



Auswirkungsanalyse

Erweiterung des Edeka-Lebensmittelmarktes im Gewerbepark 5 in 98716 Geraberg

Auftraggeber:

Gemeindeverwaltung Geraberg
Arnstädter Straße 17
98716 Geraberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© 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. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Erfurt, 29. September 2017

Auswirkungsanalyse

Erweiterung des Edeka-Lebensmittelmarktes im Gewerbepark 5 in 98716 Geraberg

Auftraggeber:

Gemeindeverwaltung Geraberg
Arnstädter Straße 17
98716 Geraberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© 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. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

- 1. Ausgangssituation / Projektdaten4**
- 2. Makrostandort Geraberg 7**
- 3. Einzelhandelsanalyse Geraberg9**
- 4. Mikrostandortanalyse13**
- 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse16**
 - 5.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens16
 - 5.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet.....19
 - 5.3. Angebotsanalyse der projektrelevanten Lebensmittelbranche20
- 6. Städtebauliche Beurteilung des Projektvorhabens24**
 - 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....24
 - 6.2. Umsatzprognose.....26
 - 6.3. Umsatzherkunft.....30
 - 6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens.....32
 - 6.4.1. Methodische Vorgehensweise32
 - 6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet.....33
 - 6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets36
 - 6.5. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens40
- 7. Zusammenfassung.....43**

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Geraberg im Vergleich	8
Tabelle 2: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	19
Tabelle 3: Angebotsstrukturen des Lebensmittelhandels im Untersuchungsgebiet	22
Tabelle 4: Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Untersuchungsgebiet.....	23
Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	24
Tabelle 6: Marktanteilsprognose des erweiterten Edeka-Supermarktes in Geraberg	26
Tabelle 7: Prospektive Raumleistung des Supermarktes	27
Tabelle 8: Umsatzplanung des Backshops	29
Tabelle 9: Umsatzherkunft des projektierten Supermarktes (inkl. Backshop)	31
Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen des Projektvorhabens auf Orte im Einzugsgebiet	33
Tabelle 11: Summierte Umsatzzumlenkungen des Projektvorhabens außerhalb des Einzugsgebiets.....	37
Tabelle 12: Prospektive Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Untersuchungsgebiet.....	38

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Planungsregion Mittelthüringen (Ausschnitt)	7
Karte 2: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte in Geraberg (Skizzierung)	10
Karte 3: Lage des Projektstandortes in Geraberg.....	13
Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes Gewerbepark 5 in Geraberg	14
Karte 5: Angebotsstandorte im Umfeld von Geraberg und Erreichbarkeitsisochrone	16
Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des Edeka-Marktes in Geraberg	17
Karte 7: Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet.....	20
Karte 8: Schematische Darstellung der Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Vorhabengrundstück Gewerbepark 5 in Geraberg	4
Abbildung 2: Erweiterungsplanung des Edeka-Marktes (Entwurf) in Geraberg.....	5
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	8
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Geraberg.....	9
Abbildung 5: Standortbereich Arnstädter Straße in Geraberg	11
Abbildung 6: Lebensmittelanbieter in Geraberg (Auswahl).....	21
Abbildung 7: Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet des Geraberger Edeka-Marktes (Auswahl).....	22
Abbildung 8: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens	30

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Fotodokumentation der Innengestaltung des Edeka-Marktes	45
Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	48
Anlage 3: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	50

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Firma Edeka betreibt bereits langjährig in **Geraberg** einen Lebensmittelmarkt, der im westlichen Bereich der Gemeinde verortet ist. Der Supermarkt war vormals in der Ohrdruffer Straße angesiedelt und wurde im Jahr 2008 an den aktuellen Standort auf das Gelände des ehemaligen Thermometerwerks verlagert. Der Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 1.250 m², zudem ist in der Vorkassenzone ein Bäcker mit rd. 20 m² eingemietet.

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Vorhabengrundstück Gewerbepark 5 in Geraberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Bei dem inhabergeführten Markt handelt es sich um einen sehr gut eingeführten Lebensmittelmarkt, so dass zur besseren Bewältigung der hohen Bestandsumsätze und des Kundenaufkommens eine **flächenseitige Kapazitätserweiterung** erfolgen soll. Dies ist zwingend notwendig, da die aktuelle Verkaufsfläche zur Abwicklung der Kundenumsätze und für eine attraktive und zeitgemäße Warenpräsentation nicht mehr ausreicht. Dies wird insbesondere in der beengten Präsentation und der nicht-zeitgemäßen Warendarstellung innerhalb des Marktes deutlich (vgl. Fotodokumentation in Anlage 1).

Aus diesem Grund wurde bereits im Jahr 2011 die **Ausgliederung der Getränkeabteilung** in einen separaten Getränkemarkt geplant. Eine entsprechende Bauvoranfrage der Edeka für einen Markt mit 799 m² wurde von der Genehmigungsbehörde positiv beschieden.¹ Dieser positive Bauvorbescheid ist nach beantragter und genehmigter Verlängerung heute noch rechtskräftig.

Die Firma Edeka hat aktuell ihr Supermarktkonzept dahingehend geändert, dass angrenzend zu bestehenden Supermärkten keine separat liegenden Getränkemarkte mehr entwickelt werden. Dies ist insbesondere auf betriebsinterne Gründe (u.a. geringere Betriebs- und Personalkosten, weniger Flächeninanspruchnahme durch Reduzierung von Lager- und Nebenflächen sowie von Flächen für Personal- und Sozialräume, keine gesonderte technische Erschließung) und auch auf Attraktivitätsgründe (u.a. Synergie-/ Kopplungseffekte für Kunden, übersichtliche und zusammenhängende Präsentation eines Vollsortiments, zusammenhängender Einkaufsvorgang) zurückzuführen. Somit plant die Edeka auch in Geraberg, den bestehenden Supermarkt bzw. insbesondere die Getränkeabteilung zu vergrößern.

Mit der erweiterten Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes sollen u.a. die **Kundenattraktivität** (z.B. breitere Gänge, übersichtliche Produktpräsentation, niedrige Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche) erhöht und die innerbetrieblichen Abläufe für die Mitarbeiter in der Filiale optimiert und verbessert werden, insbesondere die Warenbestückung.² Ein wesentlicher Umsatzzuwachs wird seitens von Edeka nicht erwartet,

¹ Das Projektareal des Vorhabenträgers befindet sich in einem im Zusammenhang bebauten Ortsteil. Das Grundstück liegt außerhalb des räumlichen Geltungsbereichs eines Bebauungsplans im Sinne des § 30 Abs. 1 BauGB, so dass sich die Beurteilung des Vorhabens nach § 34 BauGB (sog. unbeplanter Innenbereich) richtet.

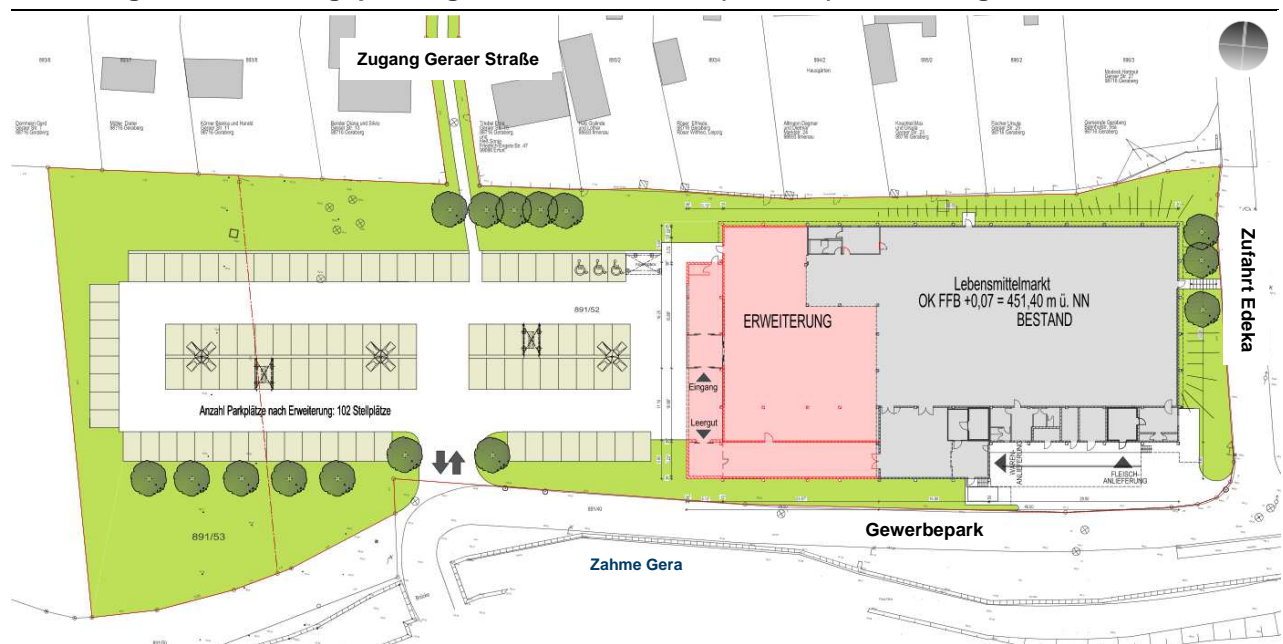
² Grundsätzlich können bspw. mit einem Gabelhubwagen („Ameise“), der mit einer Palette bestückt ist oder in einem Rollcontainer deutlich mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen in den Markt gebracht werden, was zur Einsparung bei Logistik- und Personalkosten führt. Dies ist derzeit größtenteils nicht möglich, da die Gangbreite in dem Edeka-Markt nur bei rd. 1,5 Meter liegt. Da eine Euro-Palette bereits eine Breite von 0,8 Metern hat, ist die beidseitige Begehrbarkeit eines Gangs dann nicht mehr möglich. Demnach führen allein die erhöhten Gangbreiten zu deutlich höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

da die Artikelanzahl im Food und im Non-Food-Sortiment nach der Erweiterung nicht maßgeblich erhöht wird und die Erweiterung maßgeblich auf die Getränkeabteilung bezogen ist. Die Maßnahme zielt neben der Verbesserung der Verkaufsabläufe insbesondere auf eine optische Attraktivierung des Marktes und somit auf eine langfristige Standortsicherung ab, um die Wettbewerbsfähigkeit der Filiale dauerhaft zu sichern.

Im Zuge einer langfristigen Attraktivierung soll das **Layout** des Marktes durch einen Anbau an der westlichen Seite der Bestandsimmobilie auf rd. 2.100 m² Verkaufsfläche vergrößert werden, so dass die Fläche des Marktes oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit³ liegen wird. Die Gesamtverkaufsfläche setzt sich gemäß einer Vorplanung aus der eigentlichen Marktfläche von 2.040 m² (inkl. Windfang [30 m²], Leergutannahme [25 m²]) und aus der Fläche des Bäckers (rd. 60 m²) zusammen. In Summe errechnet sich somit eine Erweiterungsfläche von rd. 830 m².

Nachfolgender objektbezogener **Lageplan** stellt den Standort der zu erweiterten Edeka-Filiale im räumlichen Kontext dar. Durch die geplante Erweiterung der Handelsimmobilie soll die Parkieranlage in westlicher Richtung erweitert werden. Dies erfolgt durch die Nutzung einer derzeit bestehenden Brachfläche, so dass mit der Inwertsetzung dieser Fläche sowohl eine Neuordnung als auch eine Aufwertung dieses Gebietes erreicht wird.

Abbildung 2: Erweiterungsplanung des Edeka-Marktes (Entwurf) in Geraberg



Quelle: Budszuhn.Kummer, Architekt + Fachplaner Erfurt

Im Rahmen der Entwicklung der Verkaufsfläche ist geplant, für das Vorhaben ein **Sondergebiet Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO** auszuweisen. Hierzu wurde seitens der Gemeinde ein Aufstellungsbeschluss zur Einleitung eines entsprechenden Verfahrens gefasst.⁴ Im Rahmen der Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens zur Abwägung im B-Planverfahren benötigt. In einem zu erstellenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Ent-

³ Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

⁴ Der Gemeinderat der Gemeinde Geraberg hat am 03.08.2016 den Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan „Sondergebiet Einzelhandel Edeka“ gefasst und somit das gesetzlich vorgeschriebene Planverfahren eingeleitet.

wicklung zentraler Versorgungsbereiche⁵ in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind.

Bei einer Sondergebietsausweisung sind ferner die **Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung** zu beachten. Die relevanten Ziele bzw. Grundsätze sind im Landesentwicklungsprogramm des Freistaates Thüringen⁶ und im nachgeordneten Regionalplan Mittelthüringen⁷ verbindlich geregelt und werden im Rahmen der Auswirkungsanalyse bewertet.

Nachstehend werden die Ergebnisse einer dementsprechend durchgeführten Untersuchung beschrieben, die im September 2017 nach der Beauftragung durch die Gemeindeverwaltung Geraberg bzw. der VG Geratal erfolgte.

5 Die Gemeinde Geraberg besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Somit werden mögliche (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

6 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.6.

7 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen 2011, Punkt 2.3.

2. Makrostandort Geraberg

Die Gemeinde Geraberg, die aus der Vereinigung der beiden vormals selbstständigen Orte Gera und Arlesberg entstanden ist, befindet sich hinsichtlich ihrer **geographischen Lage** im westlichen Bereich des Ilm-Kreises. Die Lage der Gemeinde ist durch die direkte Nähe zu der rund 9 Kilometer entfernt liegenden Stadt Ilmenau geprägt, so dass diverse Verflechtungen und Austauschbeziehungen zu diesem zentralen Ort bestehen. Im näheren Umkreis von Geraberg liegen ausschließlich kleinere Orte bzw. Gemeinden, so dass sich Geraberg in einem ländlich geprägten Umfeld befindet.

Naturräumlich ist Geraberg in attraktiver Lage am Nordrand des Thüringer Waldes verortet, so dass das direkte Umfeld der Gemeinde durch eine bewegte Topographie und diverse naturräumliche Barrieren gekennzeichnet ist. Geraberg ist im Tal des Flusslaufs der Zahmen Gera situiert, wobei der Siedlungskörper der Gemeinde rund 4 Kilometer entlang dieses Flusses verläuft.

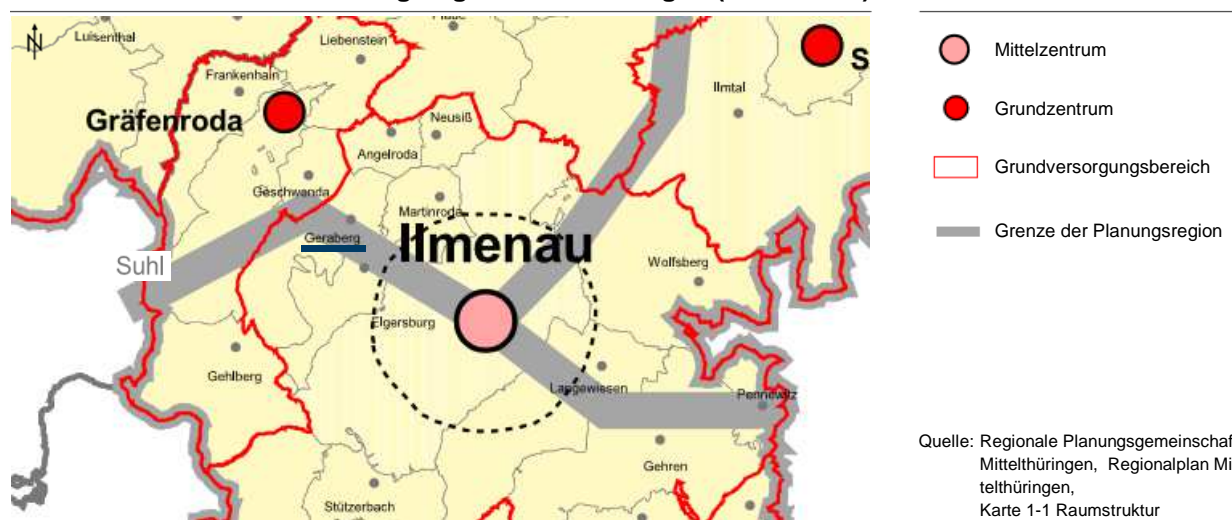
Geraberg hat sich mit den Gemeinden Elgersburg, Martinroda, Angelroda und Neusiß zur Erledigung ihrer Verwaltungsgeschäfte zur **Verwaltungsgemeinschaft Geratal** zusammengeschlossen. Der Sitz der Verwaltungsgemeinschaft, die rd. 5.020 Einwohner umfasst, ist in Geraberg.

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Geraberg erfolgt über eine Anschlussstelle an die Autobahn A 71, deren Trassierung durch das nördliche Gemarkungsgebiet der Gemeinde verläuft. Weiterhin ist Geraberg über die ehemalige Bundesstraße B 88 an das südlich liegende Ilmenau und die nördlich angrenzenden Orte angebunden; zudem stellt eine Kreisstraße eine Anbindung zu den zur VG gehörenden Gemeinden Martinroda, Neusiß und Angelroda dar. Im Fazit ist die Gemeinde – trotz des bewegten Reliefs des Thüringer Waldes und der damit verbundenen Erreichbarkeithemmnisse – durch eine sehr gute überregionale Erreichbarkeit geprägt und ebenfalls mit den umliegenden Orten der Region vernetzt.

Geraberg ist an das Schienennetz der Deutschen Bahn angeschlossen und liegt an der Regionalbahnstrecke Erfurt – Ilmenau. Der Bahnhofpunkt ist im östlichen Bereich der Gemeinde verortet. Die Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** wird von Regionalbussen übernommen, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Geraberg anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten.

Die Gemeinde Geraberg besitzt gemäß dem aktuell gültigen **Regionalplan** keine landes- bzw. regionalplanerische Einstufung. Die umliegenden zentralen Orte sind das Mittelzentrum Ilmenau – zu dessen Grundversorgungsbereich Geraberg zugeordnet ist – und das Grundzentrum Gräfenroda.⁸

Karte 1: Raumstruktur Planungsregion Mittelthüringen (Ausschnitt)



⁸ vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm 2025, Pkt. 2.2.11 / vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen, Pkt. 1.2.4, Z 1-1.

In Geraberg leben derzeit knapp 2.400 Einwohner. Die **Bevölkerung** der Gemeinde ist in den letzten zehn Jahren um -7,6 % gesunken. Der Rückgang lag somit geringfügig über dem Mittel des IIm-Kreises (-6,3%) und des Landesdurchschnitts (-7,0 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Geraberg im Vergleich

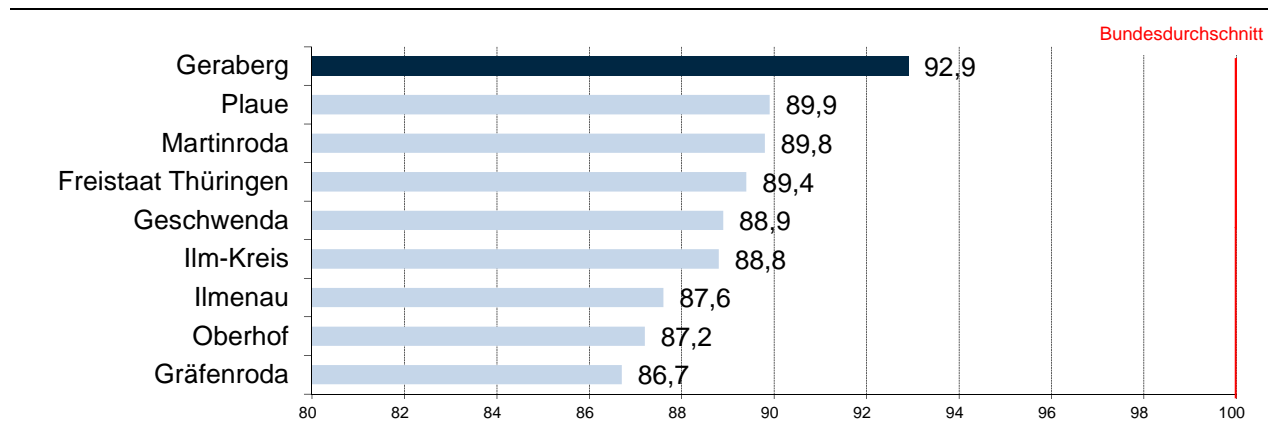
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2005	2015		2025		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Geraberg	2.580	2.383	-7,6	k.A.		
IIm-Kreis	117.014	109.620	-6,3	102.775	-6,2	
Freistaat Thüringen	2.334.575	2.170.714	-7,0	2.024.365	-6,7	

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2005/2015; 1. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung

Für Geraberg existiert keine kleinräumige **Bevölkerungsprognose**. Perspektivisch ist u.E. nach weiterhin eine rückläufige Bevölkerung zu erwarten, die auf Grund der Entwicklung in der Vergangenheit im Trend des umliegenden Landkreises liegen dürfte.

Die **Pendler** können ein wichtiges Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -353 Personen⁹ besitzt Geraberg mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind demnach keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale in der Gemeinde zu erwarten.¹⁰

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern


Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Geraberg (92,9) liegt über dem Mittelwert des IIm-Kreises (88,8) und über dem thüringischen Landesdurchschnitt (89,4), so dass die Gemeinde im regionalen Vergleich eine hohe Einzelhandelskaufkraft besitzt. In Relation zum Bundesdurchschnitt (100) verfügt Geraberg – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – jedoch über eine geringere Kaufkraft. Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

⁹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2016.

¹⁰ Den 772 Auspendlern stehen 419 Einpendler gegenüber, so dass Geraberg ein gewisses Arbeitsplatzangebot besitzt.

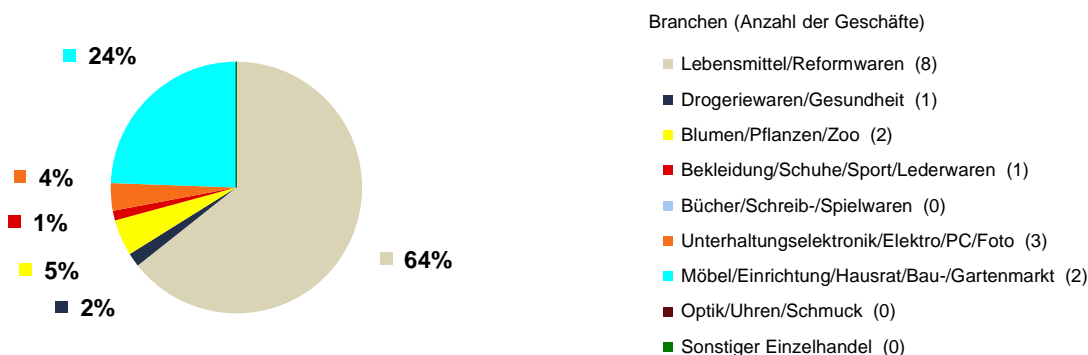
3. Einzelhandelsanalyse Geraberg

Für die folgende Analyse wurden alle Einzelhandelsbetriebe in Geraberg im September 2017 im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung aufgenommen und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Einzelhandelsangebot**¹¹ der insgesamt 16 Handelsbetriebe beläuft sich aktuell auf rd. 2.200 m², was einer Verkaufsflächendichte¹² von rd. 0,9 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich – unabhängig von einer branchenspezifischen Betrachtung¹³ – deutlich unterhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.

Die geringe örtliche Flächenausstattung ist auf das limitierte Nachfragevolumen zurückzuführen, das sich aus der niedrigen Bevölkerungszahl der Gemeinde ergibt. Somit ist eine vollumfängliche Handelsausprägung in der Gemeinde Geraberg auch zukünftig auszuschließen.

Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** wird maßgeblich durch die Lebensmittelbranche bestimmt, die mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.450 m² rund 65 % der gesamtörtlichen Einzelhandelsfläche einnimmt. Es folgt mit einem deutlich geringeren Flächenanteil von rd. 25 % die Einrichtungsbranche, wobei das Angebot in Geraberg u.a. durch einen größeren Baustoffhandel/Baumarkt geprägt ist. Die restlichen Sortimente nehmen jeweils einen geringen Flächenanteil an der gesamtörtlichen Verkaufsfläche ein.¹⁴

Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Geraberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

In Bezug auf die **räumliche Verteilung des Einzelhandels** befindet sich eine gewisse Angebotsverdichtung in der Geraberger Ortsmitte, da hier sieben Handelsbetriebe verortet sind. Die Einzelhandelsfläche beträgt rd. 520 m² und wird durch nahversorgungsrelevante Sortimente und einen Elektrowarenanbieter geprägt. Eine Angebotsabrundung erfolgt in diesem Bereich durch vereinzelte Komplementäre (u.a. Sparkasse, Kleingastronomie, konsumnahe Dienstleistungen).

Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt liegt im westlichen Gemeindegebiet im Ortsteil Arlesberg, da hier mit Edeka der größte Handelsbetrieb verortet ist. Der Markt stellt den einzigen Träger der Nahversorgung in Geraberg dar. Im Standortverbund mit Edeka ist ein Bäcker adressiert.

Weiterhin sind vereinzelte Handelsbetriebe in Streulagen, vorwiegend an der innerstädtischen Hauptdurchfahrtstraße Geraer-/ Ohrdruffer Straße verortet.

11 Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft- und Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

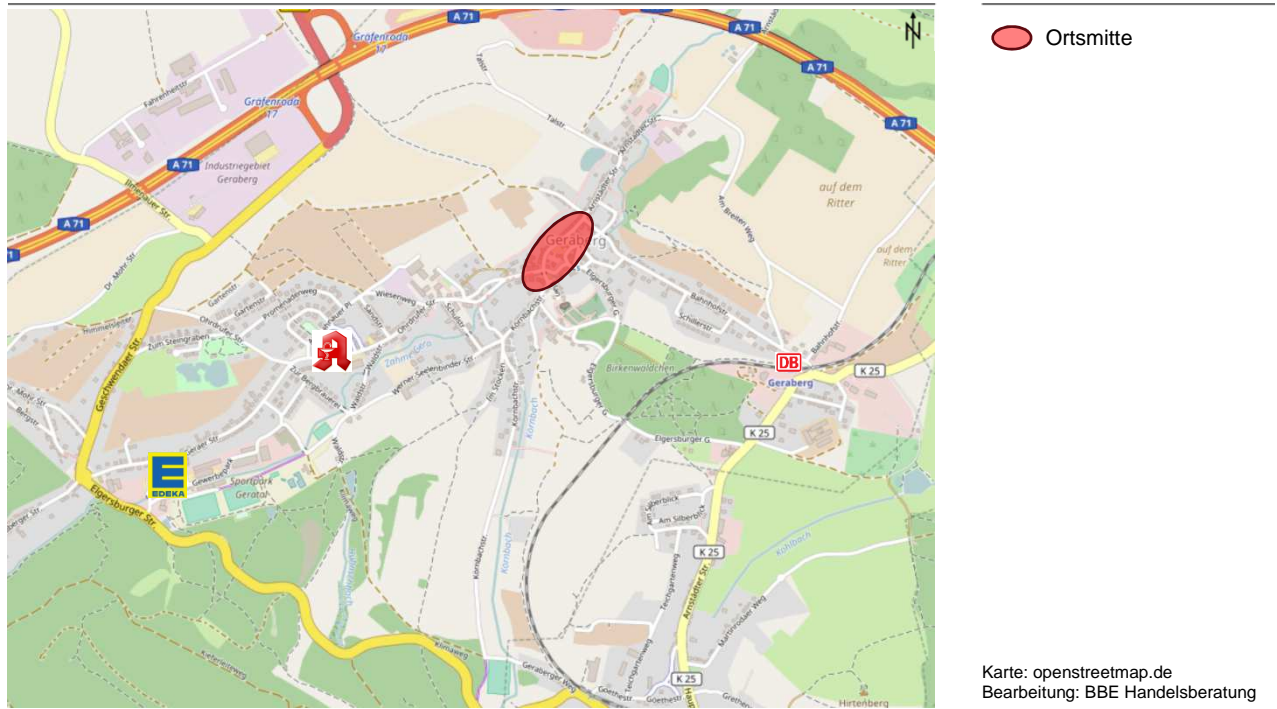
12 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis der Verkaufsfläche zu den Einwohnern eines Ortes oder einer Region.

13 Bei der Betrachtung der Verkaufsflächendichte muss beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten der Erhebungseinheit zusammengefasst wurden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden.

14 Die Einzelhandelsdichte bzw. der Verkaufsflächenbestand ist maßgeblich unter Berücksichtigung der lokalen Bevölkerung zu sehen. Die geringe Einwohnerzahl bedingt grundsätzlich eine niedrige Nachfrage, so dass der Entwicklung des örtlichen Einzelhandels deutliche Grenzen gesetzt sind.

Die nachfolgende Karte stellt überblicksartig die räumliche Verortung der beiden beschriebenen **Einzelhandelslagen** in Geraberg dar.

Karte 2: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte in Geraberg (Skizzierung)



Die Gemeinde Geraberg besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen.

Im Zuge einer Ortsbegehung wurde die Existenz **faktischer zentraler Versorgungsbereiche** in Geraberg geprüft. Prinzipiell handelt es sich bei sog. zentralen Versorgungsbereichen um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.¹⁵ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.¹⁶

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.¹⁷ Innerhalb

¹⁵ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

¹⁷ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Grund- bzw. Nahversorgungszentrum) geben.

Auf Grundlage der Ortsbegehung konnte in Geraberg keine umfassende Angebotsverdichtung in Bezug auf Handelseinrichtungen identifiziert werden. Bezüglich der geringen flächenseitigen Handelsausprägung – auch unter Berücksichtigung des Gesamtangebots der Gemeinde – und des Fehlens von tragfähigen innerörtlichen Einzelhandelsstrukturen sind **keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche** vorhanden, insbesondere kein Innenstadtzentrum.

Im Stadtteil Gera ist entlang der Arnstädter Straße¹⁸ eine gewisse Handelsverdichtung festzustellen. Die hier verorteten sieben Handelsbetriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 520 m² einnehmen, können jedoch keine vollumfängliche Versorgung der lokalen Bevölkerung sicherstellen. Insbesondere sind die für ein Innenstadtzentrum typischen Angebote an modischen Waren (Textilien, Schuhe, Sport) nicht ausgeprägt, da in diesen Branchen kein entsprechender Anbieter vorhanden ist. Ferner fehlen auch relevante Nahversorgungsangebote, da in den Branchen Lebensmittel (Ausnahme Nahrungsmittelhandwerker), Drogeriewaren oder Pharmaziewaren (Apotheke) keine Betriebe zu finden sind. Prinzipiell ist zu konstatieren, dass ein zusammenhängender bzw. verdichteter Geschäftsbesatz nicht ausgeprägt ist, da die derzeitigen Angebotsstrukturen lückenhaft sind.

Abbildung 5: Standortbereich Arnstädter Straße in Geraberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Perspektivisch fehlt es auch an einem entwicklungsfähigen Kern, da die Raumverhältnisse in diesem Bereich die Ansiedlung von Magnetbetrieben oder von größeren Einzelhandelsbetrieben nicht zulassen. Eine Innenentwicklung dieses Bereiches ist vor allem auf Grund der bereits bestehenden Wohnbebauung und des kleinteiligen Immobilienbesatzes praktisch ausgeschlossen. Eine prospektive Nutzung mit Einzelhandel ist augenscheinlich bei den meisten Immobilien nicht möglich, da die Erdgeschosszonen größtenteils durch Wohnnutzungen belegt sind. Somit kann keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden, die als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren wäre.

Des Weiteren bestehen in dem vorstehend genannten Bereich nur wenige Angebotsreserven. Aktuell wurden drei leerstehende Gewerbeeinheiten mit einer geschätzten Gesamtfläche von rd. 100 bis 120 m² identifiziert, die für eine potenzielle Nutzung durch Einzelhandel prädestiniert wären. Die Verkaufsfläche der einzelnen Läden fällt jedoch sehr gering aus und liegt für die Ansiedlung zeitgemäßer Einzelhandelskonzepte zu niedrig, so dass der dauerhaft rentable Betrieb eines Einzelhandelsgeschäftes schwierig ist. Demnach bestehen nur limitierte Angebotsreserven im Bestand.

In der Geraberger Ortsmitte wurde lediglich eine Potenzialfläche gesichtet, die für eine Belegung mit Einzelhandel akzeptabel ist. Hierbei handelt es sich um eine Freifläche in der Arnstädter Straße 5, die für die Bebauung mit einem Wohn- und Geschäftshaus und einer Erdgeschossnutzung durch Einzelhandel geeig-

¹⁸ Der Bereich erstreckt sich von dem Kreuzungsbereich Arnstädter Straße / Ohrdruffer Straße bis zum Kreuzungsbereich der Arnstädter Straße zur Bahnhofstraße.

net wäre. Im Fazit der vorstehenden Diskussion ist daher abzuleiten, dass auch zukünftig innerhalb des Gemeindekerns keine maßgeblichen Entwicklungen stattfinden können, um hier eine komplexe und umfangreiche Einzelhandelsversorgung für die Einwohner von Geraberg zu etablieren.

Des Weiteren stellen prinzipiell die geringe Mantelbevölkerung und das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel in Geraberg dar. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich deutliche Grenzen gesetzt, so dass sich marktfähige Einzelhandelsstrukturen (außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente) auch zukünftig definitiv nicht ausprägen können. Dies ist auch unter dem Aspekt des Handelsangebots in umliegenden Städten (insbesondere Ilmenau) zu sehen, da die hier bestehenden Handelsbetriebe auch auf Geraberg ausstrahlen und eine Sogwirkung auf die Einwohner der Gemeinde ausüben.

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass entlang der Arnstädter Straße eine geringe Verdichtung von Handelsbetrieben zu beobachten ist, wobei dieser Bereich unter städtebaulichen Aspekten attraktiv gestaltet ist. Dieses Versorgungsgebiet stellt jedoch aktuell keinen (faktischen) zentralen Versorgungsbereich dar. Ferner ist auch die zukünftige Ausbildung eines solchen Bereiches in Geraberg aus gutachterlicher Sichtweise nicht umsetzbar.¹⁹

19 Sollte dennoch die Ausbildung eines Innenstadtzentrums geplant sein, so wäre dies in einem Einzelhandelsentwicklungskonzept detailliert zu beschreiben und darzustellen.

4. Mikrostandortanalyse

Der **Projektstandort** ist im westlichen Siedlungsbereich von Geraberg im Ortsteil Arlesberg verortet (vgl. Karte 2). Das Areal des Edeka-Marktes liegt zwischen dem innerörtlichen Hauptverkehrsträger Geraer Straße und der Straße Gewerbepark.

Karte 3: Lage des Projektstandortes in Geraberg



Projektstandort

Karte: openstreetmap.de
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die **Umfeldnutzung** des Standortes ist durch eine gemischte Bebauung geprägt. Nördlich des Lebensmittelmarktes befindet sich straßenbegleitend zur Geraer Straße eine lockere Wohnbebauung mit freistehenden, meist ein- bis zweigeschossigen Wohnhäusern. Östlich des Edeka-Marktes dominiert eine Gewerbenutzung, da direkt an dem Edeka-Standort mit den Firmen electrotherm und MGE Metallgeräte produzierende Betriebe vorhanden sind. Südlich des Projektstandortes ist eine Tankstelle (Gulf) verortet, ebenso befindet sich hier mit einer Sportanlage (u.a. Fußballplatz, Kegelbahn, Freibad) eine öffentliche Nutzung. Westlich des Edeka-Marktes schließt sich eine Freifläche an, die perspektivisch durch die Parkplatzanlage des Edeka-Marktes belegt werden soll (vgl. Abb. 2). Im Anschluss ist eine mehrgeschossige Gewerbeimmobilie verortet.

Der Projektstandort ist auf Grund der Nähe zur Elgersburger Straße durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet. Über diesen Verkehrsträger ist die Zufahrt über einen Kreisverkehr aus der Geraer Straße und der Geschwendaer Straße möglich, so dass eine gute gesamtörtliche Erreichbarkeit gegeben ist. Die Zufahrt aus der Elgersburger Straße erfolgt über eine Abzweigung in die kommunale Straße Gewerbepark, wobei nach der Überquerung einer Brücke über den Fluss Zahme Gera der Edeka-Markt angefahren werden kann. Ferner besteht auch eine direkte Zufahrt aus der Geraer Straße über eine Einbahnstraße in die Straße Gewerbepark.

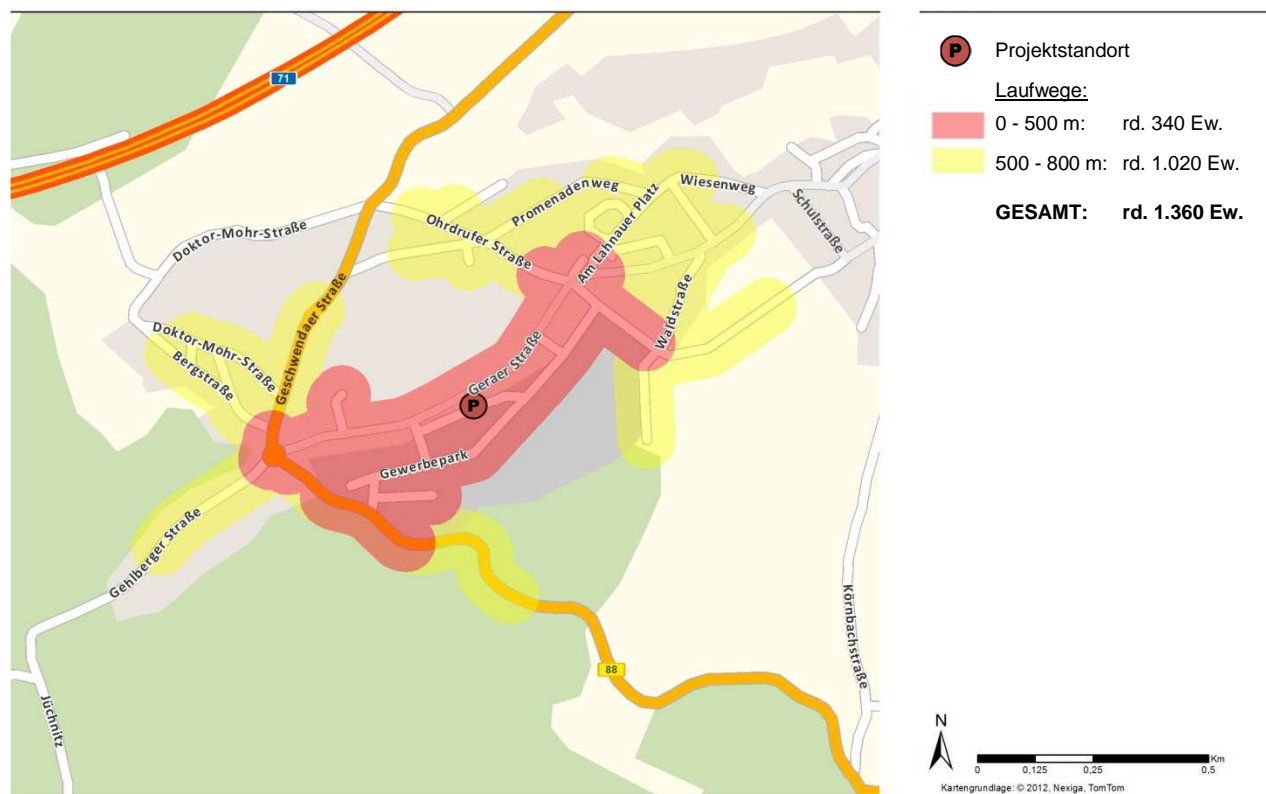
Die An- und Abfahrt auf die betriebseigene Parkplatzanlage des Edeka-Marktes erfolgt aus der Straße Gewerbepark. Auf dem Parkplatzareal sind 102 **Pkw-Abstellplätze** geplant (inkl. 3 behindertengerechter Parkplätze - vgl. Abb. 2), so dass mit rd. 21 m² Verkaufsfläche pro Stellplatz genügend Parkmöglichkeiten

für den motorisierten Individualverkehr (MIV) bestehen.²⁰ Die Anzahl der Parkplätze ist ausreichend, da der Standort auch von einem großen Teil der Einwohner aus Geraberg zu Fuß erreicht werden kann.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Edeka-Marktes wird über zwei Bushaltestellen („Arlesberg Geraer Straße“/ Arlesberg Elgersburger Straße“) sichergestellt, die knapp 200 m westlich des Edeka-Marktes an den benannten Straßenzügen liegen. Die Haltestellen werden während der Hauptverkehrszeiten in einer ortsüblichen Taktung bedient, so dass der Projektstandort an das lokale bzw. regionale Busnetz angebunden ist und über einen qualifizierten ÖPNV-Anschluss verfügt.

Der Projektstandort besitzt – unter Berücksichtigung der lokalen Einwohnerzahl in Geraberg – in seinem fußläufigen Umfeld ein hohes **Bevölkerungspotenzial**. Die hohe Mantelbevölkerung resultiert insbesondere aus der angrenzenden Wohnbebauung, die in den umliegenden Straßenzügen durch meist ein- und zweigeschossige Wohnhäuser geprägt ist.

Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes Gewerbepark 5 in Geraberg



Im engeren fußläufigen Nahbereich²¹ (Laufwege bis 500 m) des Projektstandortes leben rd. 300 Einwohner. Im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen – auch unter Berücksichtigung städtebaulicher Barrieren bzw. Zäsuren – knapp 1.400 Personen. Die Einwohner im Nahbereich des Projektstandortes entsprechen rd. 57 % der gesamten Bewohner von Geraberg.²² Somit kann der Standort für die lokalen Verhältnisse auf ein hohes Konsumentenpotenzial im fußläufigen Nahbereich zurückgreifen und für den Großteil der Bewohner von Geraberg eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten.²³

20 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei Supermärkten bei ca. 14 bis 15 m² VK je Abstellplatz. Diese Vergleichswerte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen.

21 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m² Verkaufsfläche ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

22 In Geraberg leben 2.383 Einwohner (vgl. Tab. 1).

23 Die hohe Zahl der im Nahbereich lebenden Wohnbevölkerung ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass der Projektstandort auf Grund der Randlage im westlichen Siedlungsbereich der Gemeinde kein idealtypisches bzw. in alle Richtungen gleichmäßig besiedeltes Naheinzugsgebiet aufweist.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Edeka-Marktes erfolgt über einen straßenbegleitenden Fußweg entlang der Geraer Straße, von welcher der Markt über die östlich befindliche Einbahnstraße und einen direkten Fußweg begehbar ist. Ferner ist der Zugang auch über die Straße Gewerbepark möglich, wenngleich hier kein separat ausgewiesener Fußweg besteht.

Die Anfahrbarkeit des Projektstandortes mit dem Fahrrad ist problemlos möglich, da südlich des Edeka-Marktes ein Fahrradweg verläuft. Dieser führt von der Elgersburger Straße über die Werner-Seelenbinder-Straße in die Ortsmitte von Geraberg.

Hinsichtlich der **Einordnung des Standortes in das lokale Einzelhandelsgefüge** ist auf die Einzelhandelsstruktur von Geraberg zu verweisen (vgl. Karte 2). Der Edeka-Markt befindet sich außerhalb der Ortsmitte, ist jedoch in die gemischten Bebauungsstrukturen seines Umfelds (u.a. Wohnen, Gewerbe, öffentliche Einrichtungen) direkt implementiert. Somit ist der Markt räumlich und funktional in das Siedlungsgefüge integriert und kann eine kompetente Versorgung mit Lebensmitteln sicherstellen.

Für das Projektvorhaben ist prinzipiell eine **Nahversorgungsfunktion** zu attestieren. Dieser Fakt leitet sich aus zwei Bewertungsebenen ab, die zum einen die Fristigkeit des Warenangebots bzw. die Häufigkeit der Nachfrage nach dem geplanten Sortiment umfassen. Weiterhin ist die räumliche Dimension zu betrachten, d.h. die im Nahbereich vorhandene Nachfrage.

Bezüglich der Einstufung des Sortimentes handelt es sich eindeutig um Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, da sich das Kernsortiment des projektierten Supermarktes größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf zusammensetzt. Die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) belegen den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment grundsätzlich einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“), so dass das Angebot des Supermarktes der Grundversorgung dient.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Die Nahversorgungsfunktion des Lebensmittelmarktes ist insbesondere auf das westliche Siedlungsgebiet Geraberg ausgerichtet. Der Standort von Edeka verfügt in seinem Nahbereich mit knapp 1.400 Einwohnern (vgl. Karte 4) über ein hohes Konsumentenpotenzial und kann so für die umliegenden Bewohner eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten. Ferner ist der Standort auf Grund des zusammenhängenden Siedlungskörpers von Geraberg aus allen Siedlungsbereichen barrierefrei erreichbar. Im Fazit ist dem Markt daher eine Nahversorgungsfunktion zuzusprechen.

Nach Auswertung der vorstehend beschriebenen Standortfaktoren ist der Edeka-Projektstandort an der Straße Gewerbepark als **städtebaulich integriert** einzustufen, da dieser

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt bzw. in die umliegenden Bebauungsstrukturen eingebettet ist (siedlungsintegrierte Lage),
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet,
- über hohe Bevölkerungsanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich) verfügt,
- einen qualifizierten ÖPNV-Anschluss besitzt und
- sich in das örtliche Einzelhandelsstruktur als sog. Nahversorgungsstandort eingliedert.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet des Projektvorhabens

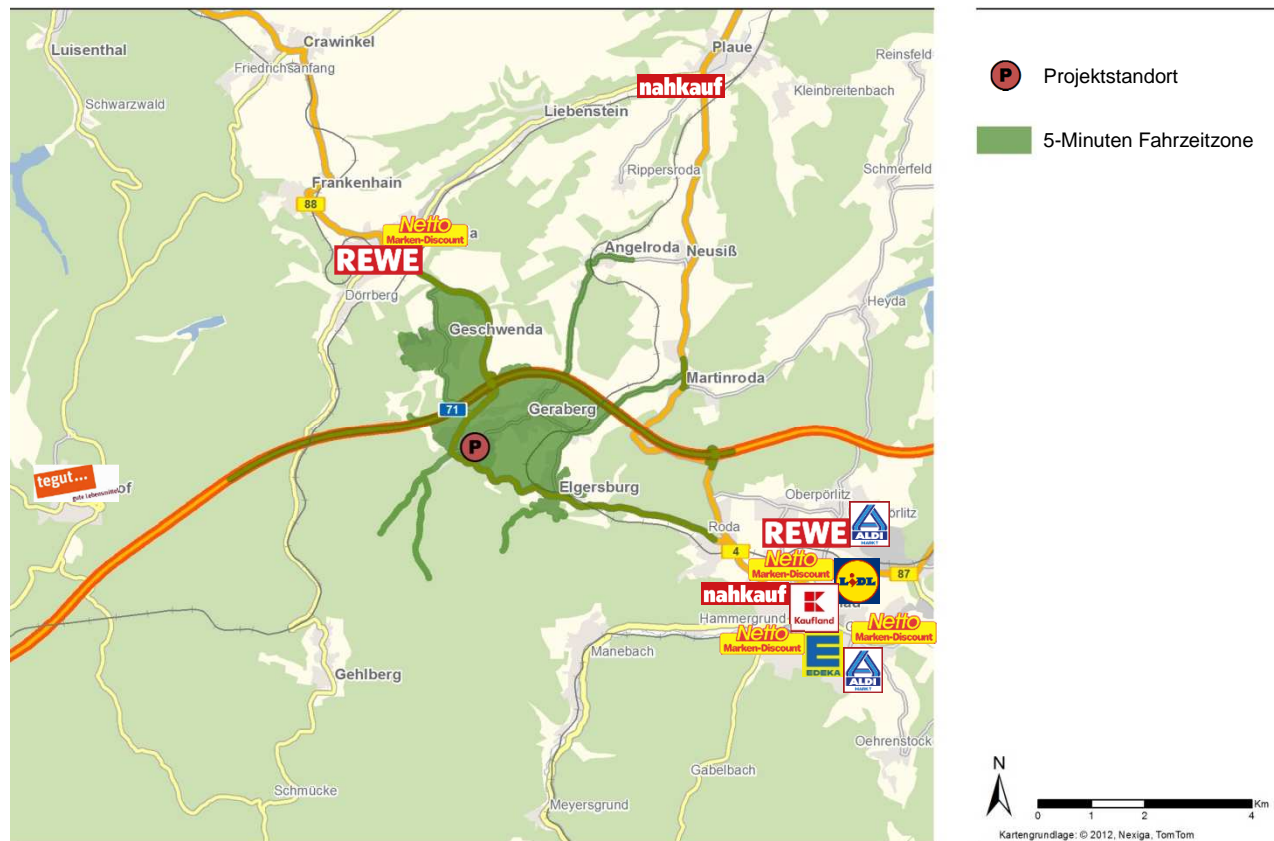
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²⁴
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- bestehende Kundenverflechtungen des Edeka-Bestandsbetriebes,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des Vorhabens, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzeptes bestimmt werden und
- das bestehende und konkurrierende Einzelhandelsangebot im regionalen Umfeld.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im regionalen Umfeld zu sehen. Die nachfolgend dargestellten Lebensmittelmärkte stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des Edeka-Marktes in Geraberg dar.

Karte 5: Angebotsstandorte im Umfeld von Geraberg und Erreichbarkeitsisochrone



²⁴ Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Auto-Minuten (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung).

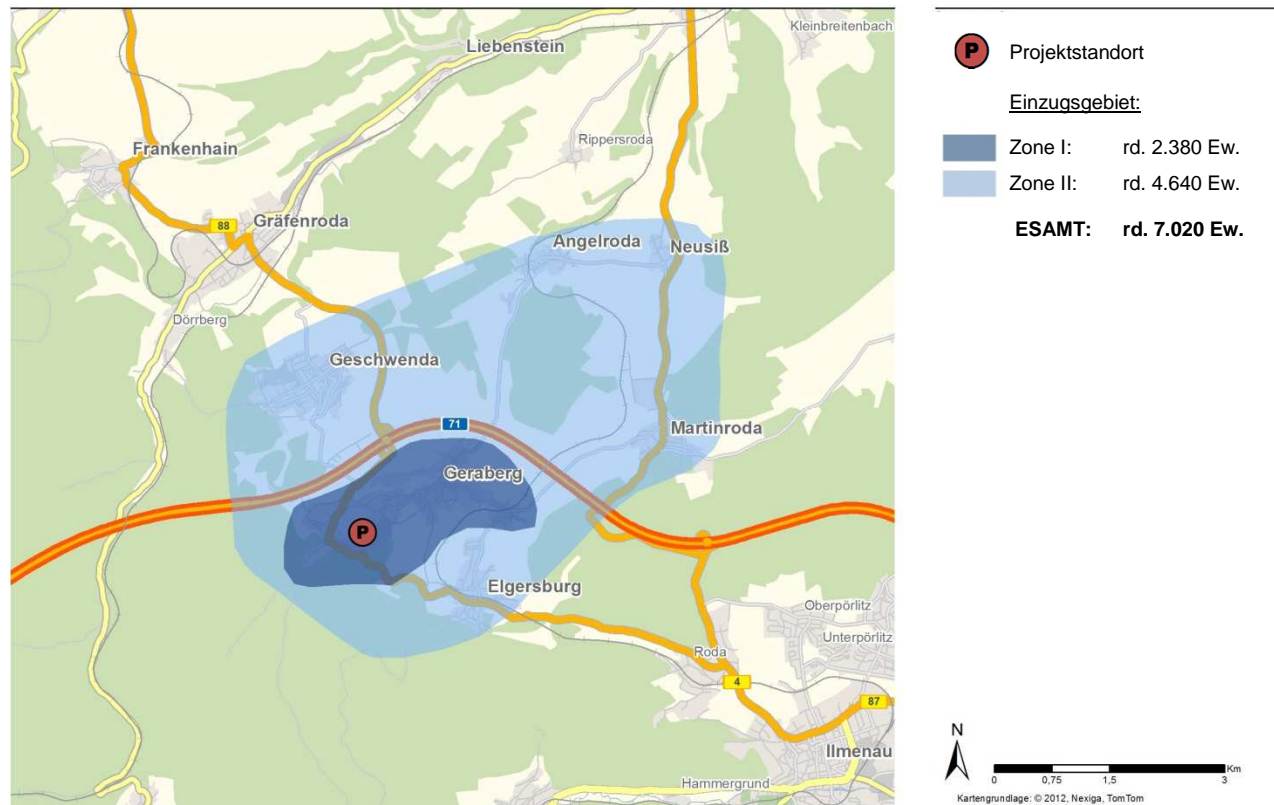
Als **vorhabenspezifische Konkurrenzorte**, die das Einzugsgebiet des Edeka-Marktes in Geraberg auch bereits heute limitieren, sind Einzelhandelslagen zu sehen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Insbesondere sind Standorte relevant, die durch einen vergleichbaren Supermarkt, aber auch durch einen Verbrauchermarkt oder einen Discounter belegt sind.

Der wesentliche Konkurrenzort ist Ilmenau, da hier ein vollumfängliches Lebensmittelangebot existiert. Als vornehmlicher Konkurrenzbetrieb ist der kundenattraktive und leistungsfähige Kaufland-Verbrauchermarkt zu sehen, der den Marktbereich des Geraberger Edeka-Marktes einschränkt. Neben einem angebotsaffinen REWE-Supermarkt ist in Ilmenau auch ein betriebsgleicher Edeka-Markt verortet, so dass potenzielle Ilmenauer Edeka-Kunden auf Grund der Nähe und bestehender Erreichbarkeitsvorteile diesen Markt zum Einkauf aufsuchen.²⁵ Neben dem Lebensmittelangebot in Ilmenau sind weitere Konkurrenzanbieter in Gräfenroda und in Plaue ansässig, die das Marktgebiet des Geraberger Edeka-Marktes begrenzen.

Ferner wird der Einzugsbereich durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) eingeschränkt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der relativ hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und der aufgezeigten Angebotssituation, aber auch bestehender naturräumlicher Barrieren²⁶ wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des projektrelevanten Edeka-Marktes in Geraberg zoniert.

Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des Edeka-Marktes in Geraberg



25 Die Stadt Ilmenau zählt gemäß der Edeka-Standortplanung nicht zum Einzugsgebiet des Geraberger Edeka-Marktes, zumal sich in solch einem Fall beide Standorte kannibalisieren würden.

26 Der südwestlich von Geraberg verlaufende Höhenzug des Thüringer Waldes stellt eine naturräumliche Barriere dar.

Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) des Edeka-Marktes wird sich auch nach dessen Erweiterung auf Geraberg beschränken. Aus diesem Bereich ist der Edeka-Standort in einer kurzen Zeit- und Wegedistanz erreichbar, so dass mit einer hohen Marktdurchdringung zu rechnen ist. In dem Kerneinzugsgebiet leben derzeit knapp 2.400 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (**Zone II**) umfasst im Wesentlichen die an Geraberg angrenzenden Gemeinden bzw. die zur Verwaltungsgemeinschaft zählenden Orte Angelroda, Neusiß, Martinroda und Elgersburg sowie Geschwenda. Da in diesen Gemeinden kein Lebensmittelmarkt²⁷ vorhanden ist, fahren die Bewohner dieser Orte umliegende Versorgungsstandorte zur Deckung ihrer Lebensmittelnachfrage an. Somit bestehen derzeit bereits Kundenaustauschbeziehungen zwischen diesen Orten und dem Geraberger Edeka-Markt.²⁸ Dies wird in einer Kundenherkunftsanalyse von Edeka deutlich, da ein Teil der befragten Kunden auch aus diesen Gemeinden stammt. Im Einzugsgebiet der Zone II leben rd. 4.600 Einwohner, so dass der projektrelevante Edeka-Markt auf ein Konsumentenpotenzial von rd. 7.000 Personen zurückgreifen kann.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet des Supermarktes endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist bezüglich der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Edeka-Standortes mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren können.

Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet des Edeka-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von Konkurrenzorten, insbesondere von Ilmenau (vgl. Karte 5) zu rechnen ist.

27 Die Gemeinde Geschwenda war vormals nicht zum Einzugsgebiet des Edeka-Marktes zu zählen, da hier ein tegut-Markt ansässig war. Dieser hat in diesem Jahr geschlossen, so dass für die Bewohner von Geschwenda keine Grundversorgung mehr angeboten wird. Die Nachfrage nach Lebensmitteln erfolgt daher zu großen Teilen in den beiden angrenzenden Orten Gräfenroda und Geraberg.

28 Die im Einzugsgebiet liegenden Gemeinden Angelroda, Neusiß, Martinroda und Elgersburg zählen zur Verwaltungsgemeinschaft Geratal, die ihren Verwaltungssitz in Geraberg hat. Somit bestehen zwischen den genannten Gemeinden und Geraberg auch gewisse administrative Verflechtungen.

5.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für die vorhabenrelevante Branche Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Randsortimente für Non-Food) angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der jeweiligen **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.²⁹

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des Edeka-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem Marktgebiet des Projektvorhabens errechnet.³⁰

Tabelle 2: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchsausgaben p.a.	sortimentspez. Kaufkraftindex ³¹	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.		Mio. EUR p.a.
Zone I	2.380	2.315	95,7	5,27
Zone II	4.640	2.315	92,4	9,97
Summe	7.020			15,24

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2017 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern 2017 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Geraberg, Angelroda, Neusiß, Martinroda, Elgersburg und Geschwenda

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus der einzelnen Orte im Einzugsgebiet errechnet sich in dem betrachteten Marktgebiet ein Nachfragepotenzial nach Lebensmitteln von rd. 15,2 Mio. EUR p.a.

²⁹ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich innerhalb der einzelnen Branchen und auch von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab. Im vorliegenden Fall liegt die sortimentspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln mit 95,7 über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 92,9 (vgl. Abb. 3).

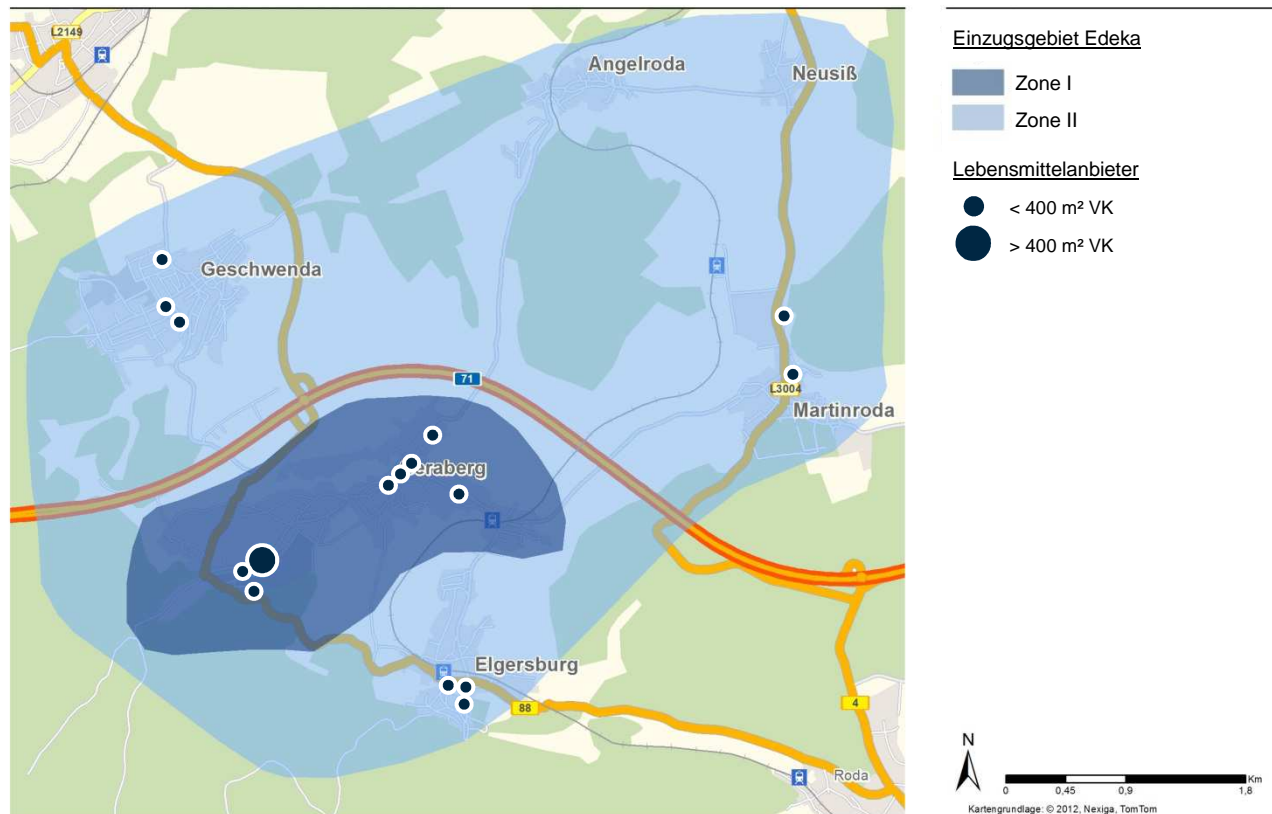
³⁰ Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer je Ort.

³¹ Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde aus den nach der Einwohnerzahl gewichteten Werten der Gemeinden Angelroda, Neusiß, Martinroda, Elgersburg und Geschwenda gebildet.

5.3. Angebotsanalyse der projektrelevanten Lebensmittelbranche

Für die folgende Analyse wurden im September 2017 alle projektrelevanten Verkaufsflächen³² mit dem Umsatzschwerpunkt Lebensmittel (inkl. Nahrungsmittelhandwerker) im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierten Einzugsgebiet (vgl. Karte 6) aufgenommen und untersucht. Nachstehend erfolgt eine kartographische Darstellung der vorhandenen Lebensmittelanbieter.

Karte 7: Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet



In **Geraberg** ist ein aktueller Bestand von acht Lebensmittelanbietern des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Die gesamte Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Lebensmittel liegt bei ca. 1.450 m². Demnach errechnet sich für Geraberg eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von ca. 0,61 m² Verkaufsfläche pro Einwohner, so dass ein im Bundesvergleich³³ überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht wird.

Da Geraberg auch eine Versorgungsfunktion für umliegende Gemeinden mit übernimmt, in denen kein Lebensmittelanbieter vorhanden ist, relativiert sich unter Berücksichtigung dieser Einwohner der Wert der Verkaufsflächendichte. In den Gemeinden im Einzugsgebiet bzw. den Orten der VG Geratal³⁴ sind keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte vorhanden, so dass die Nachfrage in Geraberg und auch in anderen umliegenden Orten (bspw. Ilmenau, Gräfenroda, Plaua) erfolgt.

³² Zur Verkaufsfläche werden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle von Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst (vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009).

³³ Der bundesdurchschnittliche Wert der Verkaufsflächenausstattung liegt bei ca. 0,43 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Orten meist höher, da größere Gemeinden bzw. Kleinstädte i.d.R. auch eine Versorgungsfunktion für direktes Umfeld besitzen und somit höhere Flächenangebote vorhalten.

³⁴ Das Fehlen von Lebensmittelmärkten bzw. größeren Anbietern resultiert in kleineren Gemeinden aus der geringen Mantelbevölkerung und dem entsprechend niedrigen Nachfragepotenzial, so dass der wirtschaftliche Betrieb von Lebensmittelmärkten i.d.R. nicht möglich ist.

Die flächenseitige Angebotsstruktur wird in Geraberg durch den projektrelevanten Edeka-Supermarkt³⁵ geprägt, der mit rd. 1.250 m² circa 86 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche belegt. Edeka bietet ein breites und tiefes Lebensmittelsortiment an, das aktuell auf Grund der beengten räumlichen Verhältnisse nur suboptimal präsentiert werden kann.

In Geraberg ist weiterhin ein kleinerer Getränkemarkt vorhanden, der auf einer eingeschränkten Fläche und mit unregelmäßigen Öffnungszeiten ein ausgewähltes Getränkesortiment anbietet. Die Auswahlbreite und -tiefe sind deutlich eingeschränkt. Gleiches trifft für die Tankstelle Gulf zu, die ein begrenztes Sortiment – das zudem auf den Bedarf von Reisenden ausgerichtet ist – offeriert.

Neben den bereits genannten Anbietern sind fünf Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) vorhanden, welche die Versorgung im Frischebereich komplettieren. Diese kleinflächigen Angebotsformate sind in Streulagen und in der Vorkassenzone des Edeka-Marktes vorzufinden. Die Betriebe präsentieren sich attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp über 100 m². Zum Teil verfügen diese Lebensmittelhandwerker auch über Imbissangebote.

Abbildung 6: Lebensmittelanbieter in Geraberg (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Südlich von Geraberg liegt die zur VG Geratal zugehörige Gemeinde **Elgersburg**, in der rd. 1.230 Einwohner leben. Die Verkaufsfläche für Lebensmittel liegt bei rd. 130 m² und umfasst einen kleineren Lebensmittelladen und zwei Nahrungsmittelhandwerker. Diese Betriebe sind in der Ortsmitte an der Bahnhofstraße verortet.

Auf Grund des eingeschränkten flächenseitigen Angebots können diese Anbieter keine umfassende Lebensmittelversorgung der Bevölkerung anbieten, was auch in der geringen einwohnerspezifischen Verkaufsflächendichte von rd. 0,10 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner sichtbar wird. Demnach fließt der Großteil der Lebensmittelkaufkraft in umliegende Orte ab.

In der ebenfalls zur VG Geratal zugehörigen Gemeinde **Martinroda** sind ein Getränkemarkt (Vollgut) und ein Bäcker angesiedelt. Der Bäcker befindet sich in der Ortsmitte der Gemeinde, der Getränkemarkt ist dezentral am nördlichen Ortsausgang auf dem Gelände der Porzellanmanufaktur Martinroda verortet und liegt im Standortverbund mit einem großflächigen Möbelmarkt („Die Möbelpiraten“).

Die Gesamtverkaufsfläche von rd. 350 m² zeigt zwar – in Relation zur Einwohnerzahl – mit rd. 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner einen relativ hohen Flächenbestand an, jedoch wird diese Lebensmittelverkaufsfläche größtenteils durch ein Getränkesortiment belegt. Demnach besteht eine eingeschränkte Auswahlbreite in dieser Gemeinde, so dass für die rd. 820 Einwohner in Martinroda keine umfassende Lebensmittelversorgung möglich ist.

In den VG-Gemeinden **Angelroda** und **Neusiß**, die mit rd. 360 bzw. 220 Einwohnern auch die kleinsten Gemeinden im Einzugsgebiet sind, besteht überhaupt keine Lebensmittelversorgung. Somit sind die Bewohner zwingend auf Lebensmittelangebote in umliegenden Orten angewiesen.

³⁵ Der projektrelevante Edeka-Markt war vormals in der Ohrdruffer Straße 44, knapp 700 m östlich des derzeitigen Standorts in Richtung Ortsmitte angesiedelt. Der Markt, der lediglich rd. 720 m² Verkaufsfläche besaß, wurde im Jahr 2008 aus Kapazitätsgründen an den jetzigen Standort verlagert und mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.250 m² neu eröffnet. Der Altstandort in der Ohrdruffer Straße wird seitdem gewerblich von der Firma Geratherm nachgenutzt.

Die Lebensmittelversorgung in **Geschwenda** wurde vormals durch einen tegut-Markt (inkl. eines Bäckers/Fleischers in der Vorkassenzone) mit einer Verkaufsfläche von rd. 500 m² sichergestellt, der in diesem Jahr jedoch geschlossen wurde. Somit ist für die rd. 2.000 Einwohner zählende Gemeinde keine Nahversorgung mehr vorhanden. Das aktuelle Lebensmittelangebot beschränkt sich auf einen Bäcker, einen Fleischer sowie ein Café, das ein eingeschränktes Sortiment an Genussmitteln führt. Die Gesamtverkaufsfläche liegt bei knapp 100 m², was einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächendichte von lediglich 0,05 m² je Einwohner entspricht.

Abbildung 7: Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet des Geraberger Edeka-Marktes (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die nachstehende Tabelle stellt überblicksartig die **Angebotsstrukturen** in Bezug auf die vorhandenen Betriebe, die Lebensmittelverkaufsfläche und die jeweils generierten Umsätze³⁶ in den einzelnen Gemeinden in dem betrachteten Einzugsgebiet dar.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen des Lebensmittelhandels im Untersuchungsgebiet

	Verkaufsfläche Lebensmittel	Verkaufsflächen- dichte ³⁷	Betriebe	Umsätze
	m ²	m ² /Ew.	abs.	Mio. EUR p.a.
Geraberg (rd. 2.380 Ew.)	1.450	0,61	8	6,29
Elgersburg (rd. 1.230 Ew.)	120	0,10	3	0,56
Martinroda (rd. 820 Ew.)	350	0,42	2	0,57
Angelroda (rd. 365 Ew.)	-	-	-	-
Neusiß (rd. 225 Ew.)	-	-	-	-
Geschwenda (rd. 2.000 Ew.)	90	0,05	3	0,46
Gesamt (rd. 7.020 Ew.)	2.010	0,29	16	7,88

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

In der zusammenfassenden Übersicht sind in den einzelnen Gemeinden deutliche Schwankungsbreiten in Bezug auf die Ausstattung mit Lebensmittelangeboten zu beobachten. Das Angebot ist dabei wesentlich von der Einwohnerzahl und dem daraus resultierenden Nachfragevolumen abhängig, was insbesondere für die dauerhafte Existenz von größeren Lebensmittelmärkten eine wesentliche Rolle spielt. In Bezug auf die

³⁶ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelgeschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

³⁷ Für die Berechnung der Verkaufsflächendichte wurde die jeweilige ortsbezogene Lebensmittelverkaufsfläche in das Verhältnis zur Einwohnerzahl (31.12.2015) gesetzt.

quantitative Flächenausstattung und die Angebotsanzahl von Betrieben ist lediglich in Geraberg ein umfassendes Angebot vorhanden, das durch den projektrelevanten Edeka-Markt geprägt wird.

Abschließend wird die **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation) in dem betrachteten Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen und dem vorhandenen Nachfragevolumen ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100) oder Kaufkraftabflüsse (< 100) aus dem untersuchten Gebiet existieren.

Auf Basis des ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens der Orte im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 2) und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem betrachteten Einzugsgebiet eine Zentralität von rd. 52. Demnach können die örtlichen Lebensmittelanbieter per Saldo die lokale Kaufkraft nur etwa zur Hälfte binden, so dass ein Umsatzabfluss in umliegende Orte außerhalb des Einzugsgebietes besteht.

Tabelle 4: Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Untersuchungsgebiet

	Marktpotenzial	realisierte Umsätze	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	
Zone I	5,27	6,29	119
Zone II	9,97	1,59	16
Gesamt	15,24	7,88	52

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Gemeinde Geraberg weist eine Zentralität von 119 auf, so dass der lokale Lebensmittelhandel einen Kaufkraftzufluss aus dem Umfeld der Gemeinde auslöst. Die Umsatzzuflüsse nach Geraberg werden vor allem durch den Edeka-Markt induziert, der den einzigen Lebensmittelmarkt im Einzugsgebiet darstellt. Der Edeka-Markt kann jedoch – auch in Verbindung mit den anderen kleinformatischen Anbietern – keine vollumfassende Versorgung übernehmen, was aus dem Zentralitätswert von 52 und den daraus folgenden Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet ablesbar ist.

Grundsätzlich fahren Kunden aus Geraberg auch andere Versorgungsstandorte an, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 2) versorgen. So wird bspw. der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern und der sog. Wochenendeinkauf vorwiegend bei SB-Warenhäusern/ Verbrauchermärkten getätigt. Die für Geraberg ermittelte Zentralität von rd. 119 stellt somit einen saldierten Wert dar.

Der berechnete Zentralitätswert in dem Einzugsgebiet von rd. 52 ist aus Kenntnis der Regionalstrukturen und der Einkaufsverflechtungen als plausibel einzustufen, da die Einwohner in dem betrachteten Gebiet nicht ausschließlich zum Einkauf von Lebensmitteln nach Geraberg tendieren. So bestehen in den Gemeinden im Einzugsgebiet weitere Kundenverflechtungen zu umliegenden Orten, da bspw. Einwohner aus Geschwenda auch nach Gräfenroda (REWE, Netto), aus Neusiß u.a. nach Plaue oder Verbraucher aus Elgersburg auch nach Ilmenau zum Lebensmitteleinkauf fahren.

Die Kundenverflechtungen beziehen sich nicht auf einen speziellen Ort, sondern sind hinsichtlich der Zeit- und Wegedistanzen, bestehender Pendlerverflechtungen oder bereits ausgebildeter Einkaufsbeziehungen auf verschiedene Städte im Umfeld von Geraberg verteilt.

6. Städtebauliche Beurteilung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Erweiterungsvorhaben von Edeka in Geraberg ist die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant.³⁸ Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen ist daher u.a. zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist insbesondere zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen insbesondere die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.³⁹ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.⁴⁰

Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	< 10 %	< 10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	> 20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	> 20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	> 20 %	> 30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Die vorstehend ausgewiesenen Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den

38 Der Geraberger Gemeinderat hat am 03.08.2016 den Aufstellungsbeschluss für den B-Plan „Sondergebiet Einzelhandel Edeka“ gefasst.

39 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“ (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009).

40 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVG [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.⁴¹

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.⁴²

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.⁴³

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

Im vorliegenden Fall besitzen weder die Gemeinden Geraberg noch die umliegenden Gemeinden im Einzugsgebiet ein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, so dass auf Grund des Fehlens eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind.

Nach einer Ortsbegehung konnte in Geraberg **kein faktischer zentraler Versorgungsbereich** identifiziert werden, da das flächenseitige Handelsangebot und die innerörtliche Angebotsvielfalt zu gering sind, so dass dem Ortskern keine prägende Versorgungsfunktion bzw. kein städtebauliches Gewicht zuzusprechen ist (vgl. Pkt. 3). Die gleiche Tatsache trifft auch auf die Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet zu, da hier das Gesamtangebot an Handelsbetrieben äußerst niedrig liegt und insbesondere in den jeweiligen Ortskernen nur ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden ist.

Im Fazit ist an dieser Stelle festzuhalten, dass mögliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher Bereiche ausgeschlossen werden können. Im Rahmen des Prüfauftrags sind somit die Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Geraberg bzw. in umliegenden Gemeinden zu thematisieren.

41 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012).

42 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

43 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung oder -erweiterung ist der Umsatz des jeweiligen Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird.

Nachfolgend wird für den flächenseitig erweiterten Lebensmittelmarkt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**⁴⁴) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität im Einzugsgebiet und darüber hinaus

ergibt sich für den projektierten Supermarkt ein zu erwartender Jahresumsatz von ca. 6,2 Mio. EUR. Hierbei wird im Nahbereich die höchste Marktdurchdringung erreicht. Vor allem durch den Einfluss von weiteren lokalen Lebensmittelanbietern im regionalen Umfeld (vgl. Karte 5) sowie die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Marktes.

Folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 2) des Lebensmittelmarktes im Einzugsgebiet dar.

Tabelle 6: Marktanteilsprognose des erweiterten Edeka-Supermarktes in Geraberg

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil ⁴⁵	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Supermarkt	Zone I	5,27	~64	3,37
	Zone II	9,97	~23	2,31
	<i>Zwischensumme</i>	<i>15,24</i>	<i>~37</i>	<i>5,68</i>
	Streuumsätze			0,56
	Gesamt			6,24

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Kerneinzugsgebiet des projektierten Supermarktes (Zone I), das sich auf den räumlichen Umgriff von Geraberg erstreckt (vgl. Karte 6), ist von einem Marktanteil von rd. 64 % des vorhandenen Nachfragevolumens auszugehen. Hier ist mit der höchsten Marktdurchdringung zu rechnen, da der projektierte Lebensmittelmarkt auf Grund seiner Lage über eine gute Erreichbarkeit aus diesem Siedlungsgebiet verfügt.

Ferner handelt es sich um einen langjährig eingeführten Markt, der zudem von einem in der Region beheimateten Betreiber geführt wird.⁴⁶ Demnach besitzt der Anbieter eine hohe Regionalität und kann auf ein großes Stammpublicum in Geraberg zurückgreifen. Grundsätzlich verbleiben jedoch auch nach der geplanten Erweiterung des Supermarktes noch offene Nachfragevolumina in Geraberg, die von anderen lokalen Anbietern gebunden werden können bzw. auch in umliegende Städte abfließen.

44 Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

45 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

46 Der Edeka-Markt ist seit fast 10 Jahren an diesem Standort etabliert und war vormals bereits langjährig in der Ohrdruffer Straße in Geraberg angesiedelt.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Bindungsintensität auszugehen. Dies resultiert aus dem Vorhandensein von weiteren attraktiven Lebensmittelmärkten im Umfeld von Geraberg, wobei insbesondere Lebensmittelmärkte aus Ilmenau und Gräfenroda auf die Konsumenten in dem betrachteten Einzugsgebiet ausstrahlen. In dem Einzugsbereich der Zone II ist für den Lebensmittelsupermarkt mit einem Marktanteil von durchschnittlich rd. 23 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Umsatz von ca. 2,3 Mio. EUR entspricht.

Neben den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von rd. 0,6 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze⁴⁷ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind u.a. auf den Durchgangsverkehr am Standort oder auf Zufallskunden zurückzuführen.

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die **Raumleistung** des Supermarktes berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Insbesondere kann so eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für das Planvorhaben von Edeka belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 7: Prospektive Raumleistung des Supermarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	TEUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	6,24	2.040	3,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die vorstehend errechnete Raumleistung liegt unterhalb von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten⁴⁸ für Supermarktanbieter. Ein höherer Umsatz ist für diesen Lebensmittelmarkt jedoch hinsichtlich

- der im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Geraberg (vgl. Abb. 3),
- des hohen Wettbewerbsdrucks durch weitere leistungsfähige Supermärkte und auch Verbrauchermärkte und Discounter im Umfeld von Geraberg (vgl. Karte 5),
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets,
- des verhältnismäßig geringen Nachfragevolumens im Einzugsgebiet und
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils⁴⁹

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet den sog. „Worst-Case“ darstellen.

Bezüglich der Raumleistung ist unter betreiberspezifischer Sicht zu konstatieren, dass Edeka bundesweit eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 4,3 TEUR/m² erzielt.⁵⁰ Diese liegt in den ostdeutschen Bundesländern niedriger, was insbesondere auf die unterdurchschnittliche Kaufkraft und den grundsätzlich stärker

47 Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen, von Besuchern des Standortes oder von Zufallskunden.

48 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Supermärkten bei ca. 3,8 TEUR/m² Verkaufsfläche, wobei eine Spannweite von 3,3 – 4,3 TEUR/m² Verkaufsfläche üblich ist.

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, Seite 8.

49 Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist grundsätzlich nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 2) versorgen. So wird bspw. der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern und der sog. Wochenendeinkauf vorwiegend bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt. Da die Marktdurchdringung eines Supermarktes bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte nicht beliebig steigerungsfähig ist, ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt auch die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für das Vorhaben von Edeka dar.

50 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2017, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche von Edeka (gesamt LEH-Sparte) in Deutschland in den Jahren 2011 bis 2016.

ausgeprägten Wettbewerb zurückzuführen ist. Somit ist auch auf Grund der vorstehend dargestellten Punkte abzuleiten, dass eine Steigerung der Raumleistung über den Prognosewert von 3,1 TEUR/m² nicht realistisch ist. Unter Berücksichtigung der lokalen Standortvoraussetzungen und insbesondere der Größe des Marktes⁵¹ stellt die zu erwartende Raumleistung demnach den Höchstwert für diese Filiale dar.

Des Weiteren entwickelt sich im (Lebensmittel-)Einzelhandel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mit, sondern sinkt ab. Dies ist durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer fast gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter).

Aus diesem Grund wird sich die aktuelle Flächenleistung von Edeka, die bei rd. 4,3 TEUR/m² liegt, auf den vorstehenden Wert von rd. 3,1 TEUR/m² vermindern. Diese Raumleistung ist auf der neu-projektierten Verkaufsfläche von rd. 2.000 m² nicht weiter zu steigern, zumal sich dieser Edeka-Vergleichswert auf eine deutlich kleinere Verkaufsfläche von rd. 1.150 m² bezieht.⁵²

In Bezug auf die **Gesamtumsatzleistung** eines Edeka-Marktes ist festzustellen, dass dieser Anbieter deutschlandweit über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 5,1 Mio. EUR je Filiale⁵³ erwirtschaftet. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose von rd. 6,1 Mio. EUR auch unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Eine Umsatzausweitung ist demnach auszuschließen. Die verhältnismäßig hohe Umsatzleistung ist dabei nicht primär auf die geplante Verkaufsfläche zurückzuführen, sondern resultiert aus der optimalen Marktpositionierung dieser Filiale (u.a. wohnortnaher Standort bei gleichzeitig guter Verkehrsanbindung, langjährige Kundenbeziehungen, regionaler Betreiber).

Ferner wird die geplante Umstrukturierung nicht zu einer vom Kunden bewusst wahrnehmbaren Veränderung bei der gegebenen Standortsituation führen, die einen nennenswerten Wechsel der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme hervorrufen wird. Der Edeka-Markt ist bereits seit Jahren in Geraberg im Gewerbepark etabliert. Gleiches gilt auch für die relevanten Wettbewerbsstrukturen, so dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits langjährig herausgebildet haben.

Ebenfalls bleiben mit dem Erweiterungsbau wesentliche Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, die Erreichbarkeit, die Einsehbarkeit und Fernwirkung oder die ansprechbare Bevölkerung und somit das Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet unverändert, so dass sich hieraus keine nennenswerten Veränderungen der Ausstrahlungskraft des Lebensmittelmarktes ableiten lassen. In Summe der vorstehenden Faktoren ist somit lediglich von einer geringen Erhöhung des Standortumsatzes der zu prüfenden Edeka-Filiale auszugehen, da die Erweiterungsmaßnahme vordringlich auf eine verbesserte Präsentation und Waren-darstellung, insbesondere des Getränkesortiments abzielt.

Der untersuchungsrelevante Planumsatz des Supermarktes wird hauptsächlich mit dem **Kernsortiment** Lebensmittel (Food) erzielt, das einen Verkaufsflächenanteil von rd. 86 % einnimmt. Die Randsortimente⁵⁴ des Non-Food I (Drogeriewaren/Tiernahrung, vgl. Differenzierung in Anlage 3) belegen bei vergleichbaren Supermärkten ca. 8 % der Verkaufsfläche. Der Non-Food-Bereich setzt sich ferner neben festen bzw. standardisierten Non-Food I-Artikeln zu einem deutlich geringeren Teil aus Sortimenten des Non-Food II zusammen.

51 Der Vergleichswert der Raumleistung bei Edeka bezieht sich auf eine durchschnittliche Verkaufsfläche von rd. 1.150 m² Verkaufsfläche je Filiale. Die neu geplante Verkaufsfläche liegt mit rd. 2.000 m² deutlich über der durchschnittlichen Raumgröße von Edeka. Da bei einer steigenden Verkaufsfläche die Raumleistung abfällt, ist eine gleichbleibende oder sogar steigende Flächenleistung nicht möglich.

52 Edeka erzielt mit ihrer Supermarktschiene eine bundesdurchschnittliche Raumleistung von rd. 4,29 TEUR/m². Die durchschnittliche Verkaufsfläche liegt jedoch bei rd. 1.150 m² je Markt und somit deutlich unterhalb der neu geplanten Verkaufsfläche von rd. 2.000 m².

53 Quelle: Hahn Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2017.

54 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten, dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998).

Die Non-Food II-Sortimente nehmen bei vergleichbar großen Edeka-Supermärkten rd. 6 % der Verkaufsfläche ein, da diese Warengruppen nur eine Ergänzung des Food-Sortimentes darstellen. Da es sich hierbei um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll. Ferner verzichten Supermarktanbieter grundsätzlich auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies bspw. bei einigen Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Im Fazit ist das Non-Food-Standardprogramm eines Supermarktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Lebensmittelkernsortiment untergeordnet. Die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs bzw.

- die sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) belegen rd. 94 % der Verkaufsfläche und
- die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Non-Food II) rd. 6 % der Verkaufsfläche.

Somit ist das Kernsortiment des Lebensmittelmarktes eindeutig auf sog. nahversorgungsrelevante Sortimente bzw. Waren des täglichen Bedarfs ausgerichtet.

Abschließend wird die Umsatzschätzung für den **Bäcker** vorgenommen, die auf Basis einer branchenüblichen Raumleistung⁵⁵ erstellt wird. Die Mietfläche des Bäckers wird ca. 60 m² betragen, wovon für den Sitzbereich ca. 20 m² zu subtrahieren sind. Für die „reine“ Verkaufsfläche wird eine Flächenleistung von rd. 5,0 TEUR/m² unterstellt, so dass für den Bäcker mit einem Jahresumsatz von rd. 0,20 Mio. EUR zu rechnen ist.

Tabelle 8: Umsatzplanung des Backshops

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche	Raumleistung	Umsatzprognose
		m ²	TEUR/m ²	Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	40	5,0	0,20

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

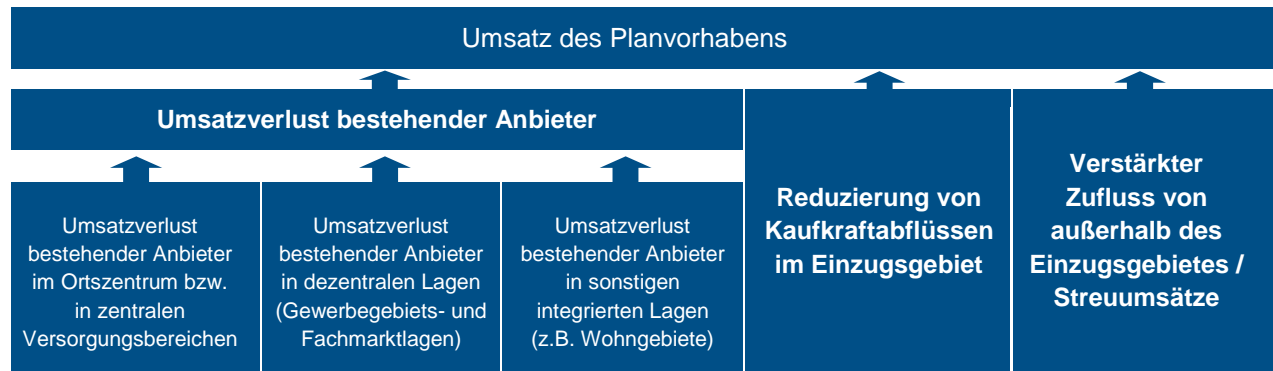
Je nach Konzept des Bäckers können die Erlöse höher ausfallen, da ein Sitzbereich geplant ist. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelsumsätze zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (bspw. Erlöse aus Speisen oder Getränken). Demnach werden diese Umsätze nicht zu Lasten anderer Backwarenanbieter generiert.

⁵⁵ Die bundesdurchschnittliche Raumleistung liegt bei Bäckern bei ca. 5,0 TEUR/m² VK, wobei eine Spannweite von 4,5 – 5,5 TEUR/m² VK zu beobachten ist.
Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013.

6.3. Umsatzherkunft

Die Umsätze eines Einzelhandelsvorhabens setzen sich aus mehreren Faktoren zusammen. In Abhängigkeit von Art, Größe und Lage des Vorhabens sowie der Wettbewerbssituation fallen die verschiedenen **Quellen der Umsatzherkunft** unterschiedlich ins Gewicht.

Abbildung 8: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Prinzipiell resultiert bei einem unter dem örtlichen Nachfragepotenzial liegenden Angebot ein Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur dort durch die Verbraucher erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen.

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren bspw. aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, einem Pendlerüberschuss der Ansiedlungs-gemeinde oder von Besuchern eines Ortes.

Mögliche Umsatzumverteilungen entstehen, wenn ein Attraktivitätsgefälle zwischen den bestehenden lokalen Anbietern und dem Planvorhaben gegeben ist. Sie fallen umso höher aus, je größer der Attraktivitäts-unterschied zu den bestehenden Anbietern ist. Städtebaulich relevant sind Umsatzumverteilungen jedoch nur, wenn sie zu Lasten sog. schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Pkt. 6.1).

Für die nachfolgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist grundsätzlich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Supermarktes (inkl. Bäcker) der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Diese Betrachtungsweise ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, da der genehmigte Edeka-Lebensmittelmarkt bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in Geraberg ist. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt.⁵⁶ Somit werden durch den „Be-

⁵⁶ Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil ausgeführt, dass „... bei der Prognose der Auswirkungen [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009). In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „... im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmittel-discountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008). Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zur Erweiterung eines Shopping-Centers aus: „Das Gutachten prognostiziert zu Recht nur die durch die geplante [...] Erweiterung bewirkten Umsatzumverteilungen. Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und plausibel.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005).

standsumsatz“ keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen ausgelöst. Als Prüfmaßstab ist demnach lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen. Nachfolgend werden die **untersuchungsrelevanten Umsatzquellen** des Erweiterungsvorhabens auf Basis eines computergestützten Simulationsmodells dargestellt.

Tabelle 9: Umsatzherkunft des projektierten Supermarktes (inkl. Backshop)

	Umsatzherkunft	
	Mio. EUR	%
Umsatzprognose (vgl. Tab. 6/8)	6,44	100
davon aus:		
Umsatz Edeka-Bestandsbetrieb (inkl. Backshop)	5,48	85
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,83	13
Zusätzliche Streuumsätze	0,06	1
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	0,07	1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die **Umsatzherkunft** des Erweiterungsvorhabens von Edeka am Standort Gewerbepark in Geraberg setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des erweiterten Supermarktes (inkl. Bäcker) resultiert aus den aktuell generierten Umsätzen des Edeka-Bestandsmarktes (rd. 5,48 Mio. EUR, inkl. Bäcker). Diese Umsätze werden nach der Erweiterung des Marktes naturgemäß weiterhin am Standort gebunden.
- Ein Teil der Umsätze ergibt sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Dies ist aus der Zentralität der Lebensmittelbranche in dem betrachteten Marktgebiet abzuleiten, die mit rd. 52 einen hohen Umsatzabfluss aufweist. Der rechnerische Umsatzabfluss liegt in Summe bei aktuell knapp 7,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 4), wobei durch das Projektvorhaben nur ein Teil dieser Kaufkraftabflüsse zurückgeholt werden kann. Eine vollständige Kaufkraftbindung bzw. Kanalisierung des gesamten Nachfragevolumens vor Ort ist nicht möglich, da auch weiterhin ein Teil der Konsumenten in anderen Orten und bei anderen Betriebsformen seinen Lebensmitteleinkauf tätigen wird.
- Durch die erweiterte Verkaufsfläche werden nur marginale zusätzliche Streuumsätze⁵⁷ induziert. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren vor allem aus dem vorbeilaufenden Pkw-Verkehr am Standort oder von Zufallskunden. Des Weiteren handelt es sich lediglich um eine Erweiterung eines bestehenden Marktes und keine Neueröffnung, so dass das Vorhaben kein neuartiges Angebot für die Konsumenten inner- und außerhalb des Einzugsbereichs darstellt. Somit sind wesentlich erhöhte Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebiets auszuschließen.
- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umsatzumlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall 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 unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten bzw. Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzverlagerungen von rd. 0,07 Mio. EUR auf die anderen Marktteilnehmer werden in Folge diskutiert.

⁵⁷ Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets dem Lebensmittelmarkt zufließen.

6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens

6.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung bzw. -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist die Überprüfung möglicher **Umsatzverlagerungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzzumlenkungen, die durch das Planvorhaben von Edeka hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁵⁸, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Mit der Erweiterung des dargestellten Supermarktes wird sich das räumliche Angebotsgefüge in Geraberg nicht verändern, da der Edeka-Lebensmittelmarkt bereits langjährig am Standort Gewerbepark etabliert ist. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden sich jedoch in Folge Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben im Einzugsgebiet ergeben, die auf rd. 0,07 Mio. EUR zu quantifizieren sind (vgl. Tab. 7).

Des Weiteren sind die Auswirkungen auf das erweiterte Umfeld von Geraberg zu betrachten, da durch die Kaufkraftrückholung auch Umsatzzumverlagerungen von umliegenden Lebensmittelmärkten außerhalb des Einzugsgebietes ausgelöst werden. Hierbei ist zu ermitteln, inwieweit durch die Kaufkraftrückholung von rd. 0,83 Mio. EUR negative Auswirkungen auf die Strukturen in diesen Orten zu erwarten sind.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der wahrscheinlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt daraufhin eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Angebotsstandorte, die der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung dienen.

⁵⁸ Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ - vgl. Tab. 6) mit den ausgelösten Umsatzzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welche Lage bzw. welcher Handelsbetrieb wird Umsatz verlieren“ - vgl. Tab. 10) nicht identisch.

6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

Auf Grundlage der prognostizierten Umsatzumlenkungen, die durch die Erweiterung des Edeka-Marktes induziert werden (ca. 0,07 Mio. EUR), errechnet sich eine **Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich rd. 3 %** des aktuell in dem Einzugsgebiet getätigten Bestandumsatzes.

Der vorstehende Wert der Umsatzverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- des Betriebstypenbesatzes,
- der Entfernung betroffener Betriebe zum Projektstandort und
- des spezifischen Einkaufsverhaltens der Konsumenten

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Lebensmittelanbieter im Umfeld des Projektstandortes. Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Super-/Verbrauchermärkte und Discounter) einzustufen sind. Andere Anbieter – beispielsweise Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker oder Lebensmittelspezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Da in dem gesamten Einzugsgebiet kein weiterer Lebensmittelmarkt vorhanden ist, ergeben sich somit äußerst geringe monetäre Auswirkungen. Es ist lediglich mit marginalen Umsatzverlusten der bestehenden kleineren Lebensmittelanbieter (d.h. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkte) zu rechnen. Die folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den einzelnen Orten im Einzugsgebiet des Vorhabens (vgl. Tab. 3).

Tabelle 10: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens auf Orte im Einzugsgebiet

	Bestandumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Geraberg	0,81	0,02	n.n.
Elgersburg	0,56	0,01	n.n.
Martinroda	0,57	0,03	n.n.
Geschwenda	0,46	0,01	n.n.
Gesamt	2,40	0,07	2,9

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar

* Anmerkung: Bei dem Bestandumsatz in Geraberg wurde der von Edeka getätigte Umsatz (5,48 Mio. EUR, vgl. Tab. 9) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung am Standort betroffen werden kann.

Die Lebensmittelanbieter in dem abgegrenzten Einzugsgebiet werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von durchschnittlich knapp 3 % zu verkraften haben. Dieser Wert der Umsatzverlagerung liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 5), so dass lediglich von einer geringfügigen Intensivierung des Wettbewerbs auszugehen ist. Etwaige Abschmelzungstendenzen sind primär aus diesen summierten Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, so dass ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgenden Trading-down-Tendenzen) auszuschließen ist. Somit ist grundsätzlich aus diesen Werten der Umsatzumverlagerung kein „Anfangsverdacht“ für eine mögliche Schädigung erkennbar.

In der vorstehenden Tabelle wird deutlich, dass die rechnerisch ermittelten Umsatzumverlagerungen in den einzelnen Orten zudem unterhalb der sog. **Nachweisbarkeitsgrenze** von 0,10 Mio. EUR⁵⁹ liegen. Somit sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine spürbaren Ertragsausfälle auf einzelne Handelslagen, vor allem keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar. Grundsätzlich werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung der einzelnen Lebensmittelanbieter liegen und nicht zu Ertragsseinbrüchen der betroffenen Handelsbetriebe führen.

Die geringen Umsatzverluste erklären sich aus dem Nichtvorhandensein von angebotsaffinen Lebensmittelmärkten. Die bestehenden Lebensmittelanbieter besitzen grundsätzlich keine wesentliche Sortimentsüberschneidung mit dem Lebensmittelgrundsortiment des Edeka-Marktes, so dass sich lediglich aus den Teilsortimenten des Supermarktes (Getränke, Fleisch-/ Wurstwaren, SB-Backwaren) geringfügige Umsatzumverlagerungen ergeben werden.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden sich in **Geraberg** vor allem auf die bestehenden Nahrungsmittelhandwerker beziehen. Da die bestehende Fleisch-/ Wursttheke im hinteren Teil des Supermarktes und auch die SB-Backstation weiterhin in der derzeitigen Form Bestand haben werden, ist lediglich durch die marginale Erweiterung des Back-Shops in der Vorkassenzone mit geringfügigen Umsatzverlagerungen zu rechnen. Diese werden sich auf die beiden anderen Geraberger Bäcker beziehen, wobei eine Absiedlung dieser Anbieter auszuschließen ist.⁶⁰

Die Auswirkungen auf den Getränkeanbieter in der Bahnhofstraße, der auf knapp 30 m² lediglich ein Minisortiment offeriert und den Tankstellenshop der Gulf-Tankstelle sind bezüglich der geringen Höhe jeweils einzelbetrieblich nicht nachweisbar, zumal beide Anbieter auf eine andere Zielgruppe fokussiert sind. Demnach ist ein Rückzug dieser Betriebe auszuschließen.

In Geraberg konnte kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden, so dass prinzipiell negative Auswirkungen auf Grund des Fehlens eines solchen Bereiches ausgeschlossen sind. Ferner ist in Geraberg kein entwicklungsfähiger innerörtlicher Kernbereich vorhanden, der für die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes geeignet wäre. Grundsätzlich sind heute und auch zukünftig die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen großformatigen Lebensmittelmarkt in der Geschäftslage an der Arnstädter Straße nicht gegeben, so dass selbst eine theoretisch mögliche Entwicklung dieses Bereiches zu einem zentralen Versorgungsbereich auszuschließen ist.

Der Immobilienbestand dieses Bereiches setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen (vgl. städtebauliche Einschätzung auf Seite 11/12). Mögliche größere Potenzialflächen, die für eine Bebauung infrage kommen würden, sind augenscheinlich nicht vorhanden.⁶¹ Des Weiteren sind die für einen Lebensmittelmarkt notwendigen Standortvoraussetzungen auch bezüglich des induzierten Verkehrs und der logistischen Voraussetzung (Anfahrbarkeit des Lieferverkehrs) nicht gegeben. Gerade die verträgliche Aufnahme des An- und Abreiseverkehrs eines größeren Lebensmittelmarktes ist in der Ortsmitte von Geraberg fraglich.

Im Fazit ergibt sich, dass auch zukünftig die Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches an der Arnstädter Straße in Geraberg nicht möglich ist. Ferner ist grundsätzlich die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes – auch unter Berücksichtigung der limitierten Einwohnerzahl der Gemeinde – versorgungsstrukturell nicht sinnvoll.

59 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

60 Bei den beiden Bäckern in Geraberg (Bäckerei Schneider, Bäckerei Ralf Weisheit) handelt es sich um ortsansässige Bäcker, die eine hohe Kundenakzeptanz besitzen. In der Vorkassenzone von Edeka ist dagegen ein Filialbäcker (frischback) eingemietet, der ein standardisiertes Sortiment anbietet.

61 Die Grundfläche, die für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes benötigt wird, liegt bei minimal rd. 5.000 m². Dieses Flächenpotenzial ist augenscheinlich in der Arnstädter Straße nicht vorhanden. Ferner muss der Standort u.a. auf Grund der Logistik eines Lebensmittelmarktes (Lieferverkehr) verkehrlich gut erreichbar sein und erzeugt auch einen hohen An- und Abreiseverkehr.

In **Elgersburg** ist neben zwei Nahrungsmittelhandwerkern ein kleines Lebensmittelgeschäft vorhanden, das auf rd. 70 m² ein ausgewähltes Sortiment zeigt. Eine Vollversorgung ist bei diesem Anbieter bezüglich der geringen Auswahlbreite nicht möglich, so dass dieser Betrieb lediglich eine Ergänzungsfunktion der Nahversorgung übernehmen kann. Grundsätzlich können hier auch zukünftig auf Grund der begrenzten Verkaufsfläche nur Lebensmittelteilsortimente angeboten werden, so dass die Vollversorgung der Bevölkerung auch weiterhin in Lebensmittelmärkten im Umfeld von Elgersburg erfolgen muss.

Mit der erweiterten Verkaufsfläche des Geraberger Edeka-Marktes werden sich für diesen Anbieter lediglich marginale bzw. nicht-messbare Umsatzverluste ergeben. Somit ist eine vorhabeninduzierte Absiedlung dieses Betriebes und eine damit einhergehende Abschmelzung der (anteiligen) wohnortnahen Versorgung nicht zu erwarten.

Die Umsatzumverlagerungen aus **Martinroda** werden vor allem von dem hier verorteten Getränkemarkt⁶² zu tragen sein, der an einem autokundenorientierten Standort außerhalb des Ortskerns verortet ist. Dies resultiert aus dem Fakt, dass Edeka insbesondere die Getränkeabteilung erweitern bzw. attraktivieren will. Demnach ist von einer gewissen höheren Umsatzbindung auch in Martinroda in diesem Teissegment auszugehen, so dass Kunden perspektivisch verstärkt auch Getränke in dem Edeka-Markt in Geraberg einkaufen werden.

Die rechnerisch ausgewiesenen Umsatzverluste liegen für Martinroda mit 0,03 Mio. EUR (vgl. Tab. 10) deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze (rd. 0,10 Mio. EUR), so dass eine Schädigung dieses Betriebes nahezu ausgeschlossen werden kann. Ferner sind für den Getränkemarkt geringe Standortkosten zu konstatieren, da sich der Markt in einem abgeschriebenen bzw. veralteten Gewerbeobjekt befindet. Im Fazit sind daher die zu erwartenden marginalen Umsatzverluste als verkraftbar zu bewerten.

In **Geschwenda** sind seit der diesjährig erfolgten Absiedlung des tegut-Marktes lediglich zwei Nahrungsmittelhandwerker und ein Café mit einem eingeschränkten Sortiment an Genussmitteln vorhanden. Für die genannten Anbieter sind keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen zu erwarten, da die Umsatzumverlagerungen aus dieser Gemeinde bei lediglich rd. 0,01 Mio. EUR liegen werden. Somit ist eine negative Beeinträchtigung der aktuellen Versorgungsstrukturen auszuschließen.

In den beiden Gemeinden **Angelroda** und **Neusiß** sind im Lebensmittelsortiment keine Angebote vorhanden, so dass naturgemäß eine Schädigung auf Grund des Fehlens entsprechender Betriebe auszuschließen ist.

Fazit: Mit der geplanten Vergrößerung des Edeka-Marktes in Geraberg sind keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen in den Gemeinden im Einzugsgebiet bzw. deren verbrauchernahe Versorgungsangebote zu erwarten. Da in den untersuchungsrelevanten Orten keine zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden konnten, sind negative Auswirkungen auf die Entwicklung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf Grund ihres Fehlens auszuschließen.

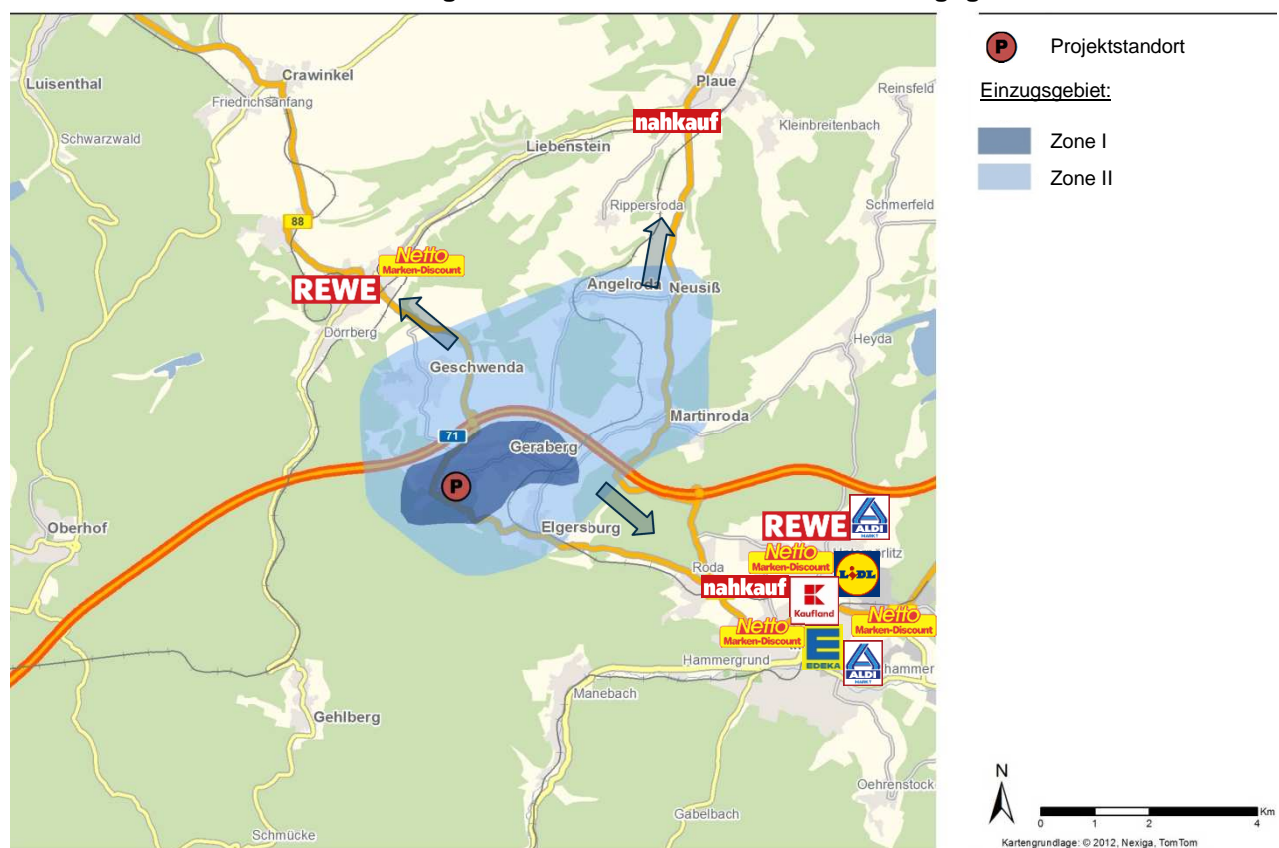
62 Neben dem Getränkemarkt ist in Martinroda lediglich noch ein Bäcker angesiedelt, der von dem Projektvorhaben absatzwirtschaftlich nicht tangiert wird.

6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets

Eine relevante Wirkung des Ansiedlungsvorhabens auf Bereiche außerhalb des dargestellten Einzugsgebietes wäre zu erwarten, wenn mit der Realisierung des Planvorhabens die bestehenden Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbseffekten gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Bevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Da derzeit Kunden aus dem zonierten Einzugsgebiet – insbesondere aus den Randbereichen – ihre Nachfrage nach Lebensmitteln auch außerhalb des Einzugsgebiets decken, bestehen demnach gewisse **Einkaufs- und Kundenverflechtungen** zu anderen Orten. Die abfließende Kaufkraft ist auf aktuell knapp 7,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) zu quantifizieren. Die derzeitigen Umsatzabflüsse werden vor allem durch kundenattraktive und leistungsstarke Lebensmittelanbieter in angrenzenden Orten wie Ilmenau, Gräfenroda und zu einem geringen Teil auch Plaue induziert. Die Kundenverflechtungen beziehen sich nicht auf einen speziellen Ort, sondern sind hinsichtlich der Zeit- und Wegedistanzen, bestehender Pendlerverflechtungen oder bereits ausgebildeter Einkaufsbeziehungen auf verschiedene Städte im regionalen Umfeld von Geraberg verteilt.

Karte 8: Schematische Darstellung der Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet



Der aktuelle Kaufkraftabfluss wird aus der berechneten Bindungsquote der Lebensmittelbranche in dem Einzugsgebiet deutlich, die mit rd. 52 auf eine hohe Abwanderung der Nachfrage hinweist (vgl. Tab. 4). Die Umsätze, die zukünftig durch die geplante Erweiterung des Edeka-Marktes in Geraberg gebunden bzw. „zurückgeholt“ werden, gehen naturgemäß umliegenden Standorten außerhalb des dargestellten Einzugsbereiches verloren. In Summe ist von einer **Rückholung von derzeit abfließender Kaufkraft** von rd. 0,83 Mio. EUR (vgl. Tab. 9) auszugehen.

Bei dieser Umsatzrückholung handelt es sich nicht um überdimensionale Werte, die bspw. auf eine über das Einzugsgebiet hinaus gehende Versorgungsfunktion des Planvorhabens deuten. Das ergibt sich aus der Tatsache, dass durch das Projektvorhaben nur ein **Teil der abfließenden Umsätze** zurückgeholt werden kann. Dies wird aus der Gegenüberstellung der vorstehenden Werte der Umsatzrückholung des Lebensmittelmarktes (rd. 0,8 Mio. EUR, vgl. Tab. 9) im Vergleich zu dem derzeit abfließenden gesamten Nachfragepotenzial aus dem Einzugsgebiet von rd. 7,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) deutlich.

Somit wird auch nach der Erweiterung des Supermarktes die branchenspezifische Zentralität in dem betrachteten Untersuchungsgebiet deutlich unter 100 liegen, so dass die Kaufkraft für Lebensmittel nicht vollständig vor Ort bzw. in dem Einzugsgebiet gebunden werden kann und weiterhin Kaufkraftabflüsse zu umliegenden Handelsstandorten erfolgen werden. Dies resultiert einerseits aus der Flächendimensionierung des projektierten Supermarktes bzw. dessen Strahlkraft, da solch ein Markt keine vollständige Umsatzbindung des gesamten lokalen Nachfragepotenzials erzielen kann. Ferner existieren auch weiterhin Pendler- und Kundenverflechtungen zu anderen Städten in der Region, so dass bei Einkaufsfahrten in diese Orte u.a. auch Lebensmittel mit eingekauft werden.

Die wesentlichen **Konkurrenzorte**, von denen die derzeit abfließende Kaufkraft zurückgeholt wird, sind vor allem Ilmenau, Gräfenroda und Plaue. Die projektrelevanten Anbieter⁶³, die hier verortet sind (vgl. vorstehende Karte 8), generieren aktuell einen Umsatz von rd. 79,44 Mio. EUR, so dass sich unter Berücksichtigung der zu erwartenden Kaufkraftrückholung (rd. 0,83 Mio. EUR) eine annualisierte Umsatzumverlagerungsquote von durchschnittlich rd. 1 % ergibt. Dieser Wert liegt mit einem hohen Sicherabstand unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 5), so dass kein Anfangsverdacht für schädliche Auswirkungen auf die Anbieter in diesen Orten besteht. Dies trifft vor allem für angebotsgleiche Lebensmittelmärkte, insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen bzw. in Nahversorgungslagen zu.

Tabelle 11: Summierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Ilmenau ⁶⁴	65,12	0,68	1,0
Gräfenroda ⁶⁵	10,65	0,12	1,1
Plaue ⁶⁶	3,67	0,03	0,8
Gesamt	79,44	0,83	1,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die prognostizierten Umsatzverluste von rd. 0,83 Mio. EUR werden maßgeblich von 13 Lebensmittelmärkten in Ilmenau, Gräfenroda und Plaue getragen, so dass sich durchschnittliche Umsatzverluste von ca. 0,06 Mio. EUR je Betrieb errechnen. Dieser rechnerisch ausgewiesene einzelbetriebliche Wert liegt deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR, so dass hieraus keine schädlichen Auswirkungen ablesbar sind. Die monetären Auswirkungen werden somit für die einzelnen Lebensmittelmärkte nicht spürbar sein.

63 Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, die Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe sind dabei jedoch flächenseitig vergleichbar große Betriebe im Fokus, die auch nahversorgungsrelevante Sortimente als Kernsortiment führen.

64 In Ilmenau (nur das Gebiet der Kernstadt) verfügen die standortprägenden Lebensmittelmärkte (Kaufland, Aldi [2x], Lidl, Netto [3x], REWE, Edeka und nahkauf über eine Verkaufsfläche von rd. 12.100 m². Zuzüglich zu diesem Angebot sind noch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte und Getränkemarkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.700 m² Verkaufsfläche vorhanden.

65 In Gräfenroda sind ein Supermarkt (REWE) und ein Discounter (Netto) mit zusammen knapp 2.200 m² etabliert. Neben den beiden Lebensmittelmärkten sind weiterhin noch ein Getränkemarkt und verschiedene Nahrungsmittelhandwerker mit insgesamt rd. 400 m² vorhanden.

66 In Plaue sind ein kleiner Supermarkt von nahkauf mit rd. 600 m² sowie vereinzelte kleinformatische Lebensmittelanbieter verortet.

Die dargestellte Kaufkraftrückholung dient der **Eigenbindung von Kunden** in dem ausgewiesenen Einzugsgebiet und somit einer verstärkten Kundenbindung vor Ort, so dass die zu erwartenden Auswirkungen in anderen Orten als hinnehmbar einzustufen sind. Das Vorhaben dient der lokalen Versorgung der Einwohner der VG Geratal bzw. auch teilweise des Nachbarortes Geschwenda, so dass zukünftig Einkaufsfahrten zu anderen Angebotsorten minimiert werden können.

In Bezug auf die zu erwartenden Mehrumsätze ist nach dem Hinzutreten der Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes von einer **Zentralitätssteigerung** auszugehen. Auf Basis der aktuellen Umsätze der Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (7,88 Mio. EUR, vgl. Tab. 4) ergibt sich – unter Berücksichtigung der Umsatzumverlagerungen im Einzugsgebiet (rd. 0,07 Mio. EUR)⁶⁷ – durch die Umsatzrückholung (rd. 0,83 Mio. EUR) und durch die erhöhten Streuumsätze (rd. 0,06 Mio. EUR, vgl. Tab. 9) eine Zentralität von rd. 57. Diese liegt mit 5 Punkten über der aktuellen Zentralität der Lebensmittelbranche in dem untersuchten Einzugsgebiet (vgl. Tab. 4).

Tabelle 12: Prospektive Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Untersuchungsgebiet

	Marktpotenzial	realisierte Umsätze	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	
Zone I	5,27	7,16	136
Zone II	9,97	1,54	15
Gesamt	15,24	8,70	57

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis der Berechnung ist ersichtlich, dass auch mit der erhöhten Verkaufsfläche des Edeka-Marktes weiterhin keine vollständige Bindung der Lebensmittelkaufkraft durch die Anbieter in dem Einzugsgebiet möglich ist. Somit kann nicht die komplette Nachfrage nach Lebensmitteln in Geraberg bzw. der VG Geratal (inkl. Geschwenda) gebunden werden, so dass weiterhin Versorgungsfahrten in umliegenden Orten notwendig sind.

Das Marktgebiet des projektierten Edeka-Lebensmittelmarktes in Geraberg erstreckt sich sowohl heute als auch zukünftig über den dargestellten Einzugsbereich (vgl. Karte 6). Eine **Ausweitung des Einzugsgebietes** bzw. auch eine höhere Marktdurchdringung ist auszuschließen, da insbesondere umliegende Orte wie Ilmenau oder Gräfenroda ein besser strukturiertes Lebensmittelangebot aufweisen und somit den Marktbebereich des Edeka-Marktes limitieren. Dies trifft insbesondere auf Ilmenau zu, da hier neben einem betriebsgleichen Edeka-Markt auch zahlreiche attraktive Großflächenanbieter verortet sind.

Ferner wird für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer, wobei die Waren des täglichen Bedarfs hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der relativ hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch die Verbraucher überwiegend wohnortnah, so dass Konsumenten aus Ilmenau oder Gräfenroda nicht zu dem Edeka-Markt in Geraberg fahren werden.

In unmittelbarer räumlicher Nähe des Vorhabenstandorts am Gewerbepark bzw. im näheren Umfeld sind keine prägenden bzw. größeren Einzelhandelsbetriebe vorhanden, die möglicherweise zusammen mit dem erweiterten Edeka-Markt eine wesentliche Beeinträchtigung anderer, auch überörtlicher Versorgungslagen bewirken könnten. Da kein weiteres Angebot (bspw. in einem **Standortverbund** oder einer Agglomerati-

⁶⁷ Innerhalb des Einzugsgebietes ist mit einer Umsatzumverlagerung von rd. 0,07 Mio. EUR zu rechnen. Diese ergibt sich aus der Umsatzumlagerung von Lebensmittelumsätzen (rd. 0,05 Mio. EUR) aus der Zone II (d.h. aus Elgersburg, Martinroda und Geschwenda, vgl. Tab. 10) in die Zone I (Geraberg) und von einer Umsatzumverlagerung von rd. 0,02 Mio. EUR innerhalb der Zone I.

on)⁶⁸ besteht oder geplant ist, ist eine Steigerung der ökonomischen Fernwirkungen des Edeka-Marktes auf umliegende Bereiche außerhalb des Einzugsgebietes ausgeschlossen.

Fazit: Für umliegende Handelsdestinationen werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, die aus der Kunden- und Kaufkraftrückholung des erweiterten Lebensmittelmarktes resultieren, insbesondere auf Grund der breiten räumlichen Streuung der Umsatzherkunft und der geringen einzelbetrieblichen Höhe⁶⁹ nicht zu einer Absiedlung von bestehenden Anbietern führen. Somit ist keine schädliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bestehender Handelsstandorte im regionalen Umfeld von Geraberg – insbesondere von zentralen Orten und auch deren zentraler Versorgungsbereiche – zu erwarten.

68 Am Projektstandort sind die räumlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung von weiteren Handelsbetrieben nicht gegeben, da nach der Belegung der derzeitigen Brachfläche mit Parkierungsflächen augenscheinlich keine Potenzialflächen vorhanden sind.

69 Die Umsatzverluste (rd. 0,83 Mio. EUR) werden maßgeblich von den 13 genannten Anbietern in Ilmenau, Gräfenroda und Plaue getragen, so dass sich durchschnittliche Umsatzverluste von ca. 0,06 Mio. EUR je Betrieb errechnen. Dieser einzelbetriebliche Wert liegt lediglich mit einem gewissen Sicherheitsabstand unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,10 Mio. EUR, so dass hieraus keine schädlichen Auswirkungen ablesbar sind.

6.5. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Für das Projektvorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzung für ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant.⁷⁰ Bei einer Sondergebietsausweisung sind die Ziele und Grundsätze der Raumordnung zu beachten. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.⁷¹

Die Ziele und Grundsätze sind im Landesentwicklungsprogramm Thüringen⁷² und im nachgeordneten Regionalplan Mittelthüringen⁷³ verbindlich geregelt. Nachfolgend wird geprüft, inwieweit das Vorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist. Auf eine Kompatibilitätsprüfung mit dem Regionalplan Mittelthüringen wird verzichtet, da die Aussagen der Regionalplanung⁷⁴ mit dem Landesentwicklungsplan deckungsgleich sind.

Ziel 2.6.1: „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot). Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte

– in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und

– in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.“

Die Gemeinde Geraberg besitzt gemäß der Landes- bzw. Regionalplanung keine zentralörtliche Ausweisung. Demnach ist hier ein großflächiges Einzelhandelsprojekt nur zulässig, wenn es u.a. zur Sicherung der Grundversorgung dient. Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.⁷⁵

Das Sortiment des projektierten Supermarktes ist überwiegend diesem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen, da es sich bei Lebensmitteln, Drogeriewaren und Tiernahrung um Waren mit einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“) handelt. Diese Sortimentsgruppe (sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) nimmt mit einem Anteil von rd. 94 % den Großteil der Gesamtverkaufsfläche des Lebensmittelmarktes ein. Das Vorhaben führt somit zu einer Sicherung der verbrauchernahen Grundversorgung in Geraberg, zumal Edeka der einzige Lebensmittelmarkt in dieser und in umliegenden Gemeinden ist.

Der Supermarkt strahlt bereits heute und auch nach seiner Erweiterung lediglich auf die Gemeinden der VG Geratal und die angrenzende Gemeinde Geschwenda aus. Da umliegende zentrale Orte nicht zum Einzugsgebiet des Edeka-Marktes zählen und somit keine Kaufkraft aus diesen Orten (insbesondere aus Ilmenau und Gräfenroda) abgezogen wird, ist eine negative Beeinträchtigung dieser Angebotsstrukturen auszuschließen. Dies wird auch in der Marktdurchdringung des Edeka-Marktes deutlich, der in seinem gesamten Einzugsgebiet einen Marktanteil von lediglich rd. 37 % erreichen kann. Demnach fließt auch nach der Erweiterung Lebensmittelkaufkraft in umliegende Orte ab.

Eine Beeinträchtigung der beiden naheliegenden zentralen Orte Ilmenau und Gräfenroda ist aus der verstärkten Kaufkraftbindung – die aus der Erweiterung des Vollsortimentsmarktes resultiert – nicht zu erwarten.

70 Der Gemeinderat der Gemeinde Geraberg hat am 03.08.2016 den Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan „Sondergebiet Einzelhandel Edeka“ gefasst und somit das gesetzlich vorgeschriebene Planverfahren eingeleitet.

71 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

72 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.6.

73 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen 2011, Punkt 2.3.

74 Im Regionalplan Mittelthüringen wird lediglich das Konzentrationsgebot thematisiert.

75 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

ten. Die erhöhte Bindung der Kunden vor Ort und die dadurch ausgelösten Umsatzrückholungen werden in Ilmenau und in Gräfenroda bezüglich der geringen Höhe monetär nicht spürbar sein. Eine Schädigung der Funktionsfähigkeit dieser Orte bzw. von zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungslagen ist mit einer hohen Sicherheit auszuschließen.⁷⁶

Der Einzugsbereich des Edeka-Marktes umfasst Geraberg, die zur VG Geratal zugehörigen Gemeinden Angelroda, Neusiß, Martinroda und Elgersburg sowie Geschwenda. Demnach liegt der Marktbereich über dem Gemeindegebiet von Geraberg. Hierbei handelt es sich um Gemeinden (Ausnahme Geschwenda), die sich zur Erfüllung ihrer Verwaltungsgeschäfte zusammengeschlossen haben, so dass auch gewisse Austauschbeziehungen zwischen den genannten Gemeinden und Geraberg bestehen, wo der Sitz der Verwaltungsgemeinschaft ist.

Des Weiteren kann der projektrelevante Edeka-Markt keine 100-prozentige Marktdurchdringung erreichen, da die Konsumenten auch weiterhin ihre Nachfrage zum Teil in umliegenden Orten tätigen. Für den Lebensmittelmarkt ist in Geraberg von einem Marktanteil von rd. 64 % und in den Orten im Einzugsgebiet von durchschnittlich rd. 23 % des jeweiligen Nachfragevolumens auszugehen. Somit kann der Markt in Summe lediglich rd. 37 % der Nachfrage in dem Einzugsgebiet binden (vgl. Tab. 6), so dass auch weiterhin hohe Kaufkraftabflüsse an andere Angebotsstandorte die Folge sind.

Unter Berücksichtigung des Bestandes an weiteren Lebensmittelanbietern in dem betrachteten Einzugsgebiet wird deutlich, dass alle Betriebe eine Zentralität von rd. 58 erreichen werden (vgl. Tab. 12). Somit fließt auch weiterhin ein großer Teil der Nachfrage aus dem Einzugsgebiet, vor allem in die beiden zentralen Orte Ilmenau und Gräfenroda ab.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion ist abzuleiten, dass das Einzugsgebiet des Vollsortimentsmarktes zwar über dem Gemeindegebiet von Geraberg liegt, jedoch keine maßgebliche Verletzung des Kongruenzgebots vorliegt. Durch die Ausrichtung des Projektvorhabens auf die Grundversorgung des direkten Umfelds von Geraberg und der nur anteiligen Marktabdeckung kann das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region durch die geplante Erweiterung nicht negativ beeinträchtigt werden. Eine Schädigung bestehender Versorgungsstrukturen in zentralen Orten ist auszuschließen.

Grundsatz 2.6.2: „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.“

Es ist auf die vorstehenden Darstellungen zu verweisen, da bereits unter dem Punkt 2.6.1 auch das Kongruenzgebot diskutiert wurde.

Prinzipiell ist das Projektvorhaben nicht als sog. Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen, da von dem Vorhaben keine in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO beschriebenen Auswirkungen – insbesondere keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden – zu erwarten sind.

Grundsatz 2.6.3: „Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“

Gegen das Beeinträchtungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch das Vorhaben im Ansiedlungsort der zentralörtliche Versorgungskern bzw. Nahversorgungsstandorte oder die Versorgungsstrukturen in anderen Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet beeinträchtigt werden. Diese negativen Effekte sind zu

⁷⁶ Das Ausbleiben von negativen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens wird auch bereits im LEP Thüringen vermutet:

„Im Lebensmitteleinzelhandel in Form der Vollsortimenter kann angesichts der heute üblichen Angebotsstrukturen regelmäßig die Regelvermutungsgrenze des § 11 Abs. 3 BauNVO überschritten werden, ohne dass dies zu den nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu missbilligenden Folgen führt. Entsprechende Betriebe sind daher bauplanungsrechtlich nicht als Einzelhandelsgroßprojekte zu behandeln und damit vermutlich auch raumordnungsrechtlich außerhalb Zentraler Orte zulässig.“

Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

unterstellen, wenn infolge der geplanten Entwicklung des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Grundsätzlich konnten in der Ansiedlungsgemeinde und in den umliegenden Gemeinden, die zum Einzugsgebiet des Edeka-Marktes zählen, keine zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden, so dass eine Schädigung in Ermangelung solcher Bereiche naturgemäß nicht möglich ist.

Auf Basis der niedrigen vorhabeninduzierten Umsatzumlenkungseffekte ist nicht davon auszugehen, dass sich für die bestehenden Lebensmittelanbieter in integrierten Versorgungslagen – die der wohnortnahen Versorgung dienen – schädliche Auswirkungen ergeben. Demnach ist ein Abschmelzen von verbraucher-nahen Versorgungsangeboten in den Orten im Einzugsgebiet bzw. auch darüber hinaus auszuschließen.

Grundsatz 2.6.4: „*Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot).*“

Nach Auswertung der Standortfaktoren ist der Projektstandort von Edeka in Geraberg als städtebaulich integriert einzustufen. Dies leitet sich daraus ab, dass der Standort räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet, in die örtlichen Bebauungsstrukturen eingegliedert und für die umliegende Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbar ist. Ferner besitzt der Standort in seinem Nahbereich (bis 800 m-Laufweg) mit knapp 1.400 Personen ein verhältnismäßig hohes Bevölkerungspotenzial und kann für diese Bewohner eine fußläufige Nahversorgung anbieten. Der Vorhabenstandort verfügt ferner über einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss, da im fußläufigen Umfeld eine Bushaltestelle verortet ist. Das sog. Integrationsgebot wird somit erfüllt.

Ziel 2.6.5: „*Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind.*“

Im vorliegenden Fall ist die Unterbringung des großflächigen Einzelhandelsbetriebes in einem Sondergebiet im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO geplant. Am Standort sind keine weiteren Einzelhandelsbetriebe geplant bzw. auch möglich, was sich auch aus der Größe des Projektareals ergibt.

Fazit: Für das geplante Vorhaben ist im Wesentlichen eine Kompatibilität mit den Zielen bzw. Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 gegeben. Das Vorhaben hält die im Landesentwicklungsprogramm relevanten Zielvorgaben, insbesondere das Beeinträchtungsverbot und das Integrationsgebot ein. In Bezug auf das Konzentrationsgebot ist für Geraberg als nicht-zentraler Ort zu konstatieren, dass das betriebliche Einzugsgebiet des Edeka-Marktes die Gemeindegrenze von Geraberg überschreitet und die Gemeinden der VG Geratal und Geschwenda mit umfasst. Da es sich jedoch nur um Gemeinden im direkten Umfeld von Geraberg handelt – in denen zudem keine Lebensmittelgrundversorgung besteht – ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen in der Region auszuschließen.

7. Zusammenfassung

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Umstrukturierung des Edeka-Marktes in Geraberg resultieren, zusammengefasst.

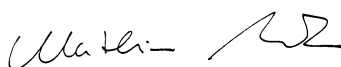
- Die Firma Edeka, vertreten durch einen selbstständigen Kaufmann, betreibt bereits langjährig in Geraberg einen Lebensmittelmarkt, dessen flächenseitige **Erweiterung** um rd. 830 m² auf rd. 2.100 m² Verkaufsfläche (inkl. Backshop) geplant ist. Das Erweiterungsvorhaben soll durch einen Anbau an den bestehenden Supermarkt erfolgen, so dass die wesentlichen Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, die ansprechbare Bevölkerung im Einzugsgebiet oder die Einsehbarkeit der Immobilie bei dem Planvorhaben unverändert bleiben.
- Der **gestiegene Verkaufsflächenbedarf** von Edeka resultiert vor allem aus Gründen der Prozessoptimierung und der Attraktivitätssteigerung. Mit der erweiterten Verkaufsfläche sollen vor allem die innerbetrieblichen Abläufe (u.a. Vereinfachung der Warenbestückung, größere Warenmengen je Artikel, Vergrößerung der Präsentationsflächen) optimiert werden. Ferner soll die derzeit beengte Präsentation im Markt durch breitere Gänge, eine übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen oder weniger überbaute Bereiche attraktiviert werden. Die größeren Flächen führen dabei nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung, da die Artikelzahl von Edeka bei Food und Non-Food auch nach der Erweiterung nicht maßgeblich steigen wird. Mit der Erweiterung des Edeka-Marktes werden an dem Standort tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, so dass das Vorhaben als bestands- und zukunftsichernde Maßnahme zu werten ist.
- Der **Projektstandort** ist als verbrauchernah einzustufen und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den Wohnsiedlungsbereichen im Umfeld her. Auf Grund der Lagequalität ist der städtebaulich integrierte Standort fußläufig aus den umliegenden Wohnquartieren erreichbar und leistet einen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung in Geraberg. Im fußläufigen Nahbereich des Standortes (800 m-Laufweg) leben derzeit rd. 1.400 Einwohner, was einem Anteil von rd. 57 % der Bevölkerung von Geraberg entspricht.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von Edeka erstreckt sich auch nach seiner Erweiterung vor allem über den räumlichen Umgriff von Geraberg, den umliegenden und zur Verwaltungsgemeinschaft Geratal zugehörigen Gemeinden (Angelroda, Neusiß, Martinroda, Elgersburg) sowie Geschwenda. Bezüglich der räumlichen Nähe der aufgeführten Gemeinden und direkter Straßen- und Wegbeziehungen nach Geraberg bestehen bereits heute zahlreiche Kundenaustauschbeziehungen zwischen diesen Orten. In dem gesamten Einzugsgebiet wohnen ca. 7.000 Personen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von rd. 15,2 Mio. EUR verfügen.
- Das aktuelle **Lebensmittelangebot** wird in Geraberg auf rd. 1.450 m² Verkaufsfläche dargestellt. Als wichtigster Träger der Nahversorgung fungiert der projektrelevante Edeka-Markt, dessen Angebot durch weitere Lebensmittelanbieter (u.a. Getränkemarkt, Bäcker, Fleischer, Tankstellenshop) arrondiert wird. In den Gemeinden im Einzugsgebiet sind lediglich kleinformatische Lebensmittelanbieter vorhanden, so dass hier keine vollumfängliche Versorgung möglich ist. Dies wird in der aktuellen Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Einzugsgebiet deutlich, die mit rd. 52 auf einen hohen Kaufkraftabfluss hinweist.
- Die **Verkausflächendichte** der Lebensmittelbranche liegt aktuell in dem betrachteten Einzugsgebiet bei rd. 0,29 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Nach dem Hinzutreten der Mehrfläche des Edeka-Marktes wird sich die Flächendichte auf rd. 0,40 m² je Einwohner erhöhen, wobei dieser Wert unter dem bundesdurchschnittlichen Vergleichswert von rd. 0,43 m² je Einwohner liegt.
- Der projektierte Supermarkt wird in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von durchschnittlich ca. 37 % erzielen. Somit deckt der Markt nur anteilig die Nachfrage ab. Eine Erhöhung ist auf Grund der Gesamtverkaufsfläche des Marktes, des Betriebstyps, des Lebensmittelangebots im regionalen

Umfeld und der üblichen Marktdurchdringung eines solchen Konzeptes nicht möglich. Es verbleiben demnach auch nach der Erweiterung des Edeka-Marktes offene Nachfragepotenziale, die von anderen Lebensmittelanbietern gebunden werden können.

- Der Umsatz der erweiterten Verkaufsfläche wird u.a. aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Lebensmittelanbietern aus dem Einzugsgebiet rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle im Einzugsgebiet befindlichen Anbieter bei durchschnittlich 3 % und erreichen auch einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Auf Grund der geringen Höhe der Umsatzverluste – die insbesondere aus der andersartigen Ausrichtung der betroffenen Lebensmittelanbieter im Vergleich zu dem Supermarkt resultiert – ist keine Abschmelzung des bestehenden Lebensmittelangebots zu prognostizieren.
- Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet ihre Nachfrage nach Lebensmitteln zum Teil in anderen Orten im Umfeld von Geraberg ab. Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund der zu erwartenden Attraktivität des Lebensmittelmarktes verstärkt ihre Nachfrage in Geraberg decken, so dass mit einer **Rückholung von derzeit abfließender Kaufkraft** zu rechnen ist. Die Umsätze, die umliegenden Standorten außerhalb des Einzugsgebietes verloren gehen, werden bezüglich der breiten räumlichen Streuung und der geringen Höhe nicht zu einer Absiedlung von Lebensmittelmärkten im Umfeld von Geraberg führen. Eine Schädigung, vor allem in den zentralen Orten Ilmenau und Gräfenroda ist nicht zu erwarten, so dass das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region durch die avisierte Flächenerweiterung nicht beeinträchtigt wird. Grundsätzlich handelt es sich bei der Konsumenten- bzw. Umsatzrückholung um eine Eigenbindung des lokalen Nachfragepotenzials in der VG Geratal, so dass hier die wohnortnahe Versorgung gestärkt wird.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind. Da in den Orten im Einzugsgebiet keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind, ist eine Schädigung solcher Bereiche naturgemäß nicht möglich. Ferner ist kein Abbau von verbrauchernahen Versorgungsangeboten in dem betrachteten Einzugsgebiet zu erwarten. Ebenso ist eine vorhabeninduzierte Abschmelzung der wohnortnahen Versorgung in umliegenden zentralen Orten oder eine Schädigung hier bestehender zentraler Versorgungsbereiche auszuschließen.
- Für das geplante Vorhaben ist eine Kompatibilität mit den Zielen und Grundsätzen der **Landesplanung** gegeben, wengleich in Bezug auf das Konzentrationsgebot der betriebliche Einzugsbereich des Projektvorhabens über das Gemeindegebiet des nicht-zentralen Ortes Geraberg hinweg ausstrahlt. Eine Schädigung umliegender zentraler Orte oder ein Zugreifen auf das Einwohnerpotenzial in diesen Orten ist jedoch auszuschließen.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek
Projektleiter



i.V. Dipl.-Geogr. Eva Hauke

Erfurt, 29. September 2017

Anlage 1: Fotodokumentation der Innengestaltung des Edeka-Marktes

Foto 1: Beengte Präsentation von Getränken im Eingangsbereich, hier auch notwendige Platzierung des zweiten Leergutautomaten



Foto 2: Beengter Zugang zum Leergut-Automat, fehlender 2. Leergut-Automat



Foto 3: Geringe Gangbreite (rd. 1,5 m), an der Kopfseite zugestellte Quergänge



Foto 4: Beengte Präsentation in den Längsgängen, notwendiges Zustellen der Mitte dieser Gänge



Foto 5: Geringe Flächenbreiten zur Präsentation von Getränken, teilweise zugestellte Gänge



Foto 6: „Mobiler“ Kaffeetisch mit Stühlen vor der Back-off-Station (wird aus Platzgründen nicht dauerhaft aufgestellt)



Foto 5: Eingeschränkte Gangbreite bei der Nachbestückung während der Geschäftszeiten



Anlage 2: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m².
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau.
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten).
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich.

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment.
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, Markttreff, Ihr Kaufmann.

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Norma, Netto Marken-Discount, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska.

Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.000 m², i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, Sky, tegut, Combi.

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %.
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren.
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila.

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.

Beispiele: Globus, Marktkauf, real.

Anlage 3: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH

Non-Food I

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

