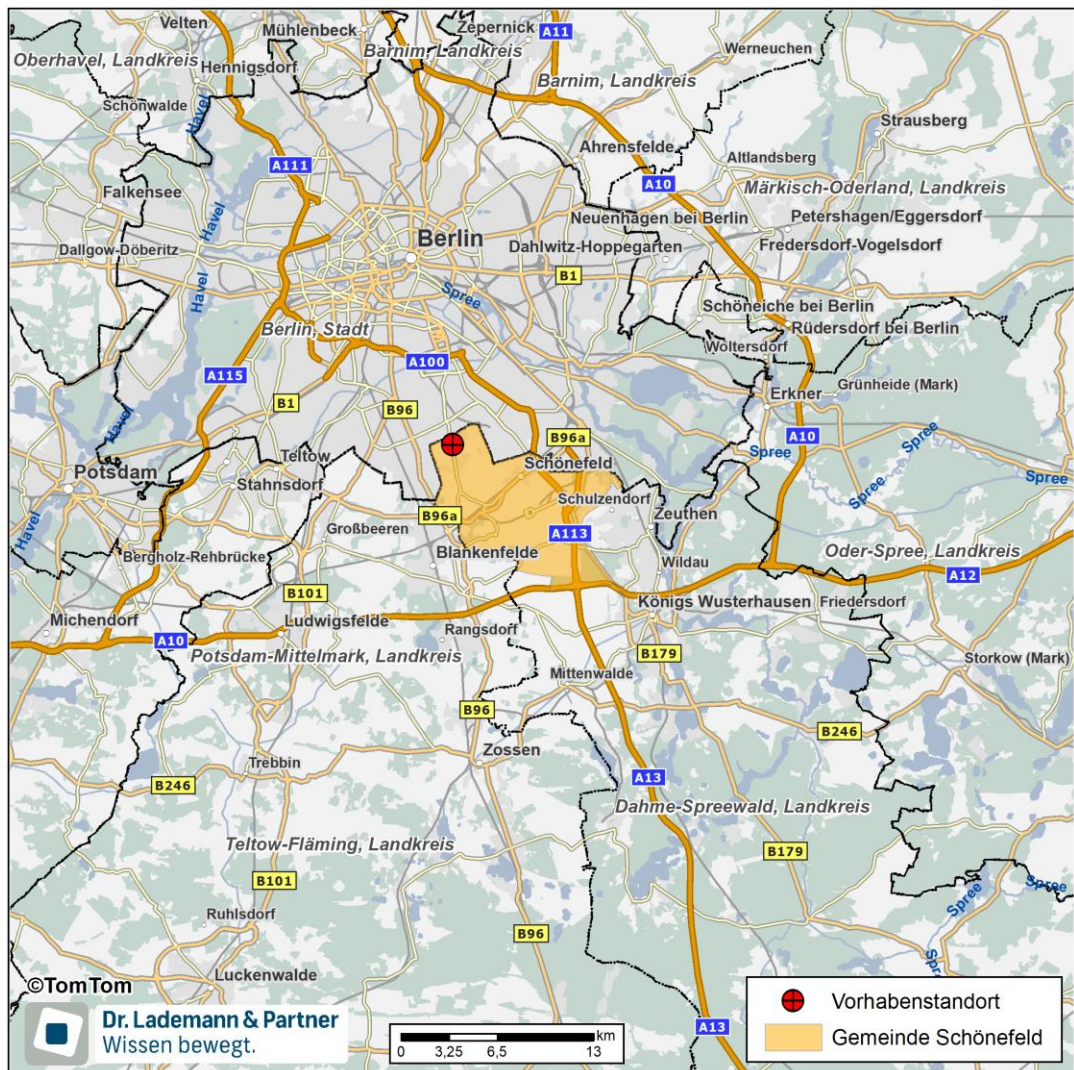


Abbildung 6: Lage im Raum

Die verkehrliche Anbindung Schönefelds erfolgt von Norden und Süden über die Bundesautobahn 113, welche direkt durch das Gemeindegebiet in Richtung Berlin verläuft.

Darüber hinaus schneidet die A 10 das südliche Gemeindegebiet in Ost-West-Richtung. Als weitere wichtige Verkehrs- und Pendlerachsen fungieren die B 96a sowie die L 75, die ebenfalls das Gemeinde- bzw. Siedlungsgebiet von Schönefeld durchziehen. Bezüglich des ÖPNV verkehren innerhalb Schönefelds insgesamt zwei S-Bahnlinien (S45 und S9), diverse Regionalbahnen sowie insgesamt zehn Buslinien und gewährleisten damit eine leistungsfähige Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr. Gleichwohl muss hierbei hervorgehoben werden, dass der Flughafen einen wesentlichen Anteil der Linienführung induziert und durch diese teilweise direkt angesteuert wird. Andererseits profitiert die Gemeinde gerade aufgrund des Flughafens von einer erhöhten Frequenz durch Passanten und Durchreisende.

Vonseiten der Landesplanung ist der Gemeinde Schönefeld in Funktionsteilung mit der Stadt Wildau die raumordnerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums zugewiesen. In diesen sind gehobene Funktionen der Daseinsvorsorge mit regionaler Bedeutung zu konzentrieren. Hierunter fallen auch die Aspekte der örtlichen Grundversorgung. Die als Mittelzentren in Funktionsteilung festgelegten Gemeinden übernehmen gemeinsame Versorgungsfunktionen für den gemeinsamen Verflechtungsbereich. Dieser umfasst für den mittelzentralen Verbund Schönefeld – Wildau die Städte und Gemeinden Eichwalde, Schönefeld, Schulzendorf, Wildau und Zeuthen.

Die nächstgelegenen Orte mit zentralörtlicher Funktion sind die unmittelbar nördlich angrenzende Metropole Berlin, die in der gemeinsamen Funktionswahrnehmung agierende Stadt Wildau direkt südöstlich angrenzend sowie das unmittelbar westlich angrenzende Mittelzentrum Blankenfelde Mahlow.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung in Schönefeld verlief seit 2018 mit einem jährlichen Wachstum um rd. 5,6 % p.a. sehr positiv und liegt damit deutlich über dem regionalen Durchschnitt der umliegenden Kommunen sowie der Bundeshauptstadt Berlin.

Insgesamt lebten in Schönefeld Anfang des Jahres 2023

rd. 19.200 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Schönefeld im Vergleich

Gemeinde, Stadt, Landkreis, Land	2018	2023	abs.	+/- 18/23 in %	Veränderung p.a. in %
Schönefeld	14.625	19.174	4.549	31,1	5,6
Wildau	10.093	10.984	891	8,8	1,7
Zeuthen	11.297	11.491	194	1,7	0,3
Blankenfelde-Mahlow	27.378	29.159	1.781	6,5	1,3
Potsdam	175.710	185.750	10.040	5,7	1,1
Berlin	3.613.495	3.755.251	141.756	3,9	0,8
Landkreis Dahme-Spreewald	167.319	178.967	11.648	7,0	1,4
Brandenburg	2.504.040	2.573.135	69.095	2,8	0,5

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Schönefeld kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research⁷ unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren deutlich positiv entwickeln werden. Im Jahr 2026 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Schönefeld daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 22.200 Einwohnern.

Die Gemeinde Schönefeld verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁸** von 100,4. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Dahme-Spreewald (97,1) sowie zum Landesdurchschnitt Brandenburgs (95,0) deutlich überdurchschnittlich aus, gleichwohl sie im Bundesvergleich auf einem durchschnittlichen Niveau liegt.

Aufgrund der Lage des Flughafens BER innerhalb der Gemeinde, profitiert diese von einem **erheblichen Tourismusaufkommen**, v.a. im Vergleich zu der Gemeindegröße. So verzeichnete Schönefeld mit rd. 464.240 Übernachtungen einen Platz unter den fünf Gemeinden mit den meisten Übernachtungen in Brandenburg im Jahr 2022. Dies unterstreicht die Bedeutung der Verortung des Flughafens als Frequenzbringer sowie Impuls zur leistungsfähigen Erreichbarkeit der Gemeinden mit dem öffentlichen Nahverkehr.

⁷ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2023. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 14. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

⁸ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023. Durchschnitt Deutschland=100.

Die Gemeinde Schönefeld ist raumordnerisch als Mittelzentrum eingestuft und teilt sich die Versorgungsaufgabe mit der benachbarten Stadt Wildau. Der raumordnerische Verflechtungsbereich umfasst neben den beiden genannten auch noch die Gemeinden Eichwalde, Schulzendorf und Zeuthen.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der prognostizierten deutlich positiven Einwohnerentwicklung sowie der regional überdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer innerhalb der Gemeinde zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Schönefeld. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Schönefeld-Großziethen übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Auch das eigene Filialnetz von ALDI ist als limitierender Faktor zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Untersuchungsraum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Lebensmitteldiscountern sowie Supermärkten, die in einer ähnlichen Größendimensionierung wie das Vorhaben (oder größer) agieren.

Innerhalb des Gemeindegebiets von Schönefeld befinden sich alle strukturprägenden Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 400 qm oder größer südlich bzw. südöstlich des Vorhabenstandorts. Neben dem Vorhaben-ALDI sind insgesamt sechs weitere Lebensmitteldiscounter (2x Norma, 2x Netto, ALDI und Lidl) sowie zwei Rewe-Verbrauchermärkte in Schönefeld zu verorten.

Außerhalb des Gemeindegebiets verzeichnet v.a. die unmittelbar angrenzende Metropole Berlin bereits dichte und leistungsfähig aufgestellte Nahversorgungsstrukturen. Hier besteht ein vielfältiges und abwechslungsreiches Nahversorgungsnetz aus unterschiedlichen Betriebstypen sowie Vertriebslinien.

Der nächstgelegene ALDI-Discounter befindet sich in Berlin in rd. 3,5 km nordwestlicher Entfernung.

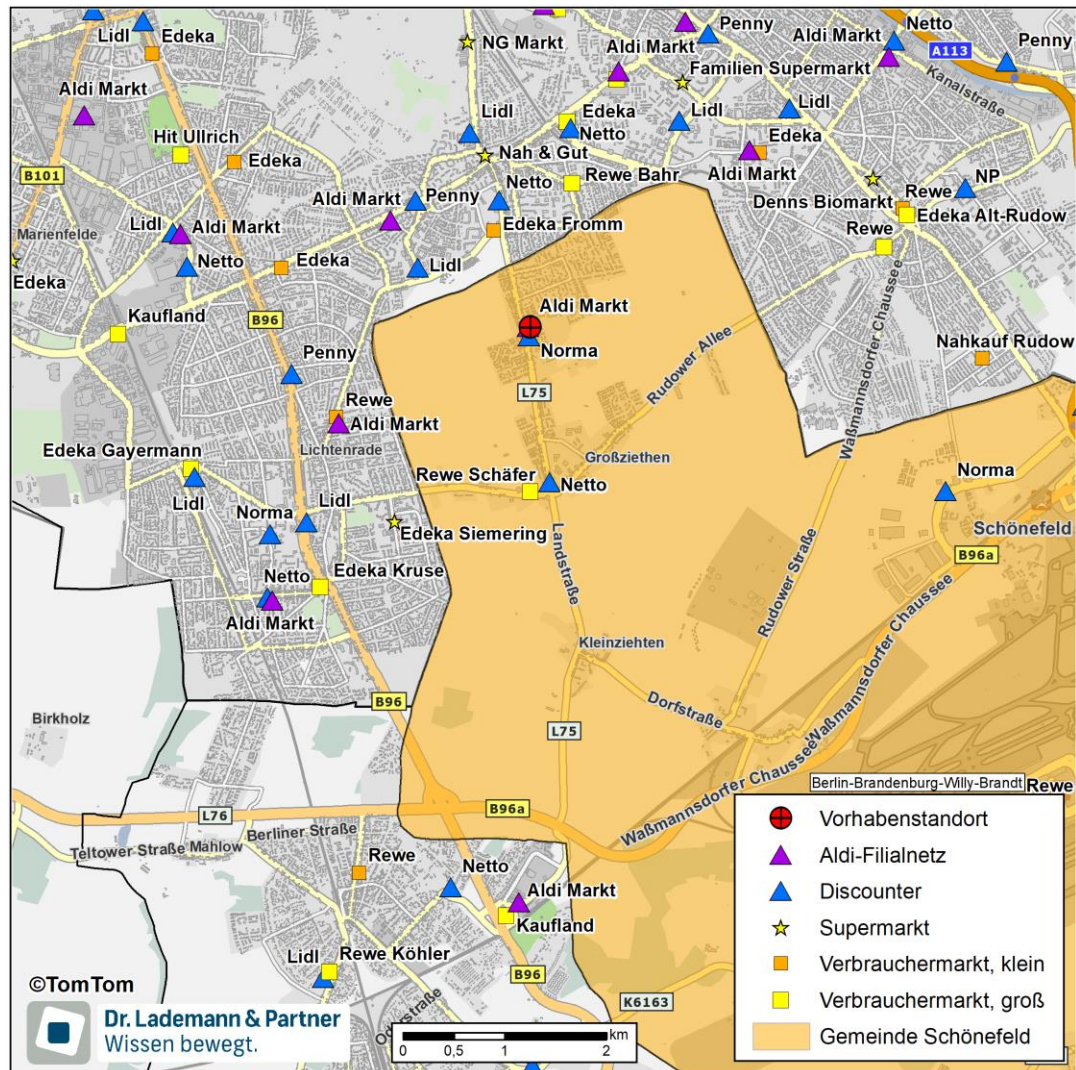


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer intensiven vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum auszugehen, die sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich ausschließlich auf Teile des eigenen Gemeindegebiets von Schönefeld (Ortsteil Großziethen mit Kleinziethen, kleiner Teil von Waßmannsdorf).

Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Erweiterung zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

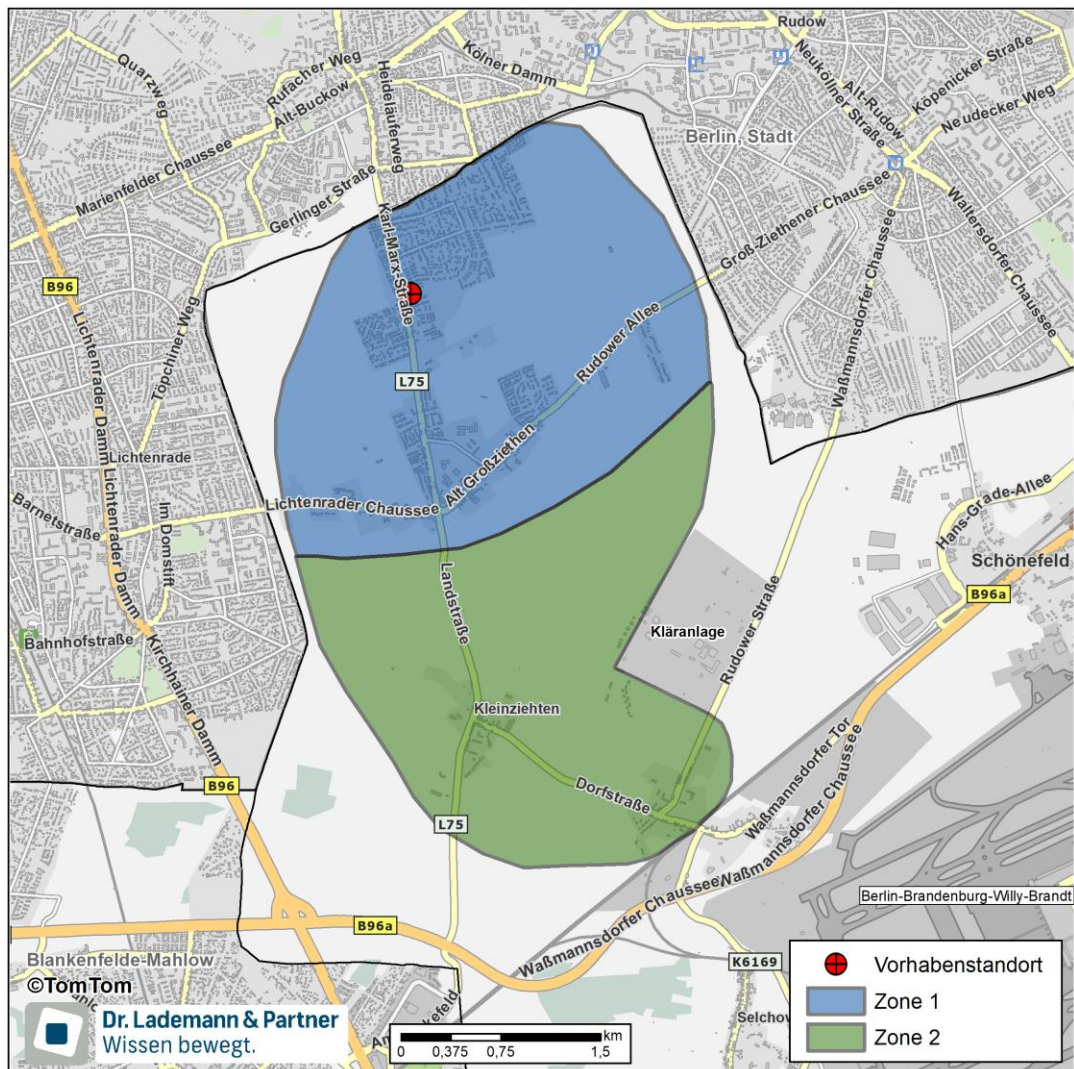


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Die **Zone 1** umfasst hierbei das nördliche Siedlungsgebiet des Ortsteils Großziethen, welcher neben dem Hauptort Schönefeld den einwohnerreichsten Ortsteil der Gemeinde Schönefeld darstellt. Dabei repräsentiert die Zone 1 den maßgeblichen Herkunftsbereich des künftigen Umsatzes des Vorhabenmarkts. Dem gegenüberstehend erstreckt sich die **Zone 2** über das südlich des Vorhabenstandorts gelegene Siedlungsgebiet von Kleinziethen, welches ebenfalls dem Ortsteil Großziethen zugehörig ist. Zudem werden kleinere Teile des Ortsteils Waßmannsdorf angesprochen.

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit rd. 11.100 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 12.800 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens in Schönefeld

Bereich	2023	2026
Zone 1	10.117	11.700
Zone 2	939	1.090
Einzugsgebiet	11.056	12.790

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

Hinzu kommen noch Streukundenpotenziale, die sich aus Durchreisenden, Berufspendlern, Touristen und sonstigen Personen zusammensetzen, die außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets wohnen und nur sporadisch am Standort einkaufen. Hierbei wird ein Streukundenpotenzial von rd. 10 % angesetzt. Grund hierfür ist die Lage des Vorhabenmarkts an einer Hauptverkehrsachse zwischen Schönefeld und Berlin (L 75) sowie die Nähe zum Flughafen BER, was zusätzliche Streukundenpotenziale begünstigt.

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁹ im Einzugsgebiet sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes¹⁰ beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 76,5 Mio. €.

⁹ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2023.

¹⁰ Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research 2023: periodischer Bedarf = 3.865 € (ohne pharmazeutischer und medizinischer Bedarf).

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2026 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse von einem Zuwachs des Nachfragepotenzials auszugehen auf

rd. 88,5 Mio. € (+12 Mio. €).

Davon entfallen rd. 49,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2026 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf*	45,4	4,2	49,6
Aperiodischer Bedarf**	35,5	3,3	38,8
Gesamt	80,9	7,5	88,5

Quelle: Eigene Berechnungen. * ohne pharmazeutischer und medizinischer Bedarf **ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Für das Vorhaben ist von einer intensiven Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens aktuell rd. 11.100 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird sich bis zur Marktwirksamkeit im Jahr 2026 auf rd. 88,5 Mio. € belaufen, was einem Anstieg um rd. 12 Mio. € entspricht. Davon entfallen rd. 49,6 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im folgenden Kapitel werden die vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb sowie direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert und bewertet.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im Januar 2024 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet (gemäß Kap. 4.3) des Vorhabens durchgeführt. Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (ohne aperiodische Randsortimente) vorgehalten von

rd. 5.100 qm

Mit rd. 3.300 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Betriebe in Streulage innerhalb der Zone 1, während das NZ Großziethen rd. 1.800 qm auf sich vereint.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
NZ Großziethen	1.800	9,2
Streulage	3.260	14,8
Zone 1	5.060	24,0
Streulage	50	0,2
Zone 2	50	0,2
Einzugsgebiet gesamt	5.110	24,2

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Der Brutto-Umsatz bei den vorhabenrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich (ohne aperiodische Randsortimente) auf insgesamt

rd. 24,2 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität¹¹ für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt gut 4.700 € je qm Verkaufsfläche.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

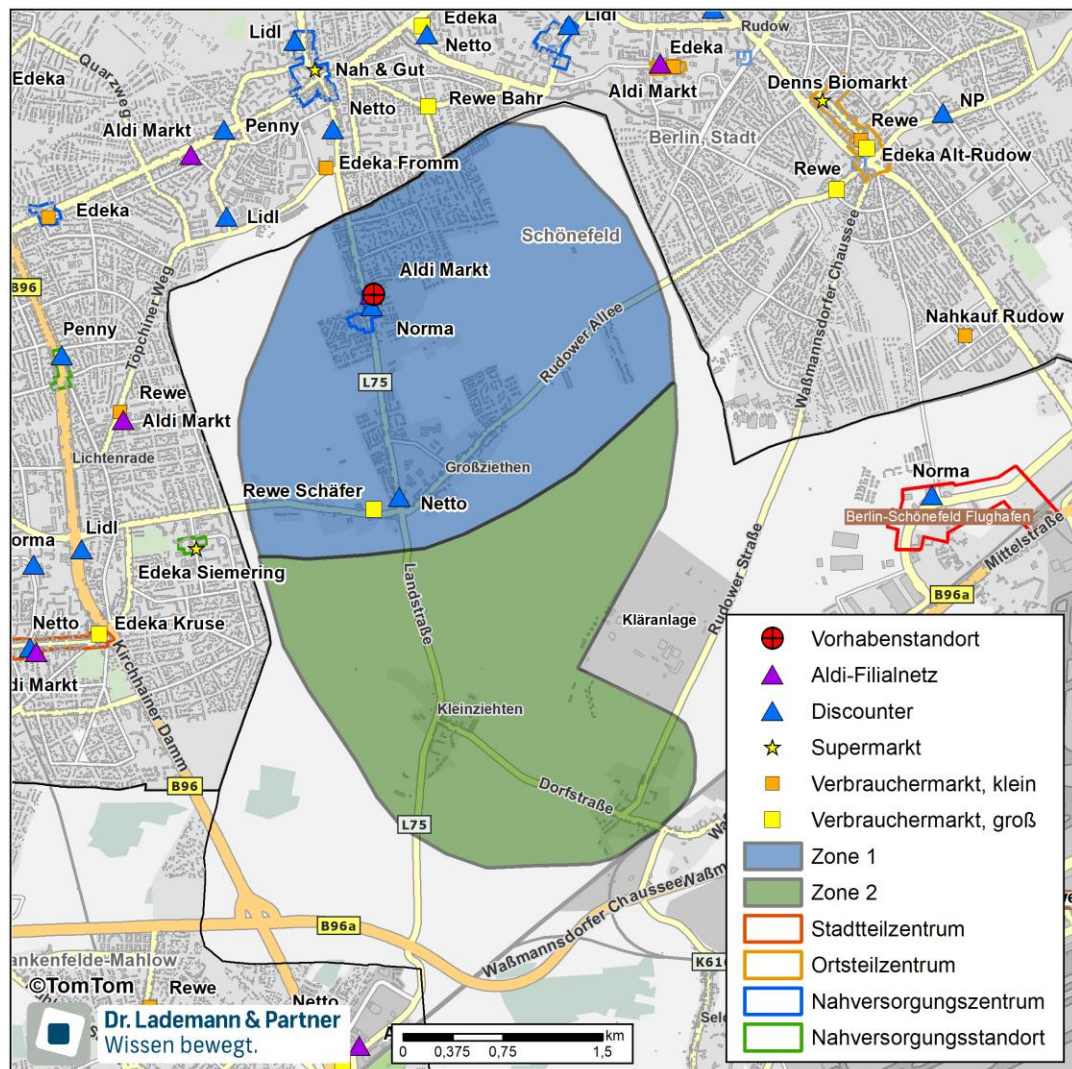


Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

¹¹ Aufgrund der anhaltend hohen Inflation, die vor allem Nahrungs- und Genussmittel betrifft, sind aktuell steigende Flächenproduktivitäten im Lebensmittel Einzelhandel zu beobachten. Der daraus resultierende Umsatzzuwachs ist jedoch nur nominal zu betrachten. Real ist z.T. sogar von sinkenden Umsätzen im Lebensmittel Einzelhandel auszugehen – vor allem im Vergleich zu den umsatzstarken Coronajahren.

Wie der Karte zu entnehmen ist, konzentrieren sich die strukturprägenden Lebensmittelbetriebe innerhalb des Einzugsgebiets entlang der beiden Hauptverkehrsachsen des Ortsteils Großziethen – der Karl-Marx-Straße (L 75) in Nord-Süd-Richtung sowie der Lichtenrader Chaussee in Ost-West-Richtung – und zeichnen sich damit allesamt durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus. Bezüglich des Betriebstypenverhältnisses besteht eine klare Dominanz zu Gunsten der Lebensmitteldiscounter: den drei Betrieben ALDI (Vorhabenmarkt), Norma und Netto steht mit dem Rewe lediglich ein Verbrauchermarkt gegenüber. Summiert man allerdings die Gesamtverkaufsfläche der beiden Betriebstypen auf, konstatiert sich ein ausgewogenes Verhältnis hinsichtlich der Verkaufsfläche der beiden Betriebstypen von rd. 2.500 qm, sodass diesbezüglich kein signifikanter Überhang der Discounter besteht.

Die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte im Einzugsgebiet beträgt rd. 460 qm/1.000 Einwohner und fällt damit deutlich unterdurchschnittlich aus.¹² Dies deutet auf eine moderate Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebiets hin.

Die aus der Gegenüberstellung von Nachfragepotenzial und Umsatz resultierende nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 56 % innerhalb des Einzugsgebiets deutet auf signifikante Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets. Die Kaufkraftabflüsse resultieren aus der, relativ betrachtet, geringen Angebotsdichte in Schönefeld und den sogstarken Wettbewerbsstandorten in der unmittelbar angrenzenden Metropole Berlin.¹³

Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 5.100 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 24,2 Mio. € Umsatz generiert. Verkaufsflächendichte und Zentralität deuten auf eine moderate Angebotsdichte und signifikante Kaufkraftabflüsse an umliegende Standorte (v.a. in Richtung Berlin).

5.2 Untersuchungsrelevante Angebotsstruktur an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets

Angesichts der geringen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelszentralität innerhalb des Einzugsgebiets kann davon ausgegangen werden, dass derzeit signifikante Kaufkraftabflüsse an außerhalb des Einzugsgebiets gelegene Einzelhandelsstandorte bestehen (v.a. in Richtung Berlin). Daher sollen auch die prägenden Einzelhandelslagen

¹² Der bundesdeutsche Durchschnitt beträgt aktuell rd. 530 qm/1.000 Einwohner. Der angegebene Wert bezieht sich auf alle Betriebsformen des periodischen Bedarfsbereichs (ohne Apotheken) und basiert auf eigenen Berechnungen auf der Grundlage von Daten einschlägiger Institute und Verbände (v.a. EHI Retail Institute, TradeDimensions).

¹³ Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel haben nur eine untergeordnete Bedeutung im Lebensmitteleinzelhandel. Aktuell erzielt der Onlinehandel im Segment FMCG (Fast Moving Consumer Goods/Nahrungs- und Genussmittel) einen Marktanteil von 4,1 %. (vgl. HDE ONLINE-MONITOR 2022).

außerhalb des Einzugsgebiets in den Untersuchungsraum einbezogen und hinsichtlich ihrer Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur kurz dargestellt werden. Hierbei ist anzumerken, dass ausschließlich nahversorgungsrelevanten Betriebe ab einer Gesamtverkaufsfläche von 400 qm (oder größer) berücksichtigt und flächen- sowie sortimentsgetreu erhoben wurden. Dies gilt sowohl für die Streulage entlang der L 75 als auch für das Nahversorgungszentrum Alt-Buckow in Berlin.

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
NVZ Alt-Buckow	1.140	6,7
Streulage	1.365	7,6
Gesamt	2.505	14,3
Quelle: Eigene Erhebung		

Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

5.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortlagen

Nachfolgend werden die prospektiv von dem Vorhaben betroffenen zentralen Versorgungsbereiche (kurz: ZVB) und sonstigen Standortlagen charakterisiert und hinsichtlich ihrer Funktionsfähigkeit bewertet.

5.3.1 Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Gemäß den Festlegungen im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Schönefeld befindet sich mit dem Nebenzentrum (kurz: NZ) Großziethen ein zentraler Versorgungsbereich innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets. In diesem liegt der Vorhabenstandort an der Karl-Marx-Straße 36.

NZ Großziethen

Räumliche Analyse

Lage / Verortung

Im nördlichen Kernsiedlungsgebiet des Ortsteils Großziethen in Schönefeld gelegen

Standortumfeld

Wohnnutzung in allen Himmelsrichtungen, geprägt durch freistehende Ein- und Mehrfamilienhausbebauung

Abgrenzung

Unterteilung in zwei Achsen: Nord-Süd-Verlauf entlang der Karl-Marx-Straße zwischen Lindenstraße und Albrechtweg; Ost-West-Verlauf entlang der Attilastraße bzw. dem Einkaufszentrum „Lindenblatt Passage“

Städtebauliche Analyse

Städtebau / Erscheinungsbild

Geprägt durch aufgelockerte Bebauungsstrukturen entlang der Karl-Marx-Straße; Einkaufszentrum Lindenpassage als zusammenhängender Immobilienkomplex mit Wohnnutzung im Obergeschoss

Aufenthaltsqualität

Keine Sitzmöglichkeiten; hohe Verkehrsfrequenz entlang der Karl-Marx-Straße

Leerstandssituation

Mehrere augenscheinliche und kleinteilig strukturierte Leerstände im Einkaufszentrum Lindenblatt Passage

Flächenpotenziale

Kleinteilige Flächenpotenziale in Form der Leerstände des Einkaufszentrums vorhanden



Abbildung 10: Norma-Lebensmitteldiscounter im NZ Großziethen

Verkehrliche Analyse

MIV-Anbindung / Stellplätze

Gute Anbindung über Karl-Marx-Str. (L75) als wichtige Pendlerachse im Nord-Süd-Verlauf; umfangreiches Angebot an Stellplätzen auf vorgelagerten Parkplätzen der strukturprägenden Anbieter vorhanden

ÖPNV-Anbindung

Haltestelle „Großziethen Attilastraße“ liegt unmittelbar im ZVB (Buslinien 742 und 744)

Fußläufigkeit

Fußläufige Erreichbarkeit und Anfahrt mit dem Fahrrad gewährleistet

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Deutlicher Schwerpunkt im periodischen Bedarf durch strukturprägende Anbieter; kaum Absatz im zentrenrelevanten Bedarf; nicht-zentrenrelevanter Bedarf geringfügig durch Möbelgeschäft vertreten

Magnetbetriebe

ALDI (Vorhabenmarkt), Norma, Getränke Hoffmann

Komplementärnutzungen

Geringfügiges Gastronomieangebot; vereinzelt gesundheitl. Dienstleistungen; Friseursalon; Nagelstudio; Druckerei; Autohändler

Einzugsbereich / Versorgungsfunktion

Nebenzentrum für den Ortsteil Großziethen mit Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich



Abbildung 11: Blick entlang der Lindenblatt Passage im NZ Großziethen

Insgesamt wird im NZ Großziethen auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.800 qm ein Umsatz von rd. 9,2 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

Streulagen innerhalb des Einzugsgebiets

Die Betriebe außerhalb des NZ Großziethen sind allesamt in Streulage zu verorten. Als wesentliche Konkurrenzstandorte zum Vorhaben sind die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe in Form eines Netto-Discounters an der Karl-Marx-Straße 152 sowie eines Rewe-Verbrauchermarkts Am Pfarracker 1. Beide Betriebe verzeichnen eine für die jeweilige Vertriebslinie überdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung sowie ein modernes Erscheinungsbild. Dementsprechend ist beiden Anbietern sowohl eine leistungsfähige Performance als auch eine zukunftsfähige Marktposition zu attestieren. Alle weiteren Betriebe zeichnen sich durch kleinteilig strukturierte Angebotsformen aus (u.a. Lebensmittelhandwerk, Hofladen) und stehen somit nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu dem Vorhabenmarkt.

Insgesamt wird von den Betrieben in Streulage innerhalb des Einzugsgebiets (Zone 1 + 2) auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd.3.300 qm ein Umsatz von rd. 15,0 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).



Abbildung 12: Netto-Lebensmitteldiscounter an der Karl-Marx-Straße 152 in Schönefeld



Abbildung 13: Rewe-Verbrauchermarkt Am Pfarracker 1 in Schönefeld

Der zentrale Versorgungsbereich NZ Großziethen zeichnet sich durch marktfähige Einzelhandelsstrukturen mit Schwerpunkt im periodischen Bedarf aus. Neben dem Vorhaben-ALDI ist mit einem Norma ein weiterer Lebensmitteldiscounter ansässig.

Bezüglich der Betriebe in Streulage sind mit einem Netto-Lebensmitteldiscounter und einem Rewe-Verbrauchermarkt zwei performancestarke und modern aufgestellte Nahversorger im Einzugsgebiet zu verorten.

5.3.2 Untersuchte Standortlagen direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Darüber hinaus finden sich weitere prägende Einzelhandelslagen unmittelbar außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets, die von vorhabeninduzierten Rückholungseffekten ebenfalls von dem Projektvorhaben betroffen sein können. Im Rahmen der anschließenden Wirkungsprognose wurden die dem Vorhabenmarkt nächstgelegenen strukturprägenden Anbieter der Metropole Berlin (außerhalb des Einzugsgebiets) berücksichtigt. Dies betrifft sowohl den zentralen Versorgungsbereich NVZ Alt-Buckow sowie vereinzelte Lebensmittelbetriebe entlang des Buckower Damms (L 75) als eine der Hauptverkehrsachsen von Großziethen in Richtung Berlin. Gleichwohl ist darauf zu verweisen, dass es sich dabei um eine absolute Worst-case-Betrachtung handelt, da nur die nächstgelegenen Betriebe einbezogen werden. Faktisch werden sich die Wirkungen diffus im Raum verteilen und auf deutlich mehr „Schultern verteilen“.

Hierbei ist anzumerken, dass aufgrund der Betriebstypenähnlichkeit zum Vorhaben ausschließlich Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche ab 400 qm (oder höher) berücksichtigt wurden. Kleinteilig strukturierte Betriebsformen unterscheiden sich mehr unwesentlich vom Vorhabenmarkt und stehen somit nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu diesem.

Nachfolgend werden die untersuchten Standortlagen vorgestellt und hinsichtlich ihrer Leistungs- bzw. Funktionsfähigkeit beleuchtet:

NVZ Alt-Buckow

Räumliche Analyse

Lage / Verortung

Zentral gelegen im Siedlungsgebiet innerhalb des Ortsteils Buckow des Berliner Bezirks Neukölln

Standortumfeld

Wohnnutzung in allen Himmelsrichtungen, geprägt durch freistehende Ein- und Mehrfamilienhäuser sowie mehrgeschossige Zeilenbauweise im Westen

Abgrenzung

Langgestrecktes Zentrum entlang des Buckower Damms (L75) zwischen der Lidl-Filiale im Norden sowie der Straße An den Achterhöfen im Süden; Ost-West-Achse entlang der Straße Alt-Buckow zwischen Tankstelle im Osten und Buckower Dorfteich im Westen

Städtebauliche Analyse

Städtebau / Erscheinungsbild

Stadtteil geprägt durch heterogene Bebauungsstrukturen: freistehende Handelsimmobilien; teilweise zusammenhängende Handelskomplexe; Wohnnutzung in Form von Zeilen- und Reihenbebauung als auch freistehende Mehrfamilienhäuser

Aufenthaltsqualität

Wenige Sitzmöglichkeiten; hohe Verkehrsfrequenz entlang des Buckower Damms (L75) sowie der Johannisthaler Chaussee/Alt-Buckow

Leerstandssituation

Insgesamt wenige Leerstände, die kein strukturelles Problem darstellen

Flächenpotenziale

Begrenzte Flächenpotenziale in Form der (wenigen) Leerstände vorhanden



Abbildung 14: Lidl-Lebensmitteldiscounter im NVZ Alt-Buckow

Verkehrliche Analyse

MIV-Anbindung / Stellplätze

Gute Anbindung über Buckower Damm (L75) als wichtige Pendlerachse im Nord-Süd-Verlauf sowie Johannisthaler Chaussee/Alt-Buckow als Ost-West-Achse; umfangreiches Angebot an Stellplätzen auf vorgelagerten Parkplätzen der strukturprägenden Anbieter vorhanden; teilweise straßenbegleitendes Parken möglich

ÖPNV-Anbindung

Haltestelle „Alt-Buckow (Berlin)“ liegt unmittelbar im ZVB (Buslinien M11, M44, X11, X71)

Fußläufigkeit

Fußläufige Erreichbarkeit und Anfahrt mit dem Fahrrad gewährleistet

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Schwerpunkt im periodischen Bedarf; nennenswerter Besitz im mittel- als auch langfristigen Bedarf; Einzelhandelsbesatz im nördlichen Bereich konzentriert; strukturprägende Betriebe in Form von Filialisten, ansonsten hoher Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften

Magnetbetriebe

Lidl, nah&gut, Kik, Jysk, Fressnapf

Komplementärnutzungen

Gastronomieangebot dominiert; Ärztezentrum; hoher Anteil an Friseursalons und Kosmetikstudios

Einzugsbereich / Versorgungsfunktion

Nahversorgungszentrum für den Ortsteil Buckow mit Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich



Abbildung 15: nah & gut-Supermarkt im NVZ Alt-Buckow

Insgesamt wird im NVZ Alt-Buckow (Berlin) von den strukturprägenden Nahversorgungsbetrieben (> 400 qm Verkaufsfläche) auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.100 qm ein Umsatz von rd. 6,7 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

Streulagen direkt außerhalb des Einzugsgebiets

Die untersuchten und in der Wirkungsprognose berücksichtigten Betriebe in Streulage außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets belaufen sich auf den EDEKA-Verbrauchermarkt an der Gerlinger Straße 4 in Berlin sowie den Netto-Lebensmitteldiscounter am Buckower Damm 268 in Berlin. Bezüglich der Vertriebslinie EDEKA agiert der Verbrauchermarkt auf einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung und verzeichnet ein nicht mehr ganz zeitgemäßes Erscheinungsbild. Dem gegenüberstehend profitiert der Markt von dem hohen Einwohner- bzw. Nachfragepotenzial im unmittelbaren Umfeld. Darüber hinaus befinden sich direkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite die Buckower Felder, auf welchen gegenwärtig ein umfangreiches Wohnungsbauprojekt realisiert wird, sodass sich das Nachfragepotenzial in den kommenden Jahren signifikant erhöhen wird. Entgegen der ebenfalls leicht unterdurchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung des Netto-Lebensmitteldiscounters verzeichnet dieser ein modernes Erscheinungsbild und profitiert ebenfalls von dem hohen Einwohnerpotenzial in seiner Umgebung. Somit ist beiden Betrieben eine stabile Marktposition zu attestieren.



Abbildung 16: EDEKA-Verbrauchermarkt an der Gerlinger Straße 4 in Berlin



Abbildung 17: Netto-Lebensmitteldiscounter am Buckower Damm 268 in Berlin

Der zentrale Versorgungsbereich NVZ Alt-Buckow stellt einen funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich mit Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich dar.

Bezüglich der Betriebe in Streulage werden mit einem Netto-Lebensmitteldiscounter und einem EDEKA-Verbrauchermarkt zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe mit stabiler Marktposition berücksichtigt.

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen.

Für den auf 1.267 qm zu erweiterten ALDI-Markt ist davon auszugehen, dass dieser insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 8 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 15 %, in der Zone 2 sind etwa 9 % zu erwarten.

Marktanteile des ALDI-Markts nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	45,4	4,2	49,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,6	0,4	7,0
Marktanteile	15%	9%	14%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	35,5	3,3	38,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,0	0,5
Marktanteile	1%	1%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	80,9	7,5	88,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	7,0	0,4	7,4
Marktanteile	9%	5%	8%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten ALDI-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von rd. 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve¹⁴ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 6.500 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 8,3 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 7,8 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfällt.

Umsatzstruktur des ALDI-Markts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	1.140	6.800	7,8
aperiodischer Bedarf	127	4.000	0,5
Gesamt	1.267	6.500	8,3

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 8: Umsatzstruktur des ALDI-Markts nach Vorhabenrealisierung

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Discounter hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des ALDI-Markts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	710	7.250	5,1
aperiodischer Bedarf	79	4.000	0,3
Gesamt	789	6.900	5,5

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 9: Umsatzstruktur des ALDI-Markts (Status quo)

Der **Umsatzzuwachs¹⁵** (inkl. Streuumsätzen) wird somit im Worst Case insgesamt bei rd. 2,8 Mio. € liegen. Davon entfallen rd. 2,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

¹⁴ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Touristen/Gäste, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen).

¹⁵ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Wirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei

Umsatzzuwachs des ALDI-Markts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	430	2,6
aperiodischer Bedarf	48	0,2
Gesamt	478	2,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 10: Umsatzzuwachs des ALDI-Markts durch Vorhabenrealisierung

Daraus ergeben sich folgende Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet im Falle der Vorhabenrealisierung:

Marktanteilszuwachs des ALDI-Markts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	45,4	4,2	49,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	2,2	0,1	2,3
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	5%	3%	5%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	35,5	3,3	38,8
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,0	0,2
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,5%	0,3%	0,4%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	80,9	7,5	88,5
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	2,4	0,1	2,5
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	3%	2%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 11: Marktanteilszuwachs des ALDI-Markts durch Vorhabenrealisierung

darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenerweiterung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Die mit der Modernisierung des Markts verbundene Steigerung der Attraktivität und Ausstrahlungswirkung wurde gleichwohl berücksichtigt.

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb des Einzugsgebiets bezogen auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf von insgesamt rd. 14 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen sowie der aperiodischen Randsortimente, ein Gesamtumsatzpotenzial von insgesamt rd. 8,3 Mio. €, wovon rd. 7,8 Mio. € auf den periodischen Bedarf entfallen. Der durch die Erweiterung generierte prüfungsrelevante Mehrumsatz im nahversorgungsrelevanten Bedarf beläuft sich auf insgesamt rd. 2,6 Mio. €.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2026 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen bzw. sonstige Lagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2026) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem Marktwachstum infolge der prognostizierten Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsmildernd zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt ebenfalls zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um. Dieser Effekt schlägt umso stärker zu Buche, je höher die Kaufkraftabflüsse derzeit sind. Für das betreffende Einzugsgebiet ist aktuell von signifikanten Kaufkraftabflüssen auszugehen. Die Verbraucher kaufen somit gegenwärtig in beträchtlichem Maße an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets ein. Da mit der Vorhabenrealisierung ein Teil dieser Kaufkraftabflüsse zurückgeholt werden kann, führt das Vorhaben ggf. auch zu spürbaren Umsatzrückgängen an Versorgungsstandorten außerhalb des Einzugsgebiets, die von den Abflüssen profitieren.

Die besonders relevanten Versorgungsalternativen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets wurden im Rahmen von Kapitel 5.2. bereits konkret bestimmt. Dies wurde im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose berücksichtigt. Damit ist sichergestellt, dass die Wirkungen des Vorhabens vollständig raumwirksam abgebildet sind.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zulasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

Die Wirkungen des Vorhabens im **Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf)** werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den **Marktanteil** bzw. dessen Zuwachs abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von weniger als 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass ständig wechselnde und zeitlich begrenzte Angebote in diesem Sortimentsbereich bei Discountern v.a. einen ergänzenden Charakter haben. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunterbrechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteilszuwächse und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Vorhabenrealisierung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Aktuell generieren die innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe einen Umsatz von insgesamt rd. 24,2 Mio. €. Aufgrund des einwohnerentwicklungsinduzierten Marktwachstums wird dieser bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens in 2026 um rd. 3,1 Mio. € ansteigen. Da der zu erweiternde ALDI-Markt nicht gegen sich selbst wirken kann, ist der aktuelle Umsatz von ALDI in Höhe von rd. 5,2 Mio. € vom Bestandsumsatzvolumen abzuziehen. Somit beläuft sich der nahversorgungsrelevante Gesamtumsatz innerhalb des Einzugsgebiets zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit in 2026 auf knapp 22,2 Mio. € (ohne Vorhaben-ALDI und ohne aperiodische Randsortimente).

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 2,3 Mio. € erzielen (ohne rd. 0,3 Mio. € Streuumsätze). Wirkungsmildernd ist zu berücksichtigen, dass das Vorhaben dazu in der Lage sein wird, bisherige Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu binden (knapp 1,2 Mio. €). Nach

Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz knapp 1,2 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet in Höhe von 22,2 Mio. € gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

im Schnitt rd. 5,3 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen aufgrund der Distanzen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass die Betriebe im NZ Großziethen (ohne ALDI) am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein werden (rd. 6,7 %). Die übrigen Standortbereiche weisen dagegen geringere Umsatzumverteilungsquoten auf.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt.

Wirkungsprognose des Erweiterungsvorhabens in Schönefeld – Umsatzzuwachs (2026)

Periodischer Bedarf	NZ Großziethen	Streulage	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	9,16	14,81	23,97	0,23	24,20
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,87	2,23	3,10	0,01	3,10
abzgl. Bestandsumsatz Aldi-Markt	-5,15	0,00	-5,15	0,00	-5,15
Umsatz vor Ort (2026)	4,88	17,04	21,92	0,23	22,15
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,62	1,59	2,21	0,13	2,34
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,29	-0,75	-1,04	-0,13	-1,17
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,33	0,84	1,17	0,00	1,17
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	6,7%	5,0%	5,4%	k.A.	5,3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 12: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets

Um die Wirkungen auf umliegende Standorte außerhalb bewerten zu können, haben Dr. Lademann & Partner in einer überschlägigen Worst-Case-Betrachtung den Umsatzanteil des Vorhabens, welcher derzeit Standorten außerhalb des Einzugsgebiets zufließt und durch das Vorhaben in das Einzugsgebiet zurückgeholt werden kann (rd. 1,2 Mio. €) vollständig gegen die nächstgelegenen Einzelhandelsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets gerechnet. Hierbei bewegen sich überschlägigen Umsatzumverteilungsquoten zwischen rd. 8 % für das NVZ Alt-Buckow und rd. 9 % für die beiden Betriebe in Streulage (Netto und EDEKA).

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung/Neuaufstellung des ALDI-Discounters an der Karl-Marx-Straße 36 in Schönefeld erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs innerhalb des Einzugsgebiets Werte von im Schnitt etwa 5,3 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 6,7 % prospektiv für das NZ Großziethen zu erwarten.

Für die untersuchten Standortlagen direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets ergeben sich überschlägige Umsatzumverteilungsquoten zwischen 8 und 9 %. Faktisch werden sich die Wirkungen gleichwohl diffus im Raum verteilen.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Die Vorhabenrealisierung soll über eine Bauleitplanung erfolgen. Die Bewertung des Einzelhandelsvorhabens mit einer Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.267 qm bemisst sich somit anhand von § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, des § 2 Abs. 2 BauGB sowie des § 1 Abs. 4 BauGB¹⁶ in Verbindung mit den raumordnerischen Bestimmungen der Landesplanung in Brandenburg¹⁷. Für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens sind gemäß Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2019 demnach folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:

- Ziel 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der BauNVO sind nur in zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).

- Ziel 2.7 Schutz benachbarter Zentren

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).

- Grundsatz 2.8 Angemessene Dimensionierung

Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).

- Grundsatz 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden kann.

- Ziel 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte

- (1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).
- (2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche

¹⁶ Nach § 1 Abs. 4 BauGB sind die Bauleitpläne den Zielen der Raumordnung anzupassen.

¹⁷ Vgl. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin Brandenburg (kurz: LEP HR) 2019.

für die zentrenrelevanten Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

Nach den Bestimmungen des BauGB ist neben den bereits angesprochenen Belangen der Raumordnung zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Darüber hinaus ist das Vorhaben auf seine Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2012 hin zu prüfen.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das „Kongruenz- bzw. Zentralitätsgebot“, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab.

Vonseiten der Landesplanung ist der Gemeinde Schönefeld in Funktionsteilung mit der Stadt Wildau die raumordnerische Versorgungsfunktion eines **Mittelzentrums** zugewiesen. Die als Mittelzentren in Funktionsteilung festgelegten Gemeinden übernehmen gemeinsame Versorgungsfunktionen für den gemeinsamen Verflechtungsbereich. Dieser umfasst für den mittelzentralen Verbund Schönefeld – Wildau die Städte und Gemeinden Eichwalde, Schönefeld, Schulzendorf, Wildau und Zeuthen. Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Gemeinde Schönefeld demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet. Funktional entspricht das Vorhaben den Versorgungsaufgaben eines Mittelzentrums.

Das Vorhaben ist **schwerpunktmäßig auf den täglichen Bedarf ausgerichtet** und dient somit hauptsächlich der zukunftsfähigen Absicherung der Grundversorgung. Der Flächenanteil nahversorgungsrelevanter Sortimente beträgt rd. 90 %.

Das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich ausschließlich über den Ortsteil Großziethen (mit Kleinziethen) und kleinere Teile von Waßmannsdorf des eigenen Gemeindegebiets von Schönefeld. **Damit geht das Einzugsgebiet nicht über den raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich hinaus,** der die Kommunen Eichwalde, Schönefeld, Schulzendorf, Wildau und Zeuthen umfasst.

Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll im Sinne des Grundsatzes 2.11 (**Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**) dafür Sorge getragen werden,

dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden. Das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial innerhalb des Einzugsgebiets beträgt perspektivisch rd. 49,6 Mio. €. Für das Vorhaben wird von einem Umsatzvolumen im nahversorgungsrelevanten Bedarf von rd. 7,8 Mio. € (inkl. Streuumsätzen) ausgegangen, was einem Anteil am Gesamtkaufkraftvolumen von rd. 16 % entspricht. Der Richtwert zur Bewertung einer strukturverträglichen Kaufkraftbindung in Höhe von bis zu 25 % wird somit deutlich unterschritten.

Das Vorhaben wird dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert). Dabei ist allerdings immer die jeweilige Ausgangslage in den Zentren und/oder Nahversorgungslagen zu berücksichtigen. Sofern Anhaltspunkte (z.B. leistungsfähig aufgestellte Magnetbetriebe, stabile Kundenfrequenz, hohe städtebauliche Qualität,

moderate Wettbewerbssituation) dafür vorliegen, dass es sich um einen besonders leistungsfähig aufgestellten Standortbereich handelt, muss auch ein absatzwirtschaftlich ermittelter Umsatzrückgang von mehr als 10 % nicht zwangsläufig mehr als unwesentliche Folgewirkungen nach sich ziehen. Sofern ein Standortbereich jedoch gravierende städtebauliche Mängel erkennen lässt (z.B. hohe Leerstandsquote, Trading-Down-Tendenzen, vorgeschädigte Magnetbetriebe), kann umgekehrt auch schon ein Umsatzrückgang von weniger als 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen nach sich ziehen.

In Zusammenhang mit der Wirkungsprognose ist außerdem darauf hinzuweisen, dass Umsatzzumverteilungswirkungen erst ab einer bestimmten Größenordnung wesentliche städtebauliche oder raumordnerische Konsequenzen auslösen können. Eine Verdrängungswirkung von weniger als 0,1 Mio. € Umsatz im Jahr an einem Standort wird keine spürbaren Auswirkungen nach sich ziehen. Umsatzrückgänge unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. € sind daher trotz ggf. hoher Umsatzzumverteilungsquoten nicht weiter zu beanstanden.¹⁸

Das Vorhaben wird eine prospektive Umsatzzumverteilungsquote von im Schnitt 5,3 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit deutlich unterschreiten. Je nach Standortlage fallen die Umverteilungsquoten jedoch unterschiedlich hoch aus.

Tendenziell am stärksten von dem Vorhaben betroffen ist, vor allem aufgrund der räumlichen Nähe und bedingt durch die Angebotsüberschneidungen zwischen discounterorientierten Anbietern, rein rechnerisch das NZ Großziethen. Mit einer Umsatzzumverteilungsquote von rd. 6,7 % wird der kritische Schwellenwert jedoch ebenfalls deutlich unterschritten. Als Hauptbetroffene innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs können der Norma-Lebensmitteldiscounter sowie im weiteren Sinne der Getränkemarkt Hoffmann ausgemacht werden. Beide sind marktfähig aufgestellt und übernehmen eine wichtige Nahversorgungsrolle für den Ortsteil und leisten einen wesentlichen Beitrag zur Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs. Alle weiteren Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs zeichnen sich durch kleinteilige Strukturen aus und stehen somit ohnehin nicht in unmittelbarer Konkurrenz zum Vorhabenmarkt. An dieser Stelle sei jedoch darauf hingewiesen, dass eine Schädigung des NZ Großziethen allein auch schon deshalb ausgeschlossen werden kann, weil sich der Vorhabenstandort selbst innerhalb des Zentrums befindet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen würden eine räumliche Distanz zum Zentrum voraussetzen, die zu einem Kaufkraftabfluss aus dem Zentrum heraus führen würde. Einen Konkurrenzschutz innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs sieht das Baurecht nicht vor (siehe hierzu u.a. auch VG Schwerin, Urteil vom 18.06.2015 – 2 A 733/14). So wird die Erweiterung/Modernisierung des ALDI-Markts trotz der Umsatzrückgänge bei den

¹⁸ Vgl. u.a. Urteil 10 A 167/08 des OVB Nordrhein-Westfalen vom 30. September 2009

Bestandsbetrieben letztendlich dazu beitragen, die Funktionsfähigkeit des Zentrums zu sichern. „Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ sind damit in jedem Falle ausgeschlossen.

Für die Betriebe in Streulage innerhalb der Zone 1 wurde eine prospektive Umsatzumverteilungswirkung von rd. 5,0 % ermittelt, die damit ebenfalls sehr deutlich unterhalb des kritischen Schwellenwerts liegt. Als Hauptbetroffene sind ein Netto-Lebensmittel-discounter sowie ein Rewe-Verbrauchermarkt zu nennen. Beide Betriebe sind durch eine überdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung sowie ein modernes Erscheinungsbild gekennzeichnet und verfügen demnach über einen leistungsfähigen Marktauftritt. Aufgrund der räumlichen Nähe der beiden Nahversorger ergänzen sich die beiden unterschiedlichen Betriebstypen gegenseitig, was deren gemeinsame Strahlkraft verstärkt. Darüber hinaus ist deren Versorgungsfunktion vornehmlich auf den südlichen Siedlungsbereich des Ortsteils Großziethen orientiert, während der Vorhabenstandort aufgrund der räumlichen Lage verstärkt den nördlichen Siedlungsbereich abdeckt, was die Konkurrenzbeziehung zusätzlich abschwächt. Die prognostizierten Umsatzrückgänge bewegen sich auf einem Niveau üblicher konjunktureller Schwankungen und lassen keine vorhabeninduzierten Marktaustritte erwarten, zumal die strukturprägenden Betriebe leistungs- und funktionsfähig aufgestellt sind. Vor diesem Hintergrund sind „mehr als unwesentliche Auswirkungen“ oder gar vorhabeninduzierte Betriebsschließungen in jedem Falle auszuschließen.

Für die Betriebe in Streulage innerhalb der Zone 2 beläuft sich der absolute umverteilungsrelevante Umsatz auf weniger als 0,1 Mio. €, sodass dieser unterhalb der Schwelle zur rechnerischen Nachweisbarkeit liegt. „Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung können angesichts der rechnerisch nicht nachweisbaren Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Um die Wirkungen auf umliegende Standorte bewerten zu können, haben Dr. Lademann & Partner in einer überschlägigen Berechnung den Umsatzanteil des Vorhabens, welcher derzeit Standorten außerhalb des Einzugsgebiets zufließt und durch das Vorhaben in das Einzugsgebiet zurückgeholt werden wird, vollständig gegen die nächstgelegenen, untersuchten Einzelhandelsstandorte gerechnet (Worst-case-Szenario).

Hierbei wurde eine überschlägige Umsatzumverteilungsquote für die beiden Betriebe in Streulage außerhalb des Einzugsgebiets von rd. 9 % ermittelt. Somit nähert sich diese dem kritischen Schwellenwert an, liegt jedoch ebenfalls darunter. Sowohl der EDEKA-Verbrauchermarkt als auch der Netto-Lebensmitteldiscounter agieren zwar auf einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung, profitieren jedoch von dem hohen Einwohner- bzw. Nachfragepotenzial im direkten Umfeld des jeweiligen Markts. Dieses wird aufgrund der gegenwärtig im Bau befindlichen, umfangreichen Wohnungsbaumaßnahmen auf den Buckower Feldern künftig signifikant zunehmen. Entgegen der unterdurchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung verzeichnet

der Lebensmitteldiscounter ein modernes Erscheinungsbild und einen leistungsfähigen Marktauftritt. Bezüglich des Verbrauchermarkts ist festzuhalten, dass sich dieser als „klassischer“ Vollversorger hinsichtlich des Sortimentskonzepts, der Warenpräsentation, der Preispolitik und der Service- und Frischekompetenz und damit auch in Bezug auf die Hauptzielgruppe nicht unwesentlich von dem Vorhabenmarkt in Form eines Lebensmitteldiscounters unterscheidet, was die Wettbewerbsbeziehungen zwischen den beiden Betriebstypen erheblich abschwächt. Infolgedessen sind die tatsächlichen vorhabeninduzierten Auswirkungen geringer anzunehmen, als diese rein rechnerisch dargestellt werden. Darüber hinaus handelt es sich bei dem Vorhabenstandort um einen seit Jahren im Bewusstsein der Verbraucher verankerten Einkaufsstandort und nicht um einen gänzlich neuen Standort. Vor diesem Hintergrund sind durch das Erweiterungsvorhabens des Markts keine signifikanten Änderungen der bereits bestehenden Kaufkraftströme anzunehmen. Der ALDI-Markt leistete sowohl in der Vergangenheit sowie in der Gegenwart einen Beitrag zur flächendeckenden Nahversorgung in Schönefeld und tritt nicht als „neuer Konkurrent“ auf den Markt. In Anbetracht der rein rechnerisch ermittelten Umsatzumverteilungsquoten sind ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung noch auszuschließen. Ein vorhabeninduzierter Marktaustritt ansonsten leistungsfähiger Betriebe ist nicht anzunehmen.

Für das NVZ Alt-Buckow berechnet sich eine überschlägige Umsatzumverteilungsquote von rd. 8 %, die den kritischen Schwellenwert damit ebenfalls unterschreitet. Die hauptbetroffenen Betriebe in Form eines Lidl-Lebensmitteldiscounters sowie eines nah & gut-Supermarkts profitieren neben dem hohen Einwohner- und Nachfragepotenzial im unmittelbaren Umfeld v.a. auch von der Branchen- und Betriebstypenvielfalt innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, was dessen Sogkraft wesentlich erhöht. Die prognostizierten Umsatzrückgänge verteilen sich in der Realität jedoch „auf mehrere Schultern“ und dispers im Raum als nur auf die beiden in der Rechnung berücksichtigten Betriebe. Somit lassen diese keine vorhabeninduzierten Marktaustritte erwarten, zumal die strukturprägenden Betriebe leistungs- und funktionsfähig aufgestellt sind. Vor diesem Hintergrund sind ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung des zentralen Versorgungsbereichs oder gar vorhabeninduzierte Betriebsschließungen nicht zu erwarten.

Zudem ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass es sich hier um eine absolute Worst-Case-Betrachtung handelt. Faktisch werden sich die Wirkungen durch die Rückholung aktueller Nachfrageabflüsse diffus im Raum verteilen und auf deutlich mehr Standorte treffen. Damit werden die faktischen Wirkungen deutlich geringer ausfallen.

Im Bereich der ergänzenden aperiodischen Sortimente wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachs von weniger als 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Ein Umschlagen der wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebaulich oder raumordnerisch relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb als auch unmittelbar außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets kann ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Berlin-Brandenburg sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur innerhalb zentraler Versorgungsbereichen in den Zentralen Orten zulässig. Nahversorgungsrelevante Vorhaben wären in Zentralen Orten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig.

Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb des im kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Gemeinde Schönefeld aus dem Jahr 2012 ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichs „Nebenzentrum Großziethen“. Das unmittelbare Umfeld des Vorhabenareals wird maßgeblich durch die Wohnnutzung dominiert. Darüber hinaus ist auf der südlich gegenüberliegenden Straßenseite ebenfalls (Lebensmittel-)Einzelhandel ansässig (Norma-Discounter). Neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist auch die Anbindung an den ÖPNV gewährleistet (Bushaltestellen „Großziethen Thälmannstraße“ und „Großziethen Attilastraße“). Sowohl die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnbereichen als auch die Anfahrt mit dem Fahrrad sind gegeben.

Das Vorhaben entspricht dem städtebaulichen Integrationsgebot.

7.5 Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Die Gemeinde Schönefeld verfügt über ein beschlossenes kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept¹⁹ aus dem Jahr 2012²⁰. Nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB sind die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzepts bei der Aufstellung/Änderung der Bauleitpläne zu berücksichtigen.

¹⁹ Vgl. Stadt+Handel (2012): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Schönefeld – Endbericht.

²⁰ Die Konzeptfortschreibung aus 2019 wurde politisch nicht beschlossen.

Gemäß diesem Einzelhandelskonzept befindet sich der Vorhabenstandort innerhalb des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichs „Nebenzentrum Großziethen“. Der Hauptsortimentsbereich des Vorhabenmarkts beläuft sich zu rd. 90 % auf den – ebenfalls gemäß Sortimentsliste – nahversorgungsrelevanten Bedarf. Bezüglich der künftigen Nahversorgungsentwicklung in Schönefelde hält das Konzept in Kapitel 6.2 folgende, übergeordnete Leitlinien bzw. Prioritäten fest:²¹

■ **1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die Zentren**

- *Sicherung der Standorte im Nebenzentrum Großziethen (durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der Zentren resultieren könnten sowie die Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten). Darüber hinaus: Ergänzung des Standortes um einen Vollsortimenter entsprechend des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.*
- *Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung (Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze, Service)*
- *Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel*

Darüber hinaus werden in Kapitel 6.5 Entwicklungsgrundsätze formuliert:

■ **Grundsatz 1: Schutz und Stärkung sowie Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche**

Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs im Ortsteil Großziethen durch eine zielgerichtete Lageentwicklung und flankierende Maßnahmen. Etablierung eines neuen Ortszentrums für die gesamte Gemeinde Schönefeld im Ortsteil Schönefeld, verbunden mit einer städtebaulich hochwertigen Zentrenentwicklung,

■ **Grundsatz 2: Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Nahversorgung**

Sicherung und Fortentwicklung einer verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs in den Wohngebieten und Ortsteilen, ohne hierbei die Entwicklung der Zentren zu beeinträchtigen,

Ferner umfasst das Kapitel 6.1.2 des kommunalen Einzelhandelskonzepts Entwicklungs- und Erhaltungsziele für das Nebenzentrum Großziethen im Spezifischen:

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch..

²¹ Folgend werden nur die für das Vorhaben relevanten Punkte herausgegriffen.

- *Sicherung und Stärkung der als Frequenzbringer unerlässlichen Lebensmittelmärkte*
- *Sicherung der Fachgeschäfte und der vorhandenen Branchenvielfalt*
- *Gezielter, aber zugleich zugunsten des Ortszentrums begrenzter Ausbau der Angebots- und Branchenvielfalt im kurzfristigen Bedarfsbereich*
- *Abbau der vorhandenen Defizite, z.B. durch eine verbesserte städtebaulich-funktionale Anbindung und Umgestaltung der Lindenpassage sowie der angrenzenden Einzelhandelslagen westlich der Karl-Marx-Straße*

Die Sicherung und Stärkung der Bestandsstrukturen sollte durch folgende Empfehlungen gewährleistet und umgesetzt werden:

- *Wahrung der aus Kundensicht gewünschten Angebotsattraktivität insbesondere des Angebots im Bereich Lebensmitteldiscounter, etwa durch maßvolle Verkaufsflächenvergrößerung am Standort selbst bzw. innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.*
- *Stärkung der Magnetfunktion im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und Verbesserung des Betriebstypenmixes durch Ansiedlung eines Vollsortimenters (Lebensmittel-Supermarkt). Hierzu wäre primär das Problem geeigneter Grundstücke zu lösen.*
- *Ergänzung des Einzelhandelsangebots im kurzfristigen Bedarfsbereich entsprechend des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Ortsteil Großziethen (bis zu 1.600 qm Verkaufsfläche im kurzfristigen Bedarfs bis zum Jahr 2025).*
 - *Verbesserung der städtebaulichen Anbindung/Blickbeziehung zur Karl-Marx-Straße*
 - *Reaktivierung leerstehender Ladenlokale durch Schaffung von an den Bedarf ausgerichteten Ladenlokalgrößen (Flächenzusammenlegungen)*
 - *Alternativ: Ausrichtung auf Dienstleistungsnutzungen/gastronomische Nutzungen*
- *Vermeidung von Funktionsverlusten zulasten der Lebensmittelmärkte, die durch neue Ansiedlungen zulasten der Lebensmittelmärkte, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des Nahversorgungszentrums resultieren könnten.*

In der Beurteilung des Erweiterungsvorhabens des ALDI-Lebensmitteldiscounters an der Karl-Marx-Straße 36 lässt sich festhalten, dass dieses vollständig im Einklang mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld steht. Dafür sprechen folgende Punkte:

- Der Vorhabenstandort befindet sich im Nebenzentrum Großziethen und damit innerhalb eines der beiden im Konzept ausgewiesenen Versorgungsbereiche.
- Mit dem Vorhaben wird ein bereits seit Jahren im Bewusstsein der Verbraucher verankerten Einzelhandelsstandort bzw. Lebensmitteldiscounter qualitativ aufgewertet. Der ALDI-Discounter erhält im Zuge des Vorhabens nicht nur einen quantitativen Verkaufsflächenausbau, sondern wird künftig modern aufgestellt sein, was sich positiv auf die Strahlkraft und generelle Marktpformance auswirkt. Dies spielt gerade vor dem Hintergrund des gegenwärtig nicht mehr zeitgemäßen Marktauftritts des Discounters eine tragende Rolle zur Aufrechterhaltung bzw. Stärkung dessen Leistungsfähigkeit.
- Damit verbunden geht auch eine Stärkung und nachhaltige Sicherung der Funktionsfähigkeit des Nebenzentrums in der Rolle eines zentralen Versorgungsbereichs einher. Der ALDI-Discounter stellt den wesentlichen Magnetbetrieb des ZVB dar. Verzeichnet dieser eine unzureichende Performance bzw. einen nicht mehr zeitgemäßen Marktauftritt, kann sich dies negativ auf die Funktionsfähigkeit des Nebenzentrums auswirken. Vor diesem Hintergrund trägt das Vorhaben mit dem künftig zeitgemäß dimensionierten und modern aufgestellten ALDI-Discounter als performancestarker Frequenzbringer einen essenziellen Beitrag zur langfristigen Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Nebenzentrum Großziethen bei.
- Darüber hinaus fügt sich der Verkaufsflächenzuwachs des Erweiterungsvorhabens mit rd. 430 qm problemlos in den im Konzept ermittelten Expansionsrahmen von rd. 1.600 qm Verkaufsfläche im nahversorgungsrelevanten Bedarf bis zum Jahr 2025 ein.

Das Erweiterungsvorhaben des ALDI-Lebensmitteldiscounters an der Karl-Marx-Straße 36 in Schönefeld von gegenwärtig rd. 789 qm auf künftig rd. 1.267 qm Gesamtverkaufsfläche steht vollständig im Einklang mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld aus dem Jahr 2012.

Fazit

8 Fazit

In der Gemeinde Schönefeld, im berlinnahen Ortsteil Großziethen, ist am Standort Karl-Marx-Straße 36, die Erweiterung des ALDI-Markts geplant. Die Verkaufsfläche wird durch Abriss/Neubau ausgehend von derzeit 789 qm sodann rd. 1.054 qm betragen. Damit beläuft sich Verkaufsflächenzuwachs auf rd. 265 qm. Die Realisierung des Gesamtvorhabens soll über die Änderung des Bebauungsplans erfolgen. Im Rahmen der Bauleitplanung soll zur Erhöhung der planeischen Flexibilität im Bebauungsplan künftig eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm festgesetzt werden. Somit wurde in die Vorhaben- und Wirkungsanalyse eine Gesamtverkaufsfläche von 1.267 qm eingestellt. Dies entspricht einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 478 qm.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand dabei in der Ermittlung und Bewertung der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbeiriche und die verbrauchernahe Versorgung. Prüfungsmaßstab hierfür waren § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB sowie § 2 Abs. 2 BauGB. Nach § 1 Abs. 4 BauGB war das Vorhaben zudem auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung in Brandenburg zu prüfen. Ferner wurde das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld gewürdigt.

In der Bewertung des Erweiterungsvorhabens ist Folgendes festzuhalten:

Der im Siedlungskerngebiet des Ortsteils Großziethen (NZ Großziethen) gelegene Vorhabenstandort ist maßgeblich von der Wohnfunktion sowie von Einzelhandelsnutzung umgeben und zeichnet sich durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus.

Aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation im unmittelbar angrenzenden Berlin ist das Einzugsgebiet des Vorhaben-ALDI auf den Ortsteil Großziethen (mit Kleinziethen) sowie kleinere Teile des Ortsteils Waßmannsdorf der Gemeinde Schönefeld beschränkt. Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet zum prospektiven Zeitpunkt der Vorhabenrealisierung im Jahr 2026 rd. 12.800 Einwohner mit deutlich positiver prognostizierter Wachstumstendenz. Innerhalb diesem beläuft sich das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial im Jahr 2026 auf rd. 49,6 Mio. €.

Die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte und die Einzelhandelszentralität innerhalb des Einzugsgebiets fallen unterdurchschnittlich aus und deuten auf signifikante Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets (v.a. in Richtung Berlin) hin.

Das Erweiterungsvorhaben an der Karl-Marx-Straße wird einem Zusatzumsatz von rd. 2,8 Mio. € generieren, wovon mit rd. 2,6 Mio. € der wesentliche Anteil auf den periodischen Bedarf entfällt. Stellt man den zu erwartenden umverteilungsrelevanten Zusatzumsatz des Erweiterungsvorhabens dem gegenwärtig generierten Umsatz im Einzugsgebiet gegenüber, berechnet sich für den periodischen Bedarf eine

prospektive Umverteilungsquote von rd. 5,3 %, die den kritischen Schwellenwert damit sehr deutlich unterschreitet. Sowohl für den zentralen Versorgungsbereich NZ Großziethen (rd. 6,7 %) als auch für die untersuchten Streulagen im Einzugsgebiet (rd. 5,0 %) wird der kritische Schwellenwert deutlich unterschritten. Bezüglich der untersuchten Standortlagen direkt außerhalb des Einzugsgebiets belaufen sich die überschlägigen Umsatzumverteilungsquoten zwischen rd. 8 % für den zentralen Versorgungsbereich NVZ Alt-Buckow und rd. 9 % für die untersuchten Betriebe in Streulage. Faktisch werden sich die Wirkungen gleichwohl diffus im Raum verteilen. Somit wird das Beeinträchtigungsverbot durch das Erweiterungsvorhaben gewahrt.

Ferner entspricht das Vorhaben dem Konzentrations- als auch Kongruenzgebot. Aufgrund der Lage im zentralen Versorgungsbereich NZ Großziethen wird dem städtebaulichen Integrationsgebot ebenfalls entsprochen. Darüber hinaus ist das Gesamtvorhaben mit dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Schönefeld aus dem Jahr 2012 kompatibel.

Das Erweiterungsvorhaben des ALDI-Lebensmitteldiscounters an der Karl-Marx-Straße 36 in Schönefeld ist unter dem Prüfmaßstab der § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 1 Abs. 4 BauGB sowie den landesplanerischen und raumordnerischen Bestimmungen verträglich und zulässig.

Hamburg, 6. Februar 2024

Ulrike Rehr

Axel Dreher

Dr. Lademann & Partner GmbH