Stadt Hoyerswerda-Město Wojerecy

Bebauungsplan
„Einzelhandelsstandort Schulstraße, östlicher Teil “

Begründung
gemäß § 9 Abs. 8 BauGB

STAND: Juni 2013

Anhang 1: Verträglichkeitsgutachten der CIMA

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 die Einzelhandelserweiterung in der Schulstraße 2a

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

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

Leipzig, 01. Februar 2013

© 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

2.1 Raumordnung 6
2.2 Abgleich mit Einzelhandels- und Zentrenkonzept 7

3 VORHABENBESCHREIBUNG UND LEISTUNGSKENNZIFFERN 9

4 MARKTSITUATION 11

4.1 Wettbewerbssituation in der Gesamtstadt 11
4.2 Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes 14

5 VERDRÄNGUNGSANALYSE 16

5.1 Umsatzherkunft Lebensmittel 16

6 ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT 18

7 BEGRIFFE UND KATEGORIEN 19

KARTEN

Karte 1: Lage Stadt Hoyerswerda 5
Karte 2: Nahbereich Hoyerswerda 6
Karte 3: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte 8
Karte 4: Vorhabenstandort 9
Karte 5: Planzeichnung Vorhabenstandort Schulstraße 10
Karte 6: Lage und fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte in Hoyerswerda 13
Karte 8: Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes 14

TABELLEN

Tabelle 1: Kennziffern 5
Tabelle 2: Leistungskennziffern des Planvorhabens Schulstraße 2a 9
Tabelle 3: Übersicht aller Lebensmittelmärkte Hoyerswerda 11
Tabelle 4: Marktpotenzial im Bereich Lebensmittel in der Stadt Hoyerswerda 12
Tabelle 5: Bindungsqoute und Umsatzpotenziale in der Stadt Hoyerswerda 12
Tabelle 6: Marktpotenzial im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes 15
Tabelle 7: Bindungsqoute und Umsatzpotenziale im Einzugsbereich 15
Tabelle 8: Umsatzherkunft Lebensmittel 16

1 AUFGABENSTELLUNG

Auftraggeber:

LIDL Dienstleistung GmbH & Co. KG

c./o. LIDL Vertriebs-GmbH & Co. KG

Am Mart 9

01561 Lampertswalde

Bearbeitungszeitraum:

Januar 2013

Auftrag:

Die LIDL Dienstleistung GmbH & Co. KG plant an dem Standort Schulstraße in Hoyerswerda die Erweiterung eines vorhandenen Betriebes. 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)
- Erfassung der Betriebe Discounter, Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser für den Bereich Lebensmittel nach Verkaufsflächen im Einzugsgebiet des Vorhabens (Wettbewerbsanalyse in der Gesamtstadt hinsichtlich Lage, Betriebstyp)
- Berechnung der Umsatzleistung der Betriebe nach projektrelevanten Branchen (Lebensmittel)

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 die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda

2 AUSGANGSSITUATION

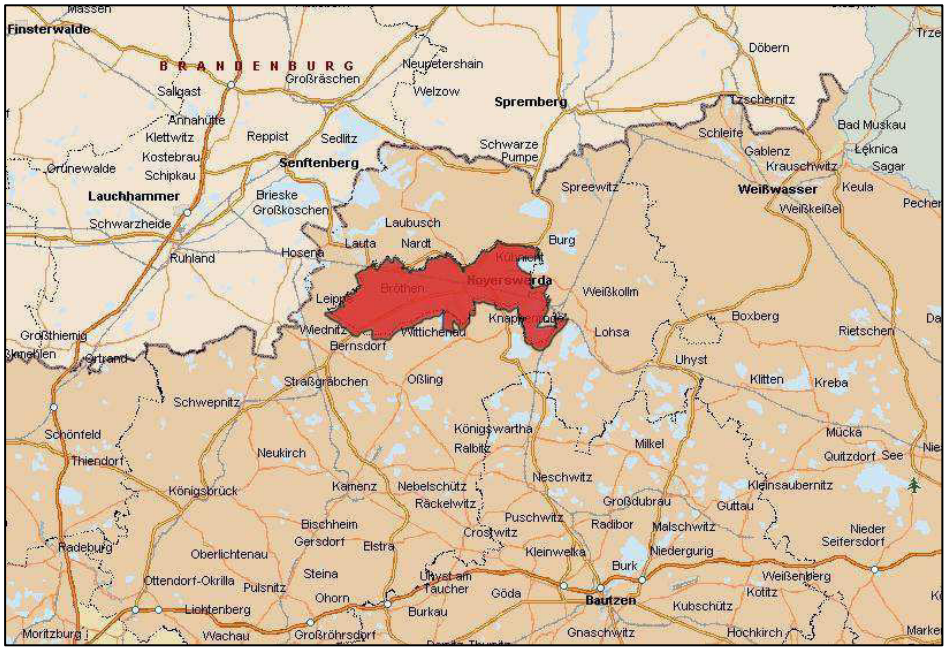
Die Große Kreisstadt Hoyerswerda liegt im Norden des Landkreises Bautzen im Freistaat Sachsen (siehe Karte 1).

Hoyerswerda hat 36.687 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 140,4. Dies liegt vermutlich auch in der relativ isolierten Lage mit fehlenden Wettbewerbsstandorten begründet und einem sich daraus ergebenden verhältnismäßig großen Einzugsgebiet. Das Kaufkraftniveau von 88,0 liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt von 100, wobei diese Niveau immer noch geringfügig 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	36.687
Kaufkraftindex	88
Einzelhandelszentralität	140,4

Quelle: BBE!CIMA!MBResearch, 2012

[1] Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 31.12.2011

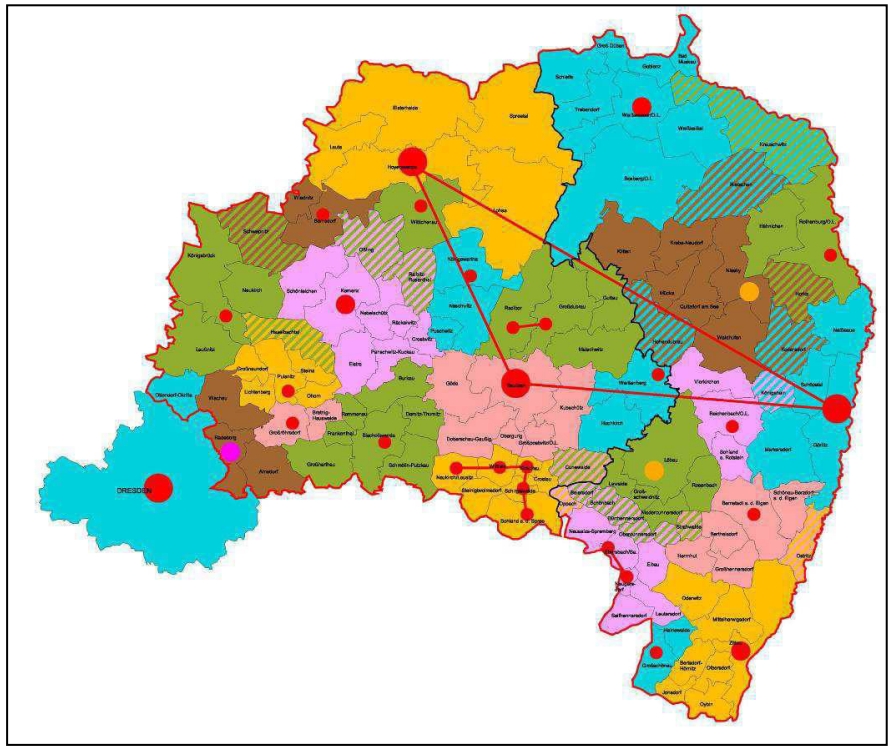
2.1 Raumordnung

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.

Das Planobjekt weist nach seiner Erweiterung >800 m² Verkaufsfläche auf und ist damit als großflächiger Betrieb 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)

2.2 Abgleich mit Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Im Jahr 2008 hat die Stadt Hoyerswerda ein Einzelhandelskonzept beschlossen und damit die zukünftigen Entwicklungsziele im Bereich Handel formuliert.

Es wurden drei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Das Zentrum der Altstadt wurde als zentraler Versorgungsbereich „Altstadt-Zentrum“ abgegrenzt. Neben diesem 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.

Entsprechend dieser Leitlinie wären auch Flächenerweiterungen bei den Nahversorgern in Hoyerswerda unzulässig.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt empfiehlt jedoch auch „zur Absicherung der wohnortnahen Versorgung (…) den Erhalt der Verteilung der Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet“ (vgl. dazu Leitlinie 3). Dazu gehört u.a. der Nahversorgungsstandort an der Schulstraße 2a. In Abschnitt 7.3 „Bewertung der Einzelhandelsstandorte in Hoyerswerda“ werden die Versorgungsstandorte bewertet und daraus künftige Entwicklungsmöglichkeiten abgeleitet und eine Zuordnung der Versorgungsrelevanz des Standortes innerhalb der Zentrenhierarchie der Stadt vorgenommen.

Die damals dokumentierten Empfehlungen und Einschätzungen wurden mit Karte 3 nochmals grafisch zusammenfassend aufbereitet.

Während die Erweiterung von Betrieben zu einem großflächigen Einzelhandelsbetrieben in integrierter Lage raumordnerisch generell zulässig ist, spricht sich das Einzelhandels- und Zentrenkonzept gegen eine Erweiterung auch in integrierten Lagen aus. Hinsichtlich einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung werden Standorte im Bestand jedoch als erhaltenswert eingestuft, sofern das vorhandene bzw. künftige Kaufkraftpotenzial im unmittelbaren Umfeld dies betriebswirtschaftlich rechtfertigen (Einwohnerentwicklung), also das Fortbestehen aus eigener Kraft wahrscheinlich ist und die Nahversorgungsfunktion nicht durch andere Betriebe mit wahrgenommen werden kann (z. B. zentrale Versorgungsbereiche). Eine Erweiterung in der Schulstraße 2a wurde zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes nicht in Betracht gezogen.

Bei dem bestehenden Betrieb handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 530m². Damit hat er eine vergleichsweise unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße, die den aktuellen Einzelhandels- bzw. Betriebsformenentwicklungen im Bereich Lebensmittel (betriebswirtschaftlich) nicht mehr gerecht wird.

Durch die Neuansiedlung zweier Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum wird der Betrieb weitere Umsätze verlieren, da er auf dieser Fläche mit möglichen Angebotsbreite und -tiefe nicht mehr mithalten kann.

Da ein Wegfall dieses Standortes aufgrund seiner wichtigen Nahversorgungsfunktion im Einzugsgebiet auch im Einzelhandelskonzept nicht empfohlen wird, steht dieses Vorhaben dem Einzelhandelskonzept nicht entgegen. Es wird deshalb im Rahmen dieser Verträglichkeitsuntersuchung geprüft, welche Auswirkungen die geplante Erweiterung des Discounters auf die zentralen Versorgungsbereiche und die erhaltenswürdigen Nahversorgungsstandorte hat.

Karte 3: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hoyerswerda, CIMA 2008; Bearbeitung: CIMA 2013

3 VORHABENBESCHREIBUNG UND LEISTUNGSKENNZIFFERN

Bei dem hier untersuchten Vorhaben soll am Standort Schulstraße 2a ein vorhandener Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsflächengröße von 530m² abgerissen werden und, nach Zukauf der Nachbarfläche, auf dieser mit einer geplanten Verkaufsfläche von 1.100m² neu errichtet werden.

Der Vorhabenstandort (aktueller Betrieb und Erweiterungsfläche) befindet sich in integrierter Lage östlich des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt-Zentrum und gehört zum Stadtteil Innere Altstadt (siehe Karte 4).

Bei der Schulstraße handelt es sich um eine einfache Ortsstraße. Südlich und nördlich der Schulstraße befindet sich lockere Wohnbebauung – mehrheitlich Einfamilienhäuser. Im Westen des Vorhabenstandortes geht die Wohnbebauung zu Mietwohnungen in Zeilenbauweise über. Im Osten schließt sich die historische Altstadt an.

Der derzeitige Umsatz des Discounters liegt bei 2,1 Mio. € p.a.. Nach der Erweiterung werden bei einer Umsatzerhöhung um 2,3 Mio. € insgesamt 4,4 Mio. € p.a. erwartet (siehe Tabelle 2).

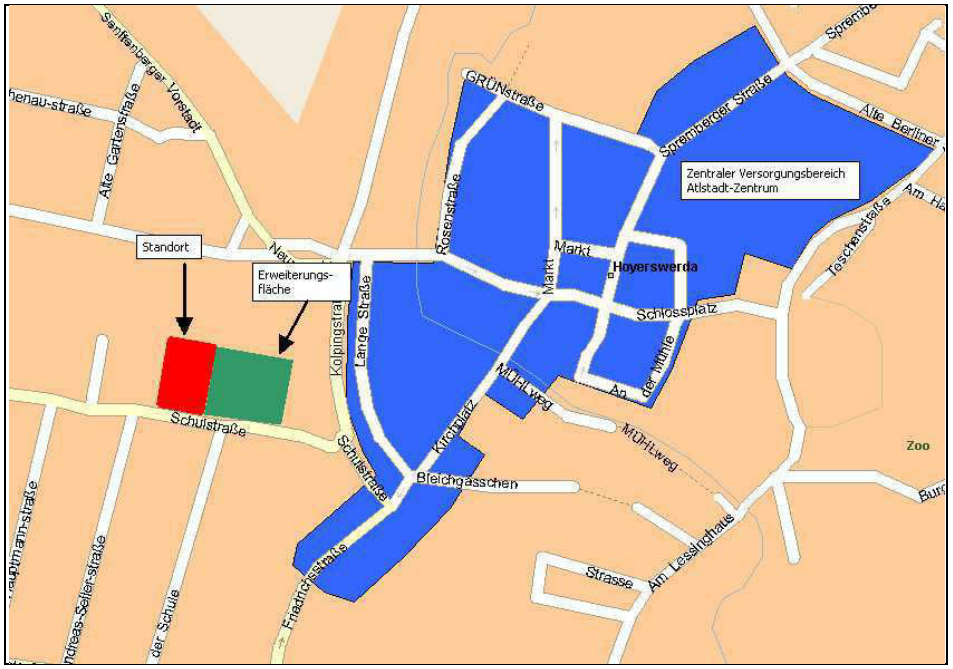
Tabelle 2: Leistungskennziffern des Planvorhabens Schulstraße 2a

Betriebstyp: Lebensmitteldiscounter

Flächenleistung	4.024 €/m² p.a.
aktuelle Verkaufsflächengröße	530 m²
aktueller Umsatz	2,1 Mio. € p.a.
Verkaufsflächengröße nach Erweiterung	1.100 m²
erwarteter Umsatz	4,4 Mio. € p.a.

Quelle: LIDL, CIMA 2013

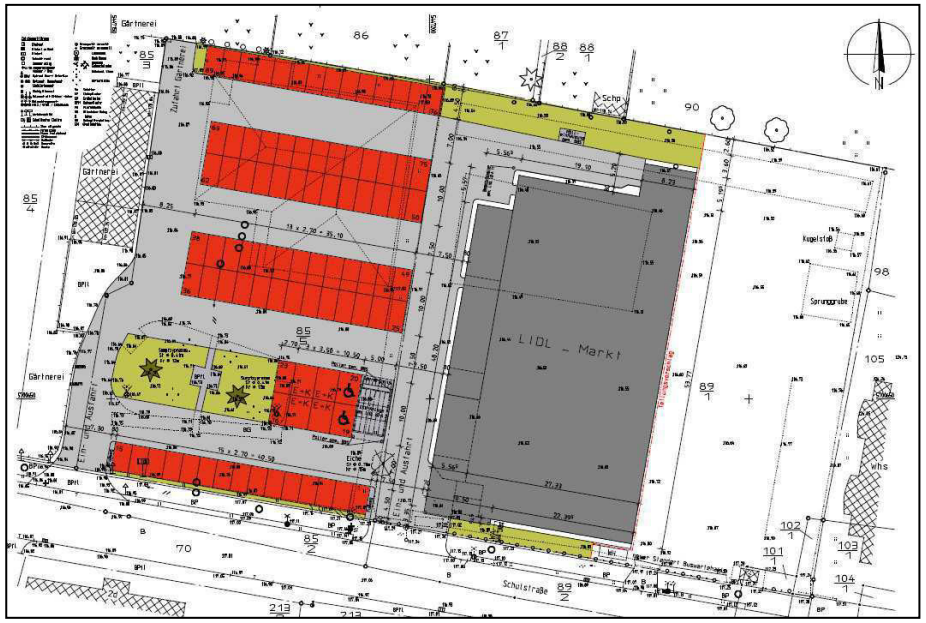
Karte 4: Vorhabenstandort



Quelle: MapPoint 2010

Für das Erweiterungsvorhaben soll der derzeitige Markt entfernt werden. Die Fläche wird mit PKW-Stellplätzen ausgewiesen. Auf dem freien Grundstück daneben wird dann ein neuer Markt mit insgesamt 1.100m² Verkaufsfläche errichtet (siehe Karte 5 und Foto 1).

Karte 5: Planzeichnung Vorhabenstandort Schulstraße



Quelle: Dr. Braun&Barth, Freie Architekten Dresden 2013

Foto 1: Vorhabenstandort

Luftbild: RAPIS Sachsen

4 MARKTSITUATION

4.1 Wettbewerbssituation in der Gesamtstadt

In der Stadt Hoyerswerda befinden sich 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 (siehe Tabelle 3). Damit gehört der Lebensmitteldiscounter an der Schulstraße 2a zu den kleinsten Betrieben in der Stadt Hoyerswerda.

Die Märkte sind relativ gleichmäßig über das Stadtgebiet verteilt (s. Karte 6).

In 380m Entfernung westlich vom Vorhabenstandort, ebenfalls an der Schulstraße, befindet sich ein weiterer Lebensmitteldiscounter, der jedoch in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum verlagert wird. Dieser Discounter hat eine Fläche von 635m.

Im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum entsteht ein Fachmarktzentrum mit dem vorgenannten Lebensmitteldiscounter (800m² Verkaufsfläche), einem Supermarkt (1.465m² VKF) sowie einer Drogerie (655m²) und einem weiteren Fachgeschäft (150m²).

Für die Berechnungen im Rahmen der Auswirkungsanalyse wird von den Gegebenheiten in naher Zukunft ausgegangen, da der Bau des Fachmarktzentrums im zentralen Versorgungsbereich bereits durch den Stadtrat beschlossen wurde.

Tabelle 3: Übersicht aller Lebensmittelmärkte Hoyerswerda

Straße	Betrieb	Betriebstyp	VKF in m²
Schulstraße	Lidl	Discounter	530
Teschenstraße	Rewe	Supermarkt	1.465
Teschenstraße	Aldi	Discounter	800
Fritz-Heckert-Siedlung (Breitsch	Penny	Discounter	625
Karl-Liebknecht-Straße	Aldi	Discounter	618
Kamenzer Bogen	Globus Supermarkt	SB-Warenhaus	6.080
Albert-Schweitzer-Straße	Netto	Discounter	780
Frederic-Joliot-Curie-Straße	Netto	Discounter	653
Lausitzer Platz	Rewe	Supermarkt	1.500
Wittichenauer Straße	Netto	Discounter	822
Albrecht-Dürer-Str. 1	Aldi	Discounter	563
Johann-Sebastian-Bach-Straße	Nah und Gut Janetz (Edeka)	SB-Geschäft	360
Lipezker Platz	Netto	Discounter	950
Ziolkowskistraße	Aldi	Discounter	655
Cottbuser Tor	Penny	Discounter	660
Straße E	Kaufland	Großer Supermarkt	2.800
Sandwäsche 2	Penny	Discounter	526

Quelle: CIMA 2013

Sowohl die Einwohnerzahl als auch die Kaufkraft ist in Hoyerswerda rückläufig. Im Bereich Lebensmittel ist aktuell ein Marktpotenzial von 65 Mio. € p.a. vorhanden (siehe Tabelle 4).

Stellt man diesem Potenzial die geschätzten Umsätze der bestehenden Lebensmittelmärkte gegenüber, so stellt man fest, dass die Bindungsquote 100% überschreitet (siehe Tabelle 5). Die Lebensmittelmärkte erhalten ihre Umsätze jedoch nicht aus der Stadt Hoyerswerda allein, sondern versorgen ebenso ein Naheinzugsbereich um Hoyerswerda. Das trifft vor allem auf Großmärkte wie Globus und Kaufland zu, die ein viel größeres Einzugsgebiet haben und deshalb auch weit über das Naheinzugsgebiet hinaus Kaufkraft binden. Dies reduziert wiederum die unmittelbar am Standort errechnete Kaufkraftbindung.

Bei der gesamtstädtischen Betrachtung von Bindungsquoten und offenen Umsatzpotenzialen sind kleinräumige Nahversorgungslücken jedoch nicht feststellbar. So können auch bei fehlenden gesamtstädtischen offenen Umsatzpotenzialen durchaus unterversorgte Stadtteile mit noch vorhandenen Potenzialen vorhanden sein.

Tabelle 4: Marktpotenzial im Bereich Lebensmittel in der Stadt Hoyerswerda

Branche	Einwohner	Verbrauchsausgaben je Branche in € p.a.	Kaufkraftkennziffer** (BRD = 100)	Geschätztes Marktpotenzial in Mio. € p.a.
Lebensmittel	36.687	2.013	88	65,0

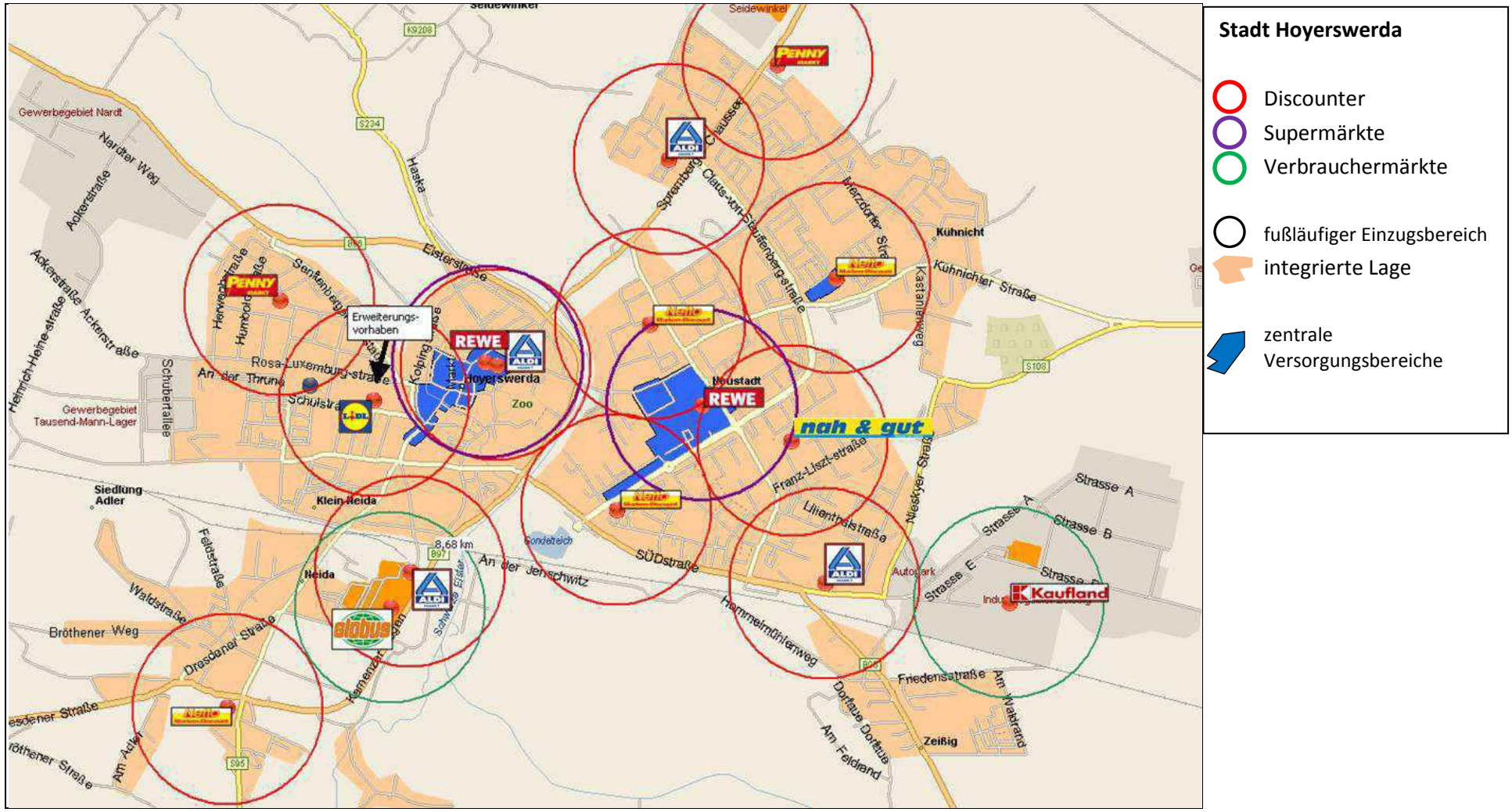
Quelle: BBE!CIMA!MBResearch 2012

Tabelle 5: Bindungsqoute und Umsatzpotenziale in der Stadt Hoyerswerda

Branche in Mio. € p.a.	Marktpotenzial Hoyerswerda in Mio.€ p.a.	geschätzte Umsatzleistung Hoyerswerda in Mio.€ p.a.	Bindungsquote in Hoyerswerda %	Offenes Umsatzpotenzial Hoyerswerda in Mio.€
Lebensmittel	65,0	72,3	111,3%	-7,4

Quelle: BBE!CIMA!MBResearch 2012

Karte 6: Lage und fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte in Hoyerswerda



Quelle: MapPoint2010; CIMA 2013

4.2 Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes

Das Einzugsgebiet des erweiterten Lebensmitteldiscounters orientiert sich überwiegend an den umliegenden Wohngebieten.

Auf Grund der Lage an einer Ortsstraße abseits einer größeren Zubringerstraße oder gar Bundesstraße sind keine hohen Kundenfrequenzen aus weiter entfernt liegenden Stadtteilen oder Nachbargemeinden zu erwarten.

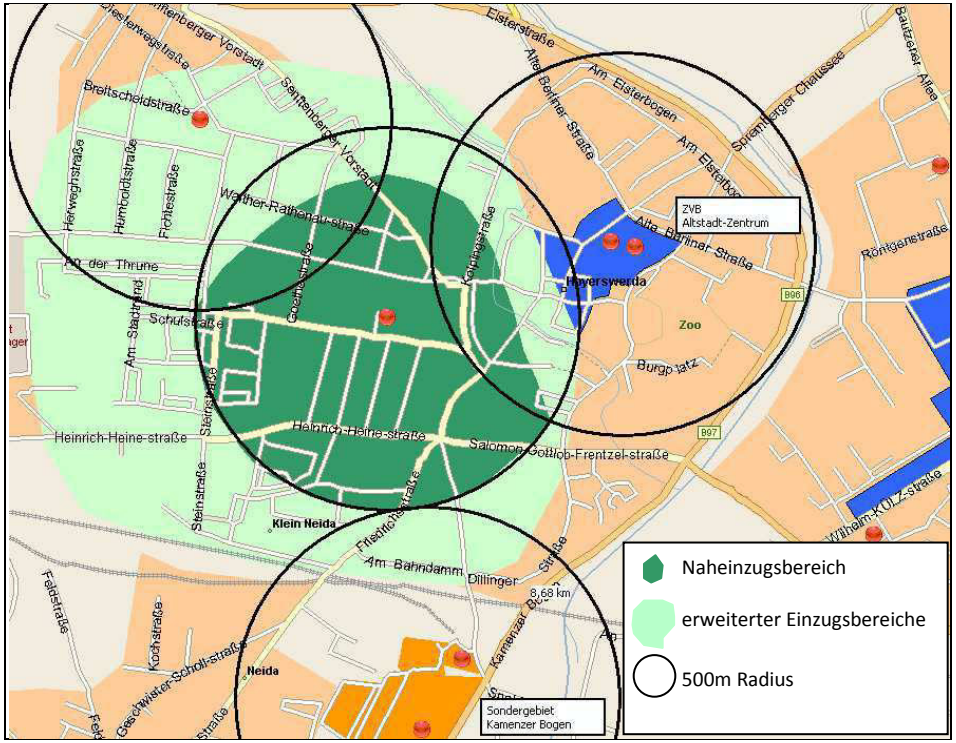
Begrenzt wird das Einzugsgebiet von den zwei großen Einzelhandelsstandorten im Osten und im Süden. Namentlich sind diese das neue Fachmarktzentrum im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum mit insgesamt 2.265m² Lebensmittelverkaufsfläche und dem Sondergebiet am Kamenzer Bogen mit insgesamt 6.700m² Lebensmittelverkaufsfläche.

Aufgrund der hohen Verkaufsflächen und der damit einhergehenden höheren Angebotsvielfalt und –attraktivität wird es auch einem erweiterten Lebensmitteldiscounter nicht möglich sein, Kunden aus dem Umfeld dieser Märkte abzuziehen.

Die derzeitige geringe Verkaufsflächengröße von 530m² führt am Standort Schulstraße 2a aktuell zu einem Abfluss an Umsätzen. Durch die Verkaufsflächenerweiterung können einige Anteile wieder mehr am Standort gebunden werden.

Bei dem hier untersuchten Planvorhaben handelt es sich also um einen klassischen Nahversorger, dessen Umsätze überwiegend aus seinem Naheinzugsbereich erzielt werden. Karte 7 zeigt den Naheinzugsbereich und den erweiterten Einzugsbereich des Planvorhabens. Der fußläufige Naheinzugsbereich (500m-Radius um den Vorhabenstandort) erstreckt sich über das gesamte westliche Wohngebiet der Inneren Altstadt und über Teile des Stadtteils Bahnhofsvorstadt. In diesen beiden Stadtteilen wird ein Potenzial von 75% der dort lebenden Einwohner angesetzt.

Karte 7: Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes



Kartengrundlage: MapPoint 2010; Bearbeitung: CIMA 2013

Der erweiterte Einzugsbereich ist etwas weiter gefasst und deckt fast das gesamte nordwestliche Stadtgebiet von Hoyerswerda ab. Aus diesen Stadtteilen wird ein Einwohnerpotenzial von 50% zugrunde gelegt. Nach Süden und Osten werden beide Einzugsbereiche von den Standorten Altstadt-Zentrum und Sondergebiet am Kamenzer Bogen begrenzt.

Für das Einzugsgebiet ergibt sich ein geschätztes Marktpotenzial von 6,9 Mio. € p.a. (s. Tabelle 6).

Tabelle 6: Marktpotenzial im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes

Branche	Gebiet	Einwohner	Einwohneranteil	Einwohner	Verbrauchsausgaben je Branche in € p.a.	Kaufkraftkenn-ziffer** (BRD = 100)	Geschätztes Markt-potenzial in Mio. € p.a.
Naheinzugsbereich	Innere Altstadt	1.164	75%	873	2.013	88	1,5
	Bahnhofsvorstadt	1.614	75%	1.211	2.013	88	2,1
Erweiterter Einzugsbereich	Senftenberger Vorstadt	1.671	50%	836	2.013	88	1,5
	Stadtrand	1.900	50%	950	2.013	88	1,7
		6.349		**3.869**			**6,9**

Kennziffern: BBE!CIMA!MBResearch 2013; Einwohnerdaten: Einwohnermelderegister Stadt Hoyerswerda, Stand: 30.06.2012

Dem gegenüber liegen die aktuellen Umsatzleistungen der beiden Lebensmitteldiscountmärkte Penny an der Breitscheidstraße und den Lidl an der Schulstraße mit 625 und 530m² Verkaufsfläche bei 5,4 Mio. € p.a. Damit besteht ein offenes Umsatzpotenzial von 1,5 Mio. € p.a. (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7: Bindungsqoute und Umsatzpotenziale im Einzugsbereich

Branche in Mio. € p.a.	Marktpotenzial Einzugsgebiet in Mio.€ p.a.	geschätzte Umsatzleistung Einzugsgebiet in Mio.€ p.a.	Bindungsquote im Einzugsgebiet %	Offenes Umsatz-potenzial Einzugsgebiet in Mio.€
Lebensmittel	6,9	5,4	78,3%	1,5

Quelle: BBE!CIMA!MBResearch 2012

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 8 werden die Umsatzherkünfte für den erweiterten Lebensmitteldiscounter dargestellt.

Dabei wird ausschließlich berechnet, wo die zusätzlichen Umsätze der Erweiterung –dies sind 2,3 Mio.€ p.a.- herkommen.

Zudem wird davon ausgegangen, dass der Aldi an der Schulstraße seinen Standort aufgegeben hat und das Fachmarktzentrum an der Teschenstraße bereits besteht.

Tabelle 8: 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 %	Erläuterung
Penny	Fritz-Heckert-Siedlung (Breitscheidstraße)	Discounter	625	**2,5**	10	0,23	9,1	
Aldi	Teschenstraße	Discounter	635	**3,2**	5	0,12	3,6	Rückholung Abfluss
Edeka	Teschenstraße	Supermarkt	1.500	**4,7**	5	0,12	2,5	Rückholung Abfluss
				Offenes Umsatzpotenzial		1,50		
Streuumsätze (üblicher Wert zwischen 10-15% von geplanter Umsatzleistung)					15	0,35		
					35	2,3		

Quelle: CIMA 2013

Es ist davon auszugehen, dass neben den offenen Umsatzpotenzialen von 1,5 Mio. € p.a. auch Abflüsse in Höhe von insgesamt 240.000 € p.a., die künftig vom neuen Fachmarktzentrum in der Teschenstraße gebunden werden sollen (siehe Tabelle 8 – Aldi und Rewe), durch die höhere Verkaufsfläche wieder am Vorhabenstandort gebunden werden können. Diese sind jedoch für die dortigen Märkte, die durch ihre Lage und Verkaufsflächengröße sehr robust sind, nicht betriebsgefährdend, so dass es zu keinen nachhaltig schädlichen Auswirkungen im zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum kommt.

Die größte Verdrängungsquote ist für den Discounter an der Breitscheidstraße zu erwarten. Die Verdrängungsquote liegt hier bei unter 10%. Mit der Vorschädigung in Form von angenommenen Umsatzabflüssen durch das Fachmarktzentrum in der Teschenstraße ist auch hier der Weiterbetrieb nicht grundsätzlich in Frage zu stellen, jedoch erheblich erschwert.

6 ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

Das Erweiterungsvorhaben des Lebenmitteldiscounters an der Schulstraße 2a von 530 auf 1.100m² Verkaufsfläche steht den Aussagen im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda aus dem Jahr 2008 nicht entgegen, da der Standort als erhaltenswert eingestuft wird, in der heutigen Form jedoch nicht langfristig überlebensfähig ist.

Mit 530m² Verkaufsfläche verfügt der Lebensmitteldiscounter über eine weit unterdurchschnittliche Verkaufsflächengöße, mir der der Betrieb angesichts der Entwicklungen der letzten 5 Jahre nicht mehr langfristig am Markt mithalten können wird. Der Mittelwert der Lebensmittelverkaufsflächen aller Lebensmittelmärkte >350m² VKF in der Stadt Hoyerswerda liegt bei 1.199m² (inkl. des neuen Fachmarktzentrums an der Teschenstraße). Durch die Entwicklung des Fachmarktzentrums im zentralen Versorgungsbereich sind weitere Umsatzrückgänge zu erwarten, die der Discounter mit seiner derzeitigen Größe nicht mehr auffangen können wird. Aufgrund seiner nicht-autoorientierten Lage an einer Ortsstraße sind keine Umsatzsteigerungen aus anderen Gebieten durch gezieltes Marketing möglich.

Insgesamt ist dieser Betrieb ohne eine Verkaufsflächenerweiterung an diesem Standort betriebswirtschaftlich nicht mehr rentabel. Damit würde die erwünschte Nahversorgung in diesem Gebiet wegfallen.

Eine Verkaufsflächenerweiterung und der damit einhergehenden Sortimentserweiterung sichert die Nahversorgung im Quartier nicht nur, sondern erhöht sie auch qualitativ durch die Möglichkeit, ein breiteres und tieferes Sortiment anbieten zu können.

Die Berechnungen der Verdrängungsanalyse haben gezeigt, dass auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hoyerswerda, insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum, keine negativen Auswirkungen nachweisbar sind. Lediglich die bestehenden und auch nach der Erweiterung weiterhin bestehenden Umsatzabflüsse werden etwas gemindert.

Nicht zuletzt liegt die Verkaufsflächenerweiterung um 570m² in einer ähnlichen Größenordnung, die durch die Verlagerung des Lebensmitteldiscounters an der Schulstraße 12 mit 635m² in diesem Gebiet wegfällt.

Fazit:

Die Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters an der Schulstraße 2a hat keine schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt-Zentrum.

Ohne die Verkaufsflächenerweiterung ist der Betrieb auf einer Fläche von 530m² marktwirtschaftlich nicht mehr rentabel und wird aufgegeben. Damit verschlechtert sich die Nahversorgung im Quartier ganz erheblich. Der Standort selbst wird im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hoyerswerda von 2008 als erhaltenswert eingestuft.

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).