

Auswirkungsanalyse

zum Ersatzneubau des Lebensmittelmarktes NORMA am Standort Triftstraße 35 a in Fürstenwalde/Spree

für die

NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG
Expansions-Abteilung Ahrensfelde / OT Blumberg
Möbel-Hübner-Straße 1
16356 Ahrensfelde / OT Blumberg

Dr. Ulrich Kollatz
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386 -80
E-Mail kollatz@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.
Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 19. Dezember 2022

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Ausgangssituation und Zielsetzung | 4 |
| 2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... | 5 |
| 2.1. Entwicklungstrends..... | 5 |
| 2.2. Distributionsstrukturen | 6 |
| 2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln | 9 |
| 3. Projektplanung und Projektdaten..... | 10 |
| 4. Makrostandort Fürstenwalde/Spree | 13 |
| 5. Mikrostandortanalyse | 18 |
| 6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet..... | 23 |
| 6.1. Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Fürstenwalde/Spree | 24 |
| 6.2. Fazit der Wettbewerbsanalyse | 28 |
| 7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial | 30 |
| 8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen..... | 33 |
| 8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Absatz 3 | 33 |
| 8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg | 34 |
| 9. Auswirkungsanalyse..... | 36 |
| 9.1. Umsatzprognose..... | 36 |
| 9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen..... | 38 |
| 9.3. Städtebauliche Bewertung..... | 40 |
| 9.4. Landesplanerische Bewertung | 43 |
| 10. Fazit | 45 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland | 5 |
| Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland | 6 |
| Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen | 7 |
| Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps | 8 |
| Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Non-Food am Einzelhandel | 9 |
| Abbildung 6: Lageplan zur geplanten Einzelhandelsentwicklung | 12 |
| Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich | 16 |
| Abbildung 8: Fotos des Planstandortes und des Standortumfeldes | 19 |
| Abbildung 9: Wettbewerber im Nahversorgungszentrum Nord (Foto) | 25 |
| Abbildung 10: Wettbewerber in des Innenstadtzentrums von Fürstenwalde/Spree (Fotos) | 26 |
| Abbildung 11: Weitere untersuchungsrelevante Lebensmittelmärkte in Fürstenwalde/Spree (Fotos) | 27 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Flächenkonzept des verlagerten und erweiterten NORMA-Marktes | 10 |
| Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten | 28 |
| Tabelle 3: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet | 29 |
| Tabelle 4: Nachfragepotenzial im projektrelevanten Einzugsgebiet | 32 |
| Tabelle 5: Marktanteile des geplanten NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes | 37 |
| Tabelle 6: Flächenleistung des geplanten NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes | 37 |
| Tabelle 7: Umverteilungseffekte des NORMA-Einzelhandelsvorhabens | 39 |

Kartenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion | 13 |
| Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Fürstenwalde/Spree | 14 |
| Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld | 18 |
| Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes | 20 |
| Karte 5: Wettbewerbsrelevante Nahversorgungsmärkte im Untersuchungsgebiet | 24 |
| Karte 6: Einzugsgebiet des geplanten Einzelhandelsvorhabens | 31 |

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Für die bestehende NORMA-Filiale am Standort Karl-Liebknecht-Straße 24 in der Stadt Fürstenwalde/Spree ist an einem unmittelbar gegenüberliegenden Standort in der Triftstraße 35a ein Ersatzneubau vorgesehen. Im Zuge der kleinräumigen Verlagerung soll die NORMA-Filiale von derzeit rd. 700 m² auf bis zu 1.200 m² (zzgl. Café mit Backwarenverkauf) erweitert werden.

Am Bestandsstandort in der Karl-Liebknecht-Straße wird die Nachnutzung des Lebensmittelmarktes als nicht-zentrenrelevanter bzw. nicht-nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetrieb oder als Betrieb mit einer Sport- und Freizeitnutzung angestrebt. Am Vorhabenstandort soll ein zweiter Einzelhandelsbetrieb mit ebenfalls nicht-zentrenrelevantem bzw. nicht-nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf max. 600 m² Verkaufsfläche eingebunden werden.

Der Vorhabenstandort in der Triftstraße unterliegt dem Geltungsbereich des einfachen Bebauungsplanes Nr. 1 „Einzelhandelsentwicklung Fürstenwalde/Spree Nord“; demnach sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten unzulässig. Erforderlich ist also die Aufstellung eines Bebauungsplanes, die Genehmigungsfähigkeit ist folglich im Sinne von § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen. Die städtebaulichen Zielvorstellungen aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Fürstenwalde/Spree sind in diesem Kontext zu berücksichtigen.

Die BBE Handelsberatung GmbH hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt, die vom Gesamtvorhaben aus NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt und zwei nicht-zentrenrelevanten bzw. nicht-nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben ausgeht, sich aber in der Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie in der nachfolgenden städtebaulichen und raumordnerischen Bewertung auf den Lebensmittelmarkt konzentriert.

In vertiefter Form wird das geplante Einzelhandelsvorhaben dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die stadträumliche Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen.

Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Fürstenwalde/Spree vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)?
- Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und für die verbrauchernahe Versorgung in Fürstenwalde/Spree sowie in umliegenden Gemeinden?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Projektstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, Marktforschungsdaten des IFH Köln sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

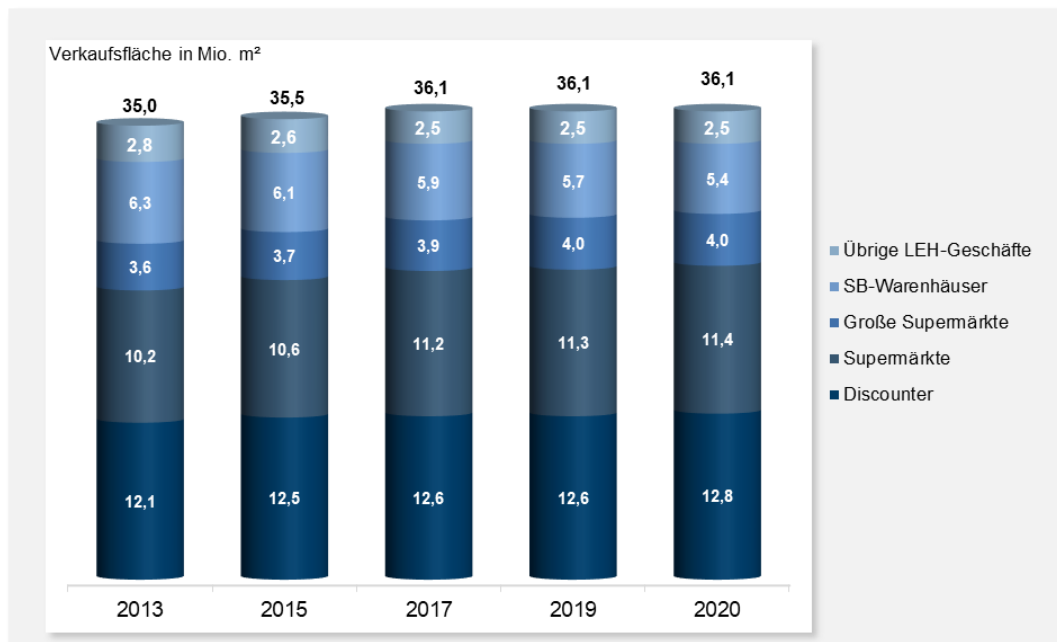
2.1. Entwicklungstrends

Die Bevölkerungszahl in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Bevölkerungsrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u.a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdiensten. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 587,8 Mrd. € entfallen aktuell ca. 46 % auf die „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG - Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs des Food- und Nearfood-Segmentes, ca. 269,3 Mrd. €).¹

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

¹ Quellen: HDE-Zahlenspiegel 2021 und IfH-Brancheninformationssystem, Umsatz Einzelhandel im engeren Sinne und Umsatz der Warengruppe FMCG jeweils für das Jahr 2021

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 35,0 Mio. m² im Jahr 2013 auf ca. 36,1 Mio. m² im Jahr 2020 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,43 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche: + 12 %, große Supermärkte: + 11 %) und Discountmärkte (+ 6 %), während die SB-Warenhäuser (- 14 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11 %) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der Schließung mehrerer Real-SB-Warenhäuser im Zuge des Verkaufs an SCP setzt sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fort.

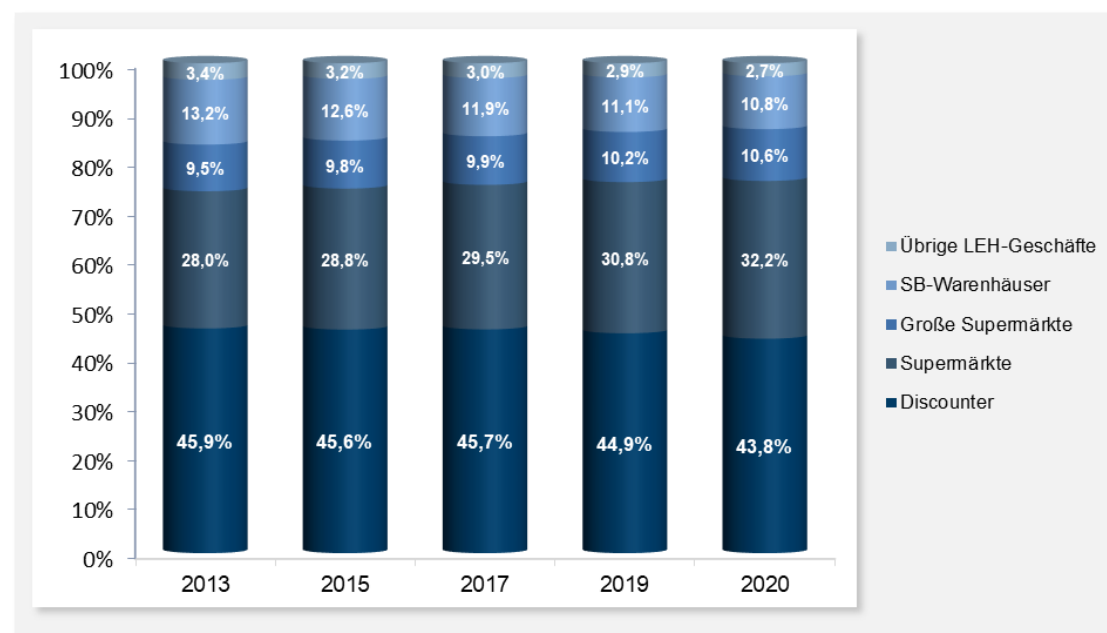
2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Supermarktes und Lebensmittel-discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.909 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 805 m² den 12.227 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.² In den letzten Jahren konnten Supermärkte ihren Marktanteil auch zu Lasten der Discounter steigern.

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u.a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u.a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



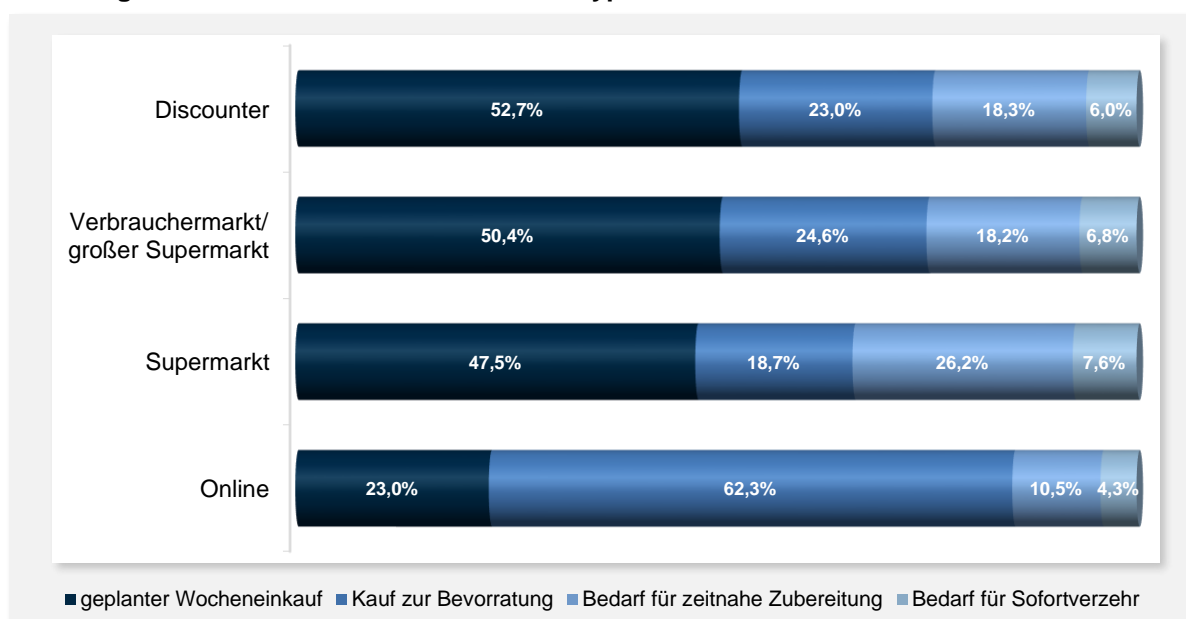
Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

² vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2021, Stand: 2020 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830; große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel an.³ Der Convenience-Store „REWE To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kundschaft für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

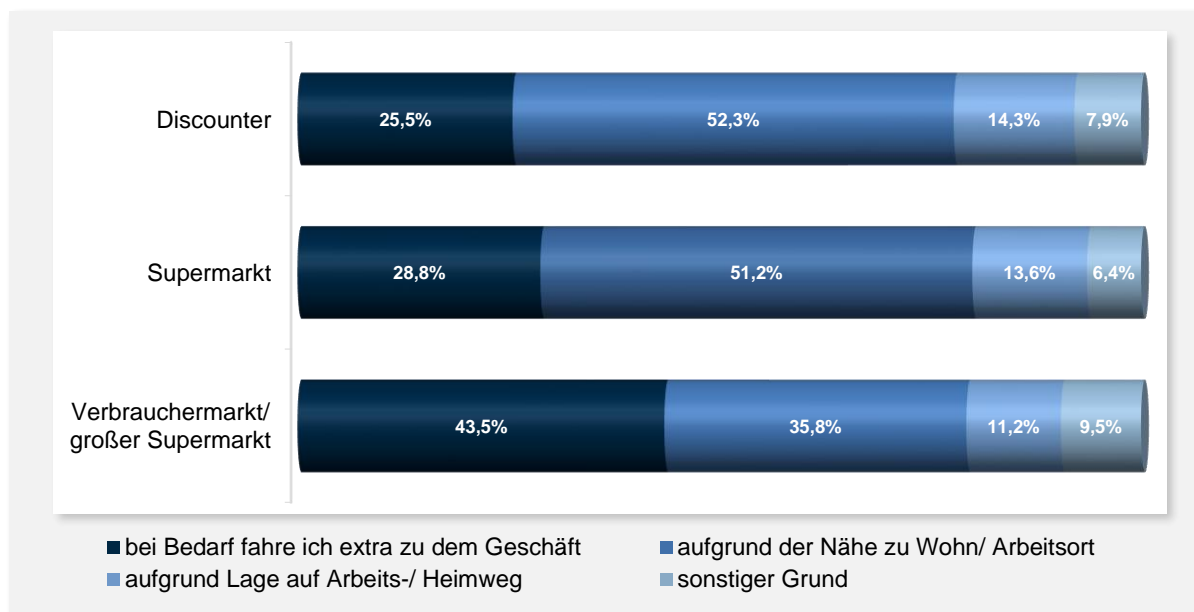
Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits ist die Kundschaft nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt / Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

³ EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über mind. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IffH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Biowarenangebot ausgebaut haben. Das Trading-Up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

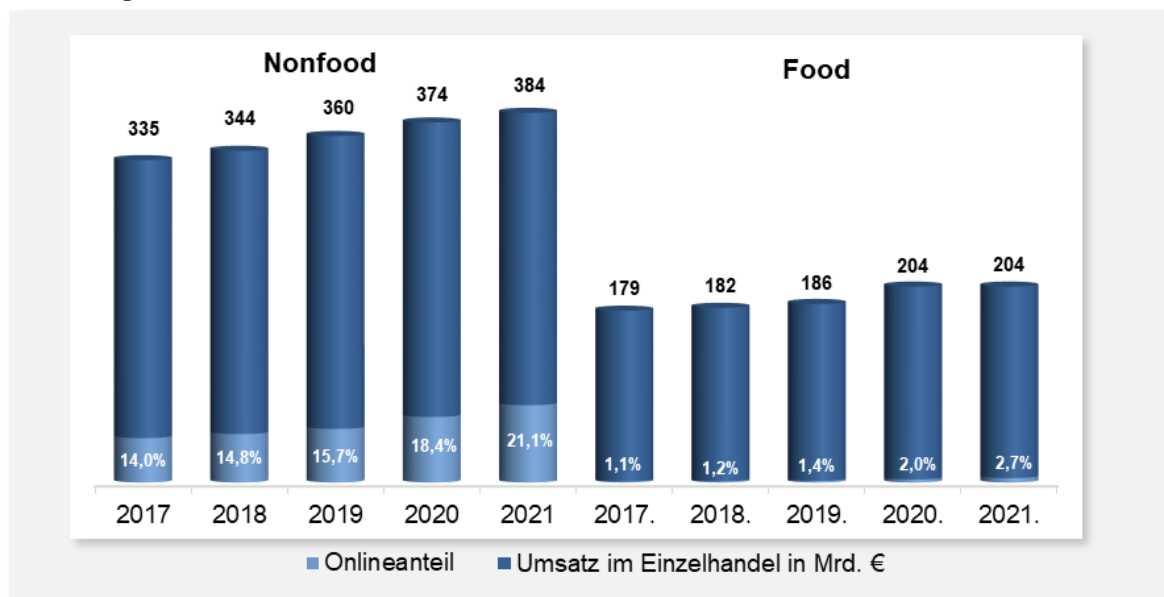
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Die stärkere Qualitätsorientierung des Lebensmitteleinzelhandels hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z.B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z.B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln wiederum der Preis zur Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit des Angebotes lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zur Kundschaft bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z.B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Non-Food-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Im Jahr 2021 lag der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 2,7 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 35 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z.T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z.B. Wein/ Sekt: ca. 12,5 %).⁴

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Non-Food am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 - 2022, BBE-Darstellung 2022

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kundschaft, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Extremwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten sowie im Frühjahr 2022 durch den Ausbruch des Krieges in der Ukraine – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 3,1 Mrd. € in Deutschland.⁵

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Nähe zur Kundschaft bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

⁴ vgl. HDE-Online-Monitor 2022

⁵ vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 22/2021 bis KW 21/2022

3. Projektplanung und Projektdaten

Wie eingangs bereits dargelegt, ist für die bestehende NORMA-Filiale am Standort Karl-Liebknecht-Straße 24 in der Stadt Fürstenwalde/Spree an einem unmittelbar gegenüberliegenden Standort in der Triftstraße 35a ein Ersatzneubau vorgesehen. Im Zuge der kleinräumigen Verlagerung soll die NORMA-Filiale von derzeit rd. 700 m² auf bis zu 1.200 m² (zzgl. Café mit Backwarenverkauf) erweitert werden.

Am Bestandsstandort in der Karl-Liebknecht-Straße wird die Nachnutzung des Lebensmittelmarktes als nicht-zentrenrelevanter bzw. nicht-nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetrieb oder als Betrieb mit einer Sport- und Freizeitnutzung angestrebt. Somit kann sichergestellt werden, dass am Altstandort keine Nachnutzung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erfolgt. Am Vorhabenstandort soll ein zweiter Einzelhandelsbetrieb mit ebenfalls nicht-zentrenrelevantem bzw. nicht-nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf max. 600 m² Verkaufsfläche eingebunden werden.

Das Flächenprogramm des NORMA-Marktes nach der geplanten Verlagerung und Erweiterung stellt sich nach Sortimenten untergliedert wie folgt dar:

Tabelle 1: Flächenkonzept des verlagerten und erweiterten NORMA-Marktes

| Supermarkt | Verkaufsfläche | |
|------------------------------|-------------------|------------|
| Sortimente | in m ² | in % |
| ■ Nahrungs- und Genussmittel | 960 | 80 |
| ■ Drogeriewaren/ Tierbedarf | 120 | 10 |
| ■ sonstige Sortimente | 120 | 10 |
| SUMME | 1.200 | 100 |

Quelle: Angaben des Auftraggebers/ eigene Berechnungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

Auch beim erweiterten Lebensmitteldiscountmarkt mit bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche (> 800 m² VKF / > 1.200 m² BGF) werden Nahrungs- und Genussmittel rd. 80 % der Verkaufsfläche belegen. Ergänzt werden die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente durch Drogeriewaren/Tierbedarf, die auf rd. 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden. Somit wird der NORMA-Markt auch nach der geplanten kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung einen eindeutigen nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) aufweisen. Der Anteil der sonstigen Sortimente (zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente) wird bei max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen. Bei den sonstigen Sortimenten handelt sich in erster Linie um wöchentlich wechselnde Aktionswaren.

Da die Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind: Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren, Papier / Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Heimwerker- / Gartenbedarf.

Allgemein dient die Flächenvergrößerung der Lebensmitteldiscounter vor allem der Sortimentsabrundung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Angebote, jedoch nicht der Sortimentserweiterung im Bereich anderer Angebote. So nehmen Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) im Sortimentsangebot der Discounter eine wesentlich größere Bedeutung ein als in früheren Filialkonzepten. Die Warenpräsentation in diesen Sortimenten wird ausgebaut, sodass größere Flächen gleichermaßen für den Bake-off-Bereich (Zubereitung von frischen Backwaren) als auch für die Präsentation von (verpackten) Frischlebensmitteln wie Obst und Gemüse sowie Fleisch benötigt werden.

Auch im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot sind Änderungen in der Sortimentszusammensetzung festzustellen, die sich auf den Flächenbedarf auswirken. Dagegen bleiben die Flächen für die wöchentlich wechselnden Aktionswaren nahezu unverändert, da die Lebensmitteldiscounter angesichts der weiter zunehmenden Diversifizierung im Bereich der Nonfood-Fachmärkte keine weiteren Steigerungen der Marktanteile mehr durchsetzen können.

Ordnet man die geplante Neuaufrichtung des NORMA-Marktes in der Triftstraße in Fürstenwalde/Spree in die Distributionsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel sowie in die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so kann zunächst Folgendes festgehalten werden:

- Per Definition ist der NORMA-Markt dem Betriebstyp des Lebensmitteldiscounters zuzuordnen.
- Discounter der neusten Generation verfügen in der Regel über eine Verkaufsfläche von bis zu 1.500 m². Für den NORMA-Markt ist im Rahmen der kleinräumigen Verlagerung eine Verkaufsflächenerweiterung auf bis zu 1.200 m² vorgesehen; Damit wird die geplante Verkaufsfläche unterhalb dem Verkaufsflächendurchschnitt von Lebensmitteldiscountern der neuesten Generation liegen.
- Die Vergrößerung der Verkaufsfläche dient der Verbesserung der innerbetrieblichen Abläufe und der kundenfreundlichen Warenpräsentation sowie der weiteren Profilierung des Lebensmittelangebotes. Damit übernehmen die Discountmärkte nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern decken einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab. Es bleibt jedoch festzuhalten, dass in jeder NORMA-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten wird.

[illegible]

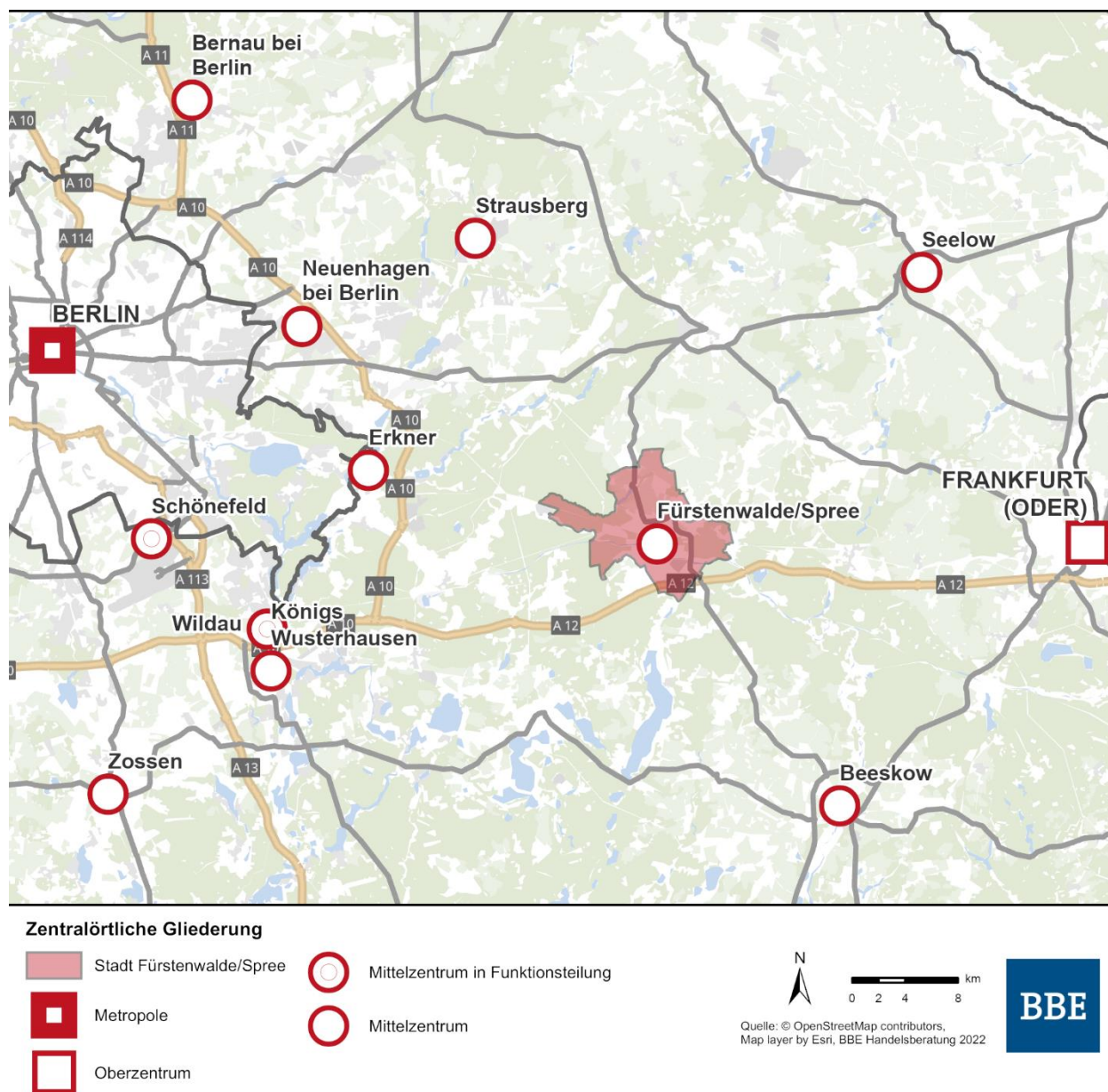
4. Makrostandort Fürstenwalde/Spree

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten der Stadt Fürstenwalde/Spree.

Regionale Lage, Landesplanung und Zentralität

Die Kreisstadt Fürstenwalde/Spree liegt im Landkreis Oder-Spree im Osten des Landes Brandenburg.

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion



Quelle: Eigene Darstellung

Die zentralörtliche Gliederung sowie die raumstrukturelle Einordnung der Stadt Fürstenwalde/Spree ist aus Karte 2 zu entnehmen. Im LEP HR 2019 wird Fürstenwalde/Spree eine mittelzentrale Funktion zugesprochen. „Mittelzentren versorgen als Versorgungs-, Bildungs- und zum Teil auch Wirtschaftszentren die Bevölkerung im mittelzentralen Verflechtungsbereich mit räumlich gebündelt bereitgestellten öffentlichen und privaten Waren- und Dienstleistungsangeboten des gehobenen Bedarfes. Mittelzentren übernehmen damit gehobene Wirtschafts-, Einzelhandels-, Kultur-, Sport-, Freizeit-, Bildungs-, Gesundheits- und soziale Versorgungsfunktionen.“⁶

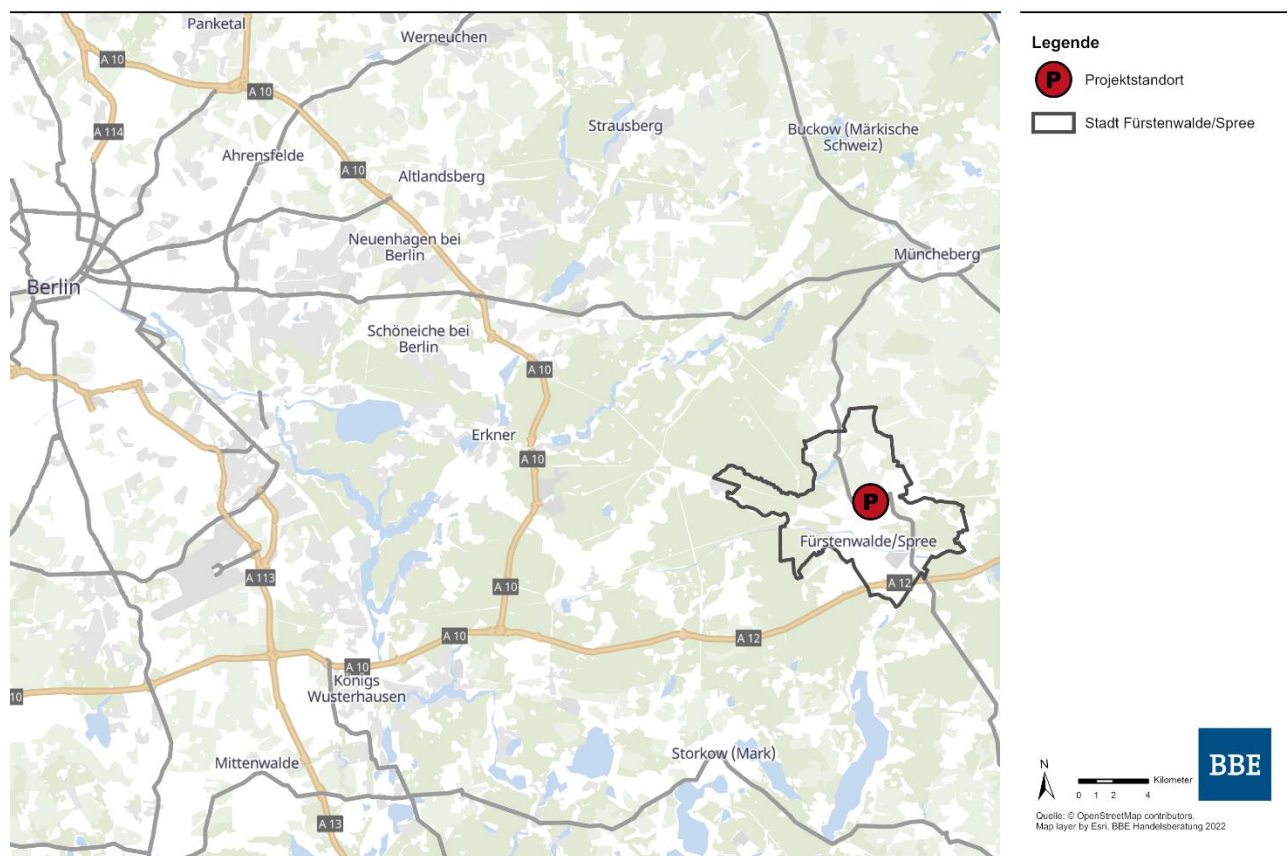
Im Nordwesten befindet sich in einer Entfernung von ca. 50 Kilometer die Metropole und Bundeshauptstadt Berlin. In östlicher Richtung von Fürstenwalde/Spree ist das Oberzentrum Frankfurt (Oder) in rd. 30 Kilometer Entfernung gelegen. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind in jeweils rd. 30 Kilometern Entfernung Erkner, Beeskow, Seelow und Königs-Wusterhausen.

Regionale und innerörtliche Verkehrsanbindung

Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind wesentliche Standortfaktoren, die auch die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels prägen.

Die Stadt Fürstenwalde/Spree verfügt durch die beiden Autobahnanschlüsse Fürstenwalde-West und –Ost an die Bundesautobahn A 12 über eine sehr gute regionale Anbindung. Die Bundesautobahn A 10 (östlicher Berliner Ring) ist darüber hinaus über die Anschlussstelle Freienbrink zu erreichen.

Karte 2: Lage und verkehrliche Anbindung von Fürstenwalde/Spree



⁶ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), 2019, Z 3.6, S. 50

Ergänzt wird die verkehrliche Erschließung des direkten Umlandes durch die Bundesstraße B 168 sowie die Landstraßen L 35, L 36, L 38 und L 361.

Über die Haltestellen Fürstenwalde/Spree und Fürstenwalde Süd Bhf. ist eine Anbindung an das Regionalbahnnetz gegeben.

Bevölkerungsdaten

Die Stadt Fürstenwalde/Spree verfügt über rd. 32.120 Einwohner.⁷

Im Vergleich zum Jahr 2011 mit rd. 32.240 Einwohnern verzeichnet Fürstenwalde/Spree eine nahezu konstante Bevölkerungszahl.

Für die kommenden Jahre wird für die Stadt Fürstenwalde/Spree eine positive Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. So wird sich gemäß der Prognose die Einwohnerzahl bis 2025 auf rd. 32.335 Einwohner und bis zum Jahr 2030 auf rd. 33.263 Einwohner vergrößern; im Vergleich zur heutigen Einwohnerzahl ein Zuwachs von 0,7 bzw. 3,6 %.⁸

Siedlungs- und Standortstruktur innerhalb des Stadtgebietes

Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels stehen im Kontext zur Struktur des Stadtraumes.

Die Stadt Fürstenwalde/Spree gliedert sich in die drei Stadtteile Mitte, Nord und Süd. Dabei stellen die Eisenbahntrasse Berlin-Frankfurt (Oder) die Grenze zwischen den Stadtteilen Mitte und Nord und die Spree die Grenze zwischen den Stadtteilen Mitte und Süd dar.

Den Bevölkerungsschwerpunkt bildet mit rd. 37 % der Bevölkerung der Stadtteil Süd, gefolgt vom Stadtteil Nord (rd. 33 %) und Stadtteil Mitte (rd. 30 %).

Der Projektstandort befindet sich im Stadtteil Nord.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Gemeinde oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Gemeinde das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte sind in dieser Einkommensberechnung nicht enthalten.

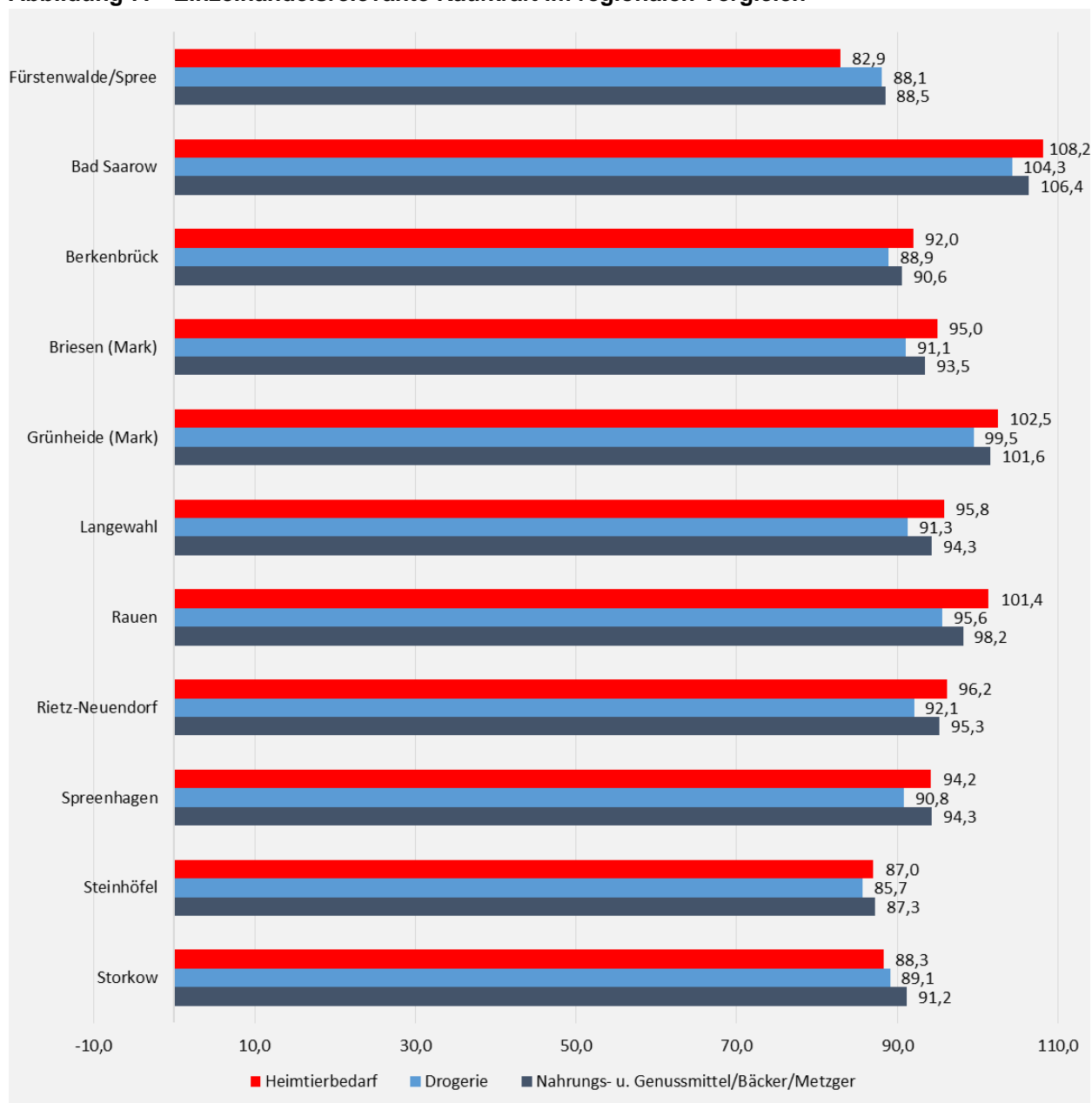
Die sortimentspezifische Kaufkraft in der Nahversorgung differiert stärker zwischen den Gemeinden im Umland von Fürstenwalde/Spree, für Lebensmittel liegen die Werte zwischen 87 und 106.

Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 88,5 für Nahrungs- und Genussmittel liegen die relevanten Ausgaben im Stadtgebiet Fürstenwalde/Spree somit 15,1 %-Punkte unter dem Vergleichswert des Bundeslandes Brandenburg (103,6). Im unmittelbar regionalen Vergleich mit den Nachbargemeinden bewegt sich Fürstenwalde/Spree damit eher im unteren Niveau, mehrheitlich werden höhere Werte in den Umlandkommunen erzielt.

⁷ Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg 2021 (Fortgeschriebene amtliche Einwohnerzahlen, bezogen auf den aktuellen Gebietsstand), Stand: 31. Dezember 2021.

⁸ Land Brandenburg, Berichte der Raumbearbeitung, Bevölkerungsvorausschätzung 2020 bis 2030, LBV 2021

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich



Quelle: BBE/CIMA/MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021, BBE-Darstellung 2022

Einzelhandelsstrukturen

Die Stadt Fürstenwalde/Spree hat unter Berücksichtigung städtebauliche Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demografischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2017 definiert.

Das Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree verfügt demnach mit dem Innenstadtzentrum, dem Nahversorgungszentrum Nord und dem Nebenzentrum Süd über eine differenzierte Zentrenstruktur. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen aufgrund ihres Angebotspektrums unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Fazit zum Makrostandort Fürstenwalde/Spree:

- Die Stadt Fürstenwalde/Spree übernimmt gemäß dem LEP HR 2019 die Funktion eines Mittelzentrums.
- Zum Stand 31.12.2021 lebten rd.32.120 Einwohner im Stadtgebiet Fürstenwalde/Spree. Im Zeitraum 2011 bis 2021 verzeichnet die Stadt Fürstenwalde/Spree eine insgesamt konstante Bevölkerungszahl.
- Gemäß der amtlichen Bevölkerungsprognose wird sich die Bevölkerung in den kommenden Jahren positiv entwickeln, wobei bis 2030 ein Bevölkerungszuwachs auf 33.263 Einwohner im Stadtgebiet erwartet wird.
- Das sortimentspezifische Kaufkraftniveau in der Nahversorgung ist für die Stadt Fürstenwalde/Spree selbst im regionalen Kontext als leicht unterdurchschnittlich zu bewerten. Für Lebensmittel liegt das Kaufkraftniveau des Stadtgebietes Fürstenwalde/Spree mit 88,5 etwa 15,1 %-Punkte unter dem Vergleichswert des Bundeslandes Brandenburg (103,6). Mehrheitlich erzielen die Umlandgemeinden ein (leicht) höheres Niveau.

5. Mikrostandortanalyse

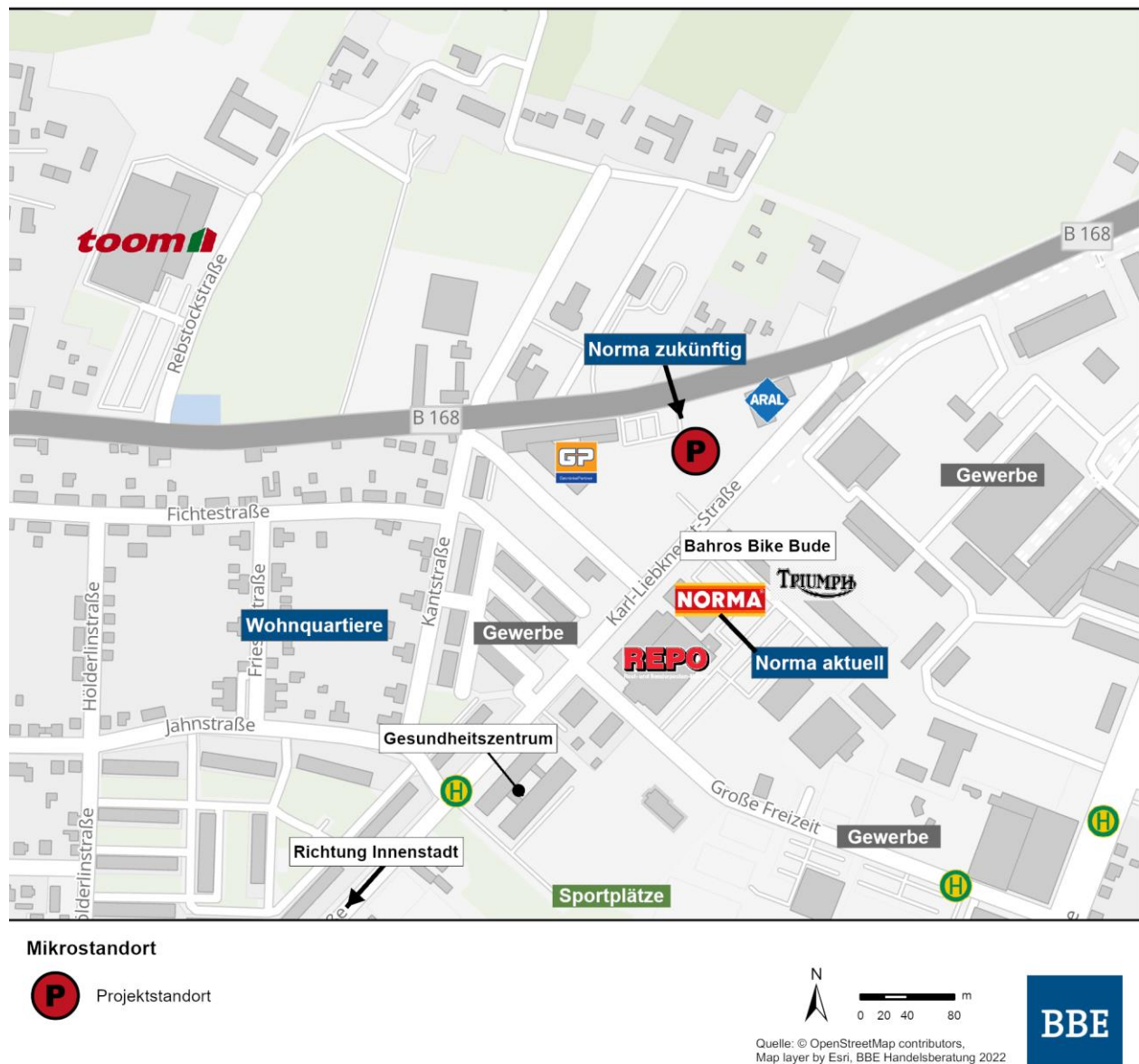
Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes und für die Wechselwirkung mit weiteren Anbietern im Untersuchungsgebiet von Relevanz.

Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich im nördlichen Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree südlich der Triftstraße (B 168). Im Südosten verläuft die Karl-Liebnecht-Straße, im Südwesten die Ernst-Laas-Straße.

Das Planareal stellt derzeit eine Brachfläche mit Wildwuchs dar.

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



Das Standortumfeld des geplanten Einzelhandelsvorhabens wird bereits durch Einzelhandelsnutzungen geprägt. So sind hier der zu verlagernde Norma-Lebensmitteldiscountmarkt, ein Sonderpostenmarkt (REPO) und ein Motorradhandel (Bahros Bike Bude) ansässig. Im Westen ist zudem ein Getränkemarkt (Getränkpartner) und im Osten eine Tankstelle mit Shop (Aral) verortet.

Darüber hinaus wird das Standortumfeld gewerblich geprägt, wobei in südlicher und westlicher Richtung in fußläufiger Entfernung Wohnnutzungen vorherrschen.

Abbildung 8: Fotos des Planstandortes und des Standortumfeldes



Quelle: Eigene Fotos, Oktober 2022

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

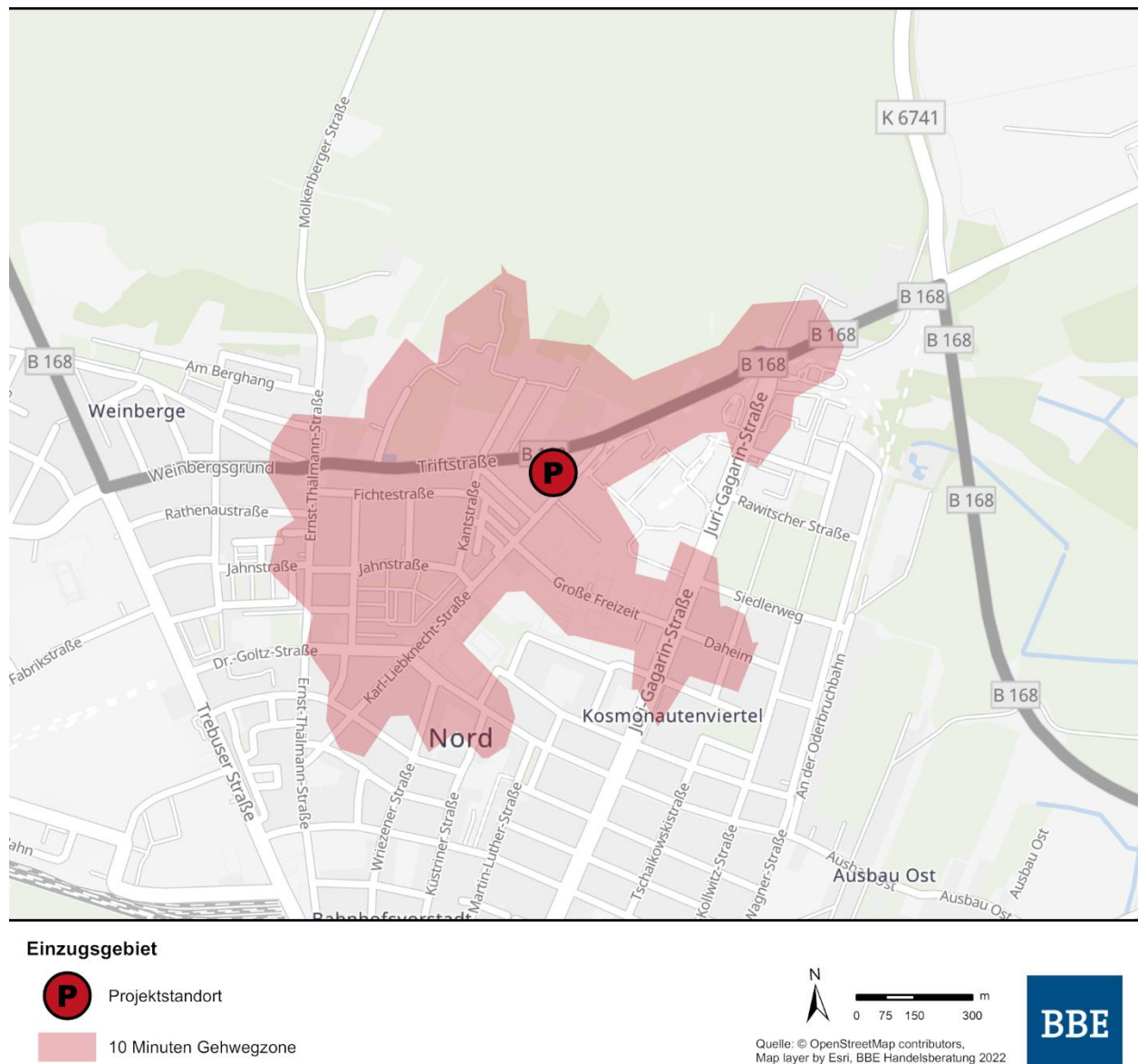
Der Standort liegt verkehrsgünstig an der Triftstraße (B 168), die innerhalb der Stadt Fürstenwalde/Spree einen wichtigen und gut frequentierten Verkehrsträger darstellt. Zudem soll eine Zu- und Abfahrt auf das Projektgrundstück von Seiten der Karl-Liebnecht-Straße hergestellt werden.

Ein ÖPNV-Anschluss ist durch mehrere Bushaltestellen (u.a. „Ärztelhaus Nord“) in fußläufiger Entfernung gewährleistet; hier verkehren die Buslinien 411, 414 und 433, welche eine gute gesamtstädtische und überörtliche ÖPNV-Erreichbarkeit sichern.

Auch ist eine gute Erreichbarkeit des Projektstandortes für den nicht-motorisierten Kundenverkehr aus dem Standortumfeld über straßenbegleitende Fuß- und Radwege gewährleistet.

Insgesamt weist der Standort damit eine gute Erreichbarkeit sowohl für den nicht-motorisierten als auch für den motorisierten Kundenverkehr auf.

Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes



Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Aufgrund der Lage des Projektstandortes werden weite Teilbereiche des nördlichen Stadtgebietes abgedeckt (vgl. vorstehende Abbildung). So können in 10 Minuten-Gehzeit rd. 2.050 Einwohner den Projektstandort erreichen.

Darüber hinaus sind aufgrund zu erwartender Agglomerationseffekte mit den im Standortumfeld ansässigen Nutzungen (v.a. Sonderpostenmarkt, Getränkemarkt und Motorradfachhandel) und der Lage an der Bundesstraße B 168 zudem nachrangig Kunden aus dem weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree und teilweise darüber hinaus zu erwarten.

Funktionale Lage und Einordnung in das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Planstandortes lässt sich festhalten, dass sich dieser außerhalb eines in der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Stand: 11/2017) ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet, aber als städtebaulich integriert eingestuft wird. Die Entfernung zum Nahversorgungszentrum Nord, das den zum Projektstandort nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich darstellt, beträgt etwa 2 Kilometer.

Gemäß Leitsatz III der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment primär in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährung der Nahversorgung auch an sonstigen städtebaulich integrierten Lagen anzusiedeln. Somit kann zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment an sonstigen städtebaulich integrierten Standorten nachgeordnet zur Gewährung der Nahversorgung angesiedelt werden, sofern negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.

Zunächst ist anzumerken, dass die geplante Einzelhandelsentwicklung eine kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines bereits bestehenden NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes darstellt. Das Hauptsortiment (Nahrungs- und Genussmittel) ist gem. Fürstenwalder Sortimentsliste als zentren- und nahversorgungsrelevant eingeordnet.

Bei dem bestehenden NORMA-Markt am Standort Karl-Liebknecht-Straße 24 handelt es sich somit bereits um einen eingeführten Nahversorgungsstandort der Stadt Fürstenwalde/Spree, der wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen insbesondere für die Bevölkerung in den nördlichen Siedlungsbereichen der Stadt übernimmt. Mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse kann dargelegt werden, dass auch der kleinräumig verlagerte und erweiterte NORMA-Markt am Standort Triftstraße 35a im Wesentlichen (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im nördlichen Stadtgebiet von Fürstenwalde/ Spree übernehmen wird (vgl. Kap. 9.1).

Die geplante Einzelhandelsentwicklung und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind somit als Maßnahmen zu bewerten, die vor allem der Stabilisierung der erreichten Marktposition und der Standortsicherung dienen. Das Vorhaben hilft somit, die Grundversorgung im nördlichen Stadtgebiet von Fürstenwalde/ Spree zu stärken und langfristig zu sichern.

Der zum Planstandort nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich befindet sich mit dem Nahversorgungszentrum Nord in einer Entfernung von rd. 2 Kilometern im Süden, sodass durch eine Verlagerung in das Nahversorgungszentrum Nord die fußläufige Versorgung im nördlichen Siedlungsbereich der Stadt Fürstenwalde/Spree nicht gesichert werden könnte und eine Verlagerung in diesen zentralen Versorgungsbereich somit nicht zielführend wäre.

Planungsrechtliche Situation

Der Vorhabenstandort in der Triftstraße unterliegt dem Geltungsbereich des einfachen Bebauungsplanes Nr. I „Einzelhandelsentwicklung Fürstenwalde/Spree Nord“, demnach sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten unzulässig.

Für die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung des NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ist somit die Aufstellung eines Bebauungsplanes erforderlich, sodass die Genehmigungsfähigkeit gemäß § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen ist.

Fazit zum Mikrostandort

- Der Projektstandort befindet sich relativ zentral im nördlichen Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree an der Triftstraße.
- Das Planareal stellt derzeit eine Brachfläche mit Wildwuchs dar.
- Das Areal ist in ein vielfältiges Nutzungsumfeld eingebunden, mit teilweise großflächigen Einzelhandelsbetrieben und gewerblichen Nutzungen im unmittelbaren Standortumfeld sowie Wohngebieten schwerpunktmäßig im Süden und Westen.
- Für den Projektstandort ist eine allumfassend gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, zu Fuß, mit dem Fahrrad und per ÖPNV gegeben.
- Der Projektstandort liegt außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches an einer städtebaulich integrierten Lage.

6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Das folgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum.

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die in Fürstenwalde/Spree geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes hervorgerufene städtebauliche Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen erforderlich.

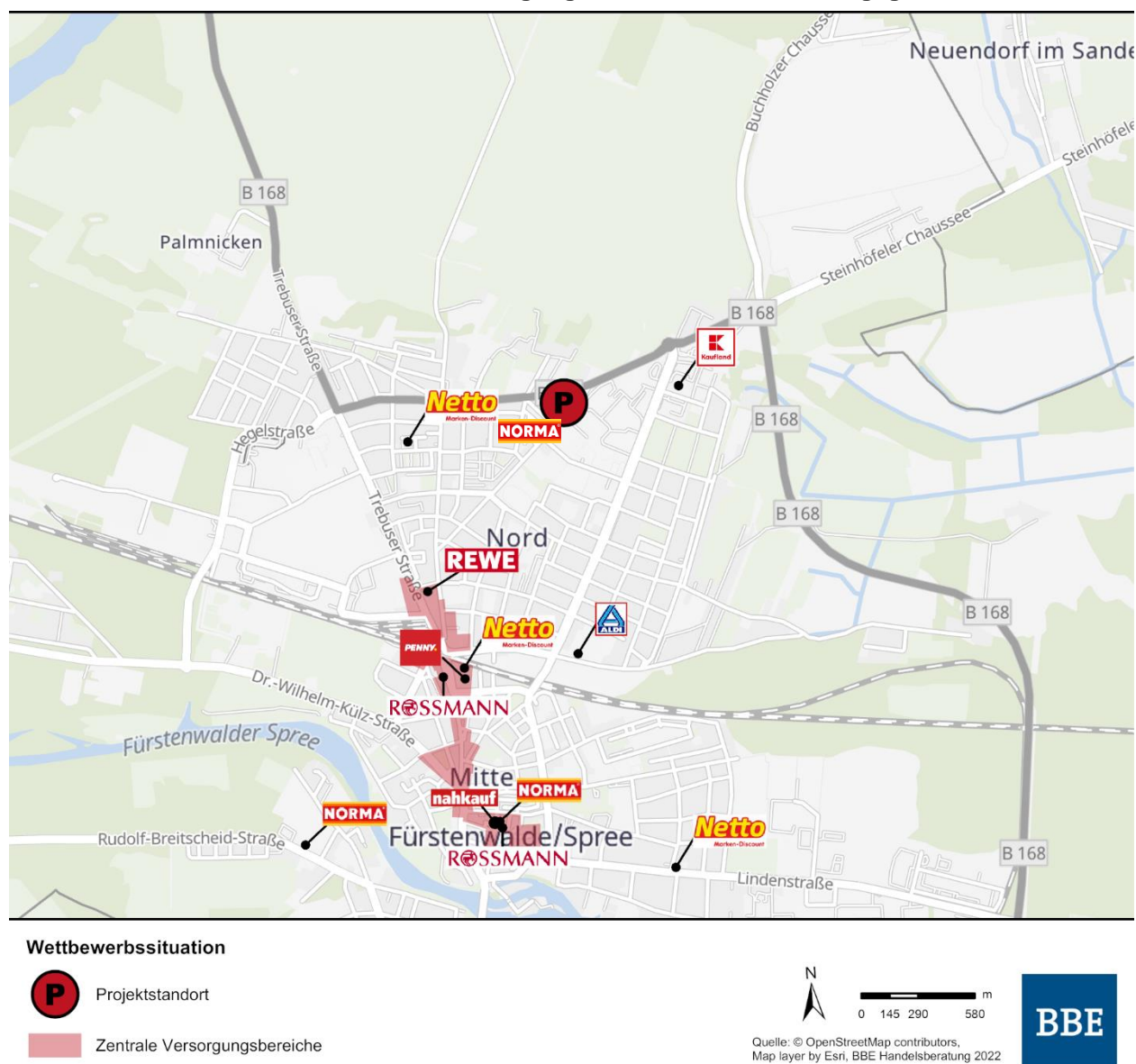
Die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes erfolgt unter Berücksichtigung der Zeit-Wege-Distanzen, verkehrlichen und topografischen Barrieren sowie aus der Lage der Hauptwettbewerber zum Untersuchungsstandort. Bei der Abgrenzung des Untersuchungsgebietes ist zudem zu berücksichtigen, dass der Lebensmittelmarkt bereits heute wichtige Nahversorgungsfunktionen übernimmt und die geplante Einzelhandelsentwicklung insbesondere der Stärkung der wohnungsnahen Versorgung innerhalb der Stadt Fürstenwalde/Spree dienen wird. Somit ist davon auszugehen, dass der zu betrachtende Lebensmittelmarkt kein Einzugsgebiet erschließen wird, das wesentlich über das Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree hinausreicht. Entsprechend ist auch nicht zu erwarten, dass das geplante Vorhaben in größerem Umfang neue Kunden von außerhalb der Stadt Fürstenwalde/Spree mobilisieren kann. Vor diesem Hintergrund werden in der vorliegenden Untersuchung in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Standortumfeld des Einzelhandelsvorhabens, d.h. in den Stadtteilen Nord und Mitte der Stadt Fürstenwalde/Spree betrachtet.

Die Wettbewerbssituation wird im projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittel- und Drogeriemärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der geplanten kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung des NORMA-Marktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Super-/ Discountmärkte, Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser), die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) bzw. der sonstige Fachhandel.

Da unter städtebaulichen Gesichtspunkten aufgrund des besonderen Schutzstatus insbesondere das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung ist, wurde der relevante Wettbewerb für diese Standortbereiche dezidiert ausgewiesen.

Die Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Oktober 2022. Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

Karte 5: Wettbewerbsrelevante Nahversorgungsmärkte im Untersuchungsgebiet



Quelle: eigene Darstellung

6.1. Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Fürstenwalde/Spree

In der Stadt Fürstenwalde/Spree konzentriert sich der Einzelhandel überwiegend auf die Kernstadt des Mittelzentrums. Somit sind auch die wesentlichen Anbieter von Lebensmitteln und Drogeriewaren in der Kernstadt Fürstenwalde/Spree ansässig.

Im Untersuchungsgebiet, d.h. in den Stadtteilen Nord und Mitte der Stadt Fürstenwalde/Spree, befinden sich gemäß der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2017 mit dem Innenstadtzentrum und dem Nahversorgungszentrum Nord zwei zentrale Versorgungsbereiche.

Das **Nahversorgungszentrum Nord** ist in einer Entfernung von rd. 2 Kilometern der zum Planvorhaben nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich. Das Nahversorgungszentrum, das sich unmittelbar nördlich des Bahnhofs im Stadtteil Fürstenwalde Nord befindet, umfasst einen Rewe-Supermarkt und die angrenzenden Bereiche entlang der Ernst-Grube-Straße, der Ernst-Thälmann-Straße und der Trebuser Straße.⁹

Die Angebotsstruktur des Nahversorgungszentrums konzentriert sich überwiegend auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente, wobei der **Rewe-Supermarkt** an der Trebuser Straße den Magnetbetrieb des zentralen Versorgungsbereiches darstellt.

Aktuell wird die Erweiterung des Rewe-Supermarktes von derzeit rd. 1.530 m² auf rd. 2.000 m² Verkaufsfläche verfolgt. Zur Nachnutzung eines südlich des Rewe-Supermarktes leerstehenden Einzelhandelsobjektes an der Ernst-Thälmann-Straße 117 ist zudem die Ansiedlung eines Drogeriemarktes (rd. 750 m² VKF), eines Zoofachmarktes (rd. 550 m² VKF) und eines Sanitätshandels (rd. 170 m² VKF) vorgesehen. Diese Planung wird aufgrund des bereits weit fortgeschrittenen Planungsstandes in die Bestandsdaten eingepflegt und damit im weiteren Verlauf der vorliegenden Auswirkungsanalyse berücksichtigt.

Abbildung 9: Wettbewerber im Nahversorgungszentrum Nord (Foto)



Quelle: Eigene Fotos, Oktober 2022

Das **Innenstadtzentrum**, das sich in einer Entfernung von rd. 3 Kilometern befindet, erstreckt sich entlang der Eisenbahnstraße in Nord-Süd-Richtung. Im Norden wird der zentrale Versorgungsbereich durch eine Bahntrasse begrenzt. Im Süden umfasst das Innenstadtzentrum das historische Stadtzentrum.

Die Angebotsstruktur im Innenstadtzentrum wird überwiegend durch Angebote des periodischen und mittelfristigen Bedarfs geprägt. Neben einer attraktiven Angebotsmischung aus Einzelhandelsfilialisten und -fachgeschäften verfügt der zentrale Versorgungsbereich über eine Vielzahl an Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten.

Innerhalb des Innenstadtzentrums sind mit den Lebensmittelmärkten Nahkauf, Netto Marken-Discount, Penny und Norma sowie zwei Rossmann-Filialen insgesamt sechs Nahversorgungsmärkte ansässig.

Die beiden modernen Discounter **Penny** (Eisenbahnstraße 37) und **Netto Marken-Discount** (Eisenbahnstraße 41) befinden sich in räumlicher Nähe zueinander im Norden des zentralen Versorgungsbereiches. Beide Lebensmittelmärkte verfügen über ausreichend dimensionierte Kundenparkplätze. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite ist zudem ein **Rossmann-Drogeriemarkt** (Eisenbahnstraße 120 – 121) verortet.

⁹ Abgrenzung gemäß der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2017

Die beiden Lebensmittelmärkte **Norma** und **Nahkauf** sowie ein weiterer **Rossmann-Drogeriemarkt** sind innerhalb des Rathaus-Centers mit angegliedertem Parkhaus ansässig. Während der Norma-Lebensmitteldiscountmarkt im Untergeschoss des Einkaufszentrums eingemietet wurde, befinden sich die Nahversorgungsmärkte Nahkauf und Rossmann im Erdgeschoss des Rathaus-Centers.

Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot innerhalb des Innenstadtzentrums durch mehrere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Fleischerei Franke & Sohn, Bäckerei Mahlkow, Wild & Geflügel Willy Wahn, Arko, Bäckerei Steinecke).

Abbildung 10: Wettbewerber in des Innenstadtzentrums von Fürstenwalde/Spree (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos, Oktober 2022

Außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche sind in der Stadt Fürstenwalde/Spree – neben dem NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt (rd. 700 m² VKF), der kleinräumig verlagern und erweitern möchte, mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt und drei Lebensmitteldiscountmärkten von Netto Marken-Discount (2 Filialen) und Aldi Nord insgesamt vier weitere Lebensmittelmärkte ansässig.

In rd. 1,0 Kilometern Entfernung ist im Osten des Projektstandortes in der Juri-Gagarin-Straße ein moderner **Kaufland-Verbrauchermarkt** (rd. 4.100 m² VKF) untersuchungsrelevant. Der Lebensmittelmarkt, der über mehrerer Einzelhandelsbetriebe (Bäckerei, Metzgerei, Ernsting's Family) in seiner Vorkassenzone verfügt, bildet eine Standortgemeinschaft mit einem Deichmann-Schuhfachmarkt, mit dem er sich auch einen ausreichend dimensionierten Kundenparkplatz teilt. Der Kaufland-Verbrauchermarkt ist im Hinblick auf seine Verkaufsflächendimensionierung der bedeutendste Angebotsstandort im Untersuchungsgebiet und bei einer überörtlichen Ausstrahlungskraft vorwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet. Aufgrund seiner Randlage trägt der Lebensmittelmarkt jedoch nur sehr untergeordnet zur räumlichen Nahversorgung im Stadtteil Nord bei.

In einer Entfernung von ebenfalls rd. 1,0 Kilometern ist westlich des Planareals in der Jahnstraße eine kleinflächige **Netto Marken-Discount-Filiale** (rd. 600 m² VKF) mit einer Bäckerei als Konzessionär in siedlungsintegrierter Lage untersuchungsrelevant.

Ein **Aldi Nord-Lebensmitteldiscountmarkt** (rd. 1.200 m² VKF), der sich in einer sehr modernen Immobilie präsentiert, ist an der Ehrenfried-Jupp-Straße im Süden in rd. 1,5 Kilometern Entfernung zum Projektstandort verortet.

In rd. 3,0 Kilometern Entfernung ist am Standort Lindenstraße 65 zudem ein moderner **Netto Marken-Discount** (rd. 800 m² VKF) untersuchungsrelevant. Der Lebensmittelmarkt mit einem angegliederten Imbiss befindet sich an einer siedlungsintegrierten Lage.

Abbildung 11: Weitere untersuchungsrelevante Lebensmittelmärkte in Fürstenwalde/Spree (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos, Oktober 2022

6.2. Fazit der Wettbewerbsanalyse

Nachfolgende Tabelle strukturiert die Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet nach Standorten. Innerhalb des Untersuchungsgebietes umfassen die ausgewiesenen Werte alle nahversorgungsrelevanten Anbieter am jeweiligen Standort.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Das relevante Wettbewerbsumfeld des geplanten Einzelhandelsvorhabens wird sich im Wesentlichen auf die Stadtteile Nord und Mitte der Stadt Fürstenwalde/Spree und hier vor allem auf die strukturprägenden Anbieter von Lebensmitteln und Drogeriewaren beziehen.
- Aufgrund der größeren räumlichen Entfernungen und der damit einhergehenden Pkw-Fahrzeiten sind hingegen nur eingeschränkte Wettbewerbsbeziehungen im weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree (Stadtteil Süd) und in Umlandkommunen vorhandenen Angebotsstrukturen zu unterstellen.
- Insgesamt 45 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 21.230 m² Verkaufsfläche sind im Untersuchungsgebiet zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 84,3 Mio. € p.a. Auf den Stadtteil Nord der Stadt Fürstenwalde/Spree, in den auch der Projektstandort ansässig ist, entfallen davon 18 Anbieter mit ca. 15.700 m² Verkaufsfläche und einem Gesamtumsatz von ca. 57,1 Mio. € p.a.

Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten

| Standortstrukturen | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz gesamt in T€ | darunter Lebensmittel in T€ | darunter Non-Food I in T€ |
|--|-------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| Angebotsstandorte im Stadtteil Nord | 15.700 | 57.111 | 37.675 | 9.363 |
| Nahversorgungszentrum Nord (v.a. Rewe, Drogeriemarkt, Zoofachmarkt)* | 3.330 | 13.625 | 7.180 | 5.045 |
| NORMA-Filiale am Standort Karl-Liebknecht-Straße, die kleinräumig verlagern und erweitern möchte | 700 | 2.520 | 2.160 | 180 |
| städtebaulich integrierte Lagen (v.a. Aldi Nord, Netto Marken-Discount, Getränkepartner) | 7.510 | 20.121 | 12.390 | 1.034 |
| städtebaulich nicht-integrierte Lagen (v.a. Kaufland) | 4.160 | 20.845 | 15.945 | 3.104 |
| Angebotsstandorte im Stadtteil Mitte | 5.530 | 27.171 | 20.289 | 5.268 |
| Innenstadtzentrum (v.a. Norma, Nahkauf, Penny, Netto Marken-Discount, Rossmann) | 4.560 | 22.451 | 16.041 | 4.930 |
| städtebaulich integrierte Lagen (v.a. Netto Marken-Discount) | 970 | 4.720 | 4.248 | 338 |
| gesamt | 21.230 | 84.282 | 57.964 | 14.631 |
| * inkl. Planvorhaben (Rewe-Erweiterung, Ansiedlung Drogeriemarkt und Zoofachmarkt) | | | | |
| Quelle: BBE-Erhebung 2022 | | | | |

- Die Gegenüberstellung der Umsatzstruktur der untersuchungsrelevanten Anbieter mit den Marktvolumina innerhalb des Untersuchungsgebietes führt zu entsprechenden Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellen den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des ansässigen Einzelhandels dar und erlauben Rückschlüsse zu Kundenbewegungen.
- Die erzielten Bindungsquoten sind in der nachstehenden Tabelle dargestellt, sie sind ein Indikator für die Beurteilung weiterer Entwicklungsspielräume und resultierender Wettbewerbsbeziehungen im

Untersuchungsgebiet. Dabei zeigt sich eine ausgeprägte Versorgungsfunktion der Angebotsstrukturen in den Stadtteilen Nord und Mitte der Stadt Fürstenwalde/Spree auch für die Umlandkommunen.

Tabelle 3: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet

| Kaufkraftbindung | Nachfragepotenzial Food + Non-Food I | Umsatz der Angebotsstrukturen | Kaufkraftbindung | Saldo |
|---|--------------------------------------|-------------------------------|------------------|------------|
| | in T€ p.a. | in T€ p.a. | in % | in T€ p.a. |
| Stadtteil Nord von Fürstenwalde (Spree)* (Nachfragebindung durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gesamt) | 27.433 | 47.038 | 171,5 | 19.605 |
| Stadtteil Mitte von Fürstenwalde (Spree) (Nachfragebindung durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gesamt) | 24.948 | 25.557 | 102,4 | 609 |

* inkl. Planvorhaben (Rewe-Erweiterung, Ansiedlung Drogeriemarkt und Zoofachmarkt)
Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung 2022

- Im Stadtteil Nord der Stadt Fürstenwalde/Spree steht dem vorhandenen Nachfragepotenzial von ca. 27,4 Mio. € p.a. in den projektrelevanten Food und Non-Food I ein Gesamt-Umsatz aller im Stadtteil ansässiger Wettbewerber in Höhe von ca. 47,0 Mio. € p.a. gegenüber, was einer relativen Kaufkraftbindung von rd. 172 % entspricht. Im Saldo aus Kaufkraftzu- und -abflüssen errechnet sich folglich für den Stadtteil Nord ein saldierter Zufluss von ca. 19,6 Mio. € p.a.¹⁰ Die hohen Kaufkraftzuflüsse im Stadtteil Nord sind insbesondere auf den Kaufland-Verbrauchermarkt zurückzuführen, der große Kundenanteile auch aus dem weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree und darüber hinaus anzieht.

Ohne Berücksichtigung des Kaufland-Marktes liegt die Zentralität im Stadtteil Nord bei rd. 106 %. Der Stadtteil Mitte weist mit rd. 102 % eine deutlich geringere Umsatz-Kaufkraft-Relation auf.

- Aus Sicht des Planvorhabens lässt sich hieraus ableiten, dass die nahversorgungsrelevante Nachfragebindung im Untersuchungsgebiet nur in begrenztem Maße steigerungsfähig ist. Dies führt dazu, dass die intensivsten Wettbewerbseffekte vor allem innerhalb der Angebotsstrukturen der Fürstenwalder Stadtteile Nord und Mitte zu erwarten sind, wobei insbesondere von Wechselbeziehungen mit den strukturprägenden Lebensmittelmärkten auszugehen ist.
- Nachfolgende Aufgabe ist es im Rahmen dieser Auswirkungsanalyse, aufbauend auf einer begründeten Umsatzerwartung im Einzelhandelsvorhaben, diese Wettbewerbseffekte zu quantifizieren und städtebaulich zu bewerten. In diesem Kontext ist zunächst noch die Fragestellung zu prüfen, ob von einer zukünftigen Nachfrageentwicklung ein ergänzender Einfluss auf die absehbaren Wettbewerbsbeziehungen ausgeht.

¹⁰ Saldo aus Kaufkraftzuflüssen aus dem Stadtteil und Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtteil (z.B. durch Auspendler).

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Dabei ist ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Projektstandorts ist, dass es sich bei dem Planvorhaben lediglich um die kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines bereits ansässigen NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes handelt. Im unmittelbaren Standortumfeld sind darüber hinaus weitere Einzelhandelsbetriebe (Sonderpostenmarkt, Getränkemarkt, Motorradfachhandel) ansässig, sodass die geplante Einzelhandelsentwicklung in einem Standortbereich geplant ist, der bereits heute durch mehrere (teilweise) nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe geprägt wird und der wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen für weite Teile der Bevölkerung von Fürstenwalde/Spree übernimmt.

Unter der Berücksichtigung dieser Faktoren ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

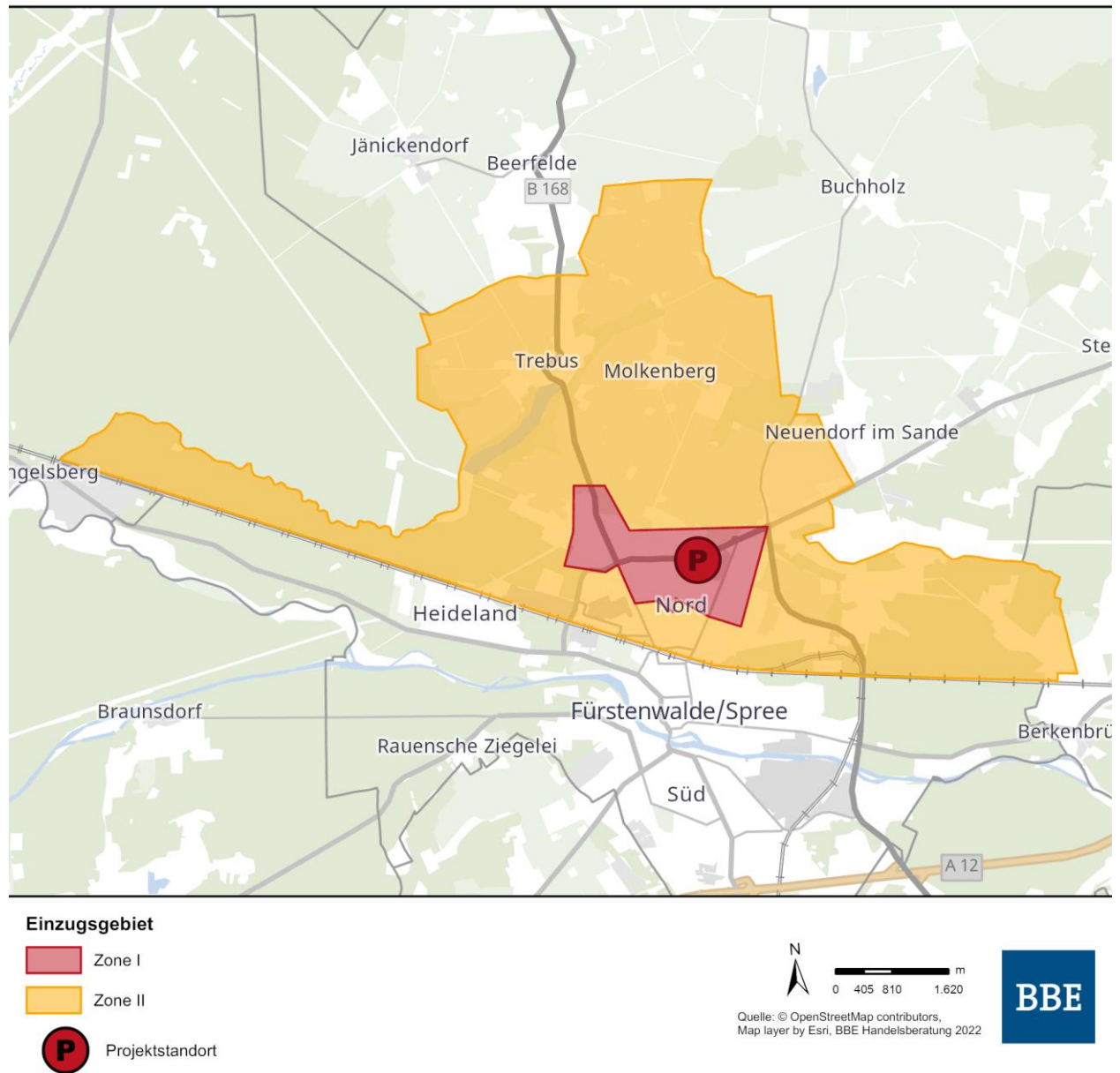
- Das **Kerneinzugsgebiet** (Zone I) umfasst im Wesentlichen die an den Projektstandort anschließenden Siedlungsbereiche mit insgesamt rd. 6.155 Einwohnern.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet** (Zone II) beinhaltet das restliche nördliche Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree, das im Süden bis zur Eisenbahntrasse Berlin-Frankfurt (Oder) reicht, mit zusammen rd. 4.445 Einwohnern.

Im **Einzugsgebiet** des geplanten Einzelhandelsvorhabens leben somit insgesamt **rd. 10.600 Einwohner**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Diese diffusen Umsatzzuflüsse resultieren z.B. aus sporadischen Besuchen von Einwohnern aus dem weiteren Stadtgebiet (Stadtteile Mitte und Süd) und Touristen sowie Berufspendlern/ Geschäftsreisenden aus umliegenden Kommunen.

Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des geplanten Einzelhandelsvorhabens zu zählen.

Karte 6: Einzugsgebiet des geplanten Einzelhandelsvorhabens



Quelle: Nexiga, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die nachfolgenden Berechnungen ermitteln das aktuell verfügbare Nachfragepotenzial, differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer der jeweiligen Stadt / Gemeinde (BBE!CIMA!MB-Research).

Insgesamt summiert sich für die Bevölkerung im Einzugsgebiet das Nachfragepotenzial in den projektrelevanten Warengruppen auf jährlich ca. 27,4 Mio. €.

Auf das Kerneinzugsgebiet (Zone I) entfällt hiervon ein Anteil von ca. 58 %, während ca. 42 % des nahversorgungsrelevanten Nachfragepotentials auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) entfallen.

In der Differenzierung nach den Warengruppen entfallen ca. 23,6 Mio. € p.a. auf Lebensmittel, ca. 3,3 Mio. € p.a. auf Drogeriewaren und ca. 0,5 Mio. € p.a. auf Heimtierbedarf.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial im projektrelevanten Einzugsgebiet

| nahversorgungsrelevante Nachfrage 2022 | Zone I | Zone II | Einzugsgebiet gesamt 2022 |
|---|----------------------|----------------------|------------------------------|
| Einwohner (31.12.2021) | 6.155 | 4.445 | 10.600 |
| Ausgaben pro Kopf | in € pro Jahr | in € pro Jahr | in € pro Jahr |
| Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger | 2.228 | 2.228 | 2.228 |
| Drogerie / Parfümerie / Kosmetik | 313 | 313 | 313 |
| Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere | 47 | 47 | 47 |
| Nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial | in T€ | in T€ | in T€ |
| Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger | 13.713 | 9.903 | 23.617 |
| Drogerie / Parfümerie / Kosmetik | 1.927 | 1.391 | 3.318 |
| Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere | 289 | 209 | 498 |
| nahversorgungsrelevantes Potenzial insgesamt | 15.929 | 11.504 | 27.433 |
| Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH und BBECIMA/MB-Research 2022 | | | |

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt die Rechtsprechung hat zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Absatz 3

Für die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes erforderlich; die Genehmigungsfähigkeit ist folglich im Sinne von § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen.

In § 11 Abs. 3 heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u.a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹¹
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.

Der geplante Lebensmittelmarkt überschreitet mit der geplanten Verkaufsflächendimensionierung zweifellos die Schwelle zur Großflächigkeit, inwieweit jedoch städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, wird in Kapitel 9 geprüft.

¹¹ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie die Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen werden großflächige Einzelhandelsbetriebe durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtigungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten. Der LEP HR trifft in Kapitel 2 „Wirtschaftliche Entwicklung, Gewerbe und großflächiger Einzelhandel“ mit den Zielen Z 2.6 – 2.15 sowie den Grundsätzen G 2.8 und G 2.11 entsprechende Vorgaben zur Ansiedlung und Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben.

Im Hinblick auf das vorliegende Einzelhandelsvorhaben sind insbesondere folgende Aspekte von Bedeutung:¹²

„Z 2.6 *Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte*
Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).“

„Z 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).“

„G 2.8 *Angemessene Dimensionierung*
Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).“
Entsprechend der Begründung zum Grundsatz 2.8 ist „In der Regel eine Beeinträchtigung des Kongruenzgebotes auszuschließen, wenn bei einem Ansiedlungsvorhaben in einem Mittelzentrum der erwartete sortimentsbezogene Umsatz des Vorhabens

- *bei zentrenrelevanten, aber nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten (zentrenrelevante Sortimente gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2), der entsprechenden Kaufkraft im zentralörtlichen Verflechtungsbereich,*
- *bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 2 der entsprechenden Kaufkraft im zentralörtlichen Verflechtungsbereich entspricht.“*

¹² Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, S. 21f.

„G 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.“

Z 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-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante 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.
- (3) Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Absatz 1 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt, als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. G 2.11 bleibt unberührt. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen.“

Inwieweit das geplante Einzelhandelsvorhaben insgesamt mit den Maßgaben der Landesentwicklungsplanung kompatibel ist, wird in Kapitel 9.4 geprüft.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Die Einschätzung der infolge der geplanten kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes zu erwartenden Umsätze bildet den Eingangsparameter für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsätze des Einzelhandelsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Die Höhe der erzielbaren Umsätze ist dabei abhängig vom erreichbaren Marktanteil.¹³

Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage realistischer Marktanteile im Einzugsgebiet des Vorhabens erstellt. Die zu erwartende Kaufkraftbindungsquoten ergeben sich auf Grundlage der Gesamttattraktivität des Anbieters relativ zum Wettbewerb auf Basis

- der Lagequalität des Projektstandortes (insbesondere im Vergleich zum direkten Wettbewerbsumfeld),
- der Größe der Verkaufsfläche,
- des Betriebstyps und
- der Wettbewerbsintensität.

Tendenziell nimmt die Kaufkraftbindung mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab. Die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten nehmen dagegen zu.

Unter Berücksichtigung der vorab genannten Aspekte wurden für den zu betrachtenden NORMA-Markt im Rahmen einer „**Worst-Case-Betrachtung**“ die höchstmöglichen Kaufkraftbindungsquoten und die daraus resultierenden maximalen Umsätze für die nahversorgungsrelevanten Sortimente prognostiziert. Diese werden im Folgenden dargestellt:

Nach BBE-Prognose wird die geplante NORMA-Filiale in den Sortimenten Food und Non-Food I ca. 85 % des Umsatzes (rd. 3,3 Mio. € p.a.) mit Kunden aus dem Einzugsgebiet, d.h. aus dem nördlichen Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree generieren. Hiervon entfällt mit rd. 2,4 Mio. € p.a. der Großteil auf das nähere Standortumfeld (Zone I), sodass diese Filiale für die dortige Bevölkerung einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung darstellen wird.

Mobilitätsaspekte - insbesondere unter Berücksichtigung der verkehrsgünstigen, gut einsehbaren Lage des Vorhabenstandorts - sowie Zufallseinkäufe führen zu einer leicht über das Einzugsgebiet hinausgehenden Streuung der Umsatzherkunft. Der „Streuumsatz“ wird bei dem geplanten NORMA-Vorhaben mit 15 % des Umsatzes (ca. 0,6 Mio. € p.a.) für die Berechnungen angenommen. Diese diffusen Umsatzzuflüsse werden – wie in Kapitel 7 bereits dargelegt – v.a. durch Einwohner aus dem weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree (Stadtteile Mitte und Süd) sowie aus umliegenden Kommunen, die in erster Linie über eigene umfassende Versorgungsstrukturen verfügen oder deutlich anderen Angebotsstandorten zugewandt sind, aber dennoch Zufallskäufe dort tätigen, sowie durch Berufspendler aus dem erweiterten Umland und Touristen erwirtschaftet.

Unter Berücksichtigung der Umsätze mit Sortimenten aus der Sortimentsgruppe Non-Food II (rd. 0,4 Mio. € p.a.) wird der geplante NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² einen

¹³ Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

Umsatz von insgesamt max. 4,3 Mio. € p.a. erwirtschaften. Zusammen mit dem geplanten Backshop/Café wird sich der Gesamtumsatz der geplanten Einzelhandelsentwicklung auf max. 4,6 Mio. € p.a. belaufen.

Tabelle 5: Marktanteile des geplanten NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes

| Kundenherkunft | Kaufkraft- volumen Food + Non-Food I 2021 | erwartete Bindungsquote | Umsatz- erwartung |
|--|---|----------------------------|----------------------|
| | in T€ | in % | in T€ |
| Einzugsgebiet | 27.433 | 12,0 | 3.300 |
| Zone I | 15.929 | 15,0 | 2.400 |
| Zone II | 11.504 | 7,5 | 900 |
| Diffuse Zuflüsse | ./. | ./. | 600 |
| Umsatzerwartung Food + Non-Food I | ./. | ./. | 3.900 |
| Umsatzerwartung Non-Food II | ./. | ./. | 400 |
| Umsatzerwartung NORMA gesamt | ./. | ./. | 4.300 |
| Café mit Backwarenverkauf | ./. | ./. | 300 |
| Gesamtvorhaben | ./. | ./. | 4.600 |

Quelle: BBE-Berechnung 2022

In der nachfolgenden Tabelle wird die Umsatzprognose mit der geplanten Größendimensionierung zusammengeführt und hinsichtlich der resultierenden Flächenleistungen bewertet.

Unter Berücksichtigung der erläuterten standortspezifischen Situation mit einer weit überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des NORMA-Marktes von 1.200 m² (Bundesdurchschnitt 752 m²) entspricht die abgeleitete Umsatzerwartung einem „Worst-Case-Szenario“ mit einer regionaltypischen Flächenproduktivität von 3.600 €/m²; sie ist zugleich Ausdruck der geringeren regionalen Kaufkraft und des bereits ausgeprägten Wettbewerbs innerhalb der Stadt Fürstenwalde/Spree.¹⁴

Tabelle 6: Flächenleistung des geplanten NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes

| Planvorhaben | Verkaufsfläche | Flächen- produktivität | Umsatzerwartung |
|---------------------------------|-------------------|---------------------------|-----------------|
| | in m ² | in €/m ² | in T€ p.a. |
| NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt | 1.200 | 3.600 | 4.300 |

Quelle: BBE-Berechnung 2022, Werte gerundet

¹⁴ Die durchschnittliche Flächenproduktivität von NORMA-Märkten beträgt aktuell rd. 4.070 €/m². Dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 1.327 Märkte der Firma NORMA ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 752 m² (Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2022.).

9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt mit einem angegliederten Café mit Backwarenverkauf nach seiner kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte gegenüber den ansässigen Betrieben relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Ansiedlungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den verschiedenen Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.¹⁵ Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist in diesem Zusammenhang zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann.

Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des geplanten Einzelhandelsvorhabens die im Umfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter – insbesondere die Lebensmitteldiscounter – anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z.B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Im Falle der kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung des NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes mit einem angegliederten Café mit Backwarenverkauf in der Stadt Fürstenwalde/Spree ist ein Umsatz in Höhe von max. 4,6 Mio. € p.a. (davon 4,2 Mio. € für Food- und Non-Food I-Sortimente) zu prognostizieren.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die in Fürstenwalde/Spree geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen, wobei sich die Umlenkungen grundsätzlich auf das Food- und Non-Food I-Sortiment beziehen.

¹⁵ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u.a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche/ wohnungsnahe Standorte) getroffen.

Tabelle 7: Umverteilungseffekte des NORMA-Einzelhandelsvorhabens

| Umverteilung | Food und Non-Food I | | |
|--|---------------------|--------------|----------------|
| | Derzeitiger Umsatz | Umverteilung | |
| | in Mio. € p.a. | in % | in Mio. € p.a. |
| Stadt Fürstenwalde/Spree, davon | | | |
| ■ Nahversorgungszentrum Nord (v.a. Rewe, Drogeriemarkt, Zoofachmarkt)* | 12,2 | 2 | 0,3 |
| ■ NORMA-Filiale am Standort Karl-Lieb-knecht-Straße, die kleinräumig verlagern und erweitern möchte | 2,4 | 100 | 2,4 |
| ■ städtebaulich integrierte Lagen im Stadtteil Nord (v.a. Aldi Nord, Netto Marken-Discount, Getränkepartner) | 13,4 | 4 | 0,6 |
| ■ städtebaulich nicht-integrierte Lagen im Stadtteil Nord (v.a. Kaufland) | 19,0 | 3 | 0,6 |
| ■ Innenstadtzentrum (v.a. Norma, Nahkauf, Penny, Netto Marken-Discount, Rossmann) | 20,9 | 1 | 0,3 |
| ■ städtebaulich integrierte Lagen im Stadtteil Mitte (v.a. Netto Marken-Discount) | 4,5 | (*) | (*) |
| Summe Umsatzumverteilung Food und Non-Food I | ./. | ./. | 4,2 |
| Umsatz Non-Food II | ./. | ./. | 0,4 |
| Gesamt | ./. | ./. | 4,6 |

* inkl. Planvorhaben (Rewe-Erweiterung, Ansiedlung Drogeriemarkt und Zoofachmarkt)
 (*) marginal (< 0,1 Mio. € bzw. < 1 %)
 Quelle: BBE-Berechnungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

In vorstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Hierbei wird ersichtlich, dass das Planvorhaben seinen zukünftigen Umsatz zum einen aus der aktuellen Kundenbindung der NORMA-Bestandsfiliale und zum anderen durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Wettbewerbern im Untersuchungsgebiet generieren wird.

Für das geplante Einzelhandelsvorhaben ist zu berücksichtigen, dass das Grundstück des NORMA-Bestandmarktes (rd. 700 m² VKF) künftig keinen nahversorgungsrelevanten Einzelhandel mehr aufnehmen und stattdessen ein Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevantem bzw. nicht-nahversorgungsrelevanten Sortiment oder als Betrieb mit einer Sport- und Freizeitnutzung angesiedelt werden soll. Somit ist davon auszugehen, dass der gesamte Bestandsumsatz auf den neuen Standort verlagert wird.

Im Hinblick auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Fürstenwalde/Spree (Innenstadtzentrum und Nahversorgungszentrum Nord) sind mit insgesamt max. 2 % des derzeitigen Umsatzes (rd. 0,3 Mio. € p.a.) noch die intensivsten Wettbewerbseffekte gegenüber dem Nahversorgungszentrum Nord und hier insbesondere gegenüber dem hier ansässigen Rewe-Supermarkt zu erwarten. Dies ist damit zu begründen, dass

das Nahversorgungszentrum ebenfalls Versorgungsfunktionen für weite Teile des Stadtteils Nord übernimmt und dass es sich hierbei um den zum Projektstandort nächstgelegenen zentralen Versorgungsbe- reich handelt.

Das Innenstadtzentrum von Fürstenwalde/Spree befindet sich in rd. 3 Kilometern Entfernung zum Planareal. Hier ist eine Umsatzumverteilungsquote in Höhe von max. 1 % zu erwarten, was max. 0,3 Mio. € p.a. des derzeitigen Umsatzes entspricht.

Am stärksten werden von der geplanten Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Fürstenwalde/Spree die be- triebstypengleichen Lebensmitteldiscounter in räumlicher Nähe des Planvorhabens betroffen sein, da diese die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem geplanten NORMA-Markt aufweisen. In diesem Zusam- menhang ist für die Lebensmitteldiscounter an städtebaulich integrierte Lagen im Stadtteil Nord mit einer Umverteilungsquote von bis zu 4 % betroffen zu prognostizieren (rd. 0,6 Mio. € p.a.).

Die weiteren Umsatzumverteilungsquoten sind wiederum deutlich geringer. Hierbei ist gegenüber den städ- tebaulich nicht-integrierten Lagen im Stadtteil Nord (v.a. Kaufland) eine Umsatzumverteilungsquote von bis zu 3 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,6 Mio. € p.a.) zu erwarten, während gegenüber den städtebaulich integrierten Lagen im Stadtteil Mitte lediglich marginale Wettbewerbseffekte prognostiziert werden.

9.3. Städtebauliche Bewertung

Für die städtebauliche Bewertung des geplanten Einzelhandelsvorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird. Diese negativen Auswirkun- gen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung des Le- bensmittelmarktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versor- gungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwick- lungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwick- lungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flä- chendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.¹⁶

¹⁶ Die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen oder die wohnungsnaher Versorgung sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Umsatzabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von ca. 10 %.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes mit einem angegliederten Café mit Backwarenverkauf in der Stadt Fürstenwalde/Spree keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahe Versorgung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO in der Stadt Fürstenwalde/Spree sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das geplante Einzelhandelsvorhaben einen Nahversorgungsbetrieb in einer mittlerweile marktüblichen Größe (max. 1.200 m² VKF) zzgl. Café mit Backwarenverkauf darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Non-Food-Sortimente (Non-Food II) angeboten.
- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen. Als Hauptwettbewerber, die im Falle der kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes mit einem angegliederten Café mit Backwarenverkauf am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die größeren Lebensmittelmärkte und dabei insbesondere die Lebensmitteldiscountmärkte in den nördlichen Siedlungsbereichen der Stadt Fürstenwalde/Spree zu bewerten.
- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Einzelhandelsvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Im **Nahversorgungszentrum Nord**, das sich in rd. 2 Kilometern Entfernung zum Planstandort befindet, konzentriert sich das projektrelevante Einzelhandelsangebot im Wesentlichen auf den hier ansässigen Rewe-Supermarkt. Bei einem prognostizierten Umsatzverlust von max. 2 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,3 Mio. € p.a.) würde dieser Lebensmittelmarkt von der innerhalb des Stadtteils Nord geplanten kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Discountmarktes zwar wettbewerblich tangiert, aber in keinem Falle in seiner Existenz gefährdet.

Auch im **Innenstadtzentrum** der Stadt Fürstenwalde/ Spree sind gegenüber den hier ansässigen Nahversorgungsbetrieben nur vergleichsweise geringe Wettbewerbswirkungen zu erwarten, die sich in einer Umsatzumverteilungsquote von max. 1 % des derzeitigen Umsatzes widerspiegeln. Somit sind auch für diesen zentralen Versorgungsbereich keine städtebaulich negativen Folgen zu erwarten.

Bezüglich der kleinteiligen Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen ist festzuhalten, dass hier maximal marginale Umsatzumverteilungen zu erwarten sind, da es sich bei diesen Betrieben um Spezialanbieter handelt, die im Wesentlichen Nahversorgungsfunktionen für die umliegende Wohnbevölkerung in oder im direkten Umfeld der zentralen Versorgungsbereiche übernehmen. Vor diesem Hintergrund ist nicht zu erwarten, dass diese bei Realisierung des Einzelhandelsvorhabens schließen werden müssen.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten in der Stadt Fürstenwalde/Spree oder in Umlandkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

Gegenüber den Nahversorgungsmärkten im Untersuchungsgebiet, d.h. in den Stadtteilen Nord und Mitte der Stadt Fürstenwalde/Spree, die außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ansässig sind, wird das Vorhaben mit bis zu 4 % des derzeitigen Umsatzes die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den anderen größeren Nahversorgungsmärkten an siedlungsintegrierten Standorten im Stadtteil Nord auslösen. Gegenüber anderen Wettbewerbsbetrieben sind noch deutlich geringere Umverteilungsquoten zu erwarten.

Eine Beeinträchtigung der wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Fürstenwalde/Spree kann somit ausgeschlossen werden.

- Städtebaulich relevante Auswirkungen auf das sonstige Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree (Stadtteil Süd) oder auf benachbarte Städte und Gemeinden wären zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Einzelhandelsvorhabens die Angebotsstrukturen hier aufgrund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion zentraler Versorgungsbereiche im weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree oder in diesen Gemeinden gefährdet würde.

Aufgrund der Lage, Dimensionierung und Versorgungsbedeutung des Untersuchungsobjektes sind beeinträchtigenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung im weiteren Stadtgebiet von Fürstenwalde/Spree und in Nachbarkommunen nicht zu erwarten.

- Abschließend ist für die Prognoseumsätze bei **Non-Food II-Sortimenten** zu konstatieren, dass sich diese auf eine Vielzahl von Sortimenten und Anbieter aufteilen und eine einzelbetriebliche oder standortbezogene Ausweisung von Umsatzumverteilungseffekten modelltheoretisch nicht möglich ist. Durch diese Aufteilung von lediglich 400 T€ Umsatzanteil sind spürbare Auswirkungen auszuschließen.

Damit können „mehr als unwesentliche Auswirkungen“ gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in der Stadt Fürstenwalde/Spree und den Nachbarkommunen ausgeschlossen werden. Denn für den Realisierungsfall der geplanten kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes mit einem angegliederten Café mit Backwarenverkauf ist keine nachhaltige Störung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen und der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen abzuleiten.

9.4. Landesplanerische Bewertung

Die zu berücksichtigenden raumordnerischen Zielvorgaben des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg können im Rahmen des geplanten Einzelhandelsvorhabens eingehalten werden:

■ Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

Gemäß dem Ziel 2.6 des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte gebunden werden (Konzentrationsgebot).¹⁷

Im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg wird der Stadt Fürstenwalde/Spree eine mittelzentrale Funktion zugesprochen, sodass dem Konzentrationsgebot entsprochen wird.

■ Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren

Die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden dürfen gemäß Ziel 2.7 nicht wesentlich beeinträchtigt werden (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).¹⁸

Gegen dieses Beeinträchtigungsverbot würde in der Regel verstoßen, wenn durch das Vorhaben die Versorgungsstrukturen in benachbarten Zentralen Orten beeinträchtigt würden, d.h. Betriebe geschlossen würden, die für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Das Einzelhandelsvorhaben wird seinen gesamten Umsatz in den Food- und Non-Food I-Sortimenten durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Nahversorgungsanbietern innerhalb der Stadt Fürstenwalde/Spree generieren. Unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Einzelhandelsvorhabens kann somit davon ausgegangen werden, dass das Vorhaben keine wesentlichen raumordnerischen Beeinträchtigungen mit sich bringt, die die raumstrukturelle und funktionale Bedeutung Zentraler Orte einschränken.

■ G 2.8 Angemessene Dimensionierung

Gemäß Grundsatz 2.8 sollen neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).

Wie in Kapitel 9.1 (Tabelle 5) dargestellt, wird das geplante Einzelhandelsvorhaben mit mindestens 85 % den Großteil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Fürstenwalde/Spree erwirtschaften.

Die gemäß LP HR 2019 zentren- aber nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente weisen für den geplanten Norma-Lebensmitteldiscountmarkt marktübliche Verkaufsflächenanteile auf (vgl. Tabelle 1). Hierdurch werden je Sortiment lediglich geringe Verkaufsflächen erreicht, sodass keine nennenswerte Strahlkraft von diesen Sortimenten ausgehen wird.

Für die zentren- aber nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente lassen sich Umsätze prognostizieren (vgl. Kapitel 9.1), die die entsprechende Kaufkraft der Stadt Fürstenwalde/Spree deutlich unterschreiten. Somit ist für diese Sortimente in jedem Fall von einer angemessenen Dimensionierung auszugehen.

Somit wird durch das Planvorhaben das Kongruenzgebot gemäß Grundsatz 2.8 erfüllt.

¹⁷ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg, 2019, S. 21.

¹⁸ ebd., S. 21

■ **G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

Gemäß dem Grundsatz 2.11 soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.¹⁹

Das Einzugsgebiet des geplanten Einzelhandelsvorhabens bezieht sich auf den Stadtteil Nord der Stadt Fürstenwalde/Spree.

Innerhalb des ausgewiesenen Einzugsgebiets erreicht der Projektstandort – wie in Kapitel 9.1 dargestellt – einen Marktanteil von lediglich rd. 12 % und somit weit unterhalb des landesplanerisch geforderten Grenzwertes.

■ **Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte**

Laut Ziel 2.13 sind „großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.“

Die Sortimentsausrichtung des geplanten großflächigen NORMA-Lebensmitteldiscounters ist vorwiegend (mindestens 90 % Verkaufsflächenanteil) auf die Nahversorgung ausgelegt, sodass das Vorhaben auch mit dem Ziel 2.13 kompatibel ist.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg demnach vollumfänglich durch das Projektvorhaben eingehalten werden.

¹⁹ ebd., S. 21

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in der Stadt Fürstenwalde/Spree geplanten kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines NORMA-Lebensmitteldiscountmarktes keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten, beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Für die in der Stadt Fürstenwalde/Spree am Standort Karl-Liebknecht-Straße 24 bestehende NORMA-Filiale ist an einem unmittelbar gegenüberliegenden Standort in der Triftstraße 35a ein Ersatzneubau vorgesehen. Im Zuge der kleinräumigen Verlagerung soll die NORMA-Filiale von derzeit rd. 700 m² auf bis zu 1.200 m² (zzgl. Café mit Backwarenverkauf) erweitert werden.

Am Bestandsstandort in der Karl-Liebknecht-Straße wird die Nachnutzung des Lebensmittelmarktes als nicht-zentrenrelevanter bzw. nicht-nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetrieb oder als Betrieb mit einer Sport- und Freizeitnutzung angestrebt. Am Vorhabenstandort soll ein zweiter Einzelhandelsbetrieb mit ebenfalls nicht-zentrenrelevantem bzw. nicht-nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf max. 600 m² Verkaufsfläche eingebunden werden.

- Das geplante Einzelhandelsvorhaben umfasst einen Nahversorgungsbetrieb in einer mittlerweile marktüblichen Größe. Von dem geplanten Lebensmitteldiscountmarkt werden neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Food- und Non-Food I-Sortimente) in untergeordnetem Umfang sonstige Non-Food-Sortimente (Non-Food II-Sortimente) angeboten.

Die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung des NORMA-Marktes zielt nicht auf eine Veränderung des Sortimentsschwerpunktes, der auch nach der Neuaufstellung eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren liegen wird, ab. Vielmehr sollen durch die Einzelhandelsmaßnahme die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikkäufe geschaffen werden. Die geplante Einzelhandelsentwicklung und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind somit als Maßnahmen zu bewerten, die vor allem der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.

- Das Planareal befindet sich außerhalb eines mit der 1. Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Stand: 11/2017) abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches an einer städtebaulich integrierten Lage.

Da auch der kleinräumig verlagerte und erweiterte NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen insbesondere für die Bevölkerung in den nördlichen Siedlungsbereichen der Stadt übernimmt und das Vorhaben somit hilft, die Grundversorgung in den nördlichen Stadtgebieten von Fürstenwalde/ Spree zu stärken und langfristig zu sichern, entspricht das geplante Einzelhandelsvorhaben den Zielen der Stadtentwicklung.

- Das Einzugsgebiet des Einzelhandelsvorhabens umfasst im Wesentlichen den Stadtteil Nord der Stadt Fürstenwalde/Spree, in dem sich auch das Einzelhandelsvorhaben befindet. Das Einzugsgebiet weist ein Bevölkerungspotenzial von insgesamt rd. 10.600 Einwohnern auf.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v.a. Berufspendler aus dem erweiterten Umland und Touristen.

In den projektrelevanten Warengruppen steht im Einzugsgebiet ein Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt ca. ca. 27,4 Mio. € im Jahr zur Verfügung.

- Hauptwettbewerber des Einzelhandelsvorhabens sind in erster Linie die strukturprägenden projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe, d.h., die Lebensmittelmärkte im nördlichen Siedlungsbereich der Stadt Fürstenwalde/Spree (Stadtteile Nord und Mitte).

Hierbei konnte aufgezeigt werden, dass die durch das Einzelhandelsvorhaben maximal zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in keinem Fall die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen werden.

- Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO können nach den Ergebnissen der Analyse somit ausgeschlossen werden.
- Zudem entspricht die geplante Erweiterung den Zielen der Raumordnung gemäß Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg.

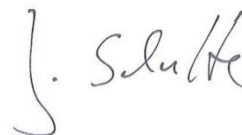
Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Leitung Niederlassung Leipzig

Leipzig, 19. Dezember 2022



i. V. Joachim Schulte
Senior Consultant