



Verträglichkeitsprüfung Modernisierung und Erweiterung Einzelhandelsstandort Jüterbog, Große Straße 56 - 76

Auftraggeber: Stadt Jüterbog

Projektleitung: Dr. Eddy Donat, Niederlassungsleiter
Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, am 11.08.2015

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 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

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273
Telefax: 0351 / 80 23 895
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Mai 2015 erteilte die Stadt Jüterbog der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, den Auftrag zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2010. Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes ist die Überprüfung derzeitiger Einzelhandelsplanungen in Jüterbog. In diesem Zusammenhang sollen vorab mögliche Auswirkungen der Umstrukturierungsmaßnahmen am Standort Große Straße 56 – 76 auf ihre gesamtstädtische wirtschaftliche Verträglichkeit hin überprüft werden. Die Erarbeitung der Verträglichkeitsprüfung basiert auf der Einzelhandelsaufnahme im Rahmen der Einzelhandelskonzepterstellung im Juni 2015. Nicht Bestandteil des Gutachtens ist eine Beurteilung der Realisierung des Vorhabens vor dem Hintergrund von Denkmalschutzauflagen sowie städtebaulichen Zielen zur Erhaltung des mittelalterlich geprägten Stadtkerns.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Dresden, den 11.08.2015
DTE SFL baz wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Aufgabenstellung und Vorhaben	5
2. Mikrostandort Große Straße 56 – 76	8
3. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	11
4. Kaufkraft im Einzugsgebiet	14
5. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	15
6. Umsatzprognose des Vorhabens	19
7. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	21
8. Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet und Flächenabgleich nach Sortimenten	25
9. Versorgungsstrukturelle und betrieblich-städtebauliche Auswirkungen	29

1. Aufgabenstellung und Vorhaben

In der Stadt Jüterbog beabsichtigt ein Investor, die Einzelhandelsagglomeration an der Großen Straße 56 – 76 grundlegend neu zu strukturieren. Die bereits am Standort bestehenden Betriebe sollen dabei im Wesentlichen neu positioniert und erweitert werden (vgl. Karte 1). Auf dem östlichen Grundstücksareal, an Stelle des noch vorhandenen rückwärtigen 2-geschossigen Flügels der AOK, ist die Neuerrichtung des Rewe-Marktes mit einer Verkaufsfläche (VK) von ca. 1.750 m² geplant. Des Weiteren ist die Verlagerung des Aldi-Marktes vom Standort Promenade an die Große Straße beabsichtigt. Nach Absicht des Investors soll im Zuge der Umstrukturierung das denkmalgeschützte leerstehende Kino, das derzeitige Kik-Gebäude, das ehemalige AOK-Gebäude und einige Nebengebäude zurückgebaut werden. An Stelle der Kik-Immobilie soll der Neubau des Aldi-Marktes (1.200 m² VK) im Süden des Projektgrundstückes erfolgen. Für die Märkte von Kik und Rossmann ist die Umnutzung der Altimmoblie von Rewe im östlichen Grundstücksareal geplant. Die bestehenden Geschäfte im Bereich Große Straße (Bäcker, Sportladen, Textilladen, Blumenladen) bleiben bestehen. Ebenfalls sollen die vorhandenen Parkplatzanlagen erweitert und nach Bestreben des Investors eine zweite Zufahrt zur Großen Straße angelegt werden, wofür ein denkmalgeschütztes Gebäude beseitigt werden müsste.

Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die im Rahmen des Vorhabens geplanten Verkaufsflächenveränderungen.

Tabelle 1: Geplante Verkaufsflächenerweiterung am Standort Große Straße 56 – 76

Einzelhandelsbetrieb	Verkaufsflächenbestand	Verkaufsfläche geplant	Erweiterung der VK insg.	Erweiterung der VK insg.
	in m ²			in %
Rewe	1.000	1.750	750	75
Aldi*	663	1.200	537	81
Rossmann	394	798	394	100
Kik-Textilmarkt	401	413	12	3

*Aldi: Bestandsverkaufsfläche am Standort Promenade, Verlagerung und Erweiterung am Standort Große Straße
 Quelle: Verkaufsflächen nach Angaben des Investors; GMA-Berechnungen 2015

Mit Blick auf die **Sortimentsaufteilung** ist auf die sog. Randsortimente der Erweiterungsvorhaben näher einzugehen. Insbesondere Rossmann weist einen hohen Verkaufsflächenanteil für sog. Randsortimente auf, die nicht dem Drogeriekernsortiment zuzuordnen sind. Im Hinblick auf mögliche Auswirkungen durch die Verkaufsflächenzunahme bei Randsortimenten wird eine detaillierte Differenzierung der relevanten Einzelsortimente vorgenommen.

Folgende Belegung der Erweiterungsfläche von ca. 394 m² VK bei **Rossmann** ist geplant:¹ (ca.-Werte)

///	Drogeriewaren	180 m ²	(45 %)
///	Nahrungs- und Genussmittel	40 m ²	(10 %)
///	Spielwaren	50 m ²	(13 %)
///	Haushaltswaren	35 m ²	(9 %)
///	Tiernahrung	15 m ²	(4 %)
///	Sonstige Randsortimente ²	74 m ²	(19 %)
///	Erweiterungsfläche insg.	394 m²	(100 %).

Für die Erweiterung des **Rewe-Marktes** wurden betriebertypische Verkaufsflächenanteile angesetzt. Bezogen auf die Teilsortimente ergeben sich folgende Erweiterungsflächen: (ca.-Werte)

///	Nahrungs- und Genussmittel	638 m ²	(85 %)
///	Randsortimente	112 m ²	(15 %)
	▪ Drogeriewaren	75 m ²	(10 %)
	▪ Sonstige Nonfood	37 m ²	(5 %)
///	Erweiterungsfläche insg.	750 m²	(100 %).

Das Entwicklungsgebiet (Potentialfläche nach EZEK 2010) liegt innerhalb eines Sanierungsgebietes, eines Erhaltungsgebietes sowie im Gebiet einer Gestaltungssatzung. Für die Gebäudesubstanz entlang der Großen Straße sind denkmalschutzrechtliche Auflagen zu beachten sowie Ziele der Rahmenplanung für die Sanierungsgebiete zu berücksichtigen.

Die Neustrukturierung und Modernisierung des Einzelhandelsstandortes Große Straße soll die Einzelhandelsfunktion der Jüterboger Innenstadt nicht nachhaltig negativ beeinflussen, sondern vielmehr die Versorgungsbedeutung des Stadtzentrums für die Gesamtstadt und das Umland weiter erhöhen.

Die Bauvorhaben weisen zum Teil Verkaufsflächengrößen auf, wodurch sie oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (> 800 m² VK) im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO liegen. Daher sollen im Zuge der Verträglichkeitsuntersuchung die raumordnerischen bzw. die einzelhandelsseitigen Auswirkungen des Vorhabens im gesamtstädtischen Kontext geprüft werden. Die Ergebnisse fließen in die parallel durchgeführte Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Jüterbog ein.

¹ Verkaufsflächenaufteilung nach Angaben des Auftraggebers, Zuordnung der Teilsortimente und sonstigen Flächen nach GMA-Brachensystematik, GMA-Berechnungen, ca.-Werte gerundet.
² U. a. Media, Schreibwaren, Foto, Textil, Schmuck, Bücher.

Karte 1: Lageplan des Projektgrundstücks an der Großen Straße 56 - 76



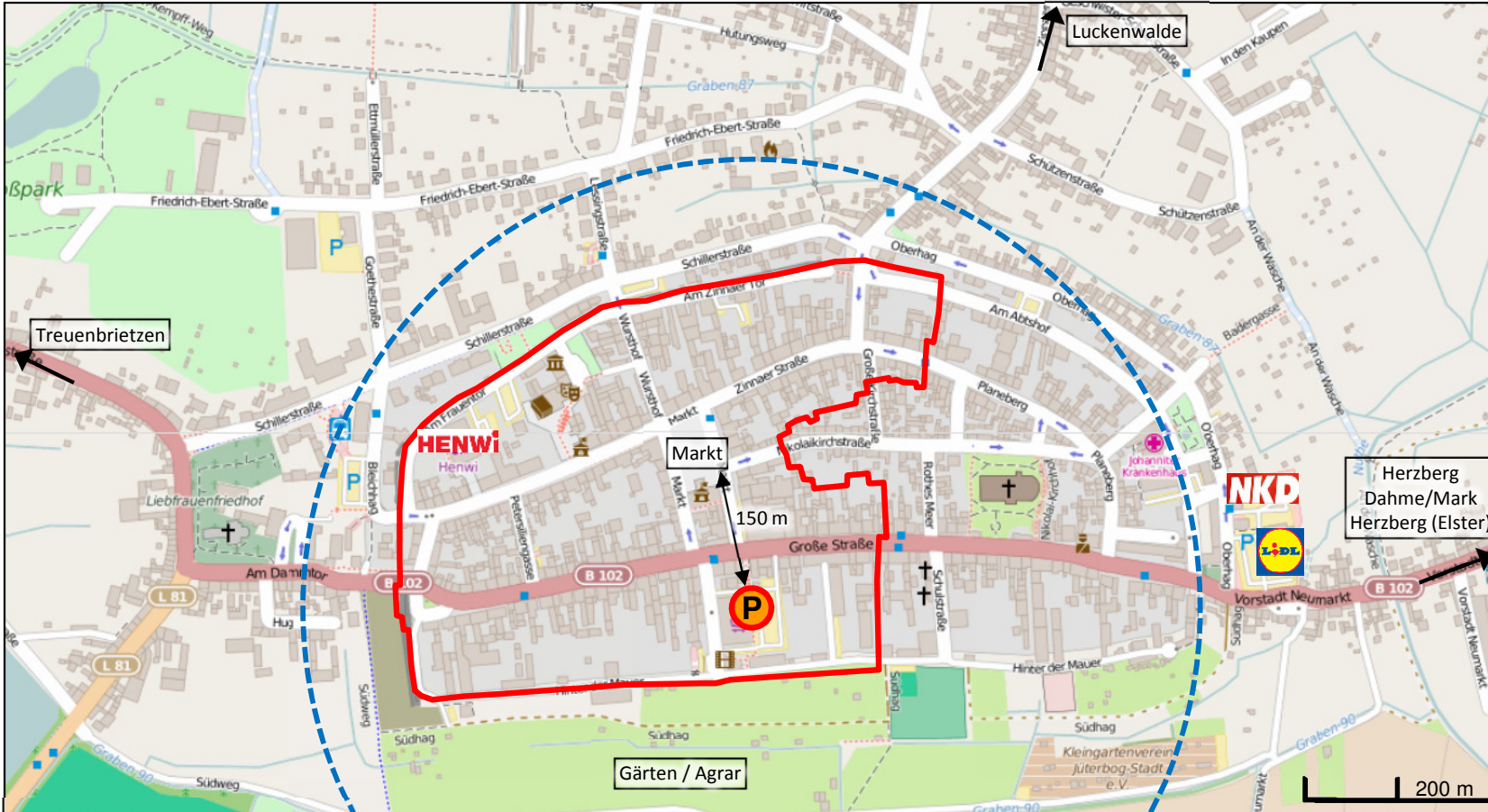
2. Mikrostandort Große Straße 56 – 76

Die **bestehende Einzelhandelslage Große Straße 56 – 76** befindet sich im südlichen Altstadtbereich der Kernstadt Jüterbogs. Der Standort wird durch die Große Straße (Bundesstraße B 102) bzw. die Wohnbebauung entlang dieser zentralen Verkehrsachse nördlich begrenzt (vgl. Karte 2). Das östlich angrenzende Grundstück, welches zukünftig dem Standortareal zugeschlagen wird, ist derzeit z. T. ungenutzt und mit Vegetation bewachsen. Im Süden befindet sich die Anliegerstraße „Hinter der Mauer“. Weiter südlich schließen sich Gartengrundstücke und Agrarflächen an. Westlich wiederum begrenzt die Kohlhasengasse das Grundstücksareal. Derzeit wird der Standortbereich durch Rewe, Rossmann und Kik-Textilmarkt dominiert. Zur Großen Straße hin befinden sich ein Blumengeschäft, eine Bäckerei, ein Sportgeschäft, ein Textilgeschäft sowie einen Fahrradladen. Im Rahmen einer Umstrukturierung des Standortareals sind dabei klar durch die Stadt auferlegte Denkmalschutzbestimmungen in Bezug auf die Altbausubstanz sowie Einzeldenkmale einzuhalten.

Die **Große Straße** stellt die historische Ost-West Hauptdurchgangsstraße zwischen den Stadttooren im Altstadtbereich dar. Geprägt wird sie überwiegend durch 2-4-geschossige Straßenrandbebauung mit Wohnnutzungen und teilweise Geschäftsunterlagerungen. Im Standortumfeld bestehen als Einzelhandelsbetriebe u. a. Euronics Elektromarkt, Koffer-/Taschengeschäft, Handarbeit-/Wollefachgeschäft, Schuhladen und Bäckerei sowie komplementäre Nutzungen (u. a. Reisebüro, Kosmetik, Versicherung, Bank, Büros). In den Randbereichen der Großen Straße sind vielfach Leerstände – v. a. östlich des Projektstandortes – festzustellen. Die Handelsagglomeration Große Straße 56 - 76 liegt im Süden des zentralen Versorgungsbereiches (ZVB) „Altstadt“ Jüterbog³. Die hier ansässigen Betriebe fungieren als Kundenmagneten durch die z. T. großflächigen Geschäfte mit Sortimentsschwerpunkt im Nahversorgungsbereich.

³ Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt gem. Einzelhandels- und Zentrenentwicklungskonzept (EZEK) Jüterbog 2010, das Konzept befindet sich derzeit in Fortschreibung.

Karte 2: Planstandort, Umfeldnutzungen und fußläufiger Einzugsbereich



Legende

- P Projektstandort Große Straße
- Zentraler Versorgungsbereich Altstadt
- 500 m fußläufiger Nahbereich

Foto 1: 180°-Panorama Projektstandort



Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Jüterbog gem. EZEK Jüterbog 2010
Kartengrundlage OpenStreetMap;
GMA-Bearbeitung 2015, Foto GMA 2015

Der Standort steht in funktionalem Zusammenhang mit den Hauptgeschäftslagen um den Markt, wobei Fußgängerfrequenzen zwischen der Zinnaer Straße / Mönchenstraße und dem Planareal festzuhalten sind. Der Markt fungiert als „Bindeglied“ zwischen den Geschäftsbereichen. Am Projektstandort befindet sich auf Höhe der Großen Straße 56 ein Hausdurchgang zur Großen Straße bzw. zum Markt.

Die **PKW-Erreichbarkeit** des Standortes ist durch die Große Straße (B 102) gegeben, die nach Abschluss der Sanierungsarbeiten am Standortareal wieder stärker frequentiert sein wird. Eine Ampelanlage für Fußgänger findet sich nach dem Ausbau der B 102 direkt am Planstandort. Geh- und Radwege stellen die Erreichbarkeit für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen sicher. Durch die bündige und lückenlose Bebauung entlang der Großen Straße / Pferdestraße, ist die Zufahrt zum Grundstücksareal derzeit nur durch eine Baulücke in der Häuserfront möglich. Entsprechend ist die Zufahrt bzw. Einsehbarkeit des Standortes eingeschränkt. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist nach Abschluss des Ausbaus der Großen Straße durch mehrere Bushaltestellen gegeben. Es verkehrt die Busgesellschaft Teltow-Niederfläming.

Für die Handelslage „Große Straße 56 – 76“ ist eine Nahversorgungsfunktion im Sinne einer fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Im Abgleich mit den Festlegungen des Jüterboger EZEK werden dabei Entfernungen von bis zu 500 m angesetzt⁴. Für die gesamte Altstadt sowie Bereiche der Kernstadt ist der Projektstandort in fußläufiger Entfernung zu erreichen (vgl. Karte 2). Gehwege im Standortumfeld sowie eine Verbindung zum Markt sichern die fußläufige Erreichbarkeit aus dem Stadtgebiet und stellen einen städtebaulichen Anschluss an die Hauptgeschäftslage Markt bzw. Zinnaer Straße / Mönchenstraße her. Die Handelslage prägt das Einzelhandelsangebot der Altstadt und stellt einen Magneten bzw. den südlichen Pol des Innenstadtbereiches mit nahversorgungsrelevanten, großflächigen Betrieben dar. Für die Ortsteile und umliegenden Gemeinden Jüterbogs ist der Standort durch die Lage an der B 102 gut zu erreichen. Eine Anbindung an den ÖPNV ist durch die Haltestelle in der Großen Straße gegeben und sichert auch die Erreichbarkeit für weniger mobile Bevölkerungsgruppen sowie aus den Ortsteilen.

Foto 2: Zufahrt zum Standortareal an der Großen Straße 56 - 76



Foto 3: Wohnbebauung Große Straße auf Höhe des Standortareals



⁴ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenentwicklungskonzept Jüterbog 2010, S. 100.

Foto 4: Große Straße: Zugang Markt (rechts), Durchgang Standort (links)



GMA 2015

Foto 5: Markt Jüterbog



In der Zusammenfassung lässt die beschriebene Lagekonstellation eine Einstufung als wohngebietsbezogener verbrauchernaher Nahversorgungsstandort in integrierter Innenstadtlage zu. Der Standort liegt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt und bildet eine seit Jahren etablierte Einkaufslage.

3. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des Einzugsgebietes der Einzelhandelsagglomeration 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 Projektstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen jeweils gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen in Bezug auf den an den Planstandort zu erwarten sind. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen

- /// Agglomerationsvorteile des Gesamtvorhabens: Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel 5.)
- /// Ergebnisse aus zahlreichen weiteren GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Haushaltsbefragung im Rahmen des EHZK Jüterbog 2010).

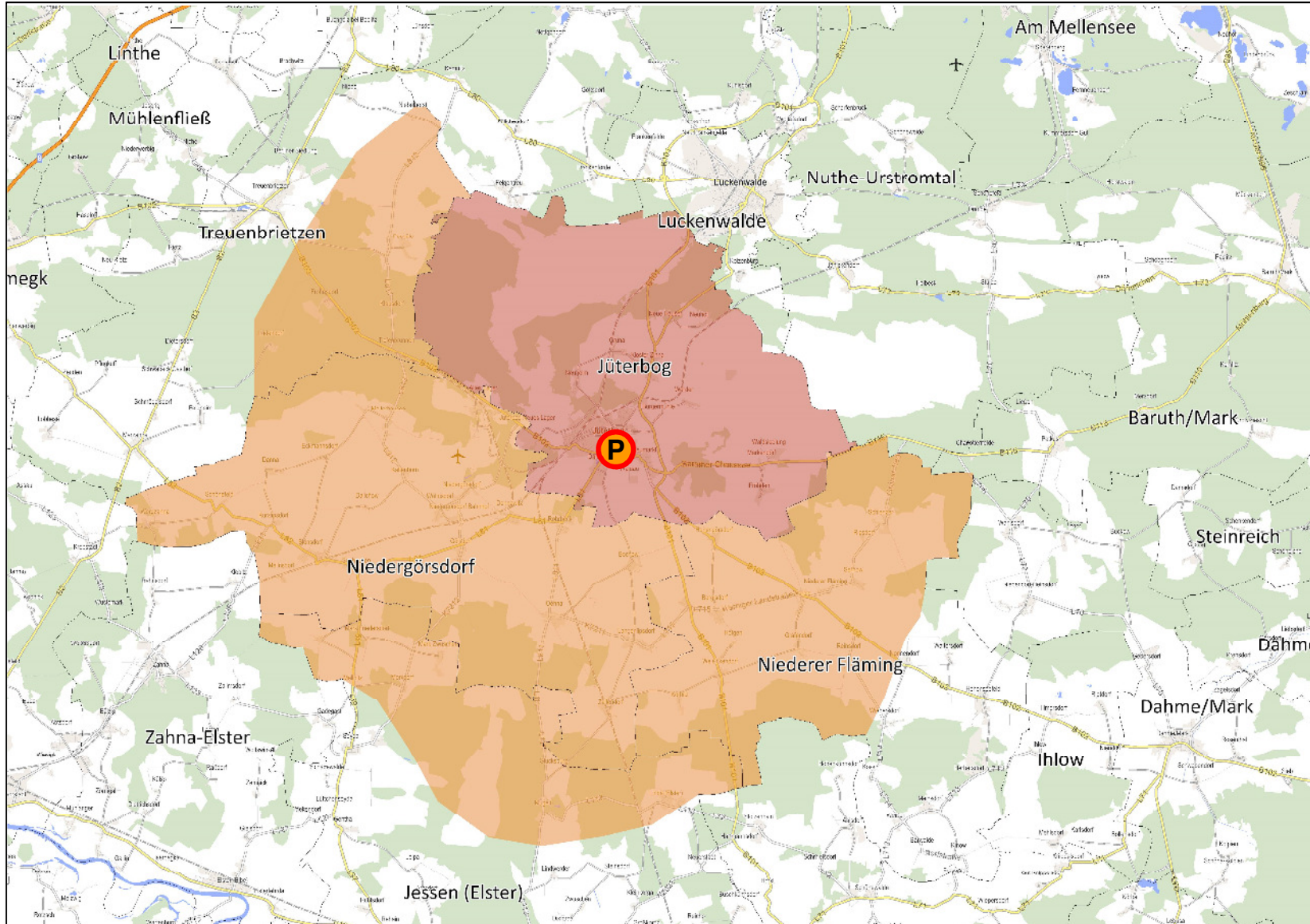
Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für die Einzelhandelsagglomeration „Große Straße“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen (vgl. Karte 3):

/// Zone I: Jüterbog	12.290 Einwohner
/// Zone II: Niedergörsdorf, Teile von Niederer Fläming, Treuenbrietzen, Jessen / Elster	9.460 Einwohner
/// Gesamt:	21.750 Einwohner

Insgesamt erschließt die Einzelhandelsagglomeration ein **Einzugsgebiet**, welches im Kern (Zone I) das gesamte Stadtgebiet von Jüterbog umfasst. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst des Weiteren die Gemeinde Niedergörsdorf sowie Teile von Treuenbrietzen, Niederer Fläming und Jessen/Elster. Hier liegt die erzielbare Marktdurchdringung jedoch bereits durch die zunehmende Entfernung zum Projektstandort deutlich geringer. Damit weicht das Einzugsgebiet der Handelslage Große Straße vom Einzugsgebiet des Jüterboger Einzelhandels insgesamt entsprechend der Abgrenzung im EHZK 2010 ab. So gehören die Gemeinden Ihlow, Baruth/Mark und Dahme/Mark nicht mehr zum abgegrenzten Bereich. Dies ist v. a. auf die Ausstattung von Baruth/Mark und Dahme/Mark mit eigenen Lebensmittelmärkten zurückzuführen.

Kundenzuführungseffekte an den Standort von außerhalb des abgrenzenden und zonierten Einzugsgebiets werden im Rahmen von Streukunden abgebildet, die sich durch die verkehrsgünstige Lage an der B 102 bzw. durch die Versorgungsbedeutung Jüterbogs als Mittelzentrum ergeben. Diese zusätzlichen Umsätze werden als Streuumsätze mit ca. 10 % des Gesamtumsatzes angesetzt.

Karte 3: Einzugsgebiet der Handelsagglomeration Große Straße



- Legende**
- Projektstandort Große Straße
- Einzugsgebiet**
- Zone I (Kerneinzugsgebiet)
 - Zone II (erweitertes Einzugsgebiet)

erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

4. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelnhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2014 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung.

ca. € 5.410⁵.

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Jüterbog betragen die sortiments- bzw. Betriebstypenspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben:

/// Nahrungs- und Genussmittel	ca. 1.968 € ⁶ .
/// Drogeriemarktsortiment	ca. 410 € ⁷ .
/// Bekleidung, Wäsche	ca. 483 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau⁸ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Jüterbog bei 85,4 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In Zone II reicht die Spannbreite von 82,4 (Niedergörsdorf) bis 89,2 (Treuenbrietzen). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für die untersuchungsrelevanten Sortimente wie in Tabelle 2 dargestellt.

Tabelle 2: Sortimentsspezifische Kaufkraft im Einzugsgebiet

Warengruppe	Zone I	Zone II	Insgesamt
Nahrungs- und Genussmittel	20,7	15,5	36,2
Drogeriemarktsortiment	4,3	3,2	7,5
Bekleidung, Wäsche	5,1	3,8	8,9

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2015

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Rewe bei ca. 10 % und von Aldi bei ca. 20 %. Der Umsatzanteil der Randsortimente von Rossmann liegt bei ca. 40 % (u. a. Lebensmittel, Haushaltswaren, Tiernahrung).

⁵ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

⁶ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

⁷ Enthalten sind die Pro-Kopf-Ausgaben die üblicherweise auf den Betriebstyp Drogeriefachmarkt entfallen. Hinzu kommen noch Ausgabenbeträge für betreiberspezifische Randsortimente.

⁸ Quelle: MB Research, 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

5. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum wurde von der GMA im Juni 2015 im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenentwicklungskonzepts Jüterbog eine Totalerhebung des städtischen Einzelhandels durchgeführt. Ergänzend wurden die wesentlichen projektrelevanten Wettbewerber im erweiterten Einzugsgebiet erhoben. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die auch am Standort Große Straße geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengrößen bzw. der Betriebstypen und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche bzw. ähnliche Angebotsformate als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

Mit Blick auf die Umstrukturierungs- bzw. Erweiterungsvorhaben am Standort Große Straße sind v. a. die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und Bekleidung als die Warengruppen hervorzuheben, die den größten Anteil der Verkaufsflächen belegen und daher im Besonderen auf ihre wettbewerblichen und betrieblich-städtebaulichen Auswirkungen im Sinne § 11 Abs. 3 BauNVO hin untersucht werden. Weitere als Randsortimente geführte Warengruppen werden aufgrund der absehbar geringen sowohl Flächen- als auch Umsatzausweitungen nur zusammengefasst in Kapitel 8 auf ihre Verträglichkeit hin bewertet.

Als Hauptwettbewerber der Betriebskonzepte am Standort Große Straße sind v. a. Lebensmittelmärkte (Discounter, Supermärkte), Drogeriefachmärkte und Bekleidungsfachmärkte hervorzuheben. Im Einzugsgebiet sind derzeit folgende strukturprägende Anbieter vorhanden (vgl. Karte 4):⁹

Nahrungs- und Genussmittel

- (1) **Lidl**, Lebensmitteldiscounter Vorstadt Neumarkt, ca. 1.000 m² VK (Streulage)
- (2) **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Zinnaer Vorstadt, ca. 790 m² VK (Streulage)
- (3) **Aldi**, ggf. Nachnutzung, Lebensmitteldiscounter, Promenade, ca. 665 m² VK (Streulage)¹⁰
- (4) **Edeka**, Supermarkt, Schlossstraße, ca. 1.500 m² VK (NVZ Schlossstraße)
- (5) **Netto**, Lebensmitteldiscounter, Schlossstraße, ca. 730 m² VK (NVZ Schlossstraße)

⁹ Ohne die Betriebe am Projektstandort Große Straße.

¹⁰ Der Aldi-Markt wird zum Standort Große Straße verlagert. Eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt ist zwar äußerst unwahrscheinlich, jedoch rein rechtlich nicht auszuschließen. Die Bewertung der Wettbewerbssituation erfolgt daher in zwei Varianten: Variante 1: keine Nachnutzung des Aldi-Marktes, Verlagerung unter Berücksichtigung der Bestandsverkaufsfläche und Umsätze; Variante 2: Nachnutzung des Aldi-Marktes, Bewertung des Vorhabens am Standort Große Straße als komplette Neuansiedlung.

- (6) **Penny**, Lebensmitteldiscounter, Herzberger Straße (Streulage)¹¹
- (7) **Netto (dansk)**, Lebensmitteldiscounter, Niedergörsdorf OT Altes Lager, Treuenbrietze-
ner Straße (Streulage).

Drogeriewaren

Keine Hauptwettbewerber, nur Untersortimente (s. Erläuterungen nachfolgend)

Bekleidung

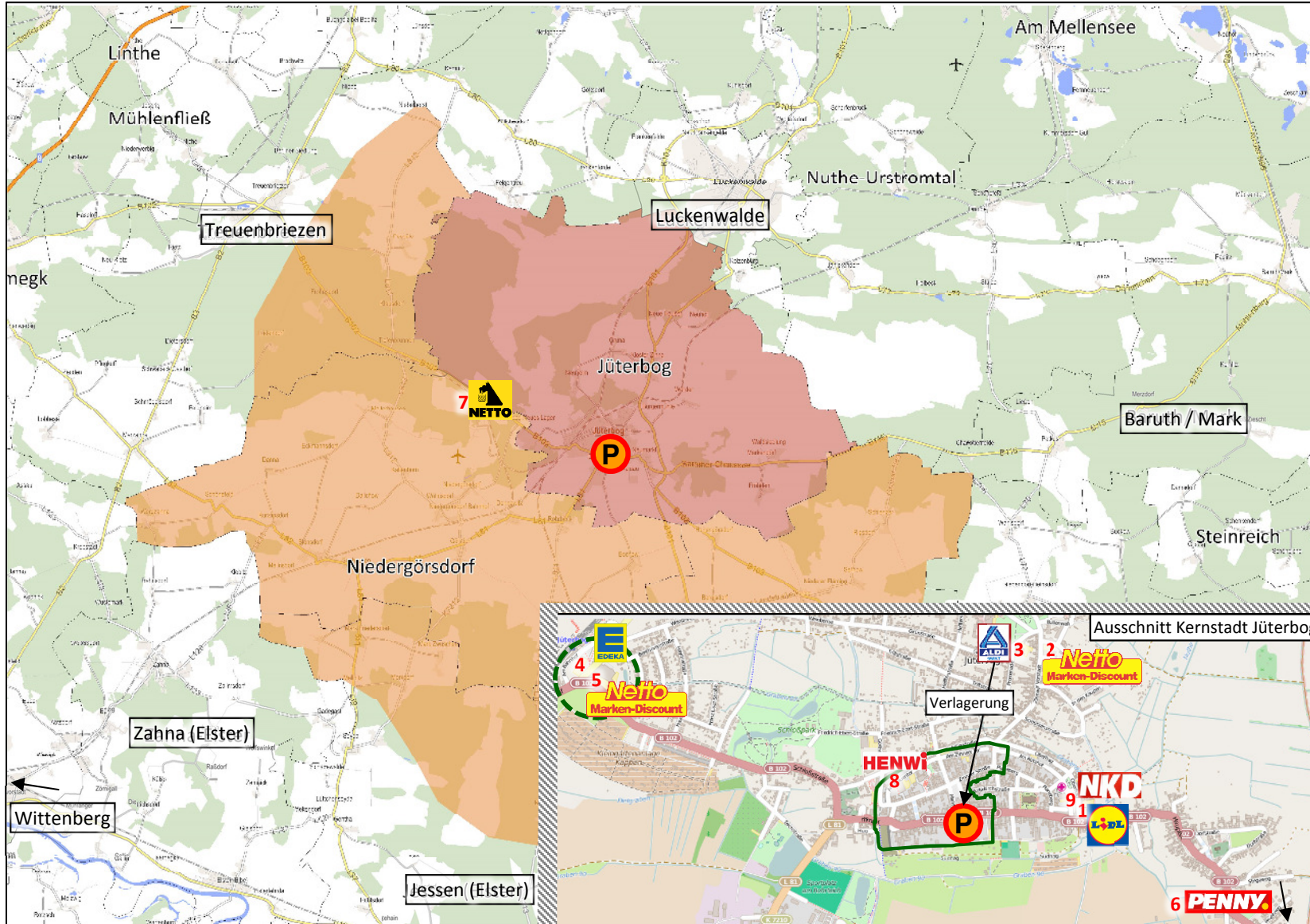
- (8) **Henwie Warenhaus**, Mönchenstraße, ca. 1.970 m² VK, davon ca. 770 m² VK Bekleidung
(ZVB Altstadt)
- (9) **NKD**, Oberhag, ca. 570 m² VK (Streulage).

Neben den genannten Betrieben sind darüber hinaus v. a. in der Kernstadt Jüterbog weitere kleinflächige Anbieter der genannten Branchen ansässig. So sind im Falle der Ansiedlung bzw. Erweiterung von Rewe und Aldi auch Getränkemärkte, **Lebensmittelhandwerker** und Spezialläden (u. a. Hofläden, Tankstellen) – wenn auch in untergeordnetem Maße – von Umsatzumverteilungen betroffen. Durch die Schließung der Schleckerfilialen bzw. von Ihr Platz sind in Jüterbog Angebotsdefizite im **Drogeriewarenangebot** festzustellen. Der Erweiterungsstandort Große Straße (Rossmann) stellt derzeit den einzigen Fachanbieter im Bereich Drogeriewaren dar. Hier ist lediglich auf einen Wettbewerbsbetrieb in der Mönchenstraße hinzuweisen, der jedoch nicht Drogeriewaren im engeren Sinne führt. Darüber hinaus führen v. a. Lebensmittelmärkte Drogeriewaren als Randsortimente, die bereits bei der Bewertung der Wettbewerbssituation im Nahrungs- und Genussmittelsegment berücksichtigt wurden. Im Bereich **Bekleidung** ist derzeit eine unterdurchschnittliche Ausstattung mit Fachmärkten in Jüterbog festzuhalten. Als flächengrößerer Wettbewerber führt das Warenhaus Henwie auf einem Teil seiner Verkaufsfläche Bekleidungsartikel. Als weiterer Wettbewerber hat sich NKD in der Vergangenheit verlagert und erweitert und ist somit auf einer angemessenen Verkaufsflächengröße ein bedeutender Bekleidungsanbieter in Jüterbog. Daneben bestehen v. a. in der Altstadt Jüterbog mehrere kleinteilige Geschäfte (u. a. City-Moden, Tim Kie), die das Angebot im Bekleidungssegment erweitern. Nachfolgende Tabelle stellt abschließend die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen und Zonen dar (vgl. Tabelle 3)¹².

¹¹ Für die Verlagerung des derzeit noch in der Herzberger Straße bestehenden Penny-Marktes zum Neuheimer Weg liegt die Zustimmung des Stadtrates (Stadtratsbeschluss 2012) vor. Ein zunächst geforderter Rückbau der Bestandsimmobilie zum Ausschluss einer Nachnutzung durch einen gleichgelagerten Lebensmittelanbieter mittels städtebaulichem Vertrag konnte nicht erreicht werden, da Penny nur Mieter ist. Interessenten zur Nachnutzung sind jedoch nur aus dem Nicht-Lebensmittelbereich bekannt. Eine genauere Planung bzw. Vorhabenskonzeption (und ggf. Erweiterung) ist derzeit jedoch nicht hinreichend konkret, weshalb der bestehende Markt in seiner jetzigen Größe bei der Wettbewerbsanalyse berücksichtigt wird. Eine Verlagerung würde die heutigen Umsätze größtenteils „mitnehmen“.

¹² Inkl. der Bestandsmärkte von Rewe, Aldi, Rossmann und Kik.

Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation



- Legende**
- Projektstandort Große Straße
 - Zentraler Versorgungsbereich
 - Einzugsgebiet**
 - Zone I (Kerneinzugsgebiet)
 - Zone II (erweitertes Einzugsgebiet)
 - Hauptwettbewerber im Einzugsgebiet**

Die Nummerierung der 1–9 Wettbewerbsbetriebe entspricht der Nummerierung auf Seite 15/16.
 - Regionale Wettbewerbsstandorte**
 - Gemeinden mit relevanten Wettbewerbern

Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche gem. Einzelhandelskonzept Jüterbog 2010 erstellt mit RegioGraph Planung; Kartengrundlage OpenStreetMap GMA-Bearbeitung 2015

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

	Verkaufsfläche*		Umsatz**	
	in m ²	in %	in €	in %
Zone I (Jüterbog)				
Nahrungs- und Genussmittel	8.320	89	28,2 davon Rewe: 3,6 davon Aldi: 2,6	89
Drogeriewaren***	435	100	3,6 davon Rossmann: 1,4	95
Bekleidung	3.895	100	6,4 davon Kik: 0,4-0,5	100
davon zentraler Versorgungsbereich Altstadt				
Nahrungs- und Genussmittel	1.335	16	5,5 davon Rewe: 3,6	19
Drogeriewaren	435	100	1,9 davon Rossmann: 1,4	53
Bekleidung	2.995	77	3,8 davon Kik: 0,4-0,5	59
davon NVZ Schlossstraße				
Nahrungs- und Genussmittel	2.250	27	7,9	28
Drogeriewaren	-	-	0,6	17
Bekleidung	170	4	0,3	5
Zone II				
Nahrungs- und Genussmittel	980	11	3,4	11
Drogeriewaren	-	-	0,2	5
Bekleidung	-	-	-	-
Einzugsgebiet insg.				
Nahrungs- und Genussmittel	9.300	100	31,6 davon Rewe: 3,6 davon Aldi: 2,6	100
Drogeriewaren	435	100	3,8 davon Rossmann: 1,4	100
Bekleidung	3.895	100	6,4 davon Kik: 0,4-0,5	100

* Zuordnung der Verkaufsflächen nach Umsatzschwerpunkt, Verkaufsflächenanteile in Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche je Warengruppe im Einzugsgebiet.

** Umsätze von Mehrbranchenunternehmen nach Warengruppen aufgeteilt

*** Der Warengruppe Drogeriewaren konnte neben Rossmann nur ein weiterer Betrieb diesem Umsatzschwerpunkt zugeordnet werden; die Umsätze werden v. a. als Randsortimente der Lebensmittelmärkte generiert.

6. Umsatzprognose des Vorhabens

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens am Standort Große Straße 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 Einzugsgebietes¹³. Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzeptes ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel 7 behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für die Einzelvorhaben anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln¹⁴:

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Rewe mit 1.750 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	20,7	16	3,3	0,4	3,7	60
Zone II	15,5	11	1,6	0,2	1,8	30
Einzugsgebiet	36,2	14	4,9	0,5	5,5	90
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	10
Insgesamt			5,5	0,6	6,1	100

¹³ 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.

¹⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzept (Aldi mit 1.200 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	20,7	13	2,6	0,7	3,3	60
Zone II	15,5	8	1,3	0,3	1,6	30
Einzugsgebiet	36,2	11	3,9	1,0	4,9	90
Streuumsätze			0,4	0,1	0,5	10
Insgesamt			4,3	1,1	5,4	100

Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzepts (Rossmann mit 788 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Drogeriemarktsortiment in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz Drogeriemarktsortiment in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	4,3	30	1,3	0,8 – 0,9	2,1 – 2,2	60
Zone II	3,2	20	0,6 – 0,7	0,4 – 0,5	1,1	30
Einzugsgebiet	7,5	26	1,9 – 2,0	1,3	3,2 – 3,3	90
Streuumsätze			0,2	0,1 – 0,2	0,3 – 0,4	10
Insgesamt			2,2	1,4	3,6	100

Tabelle 7: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzepts (Kik-Textilmarkt mit 413 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Bekleidung in Mio. €	Marktanteil Bekleidung in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,1	7	0,3	60
Zone II	3,8	5	0,2	30
Einzugsgebiet	8,9	6	0,5	90
Streuumsätze			0,1	10
Insgesamt			0,6	100

Aufgrund der Lage des Handelsstandortes Große Straße 56 – 76 an der stark frequentierten Bundesstraße B 102, die als zentrale Verkehrsachse durchs Stadtgebiet fungiert und der gehobenen Versorgungsbedeutung des Mittelzentrums Jüterbog, sind auch Kundenbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes festzuhalten. Diese Kundenbeziehungen werden in Form von unregelmäßig wiederkehrenden Streuumsätzen in Höhe von ca. 10 % bei den Umsatzumverteilungsrechnungen berücksichtigt. Somit lässt sich für den erweiterten **Rewe-Markt** mit ca. 1.750 m² VK

nach gutachterlicher Einschätzung eine Gesamtumsatzleistung von ca. 6,1 Mio. € ermitteln. Hier von entfallen ca. 5,5 Mio. € auf den Food-Bereich und ca. 0,6 Mio. € auf den Nonfood-Bereich (Nonfood I und Nonfood II). Dabei wurde davon ausgegangen, dass der erweiterte und modernisierte Rewe-Markt mit ca. 3.500 €/m² VK zwar eine geringere Flächenproduktivität als der Bestandsmarkt (ca. 4.000 €/m² VK) aufweist, da mit zunehmender Verkaufsflächengröße keine proportionale Umsatzausweitung anzunehmen ist, jedoch die Umsatzleistung insgesamt steigern kann. Dies gilt auch für die Verlagerung des **Aldi-Marktes** an den Standort Große Straße. So vergrößert dieser seine Verkaufsfläche um ca. 540 m² auf dann 1.200 m² VK. Für den erweiterten Markt wird von einer Umsatzleistung von ca. 5,4 Mio. € ausgegangen, wobei ca. 4,3 Mio. € auf den Food-Bereich und ca. 1,1 Mio. € im Nonfood-Bereich generiert werden. Dies entspricht einer Flächenleistung von rd. 4.500 €/m² VK. Auch **Rossmann** wird seine Marktposition durch die Modernisierung und Erweiterung deutlich stärken. So wird sich zwar die Verkaufsflächenproduktivität gegenüber der geringen Verkaufsfläche im Bestand etwas reduzieren, jedoch ist aufgrund der Verdopplung der Verkaufsfläche von einer Umsatzausweitung um ca. 1,2 Mio. € auf dann rd. 3,6 Mio. € auszugehen. In Anbetracht der geringen Wettbewerbsintensität in Jüterbog liegt der Markt damit auf einem vergleichsweise hohen Niveau. Für die Neupositionierung des **Kik-Textilmarktes** ist lediglich von einer geringfügigen Umsatzausweitung von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € auszugehen. So bezieht Kik zwar eine modernisierte aber jedoch nur marginal vergrößerte Verkaufsfläche (+ ca. 12 m² VK). Somit ist von einer Gesamtumsatzleistung von rd. 0,6 Mio. € auszugehen, wobei sich durch die Gesamtaufwertungsmaßnahmen am Standort Große Straße eine Verkaufsflächenproduktivität von rd. 1.500 €/m² VK ergibt.

7. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

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 jeweilige 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.

Für die Bewertung der Erweiterungs- und Modernisierungsmaßnahmen am Standort Große Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

Im Wesentlichen handelt es sich um grundlegende Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen von bereits am Standort bestehenden Betrieben. Diese sind langjährig in Jüterbog etabliert, sodass diese Umsätze bereits heute am Standort generiert werden bzw. auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Dies gilt auch für die Verlagerung des Aldi-Marktes, der auch nach der Neupositionierung keine Veränderung hinsichtlich des Einzugsgebietes aufweist. So werden folgende Bestandsmärkte bei den Umsatzumverteilungsberechnungen berücksichtigt:

- Rewe, ca. 1.000 m² VK ca. 4,0 Mio. € Umsatz
- Rossmann, ca. 394 m² VK ca. 2,4 Mio. € Umsatz
- Kik, ca. 401 m² VK ca. 0,5 Mio. € Umsatz.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Verlagerungen bzw. Erweiterungen ist nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz der Vorhaben dieser Bestandsumsatz abgezogen wird. Es ist davon auszugehen, dass der bisherige Bestandsumsatz komplett in die jeweiligen Vorhaben einfließt.

Durch die zwar unwahrscheinliche, aber dennoch rein rechtlich nicht auszuschließende Nachnutzungsoption des **Aldi-Standortes** an der Promenade erfolgt die Darstellung der Wettbewerbssituation in zwei Varianten:

- **Variante 1:** Keine Nachnutzung des Alt-Standortes Aldi, Promenade durch einen Lebensmittelmarkt. Die Verlagerung des Aldi Marktes zur Großen Straße wird unter Anrechnung der bisherigen Verkaufsfläche und Umsatzleistung betrachtet.
 - Anrechnung Aldi, ca. 663 m² VK ca. 3,3 Mio. € Umsatz
- **Variante 2:** Der Alt-Standort Aldi wird durch einen Lebensmittelmarkt nachgenutzt. Die Verlagerung des Aldi-Marktes wird als komplette Neuansiedlung gewertet.

Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass die erweiterten Märkte zum Teil nicht dieselben Flächenleistungen erzielen, wie die Bestandsmärkte. So ist in der Handelswis-

senschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen ab einer bestimmten Größe auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird in der Regel bis zu einer Verkaufsflächengröße von 800 m² erreicht, spätestens ab 1.000 m² VK verlaufen die Umsatzzuwächse jedoch nur unterproportional. Dies ist u. a. 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 generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten betreffen. Dies sind im vorliegenden Fall v. a. Lebensmittelmärkte bzw. Fachmärkte der Branchen Drogeriewaren und Bekleidung. Diese werden verstärkt von Umsatzumverteilungen betroffen sein. Jedoch sind auch kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, wenn auch nur in untergeordnetem Maße als Wettbewerber zu berücksichtigen.

Nachfolgende Tabelle zeigt die Prognose der Umsatzumverteilungen, die sich durch die Einzelvorhaben nur auf den Erweiterungsflächen ergeben. Die Umverteilungsberechnungen wurden im Sinne eines worst-case Szenarios durchgeführt, d. h. die angenommenen Umsatzzuwächse stellen eine Maximalbetrachtung dar. Höhere Umsatzumverteilungen sind nicht zu erwarten.

Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

	In Mio. €	
Rewe		
Umsatz Bestandsmarkt	4	
Umsatz erweiterter Markt	6,1	
Umsatzausweitung	2,1	
davon Streuumsätze (10%)	0,2	
Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet	1,9	
davon in Nahrungs- und Genussmittel	1,7	
davon im Nichtlebensmittelbereich	0,2	
Aldi	Variante 1	Variante 2
	(Verlagerung)	(Neuansiedlung)
Umsatz Bestandsmarkt	3,3	-
Umsatz erweiterter Markt	5,4	5,4
Umsatzausweitung	2,1	5,4
davon Streuumsätze (10%)	0,2	0,5
Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet	1,9	4,9
davon in Nahrungs- und Genussmittel	1,5	3,9
davon im Nichtlebensmittelbereich	0,4	1,0
Rossmann		
Umsatz Bestandsmarkt	2,4	
Umsatz erweiterter Markt	3,6	
Umsatzausweitung	1,2	
davon Streuumsätze (10%)	0,1	
Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet	1,1	
davon in Drogeriewaren	0,7	
davon in Randsortimenten	0,4	
Kik-Textilmarkt		
Umsatz Bestandsmarkt	0,4 – 0,5	
Umsatz erweiterter Markt	0,6	
Umsatzausweitung	0,1 – 0,2	
davon Streuumsätze (10%)	> 0,1	
Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet	0,1 – 0,2	

GMA-Berechnungen 2015, ca.-Werte gerundet

8. Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet und Flächenabgleich nach Sortimenten

Das Warenangebot und die Verteilung der Jüterboger Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächen- und Lagen verdeutlicht die starke Positionierung der Altstadt gegenüber den sonstigen Lagen im Stadtgebiet. Der zentrale Versorgungsbereich verfügt über ein ausgeglichenes vielfältiges Sortimentsspektrum. Auch hinsichtlich der Lage der bedeutendsten Magnetbetriebe im Stadtgebiet sind viele davon in der Altstadt vorzufinden (vgl. Tabelle 9). Lediglich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist die Mehrzahl der Lebensmittelmärkte im übrigen Stadtgebiet (Streulagen) positioniert. Die Modernisierung von Rewe und die Verlagerung von Aldi zum Standort Große Straße steigert somit die Versorgungsbedeutung der Altstadt.

Tabelle 9: Die größten sechs Betriebe in Jüterbog nach Lage¹⁵

Branche	Die sechs größten Geschäfte						Weitere Geschäfte	Summe VK in m ²	
	1	2	3	4	5	6			
	Verkaufsfläche in m ²						Anzahl		
Nahrungs- und Genussmittel	1.500	1.000	1.000	790	780	730	2.520	29	8.320
Drogerien, Parfümerien	395	40							435
Apotheken	45	40	30	30					145
Sanitätshäuser	40	35	30	15					120
Blumen, Pflanzen	65	60	50	50	25	25			275
Zoologischer Bedarf	95								95
Bücher, Zeitschriften	210	100	20						330
PBS, Büroartikel	120	45	20						185
Spielwaren	165	110							275
Bekleidung, Wäsche	1.970	570	400	200	170	100	485	9	3.895
Schuhe, Lederwaren	320	180	110	30	100				740
Sportbekleidung und Schuhe	300	20							320
Elektrohaushaltsgeräte	340	140	15						495
Telekommunikation	30								30
Unterhaltungselektronik	60	60	50	35					205
Informationstechnologie	50	30							80
Haushaltswaren, GPK	4.360	500	150	110	110	90	110	5	5.430
Möbel	3.510	130							3.640
Küchen	640								640
Antiquitäten, Kunst	130	45	35	20					230

¹⁵ Die rot unterlegten Verkaufsflächengrößen markieren die Lage des Betriebes im zentralen Versorgungsbereich Altstadt gem. der Abgrenzung im EZEK Jüterbog 2010.

Branche	Die sechs größten Geschäfte						Weitere Geschäfte	Summe VK in m ²
	1	2	3	4	5	6		
	Verkaufsfläche in m ²							Anzahl
Heimtextilien, Wolle	30							30
Leuchten, Zubehör	320							320
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	5.520	560	310	140	10			6.540
Teppiche, Bodenbeläge								-
Optik, Hörgeräte-Akustik	60	45	20					125
Uhren, Schmuck	30	25	25	20	20	10		130
Autozubehör (ohne Multimedia)	80							80
Sportgeräte	40	30						70
Sonstige Einzelhandelswaren	100	80	50	40	25	25		320
Summe							43	33.500

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2015, ca.-Werte gerundet

Anhand eines Flächenvergleichs der geplanten Erweiterungen an der Großen Straße 56 – 76 wird deutlich, dass diese Änderungen zu keinen veränderten städtischen Gesamtstrukturen bzw. Ungleichgewichten führen. Die Erweiterung der Randsortimente im Nichtlebensmittelbereich umfassen bei Rossmann insgesamt ca. 394 m² VK und bei Rewe ca. 750 m² VK. Diese gliedern sich nach Teilsortimenten wie in Tabelle 10 auf.

Tabelle 10: Verkaufsflächenvergleich nach Teilsortimenten

Branche	Bestand		Erweiterung Rossmann		Erweiterung Rewe	
	Stadtgebiet Jüterbog	ZVB Altstadt	in m ²	VK-Vergleich Innenstadt in %	in m ²	VK-Vergleich Innenstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	8.320	1.335	40	3	638	48
Drogerien, Parfümerien	435	435	180	41	75	17
Apotheken	145	105				
Sanitätshäuser	120	120				
Blumen, Pflanzen	275	135			X	
Zoologischer Bedarf	95	95	15	16		
Bücher, Zeitschriften	330	330	X		X	
PBS, Büroartikel	185	185	X		X	
Spielwaren	275	110	50	45	X	
Bekleidung, Wäsche	3.895	2.995	X			
Schuhe, Lederwaren	740	560				
Sportbekleidung und Schuhe	320	300				
Elektrohaushaltsgeräte	495	480	X		X	
Telekommunikation	30	30			X	
Unterhaltungselektronik	205	110			X	
Informationstechnologie	80	50			X	
Haushaltswaren, GPK	5.430	1.060	35	3	X	
Möbel	3.640	130				
Küchen	640					
Antiquitäten, Kunst	230	175				
Heimtextilien, Wolle	30		X		X	
Leuchten, Zubehör	320					
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6.540	310			X	
Teppiche, Bodenbeläge	0					
Optik, Hörgeräte-Akustik	125	125				
Uhren, Schmuck	130	120	X			
Autozubehör (ohne Multimedia)	80				X	
Sportgeräte	70	40				
Sonstige Einzelhandelswaren	320	25			X	

Branche	Bestand		Erweiterung Rossmann		Erweiterung Rewe	
	Stadtgebiet Jüterbog	ZVB Altstadt	in m ²	VK-Vergleich Innenstadt in %	in m ²	VK-Vergleich Innenstadt in %
VK Rossmann und Rewe sonstige Randsortimente						
Summe sonst. Randsortimente Rossmann (=X)		4.110	74	2		
Summe sonst. Randsortimente Rewe (=X)		4.765			37	1
Summe	33.500	9.360	394	4	750	8

X = durch temporäre Nutzung der Sonderflächen nicht exakt zu definieren (1 – 10 m² je Sortiment)
 GMA-Erhebungen und Berechnungen 2015, ca.-Werte gerundet

Der relative **Vergleich mit den Bestandsverkaufsflächen in der Altstadt** verdeutlicht, dass die Erweiterungen an der großen Straße eine Verkaufsflächenausweitung um ca. 4 % (Rossmann) bzw. 8 % (Rewe) bezogen auf die jeweiligen Randsortimente bedeuten. Bereits eine grobe Aufgliederung bzw. Zuweisung der z. T. saisonal wechselnden Fläche je Sortiment ergibt nur geringe Zuwächse, die aufgrund der Erweiterungen neu hinzukommen. Die Aufschlüsselung der Erweiterungsflächen von Rewe und Rossmann im Vergleich mit den Bestandsverkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Altstadt verdeutlicht, dass mit den Flächenerweiterungen auf dem Rewe-Areal v. a. in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren die Positionierung gefestigt wird. Maximal beträgt der Flächenzuwachs rd. 45 % in der Warengruppe Spielwaren. Neben einem Fachgeschäft in der Mönchenstraße ist derzeit nur ein weiterer Spielwarenanbieter außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in der Großen Straße östlich des Projektstandortes ansässig. Dieser führt auf einem Teil seiner Verkaufsfläche auch Gartengeräte, weshalb er nur eingeschränkt als Wettbewerber zu nennen ist. Das Spielwarenangebot von Rossmann stellt somit quantitativ vielmehr eine Ergänzung des Angebotsspektrums in Jüterbog dar.

9. Versorgungsstrukturelle und betrieblich-städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis der Modellrechnung zu möglichen Umsatzumverteilungen (Kapitel 7) und dem Flächenabgleich nach Sortimenten (Kapitel 8) sind folgende Auswirkungen durch das Vorhaben am Standort Große Straße zu erwarten:

- / Der überwiegende Teil der durch die Verkaufsflächen bzw. Umsatzausweitungen der Einzelvorhaben generierten Mehrumsätze wird gegenüber den Wettbewerbsbetrieben im Stadtgebiet insbesondere im Kernstadtgebiet Jüterbogs umverteilt. Im Besonderen sind betriebstypengleiche bzw. ähnliche Wettbewerber betroffen (vgl. Kapitel 5).

- Durch die **Verkausflächenerweiterung bzw. Modernisierung von Rewe** werden ca. 1,9 Mio. € im Einzugsgebiet umverteilt. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich ca. 1,7 Mio. € und auf den Nichtlebensmittelbereich ca. 0,2 Mio. €. Bezogen auf die Bestandsumsätze im Einzugsgebiet entspricht dies einer Umverteilungsquote im Lebensmittelbereich von ca. 6 % (Bestandsumsatz ohne Rewe: 28,0 Mio. €). Gegenüber Wettbewerbern im **zentralen Versorgungsbereich Altstadt** liegt die Umsatzumverteilung mit ca. 0,1 Mio. € bzw. einer Quote von ca. 5 – 6 % etwas niedriger (Bestandsumsatz ohne Rewe: ca. 1,9 Mio. €). Dies ist auf das Fehlen von Lebensmittelmärkten, die Wettbewerber von Rewe sind zurückzuführen. Direkte Auswirkungen im Sinne von Leerstandsbildungen sind aus der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen nicht abzuleiten. Gegenüber Betrieben im **Nahversorgungszentrum (NVZ) Schlosstraße** liegt die Umsatzumverteilungsquote mit ca. 6 – 7 % etwas höher (0,5 – 0,6 Mio. € gegen Bestandsumsatz: ca. 7,9 Mio. €). Hier sind v. a. die Lebensmittelmärkte Netto, speziell aber der betriebstypengleiche Supermarkt Edeka, als Hauptwettbewerber anzuführen. Betriebsschließungen sind jedoch auch in diesem Falle nicht zu erwarten. So ist das Fachmarktzentrum im westlichen Kernstadtbereich verkehrlich günstig zu erreichen und hat durch den autokundenorientierten Fachmarktcharakter v. a. für das westliche Stadtgebiet und die umliegenden Ortsteile eine starke Magnetwirkung. Des Weiteren werden die beiden Lebensmittelmärkte durch kleinere Betriebe (u. a. Textilien, Schuhe, Blumen, Lebensmittelhandwerk) ergänzt. Insofern sind aus der Höhe der Umsatzumverteilungen keine Geschäftsaufgaben der Magnetbetriebe Edeka und Netto abzuleiten.

- Die Auswirkungen der **Verlagerung von Aldi** sind durch die Nachnutzungsoption des Alt-Standortes an der Promenade in zwei Varianten zu betrachten:
 - **Variante 1:** Das Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben von Aldi unter **Anrechnung der Bestandsverkaufsfläche sowie -umsätze** löst gegenüber Wettbewerbern im Einzugsgebiet in eine Umsatzumverteilung von max. 1,5 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich aus. Dies entspricht einer Umsatzumverteilung von ca. 5 % (Bestandsumsatz ohne Alt-Standort Aldi ca. 29,0 Mio. €). Ähnlich wie beim bewerteten Rewe-Markt ist die Umsatzumverteilung gegenüber Mitwettbewerbern in der Altstadt Jüterbog durch das Fehlen von betriebstypenähnlichen Hauptwettbewerbern mit ca. 4 – 5 % etwas geringer anzusetzen (Bestandsumsatz ca. 5,5 Mio. €). Auch hier sind keine direkten Betriebsschließungen bzw. betrieblich-städtebauliche Auswirkungen zu erwarten. Gegenüber dem Nahversorgungszentrum Schlosstraße liegt die Umsatzumverteilung bei ca. 5 – 6 % (Bestandsumsatz ca. 7,9 Mio. €). Hier ist v. a. Netto als Hauptwettbewerber zu nennen. Eine

Betriebsschließung ist jedoch durch die bereits genannten Standortvorteile nicht zu erwarten.

- **Variante 2:** Das Verlagerungsvorhaben von Aldi wird durch eine Nachnutzung des Alt-Standortes an der Promenade als **komplette Neuansiedlung** gewertet. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich löst dies eine Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet von ca. 3,9 Mio. € aus, was einer Umverteilungsquote von ca. 12 % entspricht (Bestandsumsatz mit Bestand Aldi ca. 31,6 Mio. €). Damit wird der 10 %-Orientierungswert überschritten, ab dem Betriebsaufgaben nicht mehr auszuschließen sind. Gegenüber Lebensmittelanbietern im zentralen Versorgungsbereich Altstadt werden ca. 0,6 Mio. € umverteilt, was ca. 11 % des Bestandsumsatzes von ca. 5,5 Mio. € entspricht. Auch hier sind Betriebsaufgaben und damit eine Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches nicht auszuschließen. Gegenüber dem NVZ Schlosstraße liegt die Umsatzumverteilung mit ca. 1,0 Mio. € (ca. 13 %) noch etwas höher. Auswirkungen die über rein wettbewerbliche Effekte hinausgehen, sind nicht auszuschließen (Betriebsaufgabe eines Magnetbetriebes und damit Funktionsverlust des NVZ Schlosstraße).

Im **Nichtlebensmittelbereich** werden durch die **Randsortimente von Aldi und Rewe** Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,2 Mio. € (Rewe) bzw. 0,4 Mio. € (Variante 1 Aldi) / 1,0 Mio. € (Variante 2 Aldi) ausgelöst. V. a. bei Aldi sind dies Umsätze durch wöchentlich wechselnde Saisonartikel, die keiner Warengruppe eindeutig zuzuordnen sind (z. B. Textilien, Haushaltswaren, Kfz/Fahrradzubehör, Heimwerker/Garten, Elektro, Multimedia). Diese richten sich v. a. gegenüber den Randsortimenten weiterer Lebensmittelmärkte und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern (z. B. Fachmärkten) innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes. Diese sind jedoch als gering einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bestehender Anbieter sind auch im Einzelfall nicht zu erwarten. Im Vergleich der neu hinzukommenden Verkaufsflächen am Planstandort mit den Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Altstadt wird deutlich, dass es zu keinen wesentlichen Verschiebungen der Gesamtstrukturen in den Randsortimenten kommt.

Die Modernisierung und Verkaufsflächenvergrößerung des **Rossmann** führt zu einer Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet von ca. 1,1 Mio. €. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass Rossmann derzeit der einzige Drogeriefachanbieter in Jüterbog ist. Durch die Schließung von Schlecker bzw. Ihr Platz ist eine deutliche Angebotslücke im Drogeriewarenssegment entstanden. Diese wurde seitdem nur zum Teil durch den Bestandsmarkt Rossmann sowie die Randsortimente der Lebensmittelmärkte aufgefüllt. Es ist davon auszugehen, dass durch die Umgestaltung des Marktes zu einem zeitgemäßen

und modernen Drogeriefachmarkt eine Erhöhung der Kaufkraftbindung im Stadtgebiet eintreten wird. Kaufkraftabflüsse v. a. nach Luckenwalde können somit eingedämmt und der Handelsstandort Große Straße bzw. die Altstadt insgesamt in diesem Warensegment aufgewertet werden. Ungeachtet dieser Tatsache liegt die Umsatzumverteilungsquote im Einzugsgebiet nur bezogen auf das Drogeriekernsortiment rein rechnerisch bei ca. 30 % (ca. 0,7 Mio. € gegen Bestandsumsatz ohne Rossmann 2,4 Mio. €). Davon betroffen sind nahezu ausschließlich die Drogerierandsortimente der Lebensmittelmärkte, die nur einen untergeordneten Umsatzanteil ausmachen. Betriebsaufgaben sind aus der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen bezogen auf den Gesamtumsatz nicht zu erwarten. Das Fachgeschäft Badeperle in der Innenstadt weist nur eingeschränkt Sortimentsüberschneidungen mit Rossmann auf und ist daher nur gering von Umsatzumverteilung durch die Modernisierung und Erweiterung von Rossmann betroffen. Weitere kleinteilige Wettbewerber mit relevantem Drogeriewarensortiment sind derzeit nicht in Jüterbog vorhanden.

Durch die Angebotsausweitung der **Randsortimente von Rossmann** werden insg. ca. 0,4 Mio. € zusätzlich erwirtschaftet, die sich auf eine Vielzahl an Sortimenten verteilen. Die höchsten Verkaufsflächenausweitungen sind bei Nahrungs- und Genussmitteln (+ca. 40 m²), Spielwaren (+ca. 55 m²), Haushaltswaren (+ca. 35 m²) und Tiernahrung (+ca. 15 m²) geplant. Hinzu kommen ca. 76 m² VK die sich u. a. auf Elektrowaren, Schmuck, Textilien, Papierwaren, Bücher und Schreibwaren verteilen. Vor allem die Randsortimente der Lebensmittelmärkte werden von den Umsatzumverteilungen tangiert. In geringerem Maße werden aber auch die kleinteiligen Wettbewerber mit Sortimentsüberschneidungen in der Jüterboger Altstadt (zentraler Versorgungsbereich) betroffen. In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche von ca. 7.565 m² VK im Bereich Altstadt Jüterbog beträgt der Verkaufsflächenzuwachs nur der Randsortimente von Rossmann lediglich ca. 3 %. Auch in der Umsatzgegenüberstellung ergibt sich eine marginale Umsatzausweitung von ca. 2 % gegenüber dem Bestandsumsatz von ca. 18,5 Mio. € der Altstadt-Betriebe. Allein aus dieser Gegenüberstellung wird deutlich, dass sich einzelbetriebliche Umsatzumverteilungen auf einem kaum darstellbaren Niveau bewegen und zu keinen nachweisbaren Geschäftsaufgaben führen werden.

- Die Modernisierung und geringfügige Erweiterung des **Kik-Textilmarktes** um ca. 12 m² VK hat eine Umsatzausweitung von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € zur Folge. In Bezug auf die Gesamtumsatzleistung im Einzugsgebiet im Bekleidungssegment beträgt die Umsatzumverteilungsquote weniger als 3 % (Bestandsumsatz ohne Kik ca. 5,9 – 6,0 Mio. €). Signifikante einzelbetriebliche Umsatzrückgänge sind daraus nicht abzuleiten. Schädliche städtebauliche Auswirkungen ergeben sich aus der Modernisierung des Kik-Marktes nicht.

Städtebaulich wird das Areal durch die Erweiterung nach Osten hin nicht besser an die Innenstadt angeschlossen. Inwieweit die Defizite hinsichtlich einer attraktiven Fußwegeverbindung zwischen Markt und dem Projektstandort durch den Ausbau der großen Straße beseitigt werden können kann derzeit nicht beurteilt werden. Ziel muss es sein, die gesamte Handelsagglomeration dem innerstädtischen Haupteinkaufsbereich besser anzubinden. So könnte der fußläufige Übergang zwischen Markt und Rewe-Areal aufgewertet werden. Im Zuge der Umgestaltung der Handelslage sollten außerdem die Parkplatzflächen deutlicher auch als Parkmöglichkeit für die Innenstadtbesucher herausgestellt werden, um einen Kundenaustausch zwischen den Altstadtbereichen zu fördern. Dies bedingt ein Angleichen der Parkkonditionen in der Altstadt (Gebühren, Dauer). Anzuraten ist außerdem eine Hervorhebung eines centerartigen fußläufigen Rundweges und damit die Verbindung der Einzelobjekte auf dem Rewe-Areal. Damit würde ein marktplatzähnlicher Charakter als Parallel-Handelsstandort zum Markt erzeugt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich aus der Erweiterung von **Rewe** am Standort Große Straße keine direkten schädlichen Auswirkungen im Sinne von unmittelbar zu erwartenden Geschäftsaufgaben auf die einzelhandelsseitig kleinteilig strukturierte Altstadt ableiten lassen. So liegt die Umsatzumverteilungsquote hier im Lebensmittelbereich bei ca. 5 – 6 %. Die **Verlagerung von Aldi** führt in Variante 1 (keine Nachnutzung Alt-Standort Aldi) zu keinen wesentlichen Beeinträchtigungen der Geschäfte in der Jüterboger Altstadt. Die Umsatzumverteilungen betragen in Variante 1 ca. 4 – 5 %. Im Falle einer (unwahrscheinlichen) Nachnutzung des Alt-Standortes Aldi durch einen Lebensmittelmarkt (Variante 2) wäre die Verlagerung von Aldi als komplette Neuansiedlung zu werten. Die Umsatzumverteilung gegenüber Geschäften im zentralen Versorgungsbereich Altstadt läge damit bei ca. 11 %, wobei Geschäftsaufgaben und eine Beeinträchtigung der Altstadt nicht auszuschließen wären. Die Verkaufsflächenerweiterung von **Rossmann** ist vor dem Hintergrund der Betriebsschließungen von Schlecker bzw. Ihr Platz als Stärkung des Einzelhandelsstandortes Jüterbog in diesem Warenssegment zu sehen. So kann ein Teil der Kaufkraft die derzeit in umliegenden Mittelzentren abfließt wieder gebunden werden. Die Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet richten sich v. a. gegen die Randsortimente der Lebensmittelmärkte die bezogen auf den Gesamtumsatz, welcher schwerpunktmäßig im Nahrungs- und Genussmittelbereich erzielt wird, keine existenziellen Beeinträchtigungen zu befürchten haben. Für die Randsortimente von Rossmann zeigt ein Flächenvergleich mit den Bestandsverkaufsflächen in der Altstadt, dass durch die Vielzahl von Warengruppen, die als Randsortimente in einem Drogeriefachmarkt geführt werden, insgesamt nur geringe Auswirkungen zu erwarten sind. Die geringfügige Erweiterung des **Kik-Textilmarktes** löst keine signifikanten Umsatzumverteilungen aus, weshalb keine städtebaulichen Auswirkungen hieraus abzuleiten sind.

Insgesamt kann die Stadt Jüterbog von der Umstrukturierung des Einzelhandelsstandortes Große Straße profitieren und ihre Attraktivität als regionaler Einkaufsstandort insgesamt steigern. Ziel sollte es daher sein, die Modernisierung und Aufwertung der Handelsagglomeration Große Straße als Stärkungsimpuls für die gesamte Altstadt zu nutzen und den zentralen Versorgungsbereich gegenüber sonstigen Lagen als Hauptgeschäftslage zu profilieren, ohne durch die entstehenden Neubauten das mittelalterliche Stadtbild zu verändern oder gar zu entstellen.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lageplan des Projektgrundstücks an der Großen Straße 56 - 76	7
Karte 2: Planstandort, Umfeldnutzungen und fußläufiger Einzugsbereich	9
Karte 3: Einzugsgebiet der Handelsagglomeration Große Straße	13
Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation	17
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Geplante Verkaufsflächenerweiterung am Standort Große Straße 56 – 76	5
Tabelle 2: Sortimentsspezifische Kaufkraft im Einzugsgebiet	14
Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	18
Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzepts (Rewe mit 1.750 m ² VK)	19
Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzept (Aldi mit 1.200 m ² VK)	20
Tabelle 6: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzepts (Rossmann mit 788 m ² VK)	20
Tabelle 7: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzepts (Kik-Textilmarkt mit 413 m ² VK)	20
Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	24
Tabelle 9: Die größten sechs Betriebe in Jüterbog nach Lage	26
Tabelle 10: Verkaufsflächenvergleich nach Teilsortimenten	28
Fotoverzeichnis	
Foto 1: 180°-Panorama des Projektstandortes	9
Foto 2: Zufahrt zum Standortareal an der Großen Straße 56 - 76	10
Foto 3: Wohnbebauung Große Straße auf Höhe des Standortareals	10
Foto 4: Große Straße: Zugang Markt (rechts), Durchgang Standort (links)	11
Foto 5: Markt Jüterbog	11