Stadt Hoyerswerda-Město Wojerecy

Bebauungsplan „Spremberger Straße / Teschenstraße “

Begründung zur 2. Änderung
gemäß § 9 Abs. 8 BauGB

STAND: Juli 2013

Anhang 4:
Verträglichkeitsuntersuchung der CIMA (Mai 2012) mit Anlagen

***dr. braun & barth** freie architekten dresden*

Bürogemeinschaft für Architektur, Stadt- und Dorfplanung, Tharandter Straße 39, 01159 Dresden

KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

Stadt Hoyerswerda

Verträglichkeitsuntersuchung für ein Einzelhandelsvorhaben Teschenstr./Alte Berliner Str.

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Str. 27
04229Leipzig

Tel.: 0341-69 603 0
Fax: 0341-69 603 15
E-Mail: cima.leipzig@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeiter:

Dr. oec. Eddy Donat
Dipl.-Geografin Katharina Groß

Leipzig, 21. Mai 2012

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation und ggf. gesondert schriftlich mit der CIMA vereinbarte Bestimmungszwecke verwenden. Jegliche gewerbliche oder entgeltliche Nutzung, insbesondere durch andere Gutachter und Beratungsbüros zu Vergleichszwecken o.ä., 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. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Es wurden ggf. Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layout-Zwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen.

Die vorliegende Unterlage kann gutachterliche Ausführungen und Bewertungen enthalten, die bei unsachgemäßer Verwendung (z.B. Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung) einen Vermögensschaden verursachen können.

Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber bzw. Geschädigten auslösen. Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALT

1 AUFGABENSTELLUNG 4

2 AUSGANGSSITUATION 5

3 VORHABEN UND LEISTUNGSKENNZIFFERN 8

4 WETTBEWERBSSITUATION 10

4.1 Lebensmittel 10
4.2 Drogeriewaren 12
4.3 Marktpotenzial 13

5 VERDRÄNGUNGSANALYSE 15

5.1 Umsatzherkunft Lebensmittel 15
5.2 Umsatzherkunft Drogeriewaren 17

6 STÄDTEBAULICHE BEWERTUNG 18

7 BEGRIFFE UND KATEGORIEN 19

KARTEN

Karte 1: Lage Stadt Hoyerswerda 5
Karte 2: Nahbereich Hoyerswerda 6
Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum 7
Karte 4: Vorhabenstandort 8
Karte 5: Planzeichnung Vorhabenstandort Teschenstraße/Alte Berliner Straße 9
Karte 6: Lebensmittelmärkte mit fußläufigem Einzugsgebiet (500 m) 11
Karte 7: Drogeriemärkte in Hoyerswerda 12
Karte 8: Naheinzugsbereich 13

TABELLEN

Tabelle 1: Kennziffern 5
Tabelle 2: Leistungskennziffern Vorhaben 8
Tabelle 3: Lebensmittelmärkte Hoyerswerda 10
Tabelle 4: Drogeriewaren in Hoyerswerda 12
Tabelle 5: Bindungsquoten im Bereich Lebensmittel und Drogeriewaren 14
Tabelle 6: Umsatzherkunft Lebensmittel 16
Tabelle 7: Umsatzherkunft Drogeriewaren 17

1 AUFGABENSTELLUNG

Auftraggeber:

Dresdner Projektentwicklungs GmbH

Königsbrücker Landstraße 90

01109 Dresden

Bearbeitungszeitraum:

Mai 2012

Auftrag:

Die Dresdner Projektentwicklungs GmbH plant auf einer Fläche den Bau mehrerer Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Hoyerswerda. Hierzu ist eine Verträglichkeitsanalyse zu erstellen mit folgenden Bestandteilen:

Basisanalyse

- Abgleich des Vorhabens mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planstandortes sowie der branchenrelevanten Kaufkraft im Kern-Einzugsgebiet (Lebensmittel und Drogeriewaren)
- Erfassung der Betriebe Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser für den Bereich Lebensmittel und der Drogeriewaren-Anbieter nach Verkaufsflächen im Einzugsgebiet des Vorhabens (Wettbewerbsanalyse in der Gesamtstadt hinsichtlich Lage, Betriebstyp)
- Berechnung der Umsatzleistung der Betriebe nach projektrelevanten Branchen (Lebensmittel, Drogerie)

Auswirkungsanalyse und Verträglichkeitsprüfung

- Berechnung der Abschöpfungsquote des branchenrelevanten Marktpotenzials (Lebensmittel)
- Berechnung der Umsatzherkunft, der veränderten Umsatzbindungsquoten bzw. der Umsatzverlagerungen
- Prüfung der Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO i. V. m. §1 (6) Nr. 11 BauGB (Notwendigkeit der Anpassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes)
- Prüfung der Verträglichkeit des Vorhabens gemäß § 34 Abs. 3 BauGB auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum der Stadt Hoyerswerda

2 AUSGANGSSITUATION

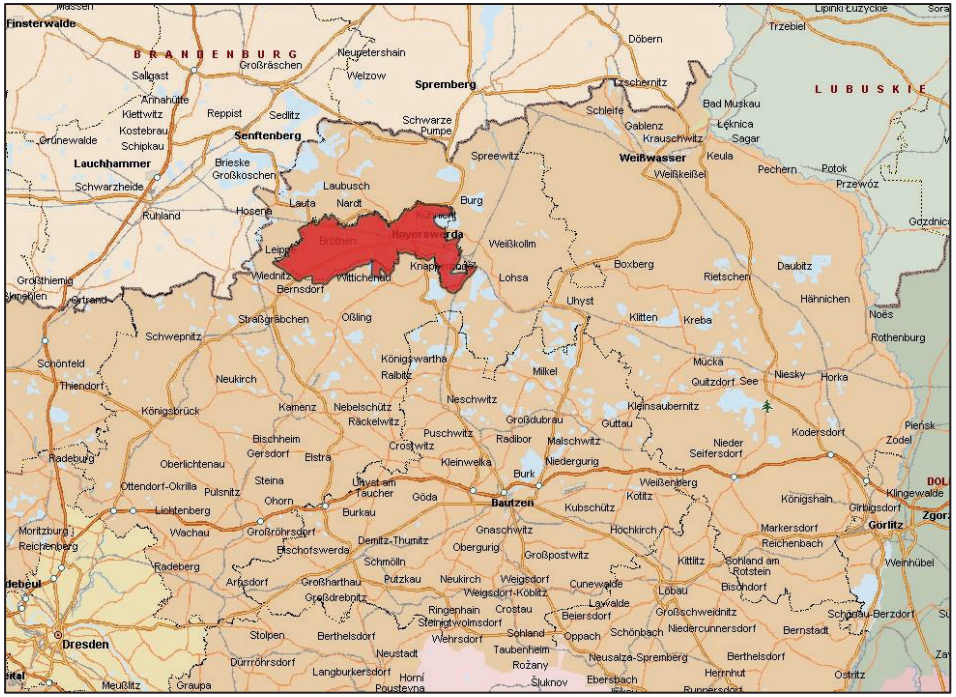
Die Große Kreisstadt Hoyerswerda liegt im Norden des Landkreises Bautzen im Freistaat Sachsen (siehe Karte 1).

Hoyerswerda hat 37.379 Einwohner[1]. Der Hauptort gliedert sich in eine Altstadt mit 11 Stadtteilen und eine Neustadt mit 14 Stadtteilen. Ferner gibt es noch 5 Ortsteile.

Die Stadt hat keine direkte Autobahnanbindung. Die Bundesstraßen 96 (Zittau-Bautzen) und 97 (Dresden-Guben) kreuzen das Stadtgebiet.

Hoyerswerda hat eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität von 130,2. Dies liegt vermutlich auch in der relativ isolierten Lage mit fehlenden Wettbewerbsstandorten begründet und einem sich daraus ergebenden verhältnismäßig großen Einzugsgebiet. Das Kaufkraftniveau von 91,0 liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt von 100, wobei diese Niveau immer noch über dem der meisten ostdeutschen Städte von ca. 85 bis ca. 87 liegt (s. Tabelle 1).

Karte 1: Lage Stadt Hoyerswerda



Quelle: Microsoft MapPoint 2010

Tabelle 1: Kennziffern

Stadt Hoyerswerda	Kennziffern
Einwohner	37.379
Kaufkraftindex	91
Einzelhandelszentralität	130,2

Quelle: BBE!CIMA!MBResearch, 2011

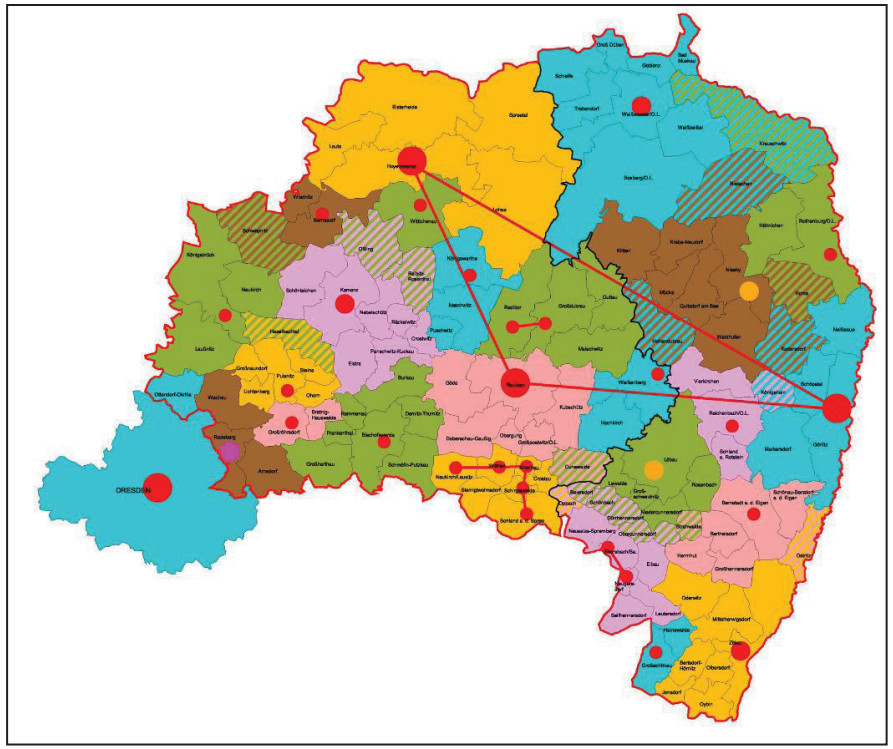
[1] Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 31.12.2010

Die Stadt Hoyerswerda hat den Status eines Oberzentrums im oberzentralen Städteverbund mit den Städten Görlitz und Bautzen. Der Nahbereich der Stadt Hoyerswerda umfasst neben dem eigenen Stadtgebiet auch die Gemeinden Lauta, Elsterheide, Spreetal und Lohsa (siehe Karte 2).

Nach dem Landesentwicklungsplan soll in allen Gemeinden die Grundversorgung gesichert sein. Dazu soll nach Ziel 2.4.2 die Ausstattung aller Gemeinden mit Versorgungseinrichtungen zur Deckung des örtlichen Bedarfs unter Beachtung ihrer Bevölkerungsentwicklung, ihrer Funktion und ihrer Lage im Raum gewährleistet werden. Bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben haben die Gemeinden die überörtlichen Erfordernisse zu beachten.

Zwei der Planobjekte haben >800 m² Verkaufsfläche und sind damit als großflächige Betriebe einzustufen. Gemäß Ziel 6.2.1 des Landesentwicklungsplanes Sachsen[2] sind großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in Ober- und Mittelzentren zulässig.

Karte 2: Nahbereich Hoyerswerda



Quelle: Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien 2009

[2] Landesentwicklungsplan 2003 (LEP 2003)

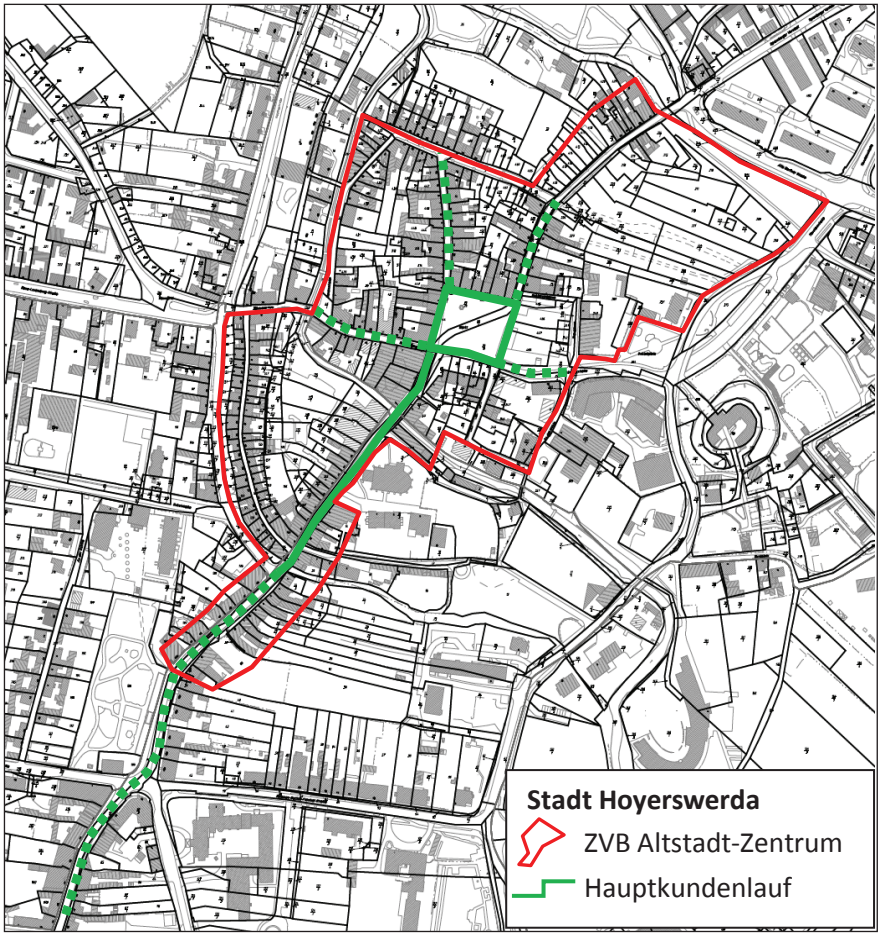
Im Jahr 2008 hat die Stadt Hoyerswerda ein Einzelhandelskonzept beschlossen und damit die zukünftigen Entwicklungsziele im Bereich Handel formuliert. Das Zentrum der Altstadt wurde als zentraler Versorgungsbereich „Altstadt-Zentrum“ abgegrenzt. Neben diese Zentrum wurde ein weiterer zentraler Versorgungsbereich „Zentrum-Neustadt“ ausgewiesen sowie das Nebenzentrum „Treff 8 Center“.

Entsprechend der Leitlinie 5 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen

> *Neue großflächige Einzelhandelsbetriebe mit überwiegend zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten und die Erweiterung oder wesentliche Änderung bestehender (…) ausschließlich in den räumlich definierten zentralen Versorgungsbereichen zulässig*

sein.

Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hoyerswerda, CIMA 2008

3 Vorhaben und Leistungskennziffern

Der Vorhabenstandort befindet sich im Nordosten des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt-Zentrum zwischen Spremberger Straße und Teschenstraße und südlich der Alten Berliner Straße (siehe Karte 4).

Auf dem Vorhabenstandort sollen vier Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen und Betriebstypen angesiedelt werden (siehe Tabelle 2). Für die kleinste Fläche (ca. 150m² VKF) ist der Mieter noch unklar. Die Branchen Textil oder ein Lebensmittel-Spezialanbieter („Lausitzer Spezialitäten") stehen in der engeren Wahl. Für dieses kleine Geschäft wird keine gesonderte Analyse vorgenommen. Ein Lebensmittel-Spezialanbieter wie auch ein Textilanbieter in dieser Größenordnung birgt unter Beachtung des vorhandenen Besatzes in Hoyerswerda keine Gefahren in sich, Verdrängungseffekte bei Mitbewerbern zu erzeugen, die nachhaltig negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur haben. Ganz im Gegenteil ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung kleinteiliger Betriebe mit zentrenrelevanten Betrieben im Zentralen Versorgungsbereich Altstadt in jedem Falle eine Bereicherung darstellen.

Für die Lebensmittelbetriebe und den Drogeriefachmarkt liegt die Umsatzerwartung bei insgesamt etwa 9,7 Mio. € p.a. .

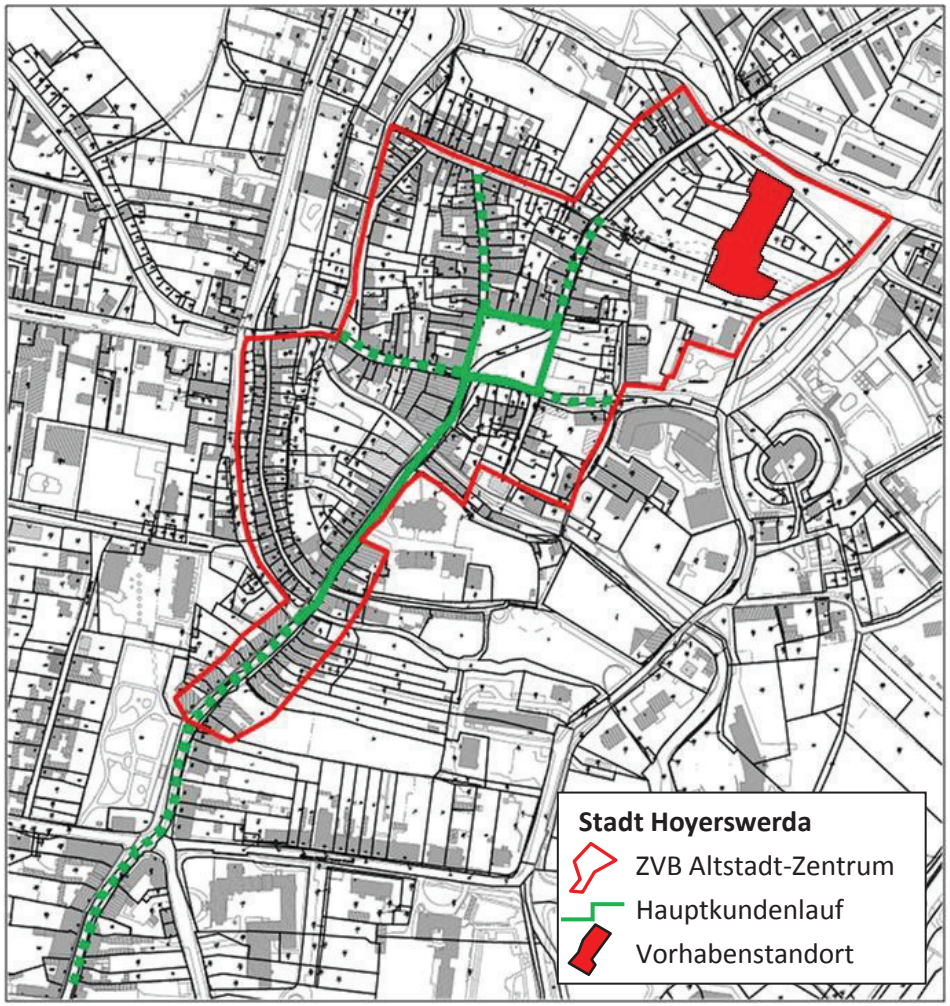
Tabelle 2: Leistungskennziffern Vorhaben

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m²	Flächenleistung (Ost) €/m² p.a.	Umsatzerwartung in Mio. € p.a.
Lebensmittel	Supermarkt*	1.465	3.200	4,7
Lebensmittel	Discounter	800	4.024	3,2
Drogerie	Fachmarkt	655	2.800	1,8
Textil o. Lebensmittel	Fachgeschäft	150	unbekannt	unbekannt
	Summe:	**3.070**		**9,7**

** einschließlich Konzessionär (Bäcker)*

Quelle: Dresdner Projektentwicklungs GmbH 2012, CIMA 2012

Karte 4: Vorhabenstandort



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hoyerswerda, CIMA 2008, Ergänzungen CIMA 2012

Zu- und Abfahrten sollen sowohl an der Alten Berliner Straße und der Teschenstraße entstehen (siehe Karte 5).

Westlich des Vorhabenstandortes werden Wohngebäude errichtet, unter anderem auch für altengerechtes Wohnen. Die auf der östlichen Seite des Vorhabens geschaffene Parkplatzfläche steht faktisch an den Wochenenden auch Besuchern (zum Beispiel des Zoos) zur Verfügung.

Bei der gesamten Fläche handelt es sich aktuell um eine bisher ungenutzte Fläche, die zum Teil als wilder Parkplatz genutzt wird (siehe Foto 1).

Der Marktplatz mit dem Hauptfrequenzbereich liegt in 200m Entfernung in südwestlicher Richtung.

Karte 5: Planzeichnung Vorhabenstandort Teschenstraße/Alte Berliner Straße

Quelle: Dresdner Projektentwicklungs GmbH

Foto 1: Vorhabenstandort

Luftbild: RAPIS Sachsen; Bearbeitung: CIMA 2012

4 WETTBEWERBSSITUATION

4.1 Lebensmittel

Die Stadt Hoyerswerda hat 12 Discounter, und je nach Klassifizierung 3 Supermärkte und ein SB-Warenhaus oder 2 Supermärkte und 2 Verbrauchermärkte (Größenklassifizierung ist dazu ausschlaggebend). Hinzu kommt ein kleineres SB-Geschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche.

Die Märkte sind relativ gleichmäßig über das Stadtgebiet verteilt (s. Karte 6). Der ALDI Markt an der Schulstraße wird verlagert und soll am Vorhabenstandort neu errichtet werden.

In den zentralen Versorgungsbereichen Neustadt-Zentrum und Treff-8-Center gibt es jeweils einen Lebensmittelmarkt. Im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum gibt es keinen Lebensmittelmarkt. Dies wurde im Einzelhandels- und Zentrenkonzept bemängelt, da in diesem Bereich eine Versorgungslücke besteht[3]. In diesem Zusammenhang wurden zwei mögliche Vorhabenstandorte diskutiert. Diese möglichen Standorte, die sich auf einer unbebauten Fläche befinden, wurden bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches berücksichtigt und entsprechend mit eingefasst.

Der nun gewählte Standort für das Vorhaben bietet den Märken betriebswirtschaftlich sinnvolle Verkaufsflächengrößen und PKW-Stellplätze. Mit den neu entstehenden Wohneinheiten vergrößert sich auch die Nachfrage in diesem Bereich, in dem auch ohne diese Wohnungsneubauten bisher eine Versorgungslücke im fußläufigen Nahbereich bestand.

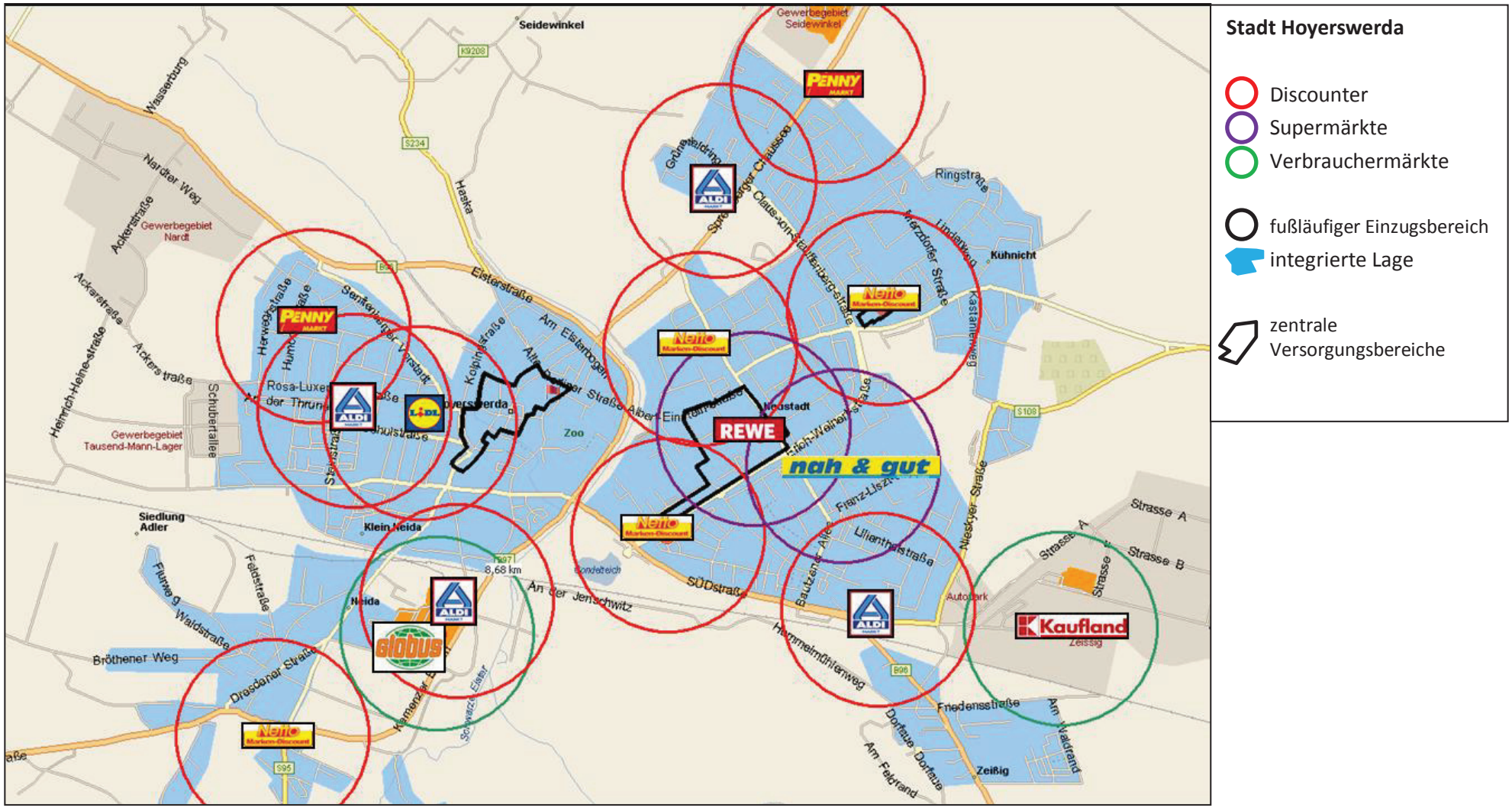
Tabelle 3: Lebensmittelmärkte Hoyerswerda

Straße	Betrieb	Betriebstyp	VKF in m²
Schulstraße	Lidl	Discounter	530
Frederic-Joliot-Curie-Straß	Netto	Discounter	653
Albert-Schweitzer-Straße	Netto	Discounter	780
Schulstraße	Aldi	Discounter	635
Lausitzer Platz	Rewe	Supermarkt	1.500
Karl-Liebknecht-Straße	Aldi	Discounter	618
Fritz-Heckert-Siedlung (Bre	Penny	Discounter	625
Kamenzer Bogen	Globus Supermarkt	SB-Warenhaus	6.080
Albrecht-Dürer-Str. 1	Aldi	Discounter	563
Johann-Sebastian-Bach-Str	Nah und Gut Janetz (Edeka)	SB-Geschäft	360
Lipezker Platz	Netto	Discounter	950
Ziolkowskistraße	Aldi	Discounter	655
Cottbuser Tor	Penny	Discounter	660
Wittichenauer Straße	Netto	Discounter	822
Straße E	Kaufland	Großer Supermarkt	2.800
Sandwäsche 2	Penny	Discounter	526

Quelle: CIMA 2012

[3] siehe Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda, S.21

Karte 6: Lebensmittelmärkte mit fußläufigem Einzugsgebiet (500 m)



Quelle: CIMA 2012

4.2 Drogeriewaren

In Hoyerswerda gibt es drei reine Drogeriemärkte. Zwei befinden sich in den zentralen Versorgungsbereichen Neustadt-Zentrum und Treff-8-Center, einer im Einkaufszentrum Storchennest (nicht auf Karte 7).

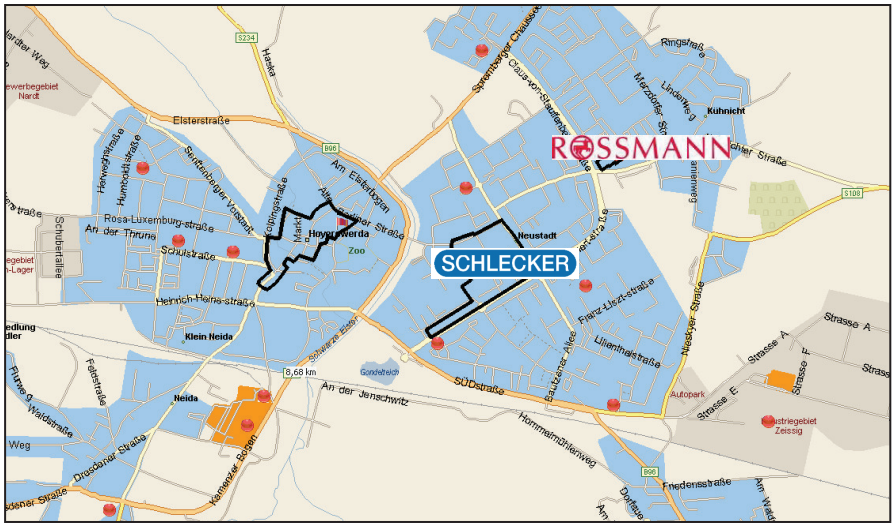
Nach der Einzelhandelsaufnahme im Jahr 2008 wurden von insgesamt neun Betrieben (2x Rossmann und 7x Schlecker) sechs geschlossen (!), von denen drei Betriebsschließungen direkt mit der Schlecker-Insolvenz im Zusammenhang stehen.

Mit den weggefallenen Drogeriemärkten verschlechterte sich die Nahversorgung in den davon betroffenen Stadtteilen. Aufgrund der geringen Verkaufsflächengröße der aufgegebenen Schlecker-Filialen ist die erneute Ansiedlung von Drogeriemärkten an denselben Standorten unwahrscheinlich.

Von der Nachfrage nach Drogeriewaren, die nun nicht mehr durch die Märkte gedeckt werden können, profitieren vor allem der große Supermarkt und das SB-Warenhaus, die Drogeriewaren als Untersortimente auf vergleichsweise großen Verkaufsflächen und damit hoher Sortimentsvielfalt anbieten. Als Untersortimente führt das SB-Warenhaus Globus und der große Supermarkt Kaufland 600 bzw. 250m² Verkaufsfläche im Bereich Drogeriewaren. Beide Betriebe befinden sich in Gewerbegebieten außerhalb integrierter Lagen.

Die immobile Bevölkerung deckt ihren Bedarf in den nahe gelegenen Lebensmittelmärkten, bei denen es sich überwiegend um Discounter handelt.

Karte 7: Drogeriemärkte in Hoyerswerda



Quelle: CIMA 2012

Tabelle 4: Drogeriewaren in Hoyerswerda

Straße	Betrieb	Betriebstyp	VKF in m²
Lipezker Platz	Schlecker	Fachmarkt	197
Lausitzer Platz	Rossmann Drogeriemarkt	Fachmarkt	480
Kamenzer Bogen	Globus Supermarkt	SB-Warenhaus	600
Sandwäsche	Schlecker	Fachmarkt	144
Straße E	Kaufland	Großer Supermarkt	250

Quelle: CIMA 2012

4.3 Marktpotenzial

Das Markpotenzial für den Bedarf Lebensmittel und Drogeriewaren in der Stadt Hoyerswerda richtet sich nach der Zahl der Einwohner, deren Kaufkraft sowie den Ausgaben für Lebensmittel und Drogeriewaren (statistischer Jahresdurchschnitt für die Bundesrepublik).

Im Bereich Lebensmittel ist in Hoyerswerda selbst ein Marktpotenzial von 69,4 Mio. € p.a. vorhanden. Entsprechend der Umsatzermittlung nach Verkaufsflächen im Bereich Lebensmittel liegt dieser um etwa 0,3 Mio. € p.a. darüber bei ca. 69,1 Mio. €. Das ergibt eine Bindungsquote von 99,6%, d.h. es fließt per Saldo keine Kaufkraft ab (siehe Tabelle 5).

Im Bereich Drogeriewaren liegt das Marktpotenzial weit über der bereits bestehenden Umsatzleistung. Einen großen Anteil daran haben die genannten Betriebsschließungen (7 von 9). Insgesamt sind seit der Verkaufsflächenaufnahme im Jahr 2008 über 800 m² Verkaufsfläche im Bereich Drogeriewaren weggefallen. Die geschlossenen Betriebe führten zu einer Umsatzumlenkung, von der vor allem die verbliebenen Drogeriemärkte sowie die großflächigen Supermärkte profitiert haben.

Der bisher unterversorgte fußläufige Naheinzugsbereich (Radius 500 m um den Vorhabenstandort) erstreckt sich über das gesamte Wohngebiet nordöstlich der Altstadt (zwischen Alte Berliner und Elsterstraße) sowie in großen Teilen über die innere Altstadt (siehe Karte 8). Mit diesem Potenzial von etwa 1.750 Einwohnern ergibt sich ein Marktpotenzial im Naheinzugsbereich von insgesamt etwa 3,3 Mio. € p.a. im Bereich Lebensmittel und 0,4 Mio. € p.a. im Bereich Drogeriewaren.

Karte 8: Naheinzugsbereich

Kartengrundlage: MapPoint 2010; Bearbeitung: CIMA 2012

Aus dem Potenzial des Naheinzugsbereiches allein können die erwarteten Umsätze von insgesamt 7,9 Mio. € p.a. im Bereich Lebensmittel und 1,8 Mio. € p.a. im Bereich Drogeriewaren demnach nicht allein erzielt werden. Da sich die Zentralität des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt-Zentrum jedoch – durch seine Funktion begründet - über das gesamte Stadtgebiet erstreckt, werden die Marktpotenziale für die Gesamtstadt wie folgt berechnet (siehe Tabelle 5):

Tabelle 5: Bindungsquoten im Bereich Lebensmittel und Drogeriewaren

Branche in Mio. € p.a.	Marktpotenzial Hoyerswerda in Mio.€ p.a.	geschätzte Umsatzleistung Hoyerswerda in Mio.€ p.a.	Bindungsquote in Hoyerswerda %	Offenes Umsatz-potenzial Hoyerswerda in Mio.€
Lebensmittel	68,5	69,1	101,0%	-0,7
Drogeriewaren	9,2	5,8	63,9%	3,3

Datengrundlagen: BBE!CIMA!MBResearch 2011, Bearbeitung: CIMA 2012

Im Bereich Lebensmittel schöpfen die Märkte in Hoyerswerda das dortige Marktpotenzial vollständig ab. Die Bindungsquote beträgt nahezu 100%. Da die Stadt Hoyerswerda für nahversorgungsrelevante Sortimente jedoch auch eine Versorgungsfunktion für ihren raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich hat und der zentrale Versorgungbereich Altstadt-Zentrum nach seiner Funktion eine hohe Zentralität aufweist, ist das mögliche Einzugsgebiet weiter zu fassen mit entsprechend zusätzlichen Potenzialen.

Die Bindungsquoten im Bereich Drogeriewaren dagegen liegen weit niedriger. Dies ist hauptsächlich dem schon unter Punkt 4.2 Drogeriewaren erläuterten Umstand von zahlreichen Betriebsschließungen in den letzten Jahren geschuldet.

5 VERDRÄNGUNGSANALYSE

Bei der Verdrängungsanalyse wird die potenzielle Umsatzumlenkung aus vorhandenen Betrieben zugunsten des Vorhabens analysiert, um so die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, aber auch die Versorgungssituation insgesamt bzw. bei zu befürchtender Schließung einzelner Mitbewerber die Unterversorgung im Raum zu beurteilen.

Die Höhe der Verdrängungsquote gibt an, um wie viel Prozent der Umsatz eines Betriebes durch die Ansiedlung eines neuen zurückgeht. Dies soll einen Hinweis auf mögliche Betriebsaufgaben geben, die möglicherweise die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche gefährden können, womit die Ansiedlung schädliche Auswirkungen hätte. Früher wurde oft ein Richtwert von 10% Verdrängungsquote zu Grunde gelegt, um damit zu dokumentieren, dass der Verdrängungsumfang als bedenklich zu bewerten ist. Diese „Quotenregel“ wird jedoch in jüngeren auch richterlichen Entscheidungen nicht mehr als allein entscheidungsrelevant gesehen. Es müssen auch Verkaufsflächenverhältnisse, Entfernungen, städtebauliche Vorschädigungen oder Sortimente betrachtet werden. Bei letzterem sind vor allem auf sog. „Frequenzbringer“ oder auch „Magnetbetriebe“ besonders zu achten, die den zentralen Versorgungsbereich stärken.

5.1 Umsatzherkunft Lebensmittel

In Tabelle 6 werden die Umsatzherkünfte für die neuen Lebensmittelmärkte am Planstandort dargestellt. Die höchsten Umsatzanteile sind von Einzelhandelsstandorten zu erwarten, die einen vergleichbar vielfältigen Branchenmix anbieten, wie er am neuen Standort entstehen soll. Dabei handelt es sich vor allem um die großen Supermärkte und SB-Warenhäuser in den Gewerbegebieten Globus und Kaufland. Aufgrund der insgesamt hohen Verkaufsflächen sind die Verdrängungsquoten in diesen Fällen vergleichsweise gering.

Insgesamt erreichen die Verdrängungsquoten keine betriebsgefährdenden Ausmaße, so dass von einem weiterhin bestehenden dichten fußläufig erreichbaren Nahversorgungsnetz ausgegangen werden kann.

Die Umsätze des Aldi-Marktes in der Schulstraße können zu großen Teilen an den neuen Standort „mitgenommen“ werden. Ein Teil wird sich auf die umliegenden Discounter Lidl und Penny verteilen.

Neu zu bindende Streu-Umsätze aus bisher nicht gebundenem Kaufkraftpotenzial vom Umland sind als gering zu prognostizieren, da das Lebensmittelangebot in Hoyerswerda mit den zwei großen Betrieben Globus und Kaufland schon bisher stark in das Umland ausstrahlt. Eine Bindung aus dem Umland erfolgt also eher über die Verdrängung bzw. Verlagerung der Umsätze aus diesen Betrieben. Diese Streu-Umsätze resultieren somit aus keinem Einzelbetrieb im Umland und führen deshalb nicht zu nachweisbaren Auswirkungen (evtl. Lebensmittelanbieter in Dresden, Bautzen etc.).

Tabelle 6: Umsatzherkunft Lebensmittel

Umsatzherkunft	Lage	Betriebstyp	VKF in m²	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil des Umsatzes des Planobjektes am Umsatz des Wettbewerbers in %	Anteil absolut in Mio. € p.a.	Verdrängungsquote in %
Lidl	Schulstraße	DIS	530	**2,1**	2	0,16	7,4
Netto	Frederic-Joliot-Curie-Straße	DIS	653	**2,6**	3	0,24	9,0
Netto	Albert-Schweitzer-Straße	DIS	780	**3,1**	3	0,24	7,6
Aldi *(Standortverlagerung)*	Schulstraße	DIS	635	**2,6**	25	1,98	77,3
Rewe *(ZVB Neustadt-Zentrum)*	Lausitzer Platz	SM	1.500	**4,8**	3	0,24	4,9
Aldi	Karl-Liebknecht-Straße	DIS	618	**2,5**	3	0,24	9,5
Penny	Fritz-Heckert-Siedlung (Breitscheidstraße)	DIS	625	**2,5**	2	0,16	6,3
Globus Supermarkt	Kamenzer Bogen	SB-Warenhaus	6.080	**21,2**	20	1,58	7,5
Aldi	Albrecht-Dürer-Str. 1	DIS	563	**2,3**	2	0,16	7,0
Nah und gut Janetz (Edeka)	Johann-Sebastian-Bach-Straße	SB-Geschäft	360	**1,1**	1	0,04	3,6
Netto *(ZVB Treff-8)*	Lipezker Platz	DIS	950	**3,8**	2	0,16	4,1
Aldi	Ziolkowskistraße	DIS	655	**2,6**	2	0,16	6,0
Penny	Cottbuser Tor	DIS	660	**2,7**	2	0,16	5,9
Netto	Wittichenauer Straße	DIS	822	**3,3**	2	0,16	4,8
Kaufland	Straße E	Großer Supermarkt	2.800	**9,8**	18	1,42	14,6
Penny	Sandwäsche	DIS	526	**2,1**	1	0,04	1,9
Streuumsätze (üblicher Wert zwischen 10-15% von geplanter Umsatzleistung)					10	0,79	
					100	7,9	

Quelle: CIMA 2012

5.2 Umsatzherkunft Drogeriewaren

Im Bereich Drogeriewaren besteht aktuell ein hohes offenes Umsatzpotenzial von etwa 3,3 Mio. € p.a. Anders als bei Lebensmittel ist das Absatzgebiet von Drogeriewaren in Teilen weiter zu fassen, als dies bei Lebensmitteln der Fall ist. Insofern wird ein Teil der offenen Umsätze, die durch die Betriebsschließungen entstanden sind, in andere Standorte, insbesondere Oberzentren mit vielfältigen Angeboten, abfließen. Diese abfließenden Umsätze können durch das Planvorhaben mit einer Verkaufsfläche von 655 m² zum Teil wieder in Hoyerswerda gebunden werden.

Für die anderen Anbieter ergeben sich dennoch recht hohe Verdrängungsquoten, die jedoch besonders für Globus und Kaufland nicht betriebsgefährdend sind, da es sich um Untersortimente handelt – unabhängig davon, dass sich beide Betriebe nicht in integrierten Lagen befinden und weder einen Schutzstatus noch eine Nahversorgungsfunktion erfüllen, da sie ihre Umsätze aus einem überörtlichen Einzugsbereich generieren.

Die verbliebenen zwei reinen Drogeriemärkte in den zentralen Versorgungsbereichen Neustadt-Zentrum und Treff-8-Center sowie der Betrieb in der Sandwäsche haben nur geringe Umsatzverlagerungen zu erwarten. Bei diesen Umsätzen handelt es sich zudem auch um vorher hinzugekommene Anteile durch die Betriebsschließungen der letzten Jahre, welche nun durch das Planvorhaben wieder leicht zurück gehen.

Tabelle 7: Umsatzherkunft Drogeriewaren

Umsatzherkunft	Lage	Betriebstyp	VKF in m²	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil des Umsatzes des Planobjektes am Umsatz des Wettbewerbers in %	Anteil absolut in Mio. € p.a.	Verdrängungsquote in %
Schlecker	Lausitz-Center	Fachmarkt	197	0,7	3	0,05	7,8
Rossmann Drogeriemarkt	Treff 8-Center	Fachmarkt	480	1,7	9	0,16	9,6
Globus Supermarkt	Kamenzer Bogen	SB-Warenhaus	600	2,1	20	0,36	17,1
Kaufland	Straße E	Großer Supermarkt	250	0,9	12	0,22	24,0
Schlecker	Sandwäsche	Fachmarkt	144	0,5	1	0,02	3,6
Streuumsätze und offene Umsätze (z. Zt. bei 3,3 Mio.€)					55	0,99	
					100	1,80	

Quelle: CIMA 2012

6 Städtebauliche Bewertung

Die Planobjekte werden im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum entwickelt. Durch die Ansiedlung großflächiger Lebensmittelbetriebe sowie eines Drogeriefachmarktes wird die Zentralität dieses Versorgungsbereiches erhöht, wodurch seine Versorgungsfunktion weiter stabilisiert wird. In diesem zentralen Versorgungsbereich fehlten bis dato größere Lebensmittelanbieter, so dass der Bereich der nördlichen Altstadt und Innere Altstadt fußläufig unterversorgt war. Die Nahversorgung in diesem Bereich verbessert sich also durch die Ansiedlung deutlich. Dagegen kann die Schließung des Aldi-Marktes in der Schulstraße durch die benachbarten Lebensmitteldiscounter Lidl (Schulstraße) und Penny (Breitscheidtstraße) aufgefangen werden, sodass die Nahversorgung in den Quartieren gesichert bleibt. In diesem Bereich bestand bisher eine starke Überlagerung der Einzugsbereiche.

Mit der Analyse der Umsatzherkünfte konnten keine nachhaltig schädlichen Auswirkungen auf die beiden anderen zentralen Versorgungsbereiche Neustadt-Zentrum und Treff-8 nachgewiesen werden. Deren Versorgungsfunktion ist damit durch das Vorhaben nicht gefährdet.

Die betriebswirtschaftliche Situation der Lebensmittelbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bleibt angespannt, jedoch ist keine Betriebsaufgabe durch das vorliegende Vorhaben anzunehmen, so dass die bestehende Nahversorgung in den Quartieren erhalten bleibt.

Insgesamt erhöht sich die Attraktivität des bisher unbebauten Bereiches durch das Planvorhaben durch die Verdichtung mit den städtischen Funktionen Wohnen und Handel. Die neu hinzukommenden Parkflächen sind für die Innenstadtbesucher auch an den Wochenenden nutzbar.

Mit dem Vorhaben wird eine bisher ungenutzte, unmittelbar an die innere Altstadt angrenzende Fläche einer Nutzung zugeführt, die den Funktionen eines zentralen innerstädtischen Bereiches entspricht. Vor dem Hintergrund der erneuten Stärkung des Lausitz-Centers durch den Ankauf der Karstadt-Immobilie durch die ECE und damit dem zu erwartenden Ausbau des Centers erscheint eine Stärkung des Altstadt-Bereiches auch dringend geboten, um den vorhandenen Einzelhandelsbestand zu sichern.

Damit die Synergieeffekte zwischen Planprojekt und Altstadt bestmöglich genutzt werden, sollte unbedingt eine direkte fußläufige Anbindung zum Markt (bzw. „Schwarzer Markt“) gesichert werden. Damit sollen die Besucher der Lebensmittelmärkte „eingeladen“ werden, vor oder nach dem Einkauf die Altstadt zu besuchen (bei Abstellen des PKW auf den neu zu schaffenden Parkplätzen) und natürlich sollten auch Altstadtbesucher die Gelegenheit zum unkomplizierten Lebensmitteleinkauf wahrnehmen.

Die zu sanierenden Parkplätze entlang der Teschenstraße bieten außerdem gute Synergien zum Zoo-Besuch an, indem gerade in den geschäftsfreien Zeiten am Wochenende diese auch für Zoobesucher zur Verfügung stehen.

Fazit:

Das Planvorhaben im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum entspricht nach Standort und Größe sowohl den Vorgaben der Raumordnung als auch dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda aus dem Jahr 2008.

Es konnten keinerlei schädliche Auswirkungen (Funktionsverluste) auf andere zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda oder sogar Standorten im Umland nachgewiesen werden und es wird auch nicht die fußläufige flächendeckende Nahversorgung in den Quartieren gefährdet.

Im Interesse einer Stärkung der Altstadt von Hoyerswerda mit einem attraktiven Einzelhandelsmix ist dieses Vorhaben zu unterstützen.

7 Begriffe und Kategorien

Discounter

Discounter bieten ein enges, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Dies bedingt die absatzpolitische Strategie, mit einfacher Ladenausstattung zu niedrigen Preisen einen hohen Massenabsatz zu erzielen. Dadurch sind Discounter auch auf stark frequentierte Standorte bei möglichst guter Erreichbarkeit mit dem PKW orientiert. Sie führen ein ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen (z. T. nur Mieter des Lebensmittelhandwerks und anderer kleiner Geschäfte im Gebäude integriert). Es ist ein zunehmender Nonfood- Umsatzanteil zu verzeichnen. Die Betriebsgrößen zwischen liegen bei ca. 400 und 800 m²Verkaufsfläche, wobei moderne Neueröffnungen bis zu 1.500 m² aufweisen können. Da Discounter für diese Strategie große artikelspezifische Einkaufsvolumina und hohe Kundenfrequenzen benötigen, wird das Discountgeschäfts vorwiegend von großen Einzelhandelsunternehmen betrieben (Aldi, Lidl, Netto, Norma).

Einzugsgebiet

Bedeutung:

Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials. Berechnung und Abgrenzung:

Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v. a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung:

Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommener Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden. Die reale Kaufkraft entspricht der tatsächlichen Kaufkraft. Dabei wird sowohl die Inflation als auch das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten berücksichtigt.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung:

Die KKZ bezeichnet die Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung:

Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Angenommen dieser Bundesdurchschnitt läge bei 10.226 €, so würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 11.248 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 9.203 entsprechend die KKZ 90,0.

Lebensmittel-Fachgeschäfte/Lebensmittelhandwerk

Fachgeschäfte und Geschäfte des Lebensmittelhandwerks sind überwiegend sehr kleine, oft privat geführte Geschäfte in Bedienform. Bei breiterem Sortiment werden diese Geschäfte auch als „Tante-Emma-Läden“ bezeichnet. Zum Lebensmittelhandwerk sind Bäcker und Fleischer sowie auch filialisierte Unternehmen mit mehreren Betriebsstellen zu rechnen. Der Hauptteil der angebotenen Produkte stammt aus eigener Herstellung bzw. Verarbeitung bzw. einer zentralen Verarbeitungsstelle bei filialisierten Unternehmen oder Schlachthöfen bei Fleischereien.

Marktpotenzial

Bedeutung:

Das Marktpotenzial bezeichnet den Umsatzumfang eines Ortes auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung:

Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes.

Supermarkt

Ca. 400 bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. Spar, Edeka, Rewe und Tengelmann).

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung:

Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!). Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis:

Berechnungsbasis ist der (von der GfK und MB Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Laut MB Research erfolgt die Ermittlung der Umsatzkennziffern auf Grundlage von Auswertungen der Einzelhandels-Gutachten der BBE/CIMA Gruppe und zahlreichen einschlägigen aktuellen amtlichen Statistiken, Desk Research Recherchen und Handelsdatenbanken. Es wurden verwendet:

- aus den amtlichen Regionaldatenquellen zu Umsatzberechnungen und/oder zu Plausibilitätskontrollen verschiedene amtliche Statistiken, insbesondere die Umsatzsteuerstatistiken der Statistischen Landesämter
- Datenbanken mehrerer Institute zu Einkaufszentren, Datenbanken der CIMA, eigene Recherchen bei Betreibern
- Möbelhandelsdatei der BBE Handelsberatung München
- zahlreiche weitere branchenspezifische Datenbanken und eigene Recherchen, qualifiziert mit Umsatzprojektionen anhand des potenziellen Einzugsgebiets
- Marktuntersuchungen der CIMA und andere veröffentlichte Gutachten

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung:

Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung:

Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzu-

fluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzzentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Gebrauchsgüter), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 % (Kaufland).

BERATUNG+MANAGEMENT

CIMA · Walter-Heinze-Str. 27 · 04229 Leipzig

Stadt Hoyerswerda
Dezernat III - Technische Dienstleistungen
Dezernent Dietmar Wolf
02977 Hoyerswerda

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Straße 27
D- 04229 Leipzig
Tel.: 0341-69 603 0
Fax: 0341-69 603 15
E-Mail: cima.leipzig@cima.de
Internet: www.cima.de

KÖLN
LEIPZIG
LÜBECK
MÜNCHEN
RIED (A)
STUTTGART

Leipzig, 21. September 2012

Ihr Ansprechpartner:
Katharina Groß
Tel.-Nr.: 0341 696030
gross@cima.de

VU Hoyerswerda

Sehr geehrter Herr Wolf,

zur Stellungnahme zum Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes „Spremberger Straße / Teschenstraße“ der Stadt Hoyerswerda der Industrie- und Handelskammer Dresden vom 23.08.2012 möchten wir folgende Anmerkungen machen:

Auch ohne den Einbezug des kleinteiligen Einzelhandels wurde in unserem Gutachten festgestellt, dass die Bindungsquote in Hoyerswerda mit den bestehenden Märkten etwas über 100% beträgt und damit in dieser räumlichen Betrachtung keine offenen Umsatzpotenziale bestehen. Insofern deckt sich die Aussage der IHK mit den Berechnungen unseres Gutachtens, dass ein gesamtstädtischer Bedarf rein rechnerisch nicht besteht. Allerdings kann die alleinige Betrachtung dieses Wertes weder eine Zustimmung noch eine Ablehnung eines Projektes begründen. Dies tut die IHK in ihrem Schreiben übrigens auch nicht, sondern nennt diesen Umstand lediglich als Anmerkung.

Ergänzend möchten wir an dieser Stelle – wie wir es im Gutachten auch erläutert und begründet haben – noch einmal darauf hinweisen, dass sich die Nahversorgungsfunktion der Stadt Hoyerswerda auch auf ihren raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich erstreckt und sich damit die Umsatzpotenziale erhöhen. Aufgrund des Status der Stadt Hoyerswerda als Oberzentrum und der Lage der Planobjekte im Zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum, wurde auf eine detaillierte Analyse des angrenzenden Marktgebietes und seiner Potenziale verzichtet. Aus diesem Grund war die Erhebung der kleinteiligen Nahversorger als Teil der Lebensmittelanbieter nicht notwendig (mehr dazu auch weiter unten zur Stellungnahme der Landesdirektion).

In der Verträglichkeitsuntersuchung wurde durchaus von einer Verlagerung des Aldi-Marktes aus der Schulstraße ausgegangen, was gerade über die Analyse der Umsatzverdrängungen nachzuvollziehen ist. Dies beinhaltet natürlich die Schließung des bisherigen Standortes. Hierzu wird Folgendes ausgeführt: „Die Umsätze

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

des Aldi-Marktes in der Schulstraße können zu großen Teilen an den neuen Standort „mitgenommen“ werden. Ein Teil wird sich auf die umliegenden Discounter Lidl und Penny verteilen.“ Dies ist auch der Berechnung der Umsatzumverteilung ebenso zu entnehmen („Aldi – Standortverlagerung“).

Die weiteren Anmerkungen der IHK entsprechen unserem gutachterlichen Urteil, d.h. das Vorhaben entspricht dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda, eine innerstädtische Versorgungslücke wird geschlossen und zur Ansiedlung des Drogerie- und Textilmarktes gibt es keine Einwände. Auch der Aldi-Markt wird im Schreiben der IHK implizit akzeptiert(!), wenn dafür der Standort an der Schulstraße geschlossen wird.

Zu der Stellungnahme der Landesdirektion Sachsen vom 06.09.2012 möchten wir folgende Anmerkungen machen:

In der Verdrängungsanalyse wurde nachgewiesen, dass keinerlei schädliche Auswirkungen (Funktionsverluste) auf zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda zu erwarten sind und auch die fußläufige flächendeckende Nahversorgung in den Quartieren nicht gefährdet wird. Im Gegenteil, wird die flächendeckende Versorgung im Bereich Altstadt-Zentrum verbessert. Die Verdrängungsanalyse fokussierte sich dabei auf die Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter und Discounter), weil primär diese Betriebstypen um ähnliche Kundentypen konkurrieren, die ähnliche Einkaufspräferenzen haben (Versorgungseinkauf, breites Warenangebot an einem Standort – „one-stopp-shopping“). Die Ausrichtung kleinflächiger Lebensmittelbetriebe und Lebensmittelhandwerker mit ihrem spezifischen Warenangebot (Gemüse, Fleisch) und Kundenansprache steht mit diesen in keiner direkten Konkurrenz.

Rein rechnerisch betrachtet würden sich die Verdrängungsquoten der untersuchten Märkte verringern, wenn die Umsatzabflüsse auch auf die Lebensmittelhandwerker verteilt würden. Insofern ist die angenommene Belastung für die Lebensmittelmärkte sogar höher – sind dann dennoch keine schädlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelmärkte in den zentralen Versorgungbereichen und den Quartieren nachweisbar, kann von einem substanziellen Funktionsverlust (der Nahversorgung) im Sinne von Ziel 6.2.4 des LEP Sachsen keine Rede sein.

Wir möchten darauf hinweisen, dass wir die Argumentation, Gefährdungen kleinteiliger Nahversorger, insbesondere Lebensmittelhandwerksbetriebe (u.a. Bäcker, Fleischer), in Zusammenhang mit der substanziellen Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung durch die Ansiedlung von größeren Lebensmittelbetrieben zu bringen, für äußerst problematisch halten. Damit wird diesem Betriebstyp eine Funktion zugesprochen, die er nicht erfüllt und ein Schutzstatus gewährt, der keinerlei raumordnerische Begründung hat. In seiner Konsequenz hieße dass, wenn ein Bäcker oder Fleischer, egal in welcher Lage, sich von der Ansiedlung größerer Märkte bedroht sehen könnte, wäre eine Neuansiedlung – wo auch immer – eines größeren Lebensmittelbetriebes unmöglich. Bei der Wahrung der

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

BERATUNG+MANAGEMENT

Nahversorgungsfunktion geht es jedoch nicht um einzelne Klein-Betriebe oder Betriebstypen, auch nicht um eine wie auch immer definierte „Einkaufsqualität“ (die sehen Kunden allgemein sehr unterschiedlich), sondern um räumliche Funktionen. Diese Nahversorgungsfunktion ist nach unserer Auffassung auch weiterhin in den zentralen Versorgungsbereichen sowie auch den Wohnquartieren – auch nach der Verlagerung von Aldi – gewährleistet.

Die Ansiedlung der geplanten Lebensmittelmärkte am Standort Spremberger Straße / Teschenstraße hat keine schädlichen Auswirkungen (Funktionsverluste) auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum sowie auf die anderen Versorgungsbereiche Neustadt-Zentrum und Treff-8-Center.

Das Planvorhaben erlaubt eine zusätzliche Bindung von Kunden, die bisher diesen zentralen Versorgungsbereich nicht oder nur selten aufsuchten. Aufgrund der kurzen Wegebeziehungen zwischen dem Standort des Vorhabens und dem historischen Handelszentrum (als Hauptkundenlauf Marktplatz und Kirchstraße) können zusätzliche Kundenfrequenzen den dortigen kleinflächigen und kleinteiligen Einzelhandel sichern und beleben.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Eddy Donat

Katharina Groß

CIMA Beratung + Management GmbH

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

BERATUNG+MANAGEMENT

CIMA · Walter-Heinze-Str. 27 · 04229 Leipzig

Stadt Hoyerswerda
Dezernat III - Technische Dienstleistungen
Dezernent Dietmar Wolf
02977 Hoyerswerda

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Straße 27
D- 04229 Leipzig
Tel.: 0341-69 603 0
Fax: 0341-69 603 15
E-Mail: cima.leipzig@cima.de
Internet: www.cima.de

KÖLN
LEIPZIG
LÜBECK
MÜNCHEN
RIED (A)
STUTTGART

VU Hoyerswerda

Leipzig, 12. November 2012

Ihr Ansprechpartner:
Katharina Groß
Tel.-Nr.: 0341 696030

Sehr geehrter Herr Wolf,

nach unserem Gespräch am 07.11.2012 mit der Landesdirektion Sachsen und der Industrie- und Handelskammer Dresden zu den Stellungnahmen vom 23.08.2012 und vom 06.09.2012 zum Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes „Spremberger Straße / Teschenstraße“ der Stadt Hoyerswerda möchten wir folgende Anmerkungen machen:

Wir möchten zunächst – wie wir es im Gutachten auch erläutert und begründet haben – noch einmal darauf hinweisen, dass sich die Nahversorgungsfunktion der Stadt Hoyerswerda auch auf ihren raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich erstreckt und sich damit die Umsatzpotenziale erhöhen. Dies spiegelt sich auch in der Zentralitätskennziffer der Stadt von 130,2 wider. Insbesondere das nördliche Umland hat traditionell eine starke Orientierung auf die Hoyerswerdaer Altstadt. Aufgrund des Status der Stadt Hoyerswerda als Oberzentrum und der Lage der Planobjekte im Zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum, wurde auf eine detaillierte Analyse des angrenzenden Marktgebietes und seiner Potenziale verzichtet. Der kleinteilige Lebensmittel-Einzelhandel wurde in unserem Gutachten nicht einbezogen, da hieraus nicht abzuleiten ist, ob die Ansiedlung großflächiger Märkte zulässig oder nicht zulässig ist. Sie dienen der Nahversorgung, sichern diese jedoch aufgrund ihrer Produktspezialisierung nicht allein. Somit ist aus Ansiedlungen von großflächigen Lebensmittelbetrieben nicht vorrangig die Gefährdung der Nahversorgung durch eine Betrachtung der Verdrängungswirkungen auf Bäcker und Fleischer abzuleiten.

Aus dem näheren Umland werden ca. 10,5 Mio. Euro auch in Hoyerswerda ausgegeben, wenn man von einer Bindung zu ca. 20% der vorhandenen Kaufkraft im kurzfristigen Bedarf ausgeht (s. Tabelle 1).

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

Tabelle 1: Potenzial Lebensmittel für Hoyerswerda

Branche	Einwohner Naheinzugsgebiet	Einwohner Stadt	Verbrauchsausgaben je Branche in € p.a.	Kaufkraft-kennziffer** (BRD = 100)	Geschätztes Marktpotenzial Naheinzugsgebiet (20%) in Mio. € p.a.	Geschätztes Marktpotenzial Stadt
Lebensmittel	28.750	37.379	2.013	91	10,5	68,5
Drogeriewaren	28.750	37.379	269	91	1,4	9,2

Quelle: BBE!CIMA!MBResearch 2011

Entsprechend der Umsatzermittlung im Bereich Lebensmittel für den großflächigen sowie kleinteiligen Lebensmittelhandel wird das vorhandene Umsatzpotenzial vollständig gebunden (siehe Tabelle 2). Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Großmärkte wie Globus und Kaufland auf ein viel größeres Einzugsgebiet ausstrahlen und deshalb auch weit über das Naheinzugsgebiet hinaus Kaufkraft binden. Dies reduziert wiederum die unmittelbar am Standort errechnete Kaufkraftbindung.

Tabelle 2: Bindungsquoten im Bereich Lebensmittel und Drogeriewaren

Branche	Marktpotenzial Hoyerswerda und Naheinzugsbereich in Mio.€ p.a.	geschätzte Umsatzleistung Hoyerswerda in Mio.€ p.a.	Bindungsquote in Hoyerswerda %	Offenes Umsatz-potenzial Hoyerswerda in Mio.€
Lebensmittelmärkte	79,0	69,1	100,5%	-0,4
kleinteiliger Lbm-Handwerk und Getränkem.ärkte		10,2		
Drogeriewaren	10,6	5,8	55,4%	4,7

Datengrundlagen: BBE!CIMA!MBResearch 2011, Bearbeitung: CIMA 2012

Auch ohne den Einbezug des kleinteiligen Einzelhandels wurde in unserem Gutachten festgestellt, dass die Bindungsquote in Hoyerswerda mit den bestehenden Märkten etwas über 100% beträgt und damit in dieser räumlichen Betrachtung keine offenen Umsatzpotenziale bestehen. Insofern deckt sich die Aussage der IHK mit den Berechnungen unseres Gutachtens, dass ein gesamtstädtischer Bedarf rein rechnerisch nicht besteht. Allerdings kann die alleinige Betrachtung dieses Wertes weder eine Zustimmung noch eine Ablehnung eines Projektes begründen. Dies tut die IHK in ihrem Schreiben übrigens auch nicht, sondern nennt diesen Umstand lediglich als Anmerkung.

Eine Verdrängung gegenüber dem kleinteiligen Lebensmittelhandel (Bäcker, Fleischer, Tankstelleshop, Getränkemarkt) ist als nicht signifikant zu bewerten, da dieser Handel flächendeckend über das gesamte Stadtgebiet nur in Einzelbranchen präsent ist und nicht mit dem breiten Sortiment großer Supermärkte und auch Discounter vergleichbar ist bzw. die vergleichbaren Teilsortimente dort unerheblich je Einzelbetrieb zu bewerten sind.

Wie vom Betreiber beabsichtigt und mitgeteilt, wurde in der Verträglichkeitsuntersuchung von einer Verlagerung des Aldi-Marktes aus der Schulstraße ausgegangen, was schließlich auch über die Analyse der Umsatzverdrängung nachzuvollziehen ist. Dies beinhaltet natürlich die Schließung des bisherigen Standortes. Hierzu wird Folgendes ausgeführt: „Die Umsätze des Aldi-Marktes in der Schulstraße können zu großen Teilen an den neuen Standort „mitgenommen“ werden. Ein Teil wird sich auf die umliegenden Discounter Lidl und Penny verteilen.“ Dies ist auch der Berechnung der Umsatzumverteilung ebenso zu entnehmen („Aldi – Standortverlagerung“). Vor diesem Hintergrund hat die IHK in unserem Gespräch am 07.11.2012 erläutert, dass Bedenken ihrerseits ausgeräumt seien.

Die weiteren Anmerkungen der IHK entsprechen unserem gutachterlichen Urteil, d.h. das Vorhaben entspricht dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda, eine innerstädtische Versorgungslücke wird geschlossen und zur Ansiedlung des Drogerie- und Textilmarktes gibt es keine Einwände.

In der Verdrängungsanalyse wurde nachgewiesen, dass keinerlei schädliche Auswirkungen (Funktionsverluste) auf zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda zu erwarten sind und auch die fußläufige flächendeckende Nahversorgung in den Quartieren nicht gefährdet wird. Im Gegenteil, wird die flächendeckende Versorgung im Bereich Altstadt-Zentrum verbessert. Die Verdrängungsanalyse fokussierte sich dabei auf die Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter und Discounter), weil primär diese Betriebstypen um ähnliche Kundentypen konkurrieren, die ähnliche Einkaufspräferenzen haben (Versorgungseinkauf, breites Warenangebot an einem Standort – „one-stopp-shopping“).

Eine Verdrängung gegenüber dem kleinteiligen Lebensmittelhandel (Tankstellenshops, Getränkemarkt etc.) und Lebensmittelhandwerkern (Bäcker, Fleischer etc.) ist nicht signifikant. Dieser Handel ist flächendeckend über das gesamte Stadtgebiet nur in Einzelbranchen präsent. Mit seinem spezifischen Warenangebot (Gemüse, Fleisch etc.) und Kundenansprache konkurriert der kleinflächige Lebensmittelhandel nicht mit dem breiten Sortiment großer Supermärkte und auch Discounter bzw. die vergleichbaren Teilsortimente sind dort unerheblich je Einzelbetrieb zu bewerten.

Rein rechnerisch betrachtet würden sich die Verdrängungsquoten der untersuchten Märkte verringern, wenn die Umsatzabflüsse auch auf die Lebensmittelhandwerker verteilt würden. Insofern ist die angenommene Belastung für die Lebensmittelmärkte sogar höher – sind dann dennoch keine schädlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelmärkte in den zentralen Versorgungbereichen und den Quartieren nachweisbar, kann von einem substanziellen Funktionsverlust (der Nahversorgung) im Sinne von Ziel 6.2.4 des LEP Sachsen keine Rede sein.

Wir möchten darauf hinweisen, dass wir die Argumentation, Gefährdungen kleinteiliger Nahversorger, insbesondere Lebensmittelhandwerksbetriebe (u.a. Bäcker, Fleischer), in Zusammenhang mit der substanziellen Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung durch die Ansiedlung von größeren Lebensmittelbetrieben zu bringen, für äußerst problematisch halten. Damit wird diesem Betriebstyp eine Funktion zugesprochen, die er nicht erfüllt und ein Schutzstatus gewährt, der keinerlei raumordnerische Begründung hat. In seiner Konsequenz hieße dass, wenn ein Bäcker oder Fleischer, egal in welcher Lage, sich von der Ansiedlung größerer Märkte bedroht sehen könnte, wäre eine Neuansiedlung – wo auch immer – eines größeren Lebensmittelbetriebes unmöglich. Wie es sich in dem Gespräch zeigte, besteht grundsätzlich Einigkeit darüber, dass es bei der Wahrung der Nahversorgungsfunktion nicht um einzelne Klein-Betriebe oder Betriebstypen geht, auch nicht um eine wie auch immer definierte „Einkaufsqualität“ (die sehen Kunden allgemein sehr unterschiedlich), sondern um räumliche Funktionen. Diese Nahversorgungsfunktion ist nach unserer Auffassung auch weiterhin in den zentralen Versorgungsbereichen sowie auch den Wohnquartieren – auch nach der Verlagerung von Aldi – gewährleistet.

Die Ansiedlung der geplanten Lebensmittelmärkte am Standort Spremberger Straße / Teschenstraße hat keine schädlichen Auswirkungen (Funktionsverluste) auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum sowie auf die anderen Versorgungsbereiche Neustadt-Zentrum und Treff-8-Center.

Das Planvorhaben erlaubt eine zusätzliche Bindung von Kunden, die bisher diesen zentralen Versorgungsbereich nicht oder nur selten aufsuchten. Aufgrund der kurzen Wegebeziehungen zwischen dem Standort des Vorhabens und dem historischen Handelszentrum (als Hauptkundenlauf Marktplatz und Kirchstraße) können zusätzliche Kundenfrequenzen den dortigen kleinflächigen und kleinteiligen Einzelhandel sichern und beleben.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Eddy Donat Katharina Groß

CIMA Beratung + Management GmbH