

Auswirkungsanalyse

Erweiterung des REWE-Lebensmittelmarktes in 99991 Großengottern in der Mühlhäuser Straße 18

Auftraggeber:

REWE Markt GmbH
Rheinstraße 8
14513 Teltow

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon +49 361 7780660

Fax +49 361 7780612

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 Ausarbeitungen 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 · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

- 1. Ausgangssituation / Projektdaten 3**
- 2. Standortrahmendaten der Landgemeinde Unstrut-Hainich..... 6**
- 3. Einzelhandelsstrukturen in der Landgemeinde Unstrut-Hainich 9**
 - 3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung 9
 - 3.2. Zentrale Versorgungsbereiche 12
- 4. Mikrostandort 16**
- 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse 19**
 - 5.1. Einzugsgebiet 19
 - 5.2. Marktpotenzial 22
 - 5.3. Angebot 23
- 6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens 26**
 - 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen 26
 - 6.2. Umsatzprognose 29
 - 6.3. Umsatzherkunft 32
 - 6.4. Wirkungsprognose 35
 - 6.4.1. Methodische Vorgehensweise 35
 - 6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet 36
 - 6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets 41
 - 6.5. Landesplanerische Bewertung 44
- 7. Zusammenfassung..... 47**

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Einzelhandelskette **REWE** betreibt in der Landgemeinde Unstrut-Hainich einen Lebensmittelmarkt; der Supermarkt ist im nordwestlichen Bereich des Gemeindeteils Großengottern adressiert. Die REWE-Filiale stellt gemeinsam mit einem Edeka-Markt die lokale Grundversorgung für die Landgemeinde sicher.

Abbildung 1: Objektsituation des REWE-Marktes in Großengottern in der Mühlhäuser Straße 18



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der REWE-Markt – eröffnet im Jahr 2014 – entspricht hinsichtlich seiner Flächengröße mit rd. 1.560 m² nicht mehr den quantitativen Ansprüchen an einen modernen Supermarkt bzw. den aktuellen vertriebsseitigen Maßgaben des Betreibers, daher ist eine Erweiterung dieser Filiale angedacht. Das **flächenseitige Layout** des Marktes soll auf eine Verkaufsfläche¹ von maximal 1.900 m² angehoben werden, die angestrebte Fläche liegt – wie bereits die Bestandsfläche – oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.²

Tabelle 1: Prüfungsrelevantes Flächenprogramm des REWE-Marktes in Großengottern

	IST-Fläche	PLAN-Fläche	Veränderung
	m ²	m ²	m ²
REWE	1.482	1.822	+340
Bäcker (inkl. Sitzbereich)	78	78	0
Gesamt	1.560	1.900	+340

Quelle: REWE Markt GmbH (Teltow)

Mit der erweiterten Verkaufsfläche des REWE-Marktes sollen die **Kundenattraktivität** und die Einkaufsqualität (z.B. übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche, größere Laufwege, breitere Gänge; im Rahmen der Corona-Pandemie hat sich die Bedeutung von Abstandsflächen innerhalb eines Lebensmittelmarktes gezeigt) erhöht werden. Die Flächenvergrößerung bezieht sich vor allem auf die Stellflächen für Waren, da so größere Mengen je Artikel im Verkaufsraum bereitgestellt werden können. Dies ist insbesondere für Produkte mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Kaffee/Tee, Getränke, Drogeriewaren, Tiernahrung) relevant, so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Kostenaufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt.

¹ In der Gesamtverkaufsfläche ist neben der eigentlichen Marktfläche auch die Fläche für den Windfang (rd. 26 m²) und der Raum für die Abholstation (REWE-Online, ca. 32 m²) enthalten.

² Einzelhandelsbetriebe sind großflächig i.S.v. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

Neben der Verbesserung der Präsentationsmöglichkeiten werden durch die erweiterte Fläche auch die **innerbetrieblichen Abläufe** optimiert. Dies führt zu Einsparungen bei Logistik-, Lager- und Personalkosten, da auf Grund der vergrößerten Fläche mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen und Regalbestückungen auf Paletten oder auf Rollcontainern in den Markt gebracht werden können. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmetern“ pro Produkt auch bei gleichbleibenden Artikelzahlen zu höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

Nach der Erweiterung wird seitens des Betreibers kein zur Fläche gleichlaufender bzw. proportionaler Umsatzzuwachs erwartet, da die Artikelanzahl in dem Markt nicht wesentlich erhöht wird.³ Die Maßnahme zielt hauptsächlich auf eine optische Ertüchtigung des Marktes und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die Wettbewerbsfähigkeit dieser Filiale in Großengottern dauerhaft zu erhalten. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Der nachstehende objektbezogene **Lageplan** stellt die neu positionierte REWE-Filiale an der Mühlhäuser Straße im räumlichen Kontext dar. Der Baukörper der Handelsimmobilie bleibt in seiner Struktur erhalten, da die zusätzliche Fläche durch einen Anbau an der östlichen Marktseite – bei einem Versatz der derzeit hier befindlichen Anlieferungsrampe – erfolgen soll. Demnach werden sich die Standvoraussetzungen (u.a. Erreichbarkeit, Zufahrt, Fernwirkung, Werbesichtanbindung, Lage/Anzahl der Parkplätze) des Supermarktes nicht wesentlich verändern.

Abbildung 2: Lageplan der neu positionierten REWE-Filiale in Großengottern



Lageplan:
REWE Markt GmbH
(Teltow)

Für die Liegenschaft des REWE-Marktes besteht **kein rechtsgültiger Bebauungsplan**. Zum damaligen Zeitpunkt des Neubaus des Marktes erfolgte eine Genehmigung des Vorhabens nach § 33 BauGB; der Bebauungsplan Nr. 5 („Sondergebiet Einzelhandel Mühlhäuser Straße“) wurde nicht bis zum Satzungsbeschluss geführt.

³ Grundsätzlich verfügen filialisierte Lebensmittelmärkte über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenerweiterungen keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

Für die angefragte Neupositionierung der REWE-Filiale beabsichtigt die Gemeinde Unstrut-Hainich nunmehr die Ausweisung eines **Sondergebiets**, um so die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Erweiterung des Lebensmittelmarktes zu schaffen. Ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Gemeinderates am 29.03.2023 einstimmig gefasst.⁴

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist aufzuzeigen, inwieweit von dem großflächigem Einzelhandelsvorhaben Auswirkungen auf

- die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche⁵

in der Landgemeinde Unstrut-Hainich oder in umliegenden Gemeinden gemäß **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Bei der Aufstellung von Bauleitplänen sind im Sinne von § 1 Abs. 4 BauGB die Ziele der Raumordnung zu beachten. Die relevanten Ziele bzw. Grundsätze sind im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025** (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) verbindlich geregelt und werden im Rahmen der Auswirkungsanalyse bewertet.

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im Mai/Juni 2023 durchgeführt wurde, werden im Folgenden dargestellt und beschrieben.

4 vgl. Aufstellungsbeschluss für den vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 5 Sondergebiet Einzelhandel (Beschluss Nr. 343-26-2023) vom 29.03.2023.

5 Die Landgemeinde Unstrut-Hainich besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Im Gemeindlichen Entwicklungskonzept (GEK) der Landgemeinde Unstrut-Hainich inkl. Gemeinde Schönstedt (02.02.2023) ist ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen (vgl. Pkt. 4.4.2). Somit werden (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

2. Standortrahmendaten der Landgemeinde Unstrut-Hainich

Die Landgemeinde Unstrut-Hainich (ca. 5.200 Ew.) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** in Thüringen und hier im zentralen Bereich des Unstrut-Hainich-Kreises verortet. Im direkten Umland der Gemeinde sind überwiegend kleine Kommunen situiert; die Landgemeinde befindet sich in einem tendenziell ländlich geprägten Umfeld. Größere Städte in der Region sind die Kreisstadt Mühlhausen und Bad Langensalza, jeweils etwa 10 Kilometer von Großengottern entfernt.

Die **Siedlungsstruktur** der Gemeinde Unstrut-Hainich setzt sich neben dem Kernort Großengottern aus fünf weiteren Ortsteilen zusammen. Der Siedlungsschwerpunkt liegt in dem kleinstädtisch geprägten Großengottern, hier leben mit rd. 2.300 Personen etwa 44 % der gesamtörtlichen Bevölkerung. Größter dezentraler Ortsteil ist Altengottern (ca. 1.000 Ew.), die übrigen Gemeindeteile haben jeweils deutlich unter 1.000 Einwohner. Die dezentralen Ortsteile weisen eine ländlich geprägte Siedlungsstruktur auf.

Die Landgemeinde Unstrut-Hainich fungiert gemäß § 51 der Thüringer Kommunalordnung als erfüllende Gemeinde für das südlich liegende **Schönstedt** und übernimmt somit Verwaltungsaufgaben für insgesamt rd. 6.510 Personen. Im Jahr 2024 ist eine Fusion von Schönstedt mit der Gemeinde Unstrut-Hainich geplant.

Großengottern wird sowohl in dem gültigen Regionalplan als auch in dem Entwurf des fortgeschriebenen Regionalplans Nordthüringen als **Grundzentrum**⁶ ausgewiesen. In Grundzentren sollen die Funktionen der Daseinsvorsorge mit überörtlicher Bedeutung ergänzend zu den höherstufigen zentralen Orten konzentriert und zukunftsfähig gestaltet werden. Die Grundzentren sichern ferner auch die Grundversorgung mit Gütern des Einzelhandels.⁷

Karte 1: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt)



Auf Basis der regionalplanerischen Einstufung übernimmt Großengottern Versorgungsaufgaben für die eigene Bevölkerung und für die Bewohner in dem ausgewiesenen Grundversorgungsbereich; der definierte grundzentrale Verflechtungsbereich umfasst neben den einzelnen Gemeindeteilen von Unstrut-Hainich zusätzlich die südlich befindliche Gemeinde Schönstedt. In dem grundzentralen Verflechtungsbereich leben derzeit ca. 6.510 Einwohner.

⁶ vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Pkt. 1.2.3 (Z 1-1) und 2018 (Entwurf), Pkt. 1.2.3.

⁷ vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm 2025, Pkt. 2.2.12 G.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Landgemeinde Unstrut-Hainich erfolgt über die Bundesstraße B247, deren Trassierung unmittelbar durch Großengottern führt. Die Bundesstraße stellt eine gute infrastrukturelle Anbindung an umliegende Orte in der Region dar, bedingt jedoch eine sehr hohe Verkehrsbelastung für die Ortsmitte von Großengottern; die aktuell im Bau befindliche Umgehungsstraße wird daher zu einer deutlichen Entlastung innerhalb von Großengottern führen.

Die dezentralen Ortsteile der Landgemeinde sind mit Großengottern durch Landes- und Kreisstraßen verknüpft, die auch eine Verbindung in umliegende Kommunen sicherstellen. Für Großengottern ist somit eine gute infrastrukturelle Anbindung aus dem regionalen Umfeld der Gemeinde zu konstatieren; die überregionale Erreichbarkeit ist mangels einer direkten Autobahnanbindung als eingeschränkt zu bewerten.

Der Ortsteil Großengottern ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angeschlossen und besitzt Regionalbahnverbindungen in Richtung Mühlhausen und nach Bad Langensalza. Der Bahnhofpunkt ist im westlichen Ortsgebiet von Großengottern lokalisiert.

Die kleinräumige Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbuslinien sichergestellt.⁸ Die Regionalbusse fahren Haltepunkte sowohl in Großengottern als auch in peripheren Ortsteilen an und gewährleisten die Anbindung an umliegende Orte.

In der Landgemeinde Unstrut-Hainich leben etwa 5.200 Einwohner. Die **Bevölkerungsentwicklung** war in den letzten zehn Jahren mit einem Einwohnerzuwachs von +0,4 % positiv und hat sich von dem rückläufigen Trend im Landkreis Unstrut-Hainich (-2,6 %) und dem Landestrend (-2,0 %) abgekoppelt.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Landgemeinde Unstrut-Hainich im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2012	2022		2030		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Unstrut-Hainich	5.166 ⁹	5.187	+0,4	5.130	-1,1	
Landkreis Unstrut-Hainich	104.947	102.256	-2,6	98.900	-3,3	
Freistaat Thüringen	2.170.460	2.126.846	-2,0	2.048.000	-3,7	

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2012 + 31.12.2022
3. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Mit Blick auf die lokalen demographischen Gegebenheiten wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl in der Landgemeinde Unstrut-Hainich leicht rückläufig entwickeln; die **prognostizierte Einwohnerzahl** soll im Jahr 2030 bei etwa 5.100 Personen liegen. Die Entwicklung ist tendenziell mit dem Bevölkerungsrückgang im Landkreis Unstrut-Hainich (-3,3 %) und dem Thüringer Landestrend (-3,7 %) vergleichbar, wird jedoch mit -1,1 % geringer ausfallen.

Für den Handel stellt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** einen wichtigen Faktor dar, der durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt wird. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen, Gastronomie) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

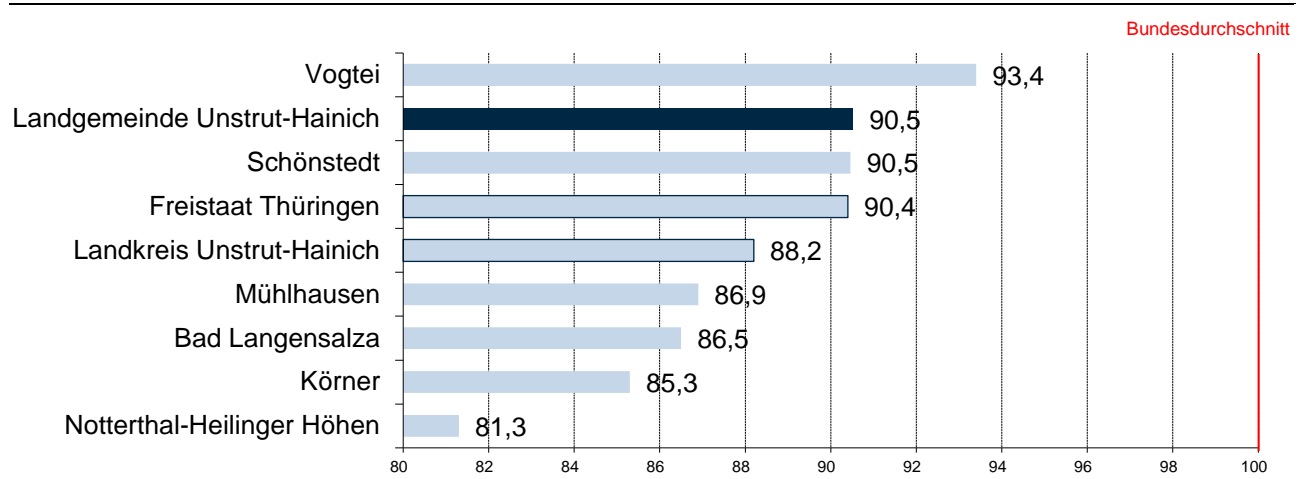
Im nationalen Vergleich weist die Landgemeinde Unstrut-Hainich – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 90,5 % unter dem bundesdeutschen

⁸ Auf Grund der geringen Bevölkerungszahl ist in der Landgemeinde Unstrut-Hainich – wie in vergleichbaren Orten – kein Stadtbusnetz ausgebildet.

⁹ Die Einwohnerzahl im Jahr 2012 bezieht sich – zur besseren Vergleichbarkeit der Entwicklung – auf den aktuellen Gebietsstand und schließt folglich neben den Bewohnern von Großengottern auch die Einwohner der Ortsteile Altengottern, Flarchheim, Heroldshausen, Mühlverstedt und Weberstedt mit ein. Die benannten Orte haben sich im Januar 2019 zur Landgemeinde Unstrut-Hainich zusammengeschlossen.

Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in der Landgemeinde ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2022

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex der Landgemeinde fällt im regionalen Vergleich leicht überdurchschnittlich aus, da die örtliche Kaufkraft der Kommune sowohl über dem Mittelwert des Landkreises Unstrut-Hainich (88,2 %) als auch über dem thüringischen Landesdurchschnitt (90,4 %) liegt.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -1.270 Personen¹⁰ besitzt die Landgemeinde Unstrut-Hainich jedoch weniger Ein- als Auspendler, so dass auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten sind.¹¹

¹⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2022.

¹¹ Im regionalen Umland weisen Mühlhausen und Bad Langensalza als zentrale Arbeitsplatzstandorte eine positive Pendlerquote auf.

3. Einzelhandelsstrukturen in der Landgemeinde Unstrut-Hainich

3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im Mai 2023 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in der Gemeinde Unstrut-Hainich aufgenommen und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Angebot** der 16 örtlichen Handelsbetriebe beläuft sich auf rd. 3.500 m², dies entspricht einer Verkaufsflächendichte¹² von knapp 0,7 m² je Einwohner. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung liegt – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – deutlich unter dem bundesdeutschen Ausstattungswert von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Landgemeinde Unstrut-Hainich

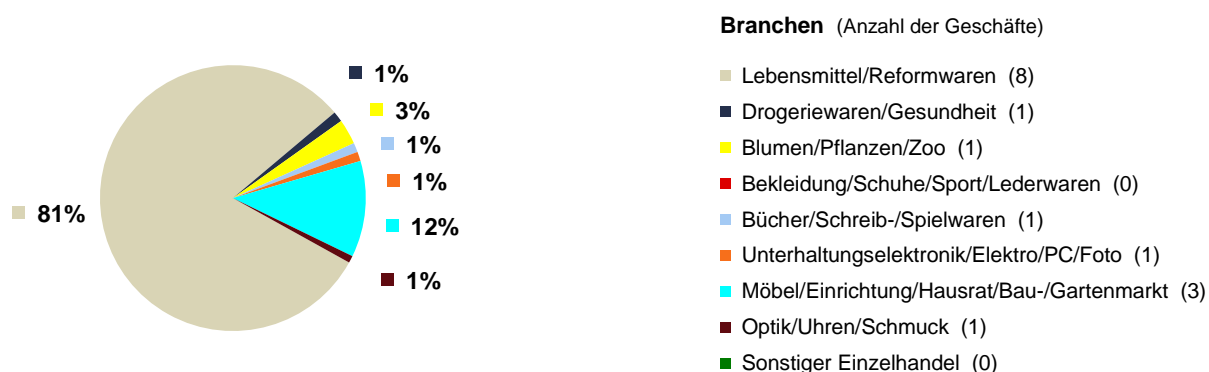
	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
Unstrut-Hainich	3.520	16	~220	0,68

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Mai 2023

Zentrale Orte weisen oft eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf, da solche Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum besitzen und dementsprechend meist höhere Flächenangebote vorhalten. Unter Beachtung der geringen Flächendichte ist jedoch für die Landgemeinde Unstrut-Hainich primär keine gemeindeübergreifende Ausstrahlung des lokalen Einzelhandels erkennbar.

Die Analyse der **Einzelhandelsstruktur** zeigt eine – für kleinere Kommunen übliche – flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels (ca. 2.800 m² VK); in der Landgemeinde sind zwei großformatige Lebensmittelmärkte aktiv. Einen kleineren Angebotsschwerpunkt bildet die Baumarktbranche, dominiert durch verschiedene kleinere Anbieter. Die Flächenausstattung wird demnach maßgeblich durch die insgesamt elf Betriebe dieser beiden Branchen getragen, die bereits 93 % der lokalen Verkaufsfläche belegen.

Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur in der Landgemeinde Unstrut-Hainich



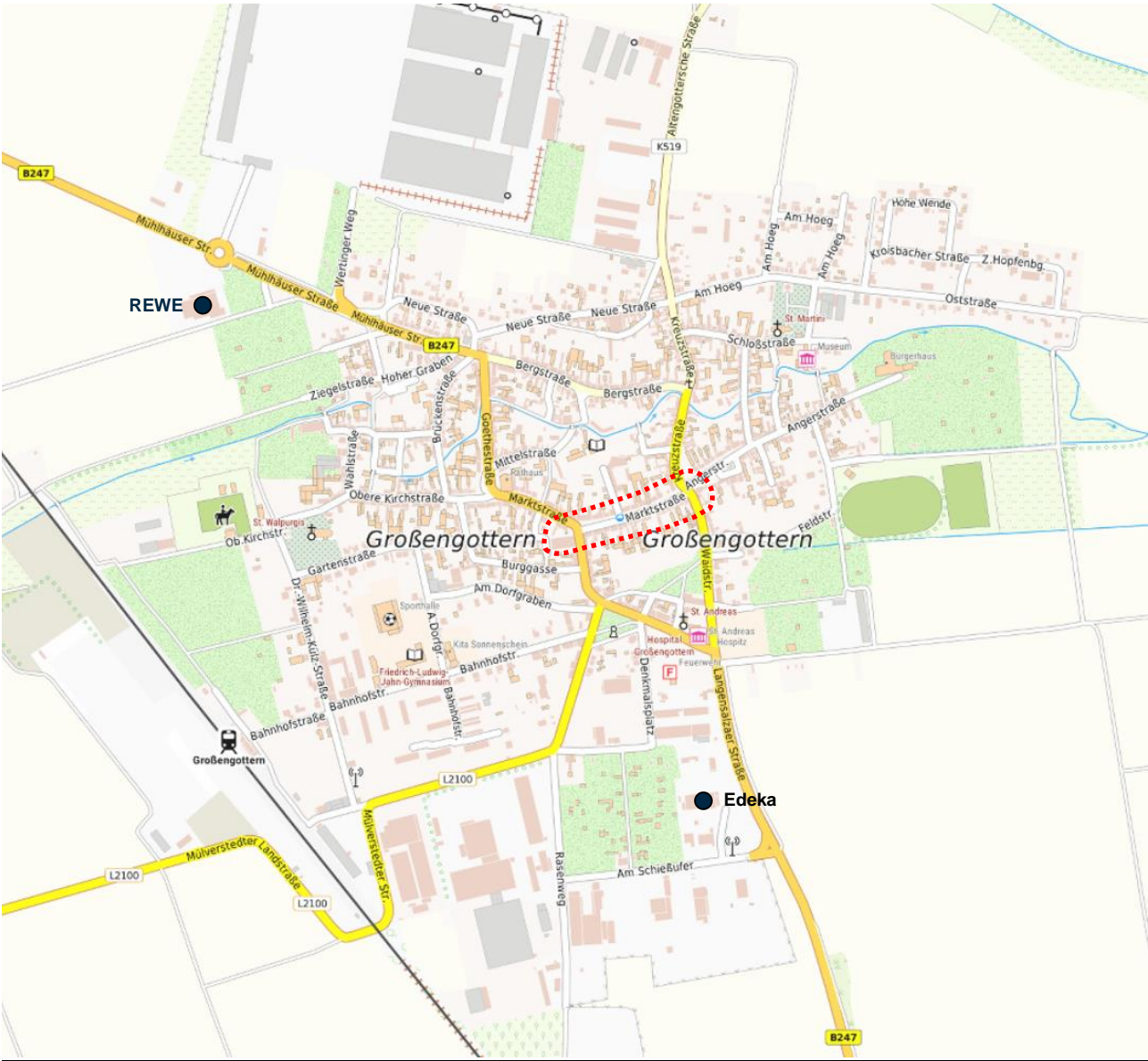
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2023

Die restlichen Branchen nehmen jeweils einen sehr geringeren Flächenanteil an der gesamtörtlich gemessenen Verkaufsfläche ein; die Angebotsstrukturen weisen lediglich auf ein rudimentär ausgebildetes Handelsangebot hin.

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

Im Folgenden wird überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestandes gegeben, wobei die lokalen Handelsbetriebe vornehmlich in Großengottern und hier in Streulagen außerhalb der unmittelbaren Ortsmitte verortet sind.

Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Großengottern



... Ortskern

● strukturprägender Handelsbetrieb

Karte: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.16)
 Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Mit Blick auf die **räumliche Verteilung** des Einzelhandelsangebots existiert im Ortskern von Großengottern – dies ist der Bereich um die Marktstraße – nur ein rudimentäres flächenseitiges Angebot, das sich auf eine summierte Verkaufsfläche von rd. 100 m² und lediglich vier Handelsbetriebe beschränkt. Eine komprimierte Einzelhandelslage ist nicht sichtbar, es fehlen größere Handelsbetriebe bzw. eine umfängliche Angebotsmasse. Ferner sind in diesem Bereich nur vier komplementäre Angebote vorzufinden, so dass in Summe der bestehenden Betriebe keine verdichtete Einkaufslage ausgebildet ist.

In sonstigen Lagen von Großengottern sind zwei Lebensmittelmärkte aktiv. Im südlichen Ortseingangsbe-
reich ist – bereits im Jahr 1993 eröffnet – ein Edeka-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 900 m² ansässig.
Der Markt ist in einem eingeschossigen Funktionsbau etabliert, die Bausubstanz und die Innengestaltung
zeigen sich modernisierungsbedürftig.

Im nordwestlichen Bereich von Großengottern wurde im Jahr 2014 ein REWE-Markt eröffnet, der sich mit
Blick auf seine Strahlkraft und Attraktivität als ansprechender Vollsortimentsmarkt präsentiert. Der REWE-
Markt ist – ebenso wie Edeka – in einer städtebaulichen Randlage situiert und durch eine gute verkehrliche
Erreichbarkeit geprägt.

Zusätzlich zu den beiden benannten großflächigen Lebensmittelmärkten sind in Großengottern vereinzelte
weitere Betriebe in Streulagen – überwiegend Non-Food-Anbieter – ansässig.

Außerhalb von Großengottern ist in den dezentralen Ortsteilen ein Bestand von rd. 300 m² Verkaufsfläche
– ausschließlich kleinformatische Unternehmen des Lebensmittelhandels – vorzufinden. Die Ausprägung von
umfangreichen und komplexen Handelsstrukturen ist in den einzelnen peripheren Ortsteilen auf Grund der je-
weils geringen Mantelbevölkerung und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens – auch zukünft-
ig – nicht möglich.

Abschließend wird in der Tabelle 4 synoptisch die **Standortstruktur des lokalen Einzelhandels** der Land-
gemeinde Unstrut-Hainich abgebildet.

Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Handelsbestandes in der Landgemeinde Unstrut-Hainich

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Großengottern – Ortskern	140	4	4	25	~40
Großengottern – sonstige Lagen	3.060	87	8	50	~380
Dezentrale Ortsteile	320	9	4	25	~80
Gesamt	3.520	100	16	100	~220

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2023

3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

Die Landgemeinde Unstrut-Hainich besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kommune zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen. Im Rahmen einer Vorortbegehung wurde daher analysiert, inwieweit faktische zentrale Versorgungsbereiche existieren.

Bei **zentralen Versorgungsbereichen** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine maßgebliche Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. 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.¹³

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – z.B. diffus über ein Gebiet verteilte Handelsbetriebe oder eine Fachmarkttagglomeration – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die kompetente Versorgung des Gemeindegebiets oder zumindest eines größeren räumlichen Teilbereichs mit einem umfassenden 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. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen (Innenstadt-/ Neben-/ Nahversorgungszentrum) geben.

In der folgenden Karte 3 wird das Handelsangebot im **Ortskern** von Großengottern abgebildet, das sich auf vier Einzelhandelsbetriebe beschränkt.

Karte 3: Handelsbestand im Ortskern von Großengottern



13 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007, vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Innerhalb des Ortskerns zeigt sich eine sehr geringe flächenseitige Angebotsmasse von knapp über 100 m² Verkaufsfläche, die einen Anteil von lediglich 4 % der gesamtörtlichen Handelsfläche einnimmt (vgl. Tab. 4). Die Geschäfte sind mit vereinzelt komplementären Angeboten im Bereich der Marktstraße ansässig.

Das Angebot umfasst aktuell vier Handelsbetriebe, hiervon einen Bäcker, eine Apotheke, einen Buchladen und einen Optiker. Unter Berücksichtigung der Positionierung und der Leistungsfähigkeit können diese Betriebe sowohl einzeln als auch im Standortverbund keine vollumfassende Versorgungsfunktion übernehmen; von dem Handelsbestand wird mit Blick auf eine notwendige und umfassende Handelsversorgung allenfalls ein limitiertes Warenspektrum angerissen.

In dem Ortskern sind – wie auch in vergleichbaren Kleinstädten – keine größeren profilbildenden Magnetbetriebe vorzufinden, die üblicherweise prägend für eine Einkaufsinnenstadt sind (z.B. der Branchen Drogeriewaren, Mode, Schuhe, Sport, Haushaltswaren, Schreibwaren, Spielwaren, Uhren/Schmuck). Unter versorgungsstrukturellen Aspekten ist kein umfänglicher und innenstadttypischer Handelsbesatz ausgeprägt.

Der Ortskern zeigt sich ferner mit seinem dispersen Standortmuster nicht als verdichtetes Handelszentrum; es besteht keine zusammenhängende Einkaufslage (vgl. vorstehende Karte 3). Diese wäre gegeben, wenn sich beispielsweise Handels- und Dienstleistungsbetriebe um einen zentralen Platz gruppieren oder beidseitig an einer Einkaufsstraße verortet wären und eine durchgängige Schaufensterfront bilden; eine solch verdichtete Handelslage ist jedoch – auf Grund des äußerst geringen Angebots an Handelsbetrieben – nicht ausgeprägt. Innerhalb des Ortskerns sind die Erdgeschosslagen meist durch Wohnraum belegt, eine durchgängige Nutzung durch Gewerbe ist somit nicht möglich.

Abbildung 5: Exemplarische städtebauliche Situation in der Ortsmitte (Marktstr.) von Großengottern



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Zusammengefasst besitzt der Ortskern in Großengottern nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches, wenngleich der Bereich um die Marktstraße bzw. den abgehenden Straßenzügen die funktionale Ortsmitte darstellt.

Die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs** ist aus gutachterlicher Sicht faktisch nicht möglich. Eine Belegung der Erdgeschosslagen mit Einzelhandel ist auf Grund der bereits bestehenden Wohnbebauung nicht umsetzbar, da der überwiegende Teil der Immobilien im Ortskern eine entsprechende Wohnnutzung aufweist. Eine prospektive Verwertung mit Einzelhandel ist daher bei vielen Häusern objektiv nicht möglich, so dass keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden kann.

In Bezug auf Potenzialflächen stehen in dem Ortskern allgemein und speziell in der Marktstraße auf Grund der geschlossenen Gebäudekante keine größeren Baulücken oder Freiflächen für eine Bebauung und Nutzung mit Einzelhandel zur Verfügung. Es ist eine durchgehende Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern vorhanden, so dass die Errichtung von größeren Handelsbetrieben – insbesondere auch eines großflächigen Lebensmittelmarktes – faktisch nicht möglich ist.

In der skizzierten Ortsmitte wurden zwei für den Handel nutzbare Leerstände identifiziert. Bei einem Ladenlokal handelt es sich um eine Kleinstfläche (max. 30 m²), die für den rentablen Betrieb eines modernen Handelskonzeptes flächenseitig zu niedrig ausfällt. Ferner steht die Fläche eines vormaligen SB-Marktes („Alte Kaufhalle“) in der Langensalzaer Straße leer. Diese Immobilie – vormals durch Nahkauf genutzt – kann nicht nur wegen der suboptimalen Standortqualität (u.a. keine Parkplätze, kein ebenerdiger Zugang, baulicher [v.a. energetischer] Zustand für einen Lebensmittelmarkt inakzeptabel), sondern vor allem bezüglich der geringen Verkaufsfläche (rd. 300 m²) nicht durch einen Lebensmittelmarkt genutzt werden. Dementsprechend bestehen im Ortskern von Großengottern keine Angebotsreserven für großformatige Handelsbetriebe.¹⁴

Abbildung 6: Angebotsreserven für den Einzelhandel im Ortskern von Großengottern



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Eine zukünftige Innenentwicklung mit Handel in diesem Bereich erscheint ferner unter Berücksichtigung der Nachfrageseite nur schwerlich möglich, da die geringe Mantelbevölkerung in Großengottern – auch unter Einschluss der dezentralen Ortsteile – und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel darstellt. Die lokale Nachfrageplattform reicht in vielen Branchen nicht aus, einen existenzsichernden Umsatz zu erwirtschaften. Folglich sind der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben deutliche Grenzen gesetzt.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion kann im Ortskern von Großengottern kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. Die prospektive Ausprägung eines solchen Bereiches erscheint auf Grund

- des geringen Besatzes an Handelsbetrieben,
- des kleinteiligen und geschlossenen Immobilienbesatzes sowie fehlender größerer Leerstands- bzw. Potenzial- oder Freiflächen,
- der bestehenden Nutzung der meisten Erdgeschosslagen durch Wohnungen und
- hauptsächlich auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren Nachfrageplattform

praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Großengottern auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe, zentral liegende Versorgung stattfinden können, wengleich der Ortskern als städtebaulicher Mittelpunkt fungiert.¹⁵

Neben dem Vorhandensein eines innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches (Hauptzentrum) wurde die Existenz von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass im gesamten Gemeindegebiet kein Nahversorgungszentrum vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten

14 Aktuell führt auch die extrem hohe Verkehrsbelastung zu einer sehr geringen Aufenthaltsqualität innerhalb des Ortskerns, wengleich sich das Verkehrsaufkommens nach der Fertigstellung der Ortsumgebung deutlich reduzieren wird.

15 Sollte dennoch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden, so wäre dies in einem Einzelhandelskonzept zu verankern. Es wären realistische und umsetzbare Optionen für eine Entwicklung des Ortskerns hin zu einem zentralen Versorgungsbereich aufzuzeigen.

Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage.¹⁶ Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren in Großengottern nicht vorhanden, wenngleich mit REWE und Edeka zwei Lebensmittelmärkte vorzufinden sind. Diese Betriebe stellen jedoch hinsichtlich ihrer dezentralen Lage und ihres eingeschränkten Handelsbesatzes an ihrem jeweiligen Standort und der monofunktionalen Ausrichtung auf die Lebensmittelversorgung keinen zentralen Versorgungsbereich dar, wenngleich diese Märkte eine wichtige Grundversorgungsfunktion übernehmen.

¹⁶ Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. vgl. Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.
Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

4. Mikrostandort

Die REWE-Filiale ist im nordwestlichen Bereich von Großengottern (vgl. Karte 2) adressiert, der Laufweg zur Ortsmitte (Marktstraße) beträgt etwa 800 Meter. Das **Standortumfeld** ist durch landwirtschaftliche Nutzflächen geprägt, die sich nördlich, westlich und auch südwestlich des REWE-Marktes erstrecken. Unmittelbar nördlich des REWE-Standortes befindet sich die Firma Creaton mit einer Produktionsstätte für Ziegel, anfahrbar über eine größere Parkplatzanlage direkt aus einem Kreisverkehr an der Mühlhäuser Straße.

Östlich und südöstlich des REWE-Geländes grenzen Dauerkleingärten an, im Anschluss an diese Nutzung beginnen die Wohnsiedlungsbereiche von Großengottern. Dieses Gebiet ist überwiegend durch zweigeschossige Wohnhäuser geprägt, zum Teil sich auch eingesprengte kleinere Gewerbebauten vorzufinden.

Karte 4: Mikroörtliche Lage von REWE an der Mühlhäuser Straße in Großengottern

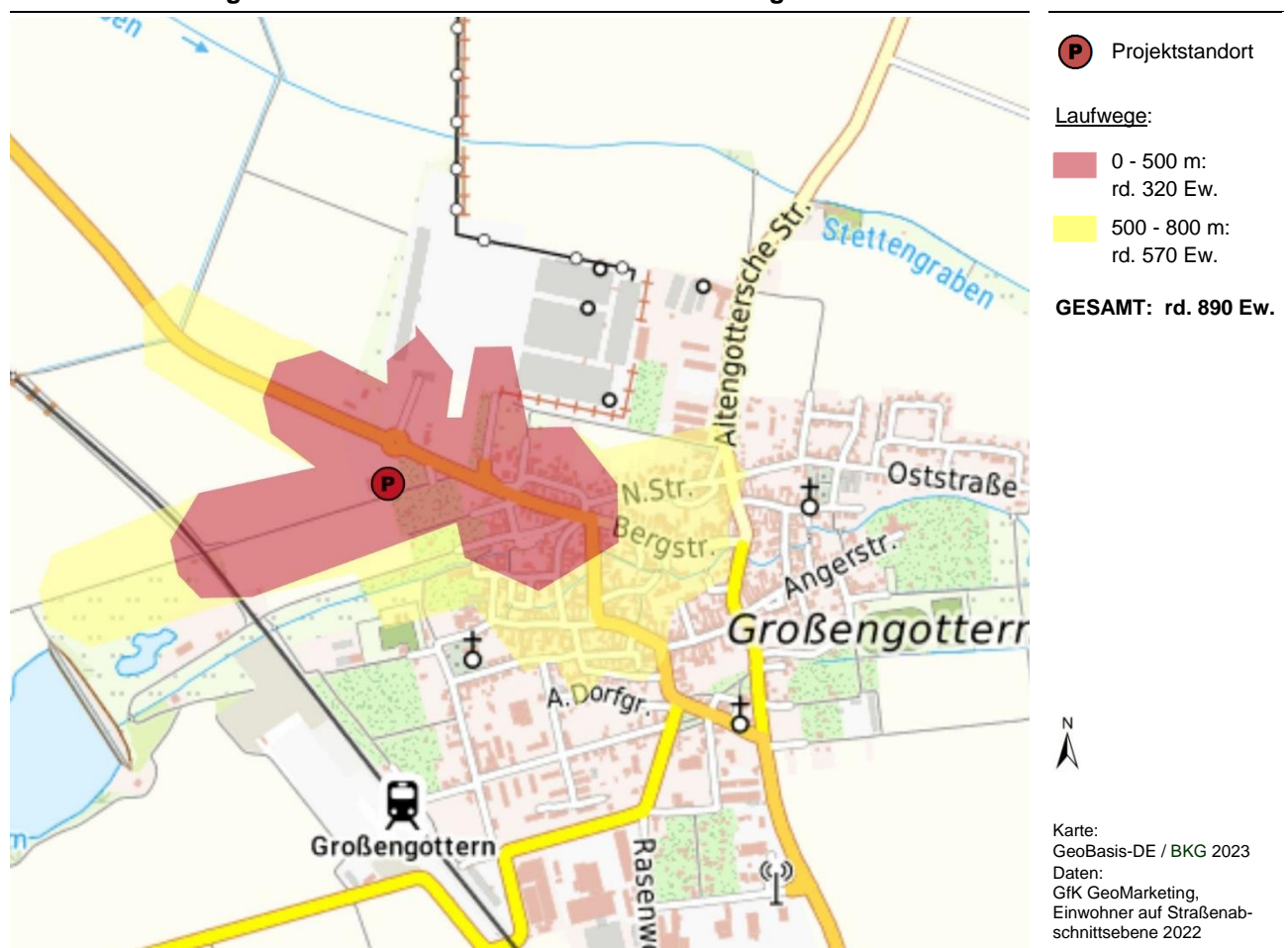


Der in Rede stehende REWE-Markt zeichnet sich auf Grund seiner direkten Lage an der Mühlhäuser Straße durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** aus. Dieser Straßenzug – als Bundesstraße (B247) ausgewiesen – stellt den Hauptverkehrsträger innerhalb von Großengottern dar, so dass der Markt aus dem gesamten Gemeindegebiet gut erreichbar ist. Perspektivisch ist nach der Fertigstellung der Ortsumgehung weiterhin mit einer guten Anfahrbarkeit des REWE-Standortes zu rechnen, da unmittelbar nördlich des REWE-Marktes eine Abfahrt („Großengottern Nord“) von der neu verlegten Bundesstraße nach Großengottern installiert wird.

Die Grundstückerschließung des Marktstandortes erfolgt weiterhin über die bestehende Zufahrt aus der Mühlhäuser Straße (vgl. Abb. 2), der REWE-Markt besitzt von dem vorgelagerten Kreisverkehr eine separate Zu- und Abfahrt. Auf dem betriebseigenen Parkplatzareal bleibt die Stellplatzanzahl (123 Parkplätze) unverändert, wobei die Parkplatzanzahl in Relation zur Verkaufsfläche eine ausreichende Größenordnung aufweist.

Der Marktstandort kann in seinem **fußläufigen Nahbereich**¹⁷ auf das Bevölkerungspotenzial im westlichen und auch im zentralen Bereich von Großengottern zurückgreifen. Die Mühlhäuser Straße und auch die abgehenden Straßenzüge sind jeweils beidseitig durch eine verdichtete Wohnbebauung geprägt. Die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren ist über den straßenbegleitenden Fußweg der Mühlhäuser Straße bzw. die Kammerforsterchaussee möglich.

Karte 5: Fußläufiger Nahbereich der REWE-Filiale in Großengottern



Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des REWE-Standortes leben etwa 300 Einwohner; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 900 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 39 % der Bewohner¹⁸ von Großengottern. Somit kann der Lebensmittelmarkt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung anbieten.

¹⁷ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten können bis 1.000 Meter unterstellt werden.

¹⁸ In Großengottern wohnen rd. 2.300 Personen (vgl. Seite 6).

Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** der REWE-Filiale ist über eine Bushaltestelle in der Neuen Straße (Entfernung rd. 600 m) und eine Haltestelle am Rathaus in der Goethestraße (Entfernung rd. 700 m) möglich. Beide Haltestellen werden während der Hauptverkehrszeiten durch Regionalbusse bedient, so dass der REWE-Standort zwar keinen direkten, jedoch in einer fußläufigen Entfernung einen ÖPNV-Anschluss besitzt.¹⁹

In Bezug auf ihre **Einzelhandelsfunktion** stellt die REWE-Filiale die lokale Grundversorgung²⁰ mit Lebensmitteln in der Landgemeinde Unstrut-Hainich – arbeitsteilig mit dem örtlichen Edeka-Markt – mit sicher und besitzt eine wichtige Grundversorgungsfunktion; dieser Fakt leitet sich aus der Fristigkeit des Warenangebots bzw. dem Sortimentscharakter des Marktes ab. Mit Blick auf die Einstufung des Sortimentes führt REWE eindeutig Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, da sich das Sortiment des Supermarktes größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammensetzt und den Großteil der Verkaufsfläche belegt. Demzufolge unterliegt das Sortiment einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“); das Angebot von REWE dient der Grundversorgung der Bevölkerung.

Mit Blick auf die Lagequalität ist der REWE-Standort im Sinne des LEP Thüringen als **städtebaulich nicht-integriert**²¹ einzustufen. Bei der Ansiedlung im Jahr 2014 war keine geeignete Potenzialfläche innerhalb von Großengottern vorzufinden, so dass der Markt in dieser städtebaulichen Randlage entwickelt wurde. Dennoch ist dem Supermarkt eine wichtige verbrauchernahe Versorgungsfunktion zuzuschreiben, da der Betrieb einen nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung von Großengottern fußläufig versorgen kann und auch für die Einwohner in den dezentralen Ortsteilen von Unstrut-Hainich eine qualifizierte Grundversorgung anbieten kann.²²

19 In Großengottern sind lediglich vier Regionalbushaltestellen eingerichtet, wobei keine Bushaltestelle im direkten Umfeld der beiden Lebensmittelmärkte vorzufinden ist.

20 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 - 2.6.4.

21 „Als städtebaulich integriert im Sinne des Integrationsgebots gelten Standorte von Einzelhandelsgroßprojekten insbesondere dann, wenn sie in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang stehen bzw. räumlich und funktional dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) zugeordnet sind, Teil eines planerischen Gesamtkonzepts sind (u. a. Berücksichtigung von Städtebau, Verkehr, vorhandener Einzelhandelsstruktur) sowie den Gegebenheiten angepasst in den öffentlichen Personennahverkehr und das Fuß-(und Rad)-wegenetz eingebunden sind.“
Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Seite 45.

22 In diesem Zusammenhang ist auch auf ein Urteil des Verwaltungsgerichts Sigmaringen vom 18.05.2017 zu verweisen, in welchem die verbrauchernahe Versorgungsfunktion von Märkten in Kommunen im ländlichen Raum beleuchtet wurde. Die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändere nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn:

„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“

Weiterhin führt das VG Sigmaringen zur Nahversorgung in ländlich geprägten Gemeinden aus:

„Denn auch die Beurteilung von Verbrauchernähe kann nicht gänzlich losgelöst vom konkreten Einzelfall bewertet werden. Gerade in ländlichen Bereichen ist es seit Jahrzehnten üblich, dass vor allem kleinere Gemeindeteile keine eigene Nahversorgung mehr besitzen und die Einwohner mithin darauf angewiesen sind, in andere Gemeindeteile oder gar andere Gemeinden zu fahren, um die Grundversorgung sicherzustellen. „Verbrauchernah“ ist im ländlichen Raum nicht zwingend identisch mit „fußläufig erreichbar“.“

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

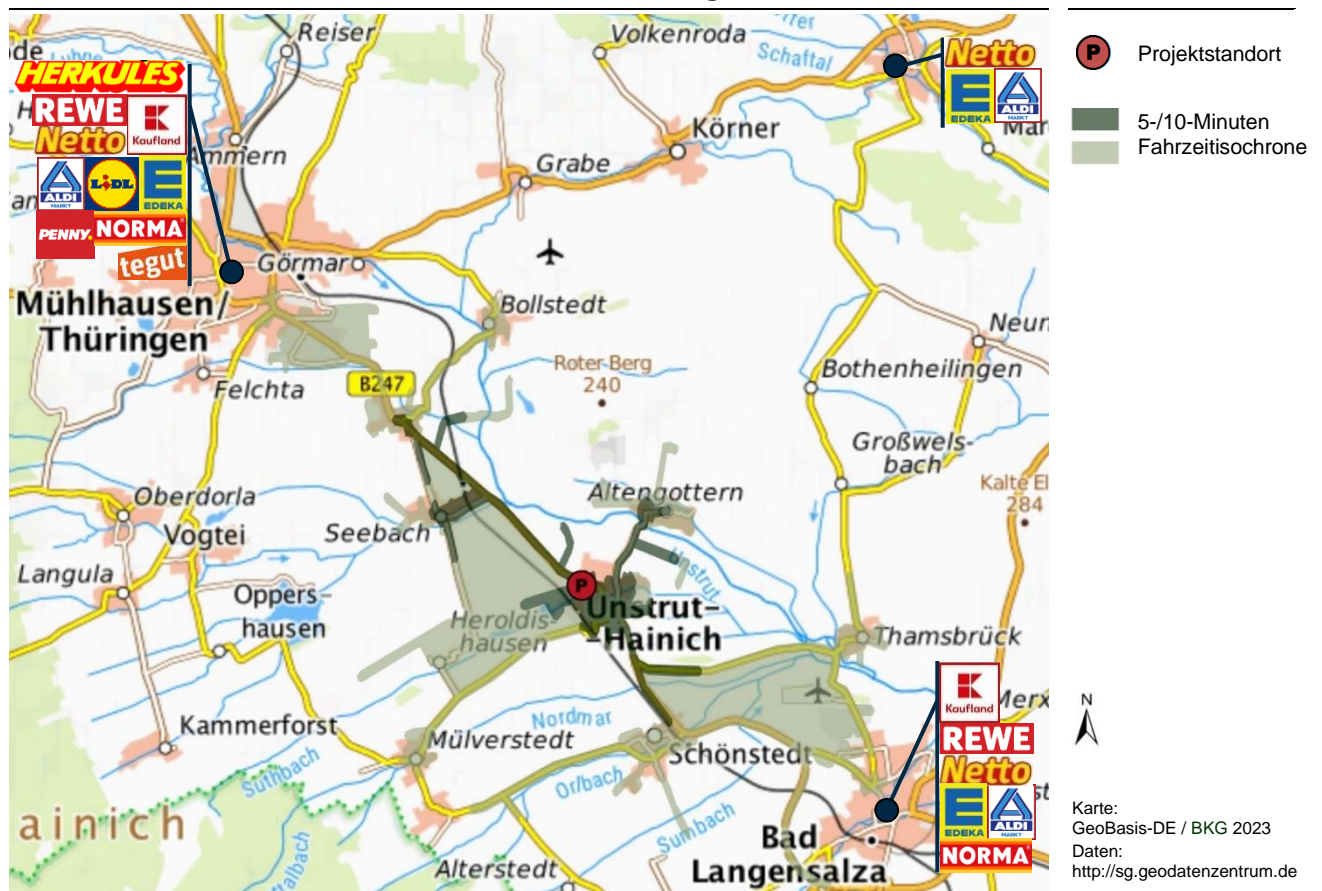
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem projektrelevanten REWE-Markt auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Nachfragedeckung auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des REWE-Marktes sind folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²³
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des REWE-Standortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des REWE-Konzeptes,
- die bereits bestehenden Kundenverflechtungen des Betriebes und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Großengottern.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im Umland von Großengottern. Die folgend aufgezeigten Anbieter stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Marktgebiet der örtlichen Lebensmittelanbieter dar.

Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Großengottern und 5-/10-Minuten-Fahrzeitzone



²³ Verbraucher akzeptieren zum Lebensmitteleinkauf i.d.R. eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Auto-Minuten.

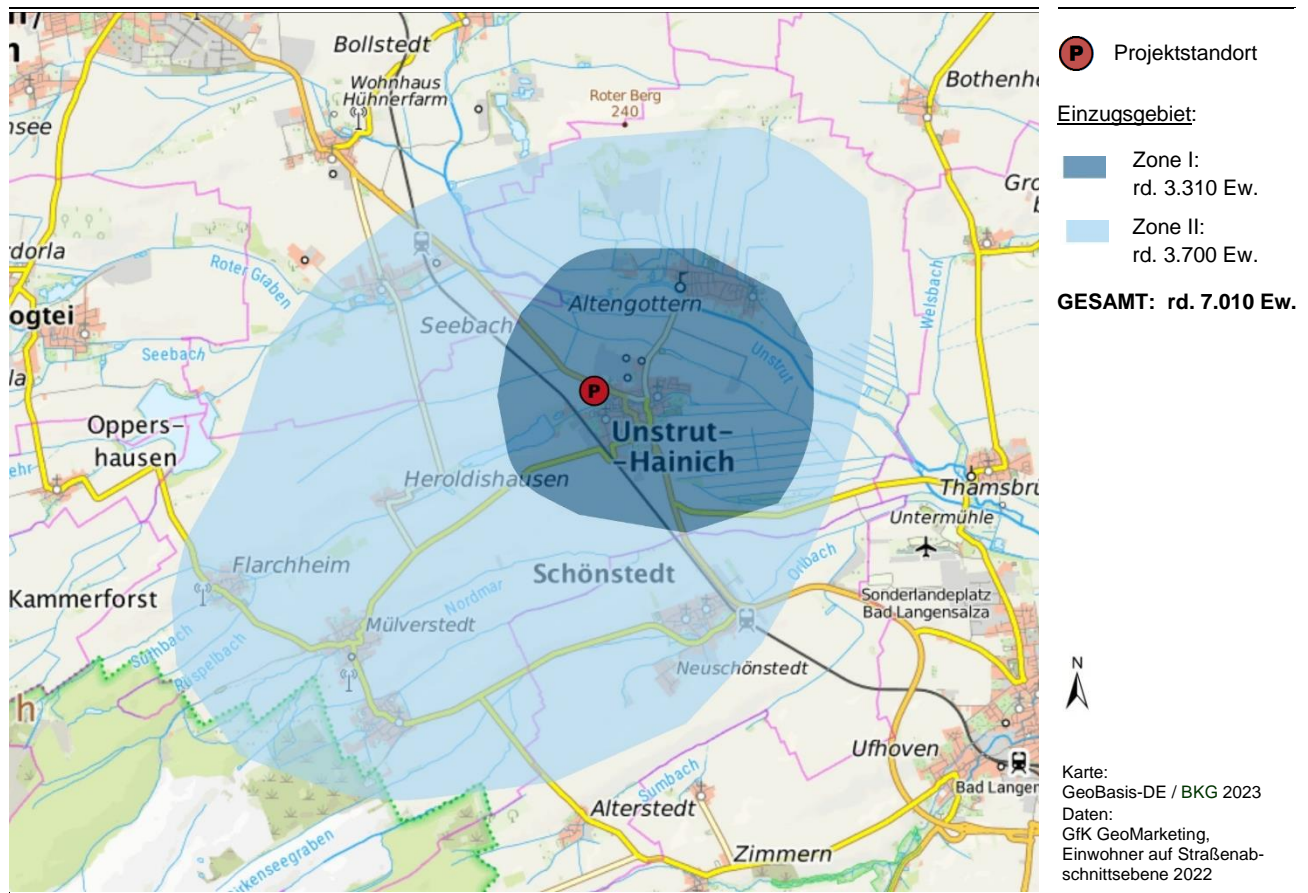
Als **Konkurrenzorte** – die das Einzugsgebiet des REWE-Marktes auch bereits heute limitieren – sind umliegende Kommunen einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Standorte, die durch einen angebotsaffinen Supermarkt oder einen Lebensmitteldiscounter belegt sind.

Die wesentlichen Konkurrenzorte für den Lebensmittelhandel von Großengottern sind die jeweils etwa 10 Kilometer entfernten Städte Mühlhausen und Bad Langensalza, hier ist ein sehr leistungsfähiges Angebot mit einer überörtlichen Strahlkraft vorzufinden; insbesondere sind in beiden Orten jeweils angebotsgleiche REWE-Märkte aktiv. Ferner ist auch im nordöstlich gelegenen Schlotheim ein attraktives Angebot in Form von einem Supermarkt²⁴ und zwei Discountern vorzufinden.

Maßgeblich wird der Einzugsbereich des REWE-Marktes auch durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben 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) angesichts des niedrigen Warenwerts und der 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, der aufgezeigten Angebotssituation und auch auf Grund von naturräumlichen Barrieren (Nationalpark Hainich) wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des prüfungsrelevanten REWE-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zonierte.

Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten REWE-Marktes



24 Edeka hat in Schlotheim den vormaligen REWE-Markt erworben und plant noch eine zweite Filiale.

Das Naheinzugsgebiet (Zone I) des zu prüfenden REWE-Marktes bezieht sich auf Großengottern und den nördlich liegenden Ortsteil Altengottern. Aus diesen Siedlungsgebieten ist die REWE-Filiale zeitnah, aus Teilen von Großengottern auch fußläufig zu erreichen. In diesem Marktbereich leben etwa 3.300 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die dezentralen Ortsteile von Großengottern und zwei an diesen Bereich angrenzende Gemeinden. Hierzu zählen Schönstedt südlich von Großengottern und das nordwestlich gelegene Seebach (zu Mühlhausen); in beiden Orten ist kein größerer Lebensmittelmarkt ansässig. Dies führt dazu, dass Kunden aus beiden Gemeinden auf Grund der räumlichen Nähe zu dem REWE-Markt – auch heute bereits – zum Lebensmitteleinkauf u.a. nach Großengottern fahren. Im Einzugsgebiet der Zone II wohnen ca. 3.700 Einwohner, dementsprechend kann der projektierte Supermarkt in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von etwa 7.000 Personen²⁵ zurückgreifen.

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; der aufgezeigte Marktbereich der REWE-Filiale endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze.

Für den Lebensmittelmarkt ist mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder aperiodisch einkaufenden Verbrauchern. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des projektrelevanten REWE-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität signifikant nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Großengottern (vgl. Karte 6) zu rechnen ist.

25 Quelle: GfK GeoMarketing GmbH, Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2022.

5.2. Marktpotenzial

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

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt 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 sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.²⁶

Die beiden vorgenannten Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des REWE-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem zonierten Marktgebiet errechnet.

Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex ²⁷	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	3.310	2.753	91,5	8,34
Zone II	3.700	2.753	90,6	9,23
Summe	7.010			17,57

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2022
MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für die Gemeinde Unstrut-Hainich und die Orte Schönstedt und Seebach

Basierend auf dem Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich in dem Marktbereich von REWE eine jährliche **Nachfrageplattform für Lebensmittel** in Höhe von rd. 17,6 Mio. EUR.

²⁶ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Kommune oder einer Region nicht überein.

Im vorliegenden Fall liegt die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln in der Gemeinde Unstrut-Hainich mit 91,5 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 90,5 % (vgl. Abb. 3).

²⁷ Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde aus den nach der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Orte des Einzugsgebiets gebildet.

5.3. Angebot

Im Mai 2023 wurden alle Lebensmittelanbieter und deren Verkaufsflächen im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem Einzugsgebiet des REWE-Marktes erfasst. In der **Landgemeinde Unstrut-Hainich** sind insgesamt acht Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (inkl. Lebensmittelhandwerk) vorzufinden; diese Anbieter bespielen eine Verkaufsfläche von knapp über 2.800 m².

Im Verhältnis zur lokalen Bevölkerungszahl (5.187 Ew.) errechnet sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von 0,55 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner, die im interkommunalen Vergleich bzw. für die Ortsgröße²⁸ als leicht unterdurchschnittlich einzustufen ist. In der Regel weisen zentrale Orte eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Flächendichte auf, da diese Orte neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsfunktion für Kommunen in ihrem jeweiligen Verflechtungsbereich mit übernehmen. Diese Tatsache trifft auch für Großengottern zu, da in der Gemeinde Schönstedt – zum Verflechtungsbereich von Großengottern zugehörig (vgl. Karte 1) – mit Ausnahme eines SB-Geschäftes, eines Fleischers und eines Tankstellenshops kein größerer Lebensmittelanbieter vorzufinden ist. Folglich tendieren die Einwohner dieser Gemeinde zum Lebensmitteleinkauf u.a. auch in das nahe gelegene Großengottern.

Mit Blick auf die räumliche Verteilung zeigt sich in Großengottern eine Angebotskonzentration im nordwestlichen und südlichen Ortsausgangsbereich; hier sind mit REWE und Edeka die beiden Träger der lokalen Grundversorgung adressiert (vgl. Karte 2). Somit ist – trotz der dezentralen Lage beider Märkte – eine wohnortnahe Versorgung insbesondere in den direkt angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen gegeben.

Die Betriebstypenstruktur (vgl. Anlage 1) in der Gemeinde Unstrut-Hainich wird durch die Betriebsform *Supermarkt* geprägt, da die inhabergeführten Filialen von REWE und Edeka eine summierte Verkaufsfläche von über 2.400 m² belegen. Beide Betriebe offerieren ein kundenattraktives und qualitativ höherwertiges Lebensmittelvollsortiment, dieses Angebot wird jeweils durch eine Frischetheke (Fleisch-/ Wurstwaren) ergänzt. Die Innenausstattung und die Warenpräsentation sowie auch die Außenwirkung sind bei dem REWE-Markt als ansprechend zu bewerten, der Edeka-Markt – bereits im Jahr 1993 eröffnet – besitzt in diesen Punkten gewisse Modernisierungsbedarfe.

Neben den beiden Supermärkten in Großengottern ist im Ortsteil Mülverstedt ein *SB-Markt* („Einkaufsquelle“) ansässig, der auf rd. 150 m² eine anteilige Grundversorgung für diesen Ortsteil sicherstellt.

Abbildung 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Unstrut-Hainich



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Weiterhin existieren verschiedene *Ladenhandwerker* (Bäcker, Fleischer), welche die Lebensmittelversorgung im Frischebereich komplettieren. Insgesamt präsentieren sich die vier Betriebe attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp über 100 m².

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben *sonstige Lebensmittelanbieter*, hierzu zählt ein SB-Geschäft („Emma´s Tag & Nacht Markt“) im Ortsteil Altengottern. Der Betrieb zeigt auf knapp über

28 Die bundesdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt bei ca. 0,43 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Kleinstädten bei ca. 0,55 bis 0,70 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

100 m² ein ausgewähltes Lebensmittelsortiment (ergänzt um vereinzelte Drogeriewaren); der automatisierte Einkauf ist rund um die Uhr möglich.

Abbildung 8: Sonstige Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Unstrut-Hainich (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im *Fazit* ist die Struktur des Lebensmittelhandels in der Gemeinde Unstrut-Hainich durch zwei Supermärkte gekennzeichnet, dieses Angebot wird durch zwei kleine SB-Märkte und Nahrungsmittelhandwerker arrondiert. Mit Blick auf die Ortsgröße wird ein zufriedenstellendes Angebot erreicht, wenngleich das Fehlen eines Lebensmitteldiscounters und auch eine Getränkemarktes ein gewisses Angebotsdefizit darstellt.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** sind in der Gemeinde Schönstedt drei Lebensmittelanbieter vorzufinden, bestehend aus einem SB-Geschäft, einem Fleischer und einem Tankstellenshop. Der Träger der Grundversorgung ist ein genossenschaftlich geführter SB-Betrieb („Landmarkt mit Herz“) in der Ortsmitte, dessen Lebensmittelangebot auf knapp 200 m² auch verschiedene Dienstleistungen und eine „Café-Ecke“ umfasst. Die gute Frequentierung dieses Marktes zeigt eine hohe Akzeptanz seitens der lokalen Bevölkerung.

In der Gemeinde Seebach ist ein Hofladen einer Agrargenossenschaft ansässig, der vorwiegend Fleisch- und Wurstwaren anbietet. Der Betriebe befindet sich in einer dezentralen Gewerbegebietslage.

In der Tabelle 6 wird das Lebensmittelangebot in dem Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz²⁹ – nach **Versorgungslagen** synoptisch dargestellt. Es wird nach dem Angebot in der Gemeinde Unstrut-Hainich und den Betrieben im überörtlichen Einzugsgebiet unterschieden.

Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
Landgemeinde Unstrut-Hainich	8	2.840	12,89	4.540
Überörtliches Einzugsgebiet	4	390	1,62	4.150
Gesamt	12	3.230	14,51	4.490

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die erzielten Raumleistungen innerhalb der einzelnen Handelslagen weisen eine übliche lagebedingte Differenz auf, da die jeweiligen Betriebsformen – zudem in Abhängigkeit von der Leistungsfähigkeit der einzelnen Betreiber – unterschiedliche Raumleistungen generieren.³⁰

29 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelanbieters 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 auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen.

Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Raumleistungsbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

30 Die Raumleistung errechnet sich aus dem Verhältnis des Umsatzes und der Verkaufsfläche und kennzeichnet die Flächen- bzw. Kapazitätsauslastung eines Handelsbetriebes. Im Lebensmittelhandel zeigen sich deutliche betreiberseitige Abweichungen (vgl. Anlage 3).

Abschließend wird die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Kaufkraftbindungsquote) des Lebensmittelhandels in dem betrachteten Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen mit Lebensmitteln³¹ und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 5) ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (>100 %) oder Kaufkraftabflüsse (<100 %) im Lebensmittelhandel aus dem Einzugsgebiet existieren.

Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet	17,57	13,27	76	-4,30

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des sortimentspezifischen Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln – ohne Non-Food – errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem Untersuchungsgebiet eine Zentralität von 76 %. Demnach können die örtlichen Lebensmittelanbieter die lokale Nachfrage nicht vollständig binden, es wird ein Kaufkraftabfluss von ca. 4,3 Mio. EUR an umliegende Angebotsstandorte in der Region sichtbar.

Der Kaufkraftabfluss erklärt sich mit dem geringen flächenseitigen Angebot innerhalb des Einzugsgebietes (vgl. Seite 23) und erscheint somit plausibel; die Eigenversorgungsquote der betrachteten Orte liegt demzufolge niedrig.

31 Hier wird nur der Umsatz mit Lebensmitteln betrachtet, d.h. die Erlöse mit Non-Food-Waren werden herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe des Lebensmittelhandels (vgl. Tab. 6) mit deren ausschließlichen Lebensmittelumsätzen (vgl. Tab. 7) nicht überein.

6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Areal des REWE-Marktes soll ein **Bebauungsplan** mit Ausweisung eines Sondergebiets aufgestellt werden, um so die planungsrechtlichen Voraussetzungen für den Betrieb des erweiterten bzw. des großflächigen Lebensmittelmarktes zu schaffen. Ein Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Gemeinderates von Unstrut-Hainich im April 2023 einstimmig gefasst.³²

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Auswirkungen

- auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Großengottern und in umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf zentrale 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 Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.³³ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich – 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.³⁴

Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzzumverlagerungen 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 (1998)³⁵

32 vgl. Aufstellungsbeschluss für den vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 5 Sondergebiet Einzelhandel (Beschluss Nr. 343-26-2023) vom 29.03.2023.

33 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.

34 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzzumlenkung 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, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

35 Eine DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 (Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe) hat bestätigt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat.

Unter Berücksichtigung des Gebots der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB kommt es jedoch nicht auf die in vorstehender Tabelle 8 benannten Schädlichkeitswerte³⁶ an, sondern dass unter Beachtung des „Entwicklungsaspekts“ eine Umsatzzumverlagerung auch unterhalb der zitierten Schädlichkeitsschwelle von 10 % abwägungsrelevant ist. Der benannte Richtwert ist daher schematisch und beachtet nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist auch aus den **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 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.³⁷

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. Grundsätzlich sind schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche gerade dann zu erwarten, wenn deren **Funktionsfähigkeit** so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.³⁸

Mögliche Umsatzzumlenkungen, die keine schädlichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der **baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit** hinzunehmen, da Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Potenzielle Auswirkungen dürfen nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden, zumal das Bauplanungsrecht nicht die Wahrung von Wettbewerbsinteressen im Blick hat, sondern sich in dieser Hinsicht neutral verhält. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte zentrale Versorgungsbereich nicht in eine kritische Lage versetzt wird.

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und können nachvollziehbar³⁹ 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 besitzt die Landgemeinde Unstrut-Hainich kein Einzelhandelskonzept, so dass in Ermangelung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts keine zentralen Versorgungsbereiche definiert sind.⁴⁰ Solche Versorgungsbereiche konnten auch nach einer Ortsbegehung in Großengottern und den dezentralen Ortsteilen (vgl. Pkt. 3.2) nicht identifiziert werden. Daher ist an dieser Stelle festzuhalten, dass Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des **Nichtvorhandenseins solcher schutzwürdigen Bereiche** auszuschließen sind; somit sind die Auswirkungen ausschließlich auf die verbraucher-nahe Versorgung gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu thematisieren.

36 Ein strikter „Schädlichkeitswert“ existiert nicht.

37 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 – Umsatzzumverteilungssätze 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 [2 D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

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

39 vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

40 Im Gemeindlichen Entwicklungskonzept (GEK) der Landgemeinde Unstrut-Hainich inkl. Gemeinde Schönstedt (02.02.2023) ist ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

Nach einer Ortsbegehung der beiden **Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet** des REWE-Marktes (Schönstedt, Seebach) kann hier kein zentraler Versorgungsbereich erkannt werden. In Seebach ist lediglich ein rudimentäres Angebot ohne städtebauliches Gewicht vorzufinden; die flächenseitig größeren Betriebe in Schönstedt (Gartenmarkt, Multisortimentsmarkt, Büromarkt) sind in autokundenorientierten Lagen verortet und bilden keinen zentralen Versorgungsbereich. Im Ergebnis sind daher an dieser Stelle Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des Fehlens solcher schützenswerten Bereiche auch in den beiden Orten im überörtlichen Einzugsgebiet des REWE-Marktes nicht möglich.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Handelsbetriebs ist der Umsatz 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**⁴¹) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe, des Betriebstyps und der spezifischen Leistungsfähigkeit des Betreibers,
- der lokalen Nachfrageplattform und
- der Wettbewerbsintensität im Einzugsgebiet

ist für den angefragten Lebensmittelmarkt mit einem jährlichen Zielumsatz zwischen 7,5 und 7,9 Mio. EUR zu kalkulieren. Die folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 5) des REWE-Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weiteren Berechnungen im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

Tabelle 9: Marktanteilsprognose der neu aufgestellten REWE-Filiale

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil ⁴²		Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.	
Food	Zone I	8,34	~40 / ~42		3,34	3,50
	Zone II	9,23	~32 / ~34		2,96	3,14
	<i>Zwischensumme</i>	<i>17,57</i>	<i>~36 / ~38</i>		<i>6,30</i>	<i>6,64</i>
Non-Food					0,70	0,74
	<i>Zwischensumme</i>				<i>7,00</i>	<i>7,38</i>
Streuumsätze					0,53	0,53
Gesamt					7,53	7,91

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Naheinzugsgebiet des Supermarktes, d.h. in Großengottern und in Altengottern (Zone I), ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 42 % des Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da sich Konsumenten nicht ausschließlich in der projektrelevanten REWE-Filiale versorgen, sondern auch den Edeka-Markt vor Ort nutzen bzw. discountorientierte Märkte außerhalb von Großengottern anfahren.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten aus diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten im regionalen Umfeld von Großengottern – vor allem nach Mühlhausen und nach Bad Langensalza – tendieren. In diesem Marktbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 34 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von rd. 3,1 Mio. EUR entspricht.

41 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.

42 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ort im Einzugsgebiet der Zone II prognostiziert. Der in der Tabelle 9 ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 6,6 Mio. EUR werden von dem Supermarkt weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert; die jährlichen Erträge werden bei etwa 0,7 Mio. EUR liegen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren REWE-Märkten durchschnittlich ca. 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung, ca. 6 %) zu einem weiteren Teil aus Angeboten verschiedenster Sortimente des Non-Food II (ca. 4 %) zusammen, wobei der Flächenanteil der Non-Food I-Abteilung überwiegt. Damit belegen

- die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 96 % der Verkaufsfläche und
- die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Non-Food II, sog. nicht-nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 4 % der Verkaufsfläche.

Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich bei REWE um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und der Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll ist. Die Artikel des Non-Food II stellen zudem nur eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da dieses Segment innerhalb eines REWE-Marktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich diesem Kernsortiment untergeordnet ist. Grundsätzlich verzichten Supermarktanbieter auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies beispielsweise bei Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von rd. 0,5 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze⁴³ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind u.a. auf Zufallskunden, Durchreisende an dem Standort und auf aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen) zurückzuführen.

Auf Basis der Umsatzprognose und der angestrebten Verkaufsfläche (vgl. Tab. 1) wird die **Raumleistung** berechnet und Vergleichswerten gegenübergestellt. Somit kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für den zu prüfenden Supermarkt belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des REWE-Supermarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	7,91	1.822	4.340

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des REWE-Marktes von etwa 4.300 EUR/m² bewegt sich im oberen Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Supermärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m² erzielen.⁴⁴ Ein höherer Umsatz ist für den Betrieb folglich auch auf Grund

- der im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Gemeinde Unstrut-Hainich (90,5 %, vgl. Abb. 3) und des daraus folgenden geringeren (absoluten) Nachfragepotenzials,
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils⁴⁵ des Supermarktes,

43 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 beispielsweise aus sporadischen oder aperiodischen Einkäufen, von Zufallskunden oder von Touristen.

44 Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2020, Seite 15 - vgl. Anlage 3.

45 Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 2) versorgen. So wird beispielsweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend in Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf oft bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt.

Die Marktdurchdringung eines Lebensmittelsupermarktes bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils der zu prüfenden REWE-Filiale – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für diesen Markt dar.

- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets und
- des Wettbewerbsdrucks durch einen weiteren Supermarkt in Großengottern

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 bereits den sog. Worst-Case darstellen.

Bezüglich der Raumleistung ist unter betreiberspezifischer Sicht zu konstatieren, dass REWE bundesweit eine Flächenleistung⁴⁶ von ca. 4.390 EUR/m² erzielt. Dementsprechend wird für den in Rede stehenden REWE-Markt in Großengottern mit rd. 4.340 EUR/m² eine marktübliche Flächenauslastung ausgewiesen, der Planumsatz des Betriebes stellt sich – vor allem unter Berücksichtigung der vorstehenden Fakten, die auf eine tendenziell geringere Umsatzleistung hindeuten – demnach plausibel dar.

Die Handelskette REWE erzielt bundesweit über alle Märkte hinweg einen durchschnittlichen **Filialumsatz** von rd. 6,7 Mio. EUR je Markt.⁴⁷ Somit ist für die vorstehende Umsatzprognose von rd. 7,9 Mio. EUR – unter Berücksichtigung der lokalen Standortfaktoren – bereits ein hoher bzw. überdurchschnittlicher Umsatzwert zu reklamieren; dies beruht vor allem auf geringen flächenseitigen Lebensmittelangebot vor Ort und eines erhöhten Umsatzniveaus aller lokalen Lebensmittelanbieter. Eine weiterer Umsatzaufwuchs ist folglich für den REWE-Markt nicht realistisch; es wird bereits ein – im Bundesvergleich – überdurchschnittlicher Filialumsatz für die Berechnung der Auswirkungen angesetzt.

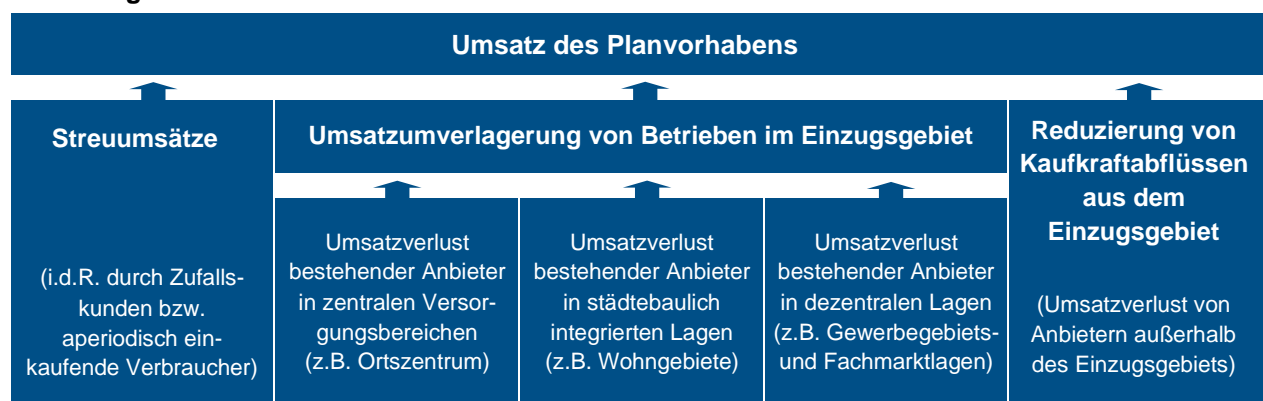
46 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2023, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche führender Vertriebslinien im LEH 2021.

47 Bei einer durchschnittlichen Filialgröße von 1.533 m² und einer Raumleistung von 4.390 EUR/m² Verkaufsfläche errechnet sich ein bundesweit durchschnittlicher Umsatz je REWE-Filiale von rd. 6,73 Mio. EUR p.a.
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2023, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche führender Vertriebslinien im LEH 2021 / durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im LEH 2021.

6.3. Umsatzherkunft

Die **Umsätze** eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im Einzelhandel 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 9: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Ein Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren beispielsweise aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, von Besuchern oder auch von Zufallseinkäufen. Diese Erlöse gehen Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes verloren.

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

Prinzipiell resultiert bei einem unter dem lokalen 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. Diese Umsätze gehen Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets verloren.

Für die Betrachtung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt zu prüfen. Im vorliegenden Fall ist jedoch – gemäß der einschlägigen Rechtsprechung⁴⁸ – zu berücksichtigen, dass der bestandskräftig genehmigte REWE-Markt

48 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem relevanten Urteil ausgeführt: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat, steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“
vgl. Beschluss 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 Lebensmitteldiscountgeschäft 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 Geschäfts mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“
vgl. Urteil 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. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005.

bereits langjährig Teil des lokalen Einzelhandelsangebots innerhalb seines Marktgebietes ist; dementsprechend ist der mit Abstand überwiegende Anteil der zu betrachtenden REWE-Fläche am Markt etabliert und hat sich sowohl in der handelswirtschaftlichen als auch städtebaulichen Realität niedergeschlagen. Folglich hat sich der Wettbewerb auf diesen Betrieb eingestellt; neue absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind durch den bestehenden Markt auszuschließen. Als Prüfmaßstab ist demzufolge nur der durch die Mehrverkaufsfläche induzierte **Zusatzumsatz** anzusetzen, so dass im Rahmen einer sog. Delta-Betrachtung von dem prognostizierten Gesamtumsatz des Supermarktes der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Tabelle 11: Umsatzherkunft der neu aufgestellten REWE-Filiale

	Umsatzherkunft
	Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 9)	7,91
davon aus:	
Umsatz REWE (Bestandsbetrieb)	7,10
Zusätzliche Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebiets	0,07
Umsatzumlenkung im Einzugsgebiet	0,42
Umsatzumlenkung außerhalb des Einzugsgebiets	0,32

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die **Umsatzherkunft** des in Rede stehenden REWE-Marktes in Großengottern setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des neu aufgestellten Supermarktes resultiert aus den aktuell generierten Umsätzen des Betriebes (rd. 7,1 Mio. EUR). Die Bestandsumsätze der Filiale führen naturgemäß nicht zu einer erneuten Beeinträchtigung anderer Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet.
- Durch die erweiterte REWE-Fläche werden marginale zusätzliche Streuumsätze⁴⁹ von deutlich unter 0,1 Mio. EUR induziert. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren vor allem von Zufallskunden und aperiodisch einkaufenden Verbrauchern.
Im vorliegenden Fall handelt es sich lediglich um die Erweiterung eines bestehenden Marktes und nicht um eine Neueröffnung, womit das Vorhaben kein neuartiges Angebot für die Konsumenten inner- und auch 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 in dem Einzugsgebiet ansässigen Betriebe relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu beziffernde Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern im Einzugsgebiet umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzumverlagerungen von rd. 0,4 Mio. EUR auf die anderen Marktteilnehmer werden in Folge unter dem Punkt 6.4.2 diskutiert.
- Im Fall des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen von Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets eine Rolle. Dies leitet sich aus dem geringen flächenseitigen Lebensmittelangebot in dem Einzugsgebiet und der hieraus resultierenden niedrigen Zentralität ab; es zeigt

49 Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit dem REWE-Markt bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen.

sich bei einer Kaufkraftbindung von lediglich rd. 76 % ein Kaufkraftabfluss aus dem Einzugsgebiet in Höhe von rd. 4,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 7).

Auf Grund der zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des örtlichen Lebensmittelhandels und der verstärkten Bindung der lokalen Kaufkraft vor Ort geht somit ein Teil des zu erwartenden Umsatzes (rd. 0,3 Mio. EUR) des zu prüfenden Betriebes auch zu Lasten von Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes. Aus diesem Grund wird eine Einschätzung zu den Auswirkungen auf umliegende Orte in der Region unter Punkt 6.4.3 vorgenommen.

6.4. Wirkungsprognose

6.4.1. Methodische Vorgehensweise

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

Die Ermittlung der Umsatzabgabe erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁵⁰, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz von REWE.

Mit der Erweiterung des angezeigten Supermarktes wird sich das **räumliche Angebotsgefüge** in dem Einzugsgebiet nicht verändern, da REWE bereits langjährig in Großengottern ansässig ist. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden sich jedoch in Folge Umsatzumverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben, die auf maximal 0,4 Mio. EUR zu quantifizieren sind. Für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes ist mit einer Kunden- und auch Umsatzrückholung von knapp 0,3 Mio. EUR zu rechnen (vgl. Tab. 11).

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁵¹ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden. Auf Basis der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des REWE-Vorhabens.

50 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. Karte 7 i.V.m. Tab. 9) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 12) nicht identisch.

51 Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonomisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden beispielsweise die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung bspw. mit Blick auf eine Betriebstypengleichheit oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzumverlagerungen bei einer Umsetzung des geplanten Erweiterungsvorhabens von REWE vornehmen zu können.

6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen⁵² von ca. 0,4 Mio. EUR errechnet sich für die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet eine **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von ca. 6 %** ihres Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem REWE-Markt,
- der Betriebstypenzugehörigkeit und
- der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der jeweiligen Lebensmittelanbieter

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Betriebe im Umfeld des REWE-Standortes.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Unternehmen tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Discounter/Supermärkte) einzustufen sind. Andere Anbieter – beispielsweise Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker oder Lebensmittelspezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Ferner werden sich für näher am Projektstandort liegende Lebensmittelanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben – gerade im Segment Lebensmittel – mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird und zur Deckung der Nachfrage kundenseitig i.d.R. nur geringe Wegedistanzen akzeptiert werden.

Die folgende Tabelle beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen des Einzugsgebietes (vgl. Tab. 6).

Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten REWE-Marktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Landgemeinde Unstrut-Hainich	5,79		0,40	6,9
Überörtliches Einzugsgebiet	1,62		0,02	n.n.
Gesamt	7,41		0,42	5,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

* Anmerkung: Bei dem Umsatz „Landgemeinde Unstrut-Hainich“ wurde der von REWE getätigte Umsatz (rd. 7,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 11) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

Die Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Unstrut-Hainich werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 7 % zu verkraften haben, so dass von einer **Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt jedoch mit einem Sicherheitspuffer unter

52 In der Umsatzumverlagerungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Supermarktes inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden. Die Umverteilungseffekte des erweiterten Lebensmittelmarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der geringen Größenordnung des zusätzlichen Umsatzes, welcher sich zudem auf zahlreiche unterschiedliche Sortimente verteilt, städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig untergeordnet, da diese bei REWE lediglich rd. 4 % der Verkaufsfläche einnehmen (vgl. Seite 30).

Des Weiteren stellen die Sortimente nur einen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginal bzw. anteilig erweiterten Non-Food-Verkaufsfläche auszuschließen.

dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten, ebenso wie ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) oder negative Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen nicht anzunehmen sind.

Auswirkungen auf den Ortskern von Großengottern in der Landgemeinde Unstrut-Hainich

Im Bereich um die Marktstraße in Großengottern (vgl. Karte 3) ist mit lediglich vier Handelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von knapp über 100 m² nur ein geringer Angebotsbestand lokalisiert. Der Ortskern ist nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren (vgl. Pkt. 3.2), durch das Projektvorhaben wird auch einer möglichen Entwicklung der Ortsmitte hin zu einem zentralen Versorgungsbereich nicht entgegengewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren oder eines bereits geplanten Ansiedlungsvorhabens in dem Ortskern gefährdet wäre.

Grundsätzlich sind hier die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen großformatigen Lebensmittelmarkt im Bestand nicht gegeben. Der Immobilienbesitz des Ortskerns setzt sich aus einer *kleinteiligen und kompakten Bauungsstruktur* zusammen, wobei keine Verkaufsfläche in der von einem Lebensmittelmarkt benötigten Größenordnung existiert. Es besteht kein großflächiger Leerstand, da lediglich zwei vereinzelte kleinere Ladengeschäfte⁵³ als Angebotsreserve zur Verfügung stehen (vgl. Abb. 6).

Mögliche *Potenzialflächen*, die für eine Bebauung mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt infrage kommen würden, sind offenkundig im Zentrum von Großengottern nicht vorhanden.⁵⁴ Die vereinzelt Baulücken sind für die Unterbringung eines Supermarktes unzweifelhaft zu klein und ungeeignet. Daher ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf Grund der fehlenden räumlichen Entwicklungsperspektiven in diesem Bereich nicht durchführbar.

Des Weiteren sind die für einen Lebensmittelmarkt notwendigen Standortvoraussetzungen auch bezüglich des *induzierten Verkehrs* nicht gegeben. Gerade die verträgliche Aufnahme des An- und Abreiseverkehrs eines größeren Lebensmittelmarktes und auch der Belieferung (Anfahrbarkeit des Lieferverkehrs) sind in dem Bereich um die Marktstraße fraglich; dies ist speziell mit Blick auf die beengten Straßenquerschnitte zu sehen (vgl. Abb. 5).

In Auswertung der vorstehenden Diskussion ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Ortskern von Großengottern objektiv nicht möglich. Daher wird durch die Flächenerweiterung des REWE-Marktes eine potenzielle Entwicklung innerhalb des Ortskerns nicht konterkariert, zumal auch die Entwicklung hin zu einem zentralen Versorgungsbereich unrealistisch ist (vgl. Ausführungen auf Seite 13/14).

Im Ortskern von Großengottern ist ein Bäcker ansässig. Dieser Nahrungsmittelhandwerker führt kein dem REWE-Markt vergleichbares Lebensmittelangebot. REWE bietet bei Backwaren ausschließlich preisgünstige SB-Waren aus seiner Bake-off-Station (Prebake-Station)⁵⁵ an und unterscheidet sich konzeptionell deutlich von einem „klassischen“ Bäcker. Somit wird der innerörtliche Bäcker absatzwirtschaftlich von dem Planvorhaben nicht messbar tangiert, da dieser Anbieter vor allem durch seine spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Supermarkt darstellt.

Bei der Erweiterung des REWE-Marktes ist kein zusätzlicher Bäcker geplant, so dass keine neuartige Konkurrenzlage zu dem benannten Ladenhandwerker im Ortskern von Großengottern aufgebaut wird; zumal in der Vorkassenzonen des REWE-Marktes bereits ein Bäcker agiert. Für den innerörtlichen Anbieter sind keine

53 Von den beiden Leerständen innerhalb des Ortskerns wäre theoretisch lediglich das Gebäude eines vormaligen SB-Marktes („Alte Kaufhalle“) in der Langensalzaer Straße nutzbar. Diese Immobilie – vormals durch nahkauf belegt – kann jedoch wegen der Standortqualität (u.a. keine Parkplätze, Eingang liegt höhenversetzt zur Langensalzaer Straße und somit kein ebenerdiger Zugang, verschlissene Bausubstanz und v.a. energetischer Zustand für einen Lebensmittelmarkt inakzeptabel) nicht durch einen modernen Lebensmittelmarkt genutzt werden, ferner liegt die Verkaufsfläche mit rd. 300 m² deutlich unterhalb der Marktzutrittsgröße von entsprechenden Betreibern.

54 Die Grundfläche, die für die Ansiedlung eines Supermarktes benötigt wird, liegt i.d.R. bei etwa 7.000 m². Dieses Flächenpotenzial ist augenscheinlich im Ortskern von Großengottern 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.

55 Sogenannte Prebake-Produkte werden in Großbäckereien im Industriemaßstab hergestellt, teilgebacken und tiefgekühlt als Teiglinge an den Handel ausgeliefert und erst dort zu Ende gebacken. Bäckereien stellen dagegen ihre Produkte i.d.R. in Handarbeit her.

messbaren Umsatzverluste zu prognostizieren; eine Absiedlung dieses Bäckers infolge der REWE-Erweiterung ist auszuschließen.

Fazit: Mit der Inbetriebnahme der erweiterten REWE-Fläche werden sich keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf das Lebensmittelangebot im Ortskern von Großengottern ergeben; die geringen Umsatzrückgänge rufen keine Substanzverluste hervor und bleiben ohne städtebauliche Relevanz.

Die Ortsmitte in Großengottern stellt im Sinne der Rechtsprechung keinen zentralen Versorgungsbe-
reich dar; auch zukünftig ist die Ausbildung eines entsprechenden Innenstadtzentrums unrealistisch.
Folglich können Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht eintreten.

Auswirkungen auf sonstige Lagen in der Landgemeinde Unstrut-Hainich

Der Großteil der Lebensmittelanbieter ist außerhalb des Ortskerns von Großengottern in sonstigen Lagen verortet. Die Betriebe in diesen Lagen werden nach der Erweiterung von REWE einen Umsatzentzug von durchschnittlich rd. 7 % (vgl. Tab. 12) zu verkraften haben, einzelbetrieblich zeigen sich unter Berücksichtigung des Betriebstyps und der Entfernung zu dem REWE-Standort folgende Auswirkungen:

Prognostizierte Umsatzverluste in sonstigen Lagen innerhalb der Landgemeinde Unstrut-Hainich

Edeka (Am Schießufer)	~9 %
sonstige Lebensmittelanbieter	n.n.

n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Die Umsatzzumverlagerungen werden maßgeblich zu Lasten des Edeka-Marktes im südlichen Ortsgebiet von Großengottern gehen; dies ergibt sich aus der Angebotsgleichheit von Edeka zu dem REWE-Markt bzw. der Fokussierung beider Unternehmen auf ein vergleichbares Sortimentskonzept. So werden Kunden bei einem verbesserten optischen Angebot von REWE öfters diesen Markt zur Deckung ihrer Nachfrage nutzen. Eine vorhabenausgelöste Absiedlung von Edeka ist jedoch auszuschließen.

Die Edeka-Filiale ist im Ortseingangsbereich von Großengottern verortet und liegt an der Bundesstraße B247. Der Betrieb ist demnach durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit sowohl aus Großengottern als auch den dezentralen Ortsteilen der Landgemeinde Unstrut-Hainich und auch aus Schönstedt geprägt. Dem Markteingang von Edeka sind konzeptkonform die Kundenparkplätze vorgelagert, die Stellplatzkapazität von etwa 50 Parkplätzen ist als ausreichend dimensioniert zu bewerten. Die Abstellplätze können von der Kundenschaft kostenfrei genutzt werden.

Edeka besitzt durch die Lage an der Langensalzaer Straße eine direkte Sichtachse zu diesem Straßenzug und somit eine gute Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr. Die Einsehbarkeit des Marktes ist barrierefrei möglich. Der Markt befindet sich im Standortverbund mit einem größeren Blumengeschäft, das insbesondere in der Saison (v.a. zur Pflanzzeit⁵⁶) eine hohe Frequentierung aufweist.

Mit Blick auf seine Lagequalität ist der Edeka-Markt als städtebaulich nicht-integriert einzustufen. Die Filiale befindet sich – wie der REWE-Markt – in einer städtebaulichen Randlage, ist jedoch aus den nördlich angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen fußläufig über einen Gehweg zu erreichen. Folglich kann der Markt trotz seiner autokundenorientierten Lage auch von den Einwohnern im Nahbereich profitieren, die den Markt zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad erreichen können.

Zusammengefasst besitzt der Edeka-Markt eine der REWE-Filiale vergleichbare Lagequalität. Somit verfügen beide inhabergeführten Betriebe über adäquate Standortvoraussetzungen. Mit Blick auf die optische Strahlkraft bzw. die Außenwirkung und auch die Innenausstattung des Edeka-Marktes sind bei diesem Betrieb jedoch gewisse Modernisierungsbedarfe erkennbar. Der Markt – bereits im Jahr 1993 eröffnet – bedingt

56 Das Blumengeschäft (Kathlins Blumen-Boutique) ist in der Landgemeinde Unstrut-Hainich der einzige Anbieter von Blumen. Das Unternehmen betreibt u.a. auch eine Außenverkaufsfläche, auf welcher in der Saison u.a. Pflanzen und Gehölze offeriert werden. Der Betrieb weist eine hohe Kundenakzeptanz und Frequentierung auf.

zwar durch die Nutzung einer augenscheinlich abgeschriebenen Immobilie geringere Miet- bzw. Standortkosten, jedoch zeigen sich aus Kundensicht notwendige Attraktivierungspotenziale, die für den Erhalt und den langfristigen Betrieb aus gutachterlicher Sicht umzusetzen wären. Die zu erwartenden Umsatzverluste von rd. 9 % werden dabei nicht zu einer Gefährdung dieses Betriebes bzw. zu einer Absiedlung führen, so dass die Grundversorgungsstruktur in Großengottern auch weiterhin in der aktuellen Form Bestand haben wird.

Unter Berücksichtigung des Nachfragevolumens innerhalb des Einzugsgebietes (rd. 17,6 Mio. EUR, vgl. Tab. 5) und der Angebotslage zeigt sich ein ausreichendes Kundenpotenzial, das für den Betrieb von zwei Lebensmittelmärkten unzweifelhaft ausreicht. Ferner kann der bestehende Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet die Kaufkraft bei Weitem nicht abdecken, darauf weist die Zentralität von 76 % bzw. der Kaufkraftabfluss von rd. 4,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) hin. Folglich bestehen für alle Lebensmittelanbieter innerhalb des untersuchten Einzugsgebietes ausreichende Nachfragepotenziale, die bei einem attraktiven Angebot größtenteils vor Ort gebunden werden könnten.

Die zu erwartenden Umsatzumverlagerungen sind unter Berücksichtigung der Standortqualität des Edeka-Marktes grundsätzlich als hinnehmbar einzustufen. Die Edeka-Filiale befindet sich – wie der REWE-Markt – nicht innerhalb des unmittelbaren Ortskerns von Großengottern und ist ebenfalls nicht in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage situiert. Der Wettbewerb zwischen diesen beiden dezentral liegenden Betrieben muss daher von beiden Betreibern akzeptiert werden.

In den Ortsteilen Mülverstedt sind mit der sog. Einkaufsquelle (vgl. Abb. 7) und in Altengottern mit dem 24 Stunden-Anbieter Emma´s Tag & Nacht-Markt (vgl. Abb. 8) zwei SB-Betriebe ansässig. Beide Unternehmen stellen eine anteilige Versorgung für ihren jeweiligen Ortsteil sicher, wobei ein umfänglicher Lebensmitteleinkauf auf Grund der limitierten Fläche beider Geschäfte (jeweils über 100 m²) nicht möglich ist.

Der REWE-Markt ist im Vergleich zu diesen Lebensmittelgeschäften auf eine andere Zielgruppe ausgerichtet. Während REWE auf einen umfänglichen Lebensmitteleinkauf abzielt und ein breites Lebensmittelsortiment präsentiert, zeigen die beiden benannten Lebensmittelgeschäfte lediglich einen geringen Teilausschnitt. Es werden fast ausschließlich Kunden aus dem jeweiligen Ortsteil angesprochen, die i.d.R. wohnortnah ihre Nachfrage – meist in Ergänzung zu einem Einkauf in einem anderen größeren Lebensmittelmarkt – hier decken.

Auf Grund der unterschiedlichen Positionierung des REWE-Markts und der beiden benannten SB-Geschäfte sind keine existenzgefährdenden Auswirkungen für diese Lebensmittelanbieter zu prognostizieren, zumal es sich lediglich um eine Erweiterung eines Bestandsbetriebes und keine Neuansiedlung eines Unternehmens mit einer deutlichen Kundenumorientierung handelt. Auf Grund der erhöhten REWE-Fläche werden sich die Einkaufsgewohnheiten der lokalen Einwohner nicht verändern, so dass eine Absiedlung des Lebensmittelsortiments aus Altengottern und aus Mülverstedt infolge der REWE-Erweiterung bzw. eine Schädigung der beiden Betriebe nicht zu erwarten ist.

Diese Aussage gilt auch für die Nahrungsmittelhandwerker in der Gemeinde Unstrut-Hainich. Die fehlenden Auswirkungen auf Bäcker wurden bereits vorstehend auf der Seite 37 thematisiert und treffen auch auf die insgesamt zwei Bäcker außerhalb des Ortskerns von Großengottern zu. Ebenso wird auch ein Fleischer in Altengottern von der REWE-Erweiterung absatzwirtschaftlich nicht messbar betroffen, da sich die Angebotsdarstellung in diesem Segment innerhalb des REWE-Marktes nicht verändern wird. Der Frischestand mit Fleisch-/ Wurstwaren wird innerhalb der REWE-Filiale von einem Fleischer (Fa. Reimann) betrieben, dessen Fläche bzw. Marktauftritt unangetastet bleibt.

Fazit: Infolge der avisierten REWE-Erweiterung werden keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf bestehende Lebensmittelanbieter in Streulagen in Großengottern bzw. auch in den dezentralen Ortsteilen ausgelöst; ein Abbau von verbrauchernahen Versorgungsangeboten im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ist nicht erkennbar.

Auswirkungen auf Betriebe im überörtlichen Einzugsgebiet

In den beiden Orten im überörtlichen Einzugsgebiet (Schönstedt, Seebach) ist nur ein limitiertes Lebensmittelangebot in Form eines kleineren SB-Geschäftes, eines Hofladens, einer Fleischerei und einem Tankstellenshop präsent. Für diese Betriebe ergibt sich keine monetär messbare Beeinträchtigung.

Prognostizierte Umsatzverluste in Orten im überörtlichen Einzugsgebiet

sonstige Lebensmittelanbieter	n.n.
-------------------------------	------

n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Mit Blick auf die summierte Umsatzabgabe von ca. 0,02 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zeigt sich für die Lebensmittelanbieter in Schönstedt bzw. in Seebach ein äußerst geringer Umsatzumlenkungsbetrag. Dieser liegt mit einem hohen Sicherheitsabstand unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze⁵⁷ von 0,10 Mio. EUR; erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Da sich der ausgewiesene Umsatzentzug von rd. 0,02 Mio. EUR zudem noch auf vier Lebensmittelanbieter verteilt, sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar.

Mit der REWE-Erweiterung werden sich die Einkaufspräferenzen der Einwohner innerhalb der Ortsteile nicht messbar verschieben; die vorstehend benannten Betriebe werden weiterhin von den lokalen Verbrauchern aufgesucht, die vor Ort ihre Nachfrage – in Ergänzung eines Einkaufs in einem größeren Lebensmittelmarkt in der Region – tätigen. Eine vorhabenausgelöste Absiedlung der Lebensmittelanbieter und ein Abbau von wohnortnaher Versorgung ist speziell unter Beachtung der geringen Umsatzumlenkungsbeträge auszuschließen.

In Schönstedt und in Seebach ist zweifelsohne kein zentraler Versorgungsbereich vorhanden. Auf Grund des rudimentären Einzelhandelsangebots innerhalb des jeweiligen Ortskerns ist auch zukünftig die Ausbildung eines solchen schutzwürdigen Bereiches auszuschließen. Folglich sind Auswirkungen i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO nicht möglich.

Fazit: Das Erweiterungsvorhaben von REWE wird keine schädlichen Auswirkungen auf Lebensmittelanbieter in den beiden Orten im überörtlichen Einzugsgebiet des REWE-Marktes auslösen. Ein Abbau von verbrauchernahen Versorgungsangeboten zeigt sich nicht.

⁵⁷ 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. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

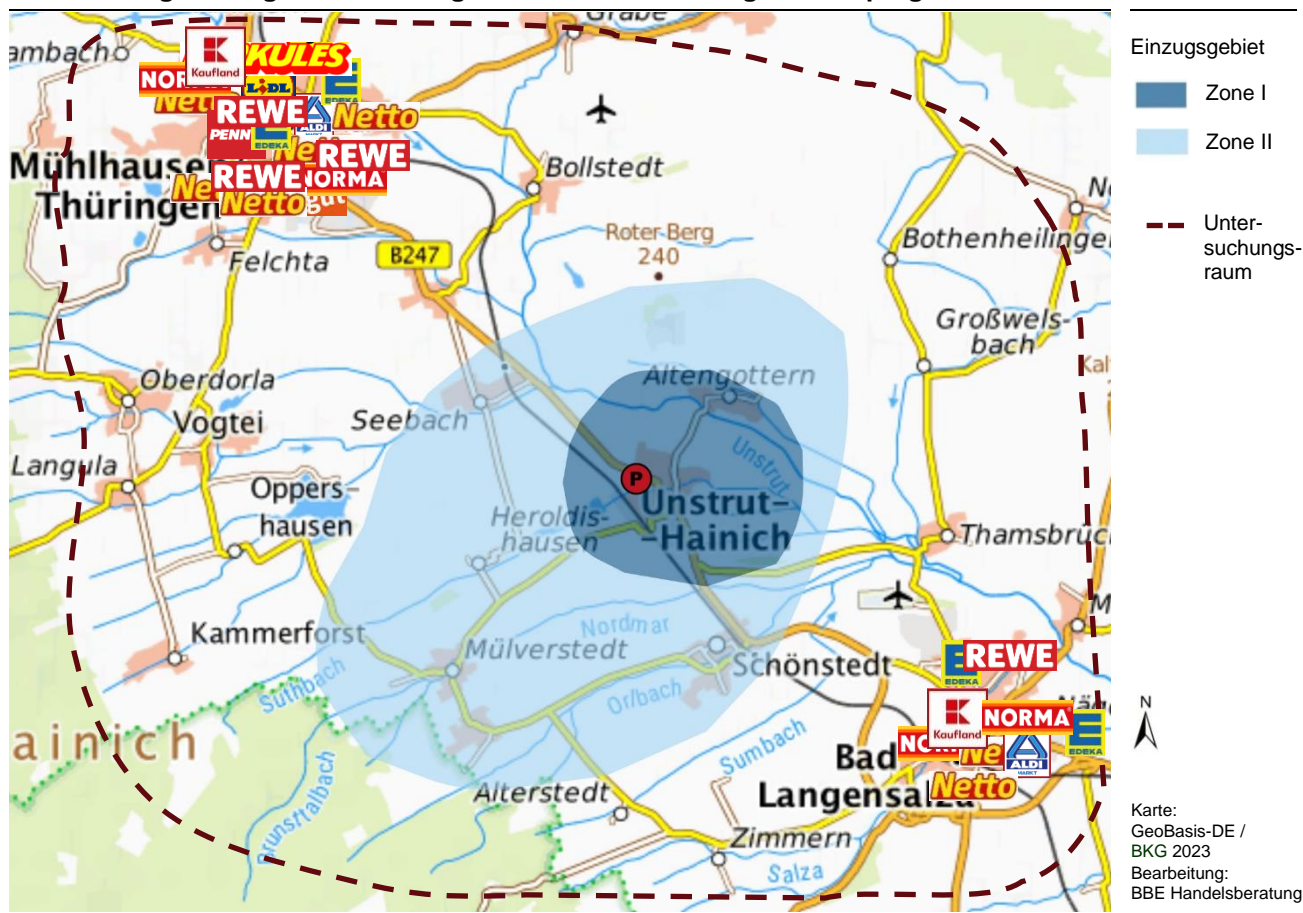
6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Das Marktgebiet des aufgezeigten REWE-Marktes erstreckt sich über den zonierten Einzugsbereich, welcher die Landgemeinde Unstrut-Hainich und zwei angrenzende Orte (Schönstedt, Seebach) umfasst (vgl. Karte 7). Eine Ausweitung des Einzugsgebiets scheidet aus, da weitere Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten (v.a. in Mühlhausen, Bad Langensalza und Schlotheim) über ein attraktives und vor allem auch ein betriebstypengleiches Lebensmittelangebot verfügen, so dass Kunden- und auch Kaufkraftabflüsse aus diesen Kommunen und auch aus deren Umfeld nach Großengottern unrealistisch sind.⁵⁸

Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Lebensmitteln, so dass verschiedene Kundenverflechtungen zu Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten bestehen; dies betrifft insbesondere Verbraucher in den Randbereichen des Einzugsgebietes.⁵⁹ Die abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet ist auf ca. 4,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) zu quantifizieren, der lokale Lebensmittelhandel kann derzeit lediglich rd. 76 % der Lebensmittelkaufkraft vor Ort binden.

Der Kaufkraftabfluss erfolgt vor allem zu attraktiven Lebensmittelanbietern im näheren Umfeld von Großengottern, die eine **qualifizierte und ansprechende Einkaufsalternative** für die lokalen Bewohner darstellen. Hierbei kommen maßgeblich Märkte in Mühlhausen und in Bad Langensalza – die Entfernung beträgt in beide Städte etwa 10 Kilometer – in Frage.

Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte



58 Ferner wird für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit-/Kostenaufwand geringer, zumal die Waren des täglichen Bedarfs hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch Verbraucher überwiegend wohnortnah, so dass Kunden aus umliegenden Orten kaum Einzugsgebiet zum regelmäßigen Lebensmitteleinkauf aufsuchen werden.

59 Es steht zu erwarten, dass Verbraucher auch auf dem Rückweg von ihrer Arbeitsstätte (Unstrut-Hainich weist im Gegensatz zu Mühlhausen und Bad Langensalza einen negativen Pendlersaldo auf) Lebensmittel auf dem Arbeitsweg einkaufen.

Im Rahmen der avisierten Erweiterung des REWE-Marktes ist mit der **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen. Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig verstärkt in Großengottern gebunden werden, gehen naturgemäß Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Daher werden die größeren Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten betrachtet, die eine qualifizierte Einkaufsalternative für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsgebietes darstellen. Andere Lebensmittelanbieter (z.B. Ladenhandwerker, kleine SB-Märkte, sonstige Lebensmittelanbieter) werden nicht berücksichtigt, da ansonsten auch auf Grund der erweiterten Angebotsbasis eine „Verwässerung“ der nachfolgend berechneten Umsatzumlenkungsquoten zu erwarten wäre.

Die Lebensmittelanbieter außerhalb des zonierten Einzugsgebietes werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von rd. 0,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 11) zu verkraften haben. Auf Basis der Erlöse der betroffenen Lebensmittelmärkte errechnet sich ein durchschnittlicher Umsatzumlenkungsbetrag von deutlich unter 1 %, so dass von einer äußerst **geringfügigen bzw. nicht-spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt dabei mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten.

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Mühlhausen (Kaufland, Herkules, REWE [3x], Edeka [2x], tegut, Aldi, Lidl, Netto [5x], Norma [2x], Penny)	99,79	0,23	0,2
Bad Langensalza (Kaufland, REWE, Edeka [2x], Aldi, Netto [2x], Norma [2x])	47,51	0,09	0,2
Gesamt	147,30	0,32	0,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Für alle Lebensmittelmärkte außerhalb des Einzugsgebiets, die partiell auch von Kunden aus der Landgemeinde Unstrut-Hainich und aus Schönstedt bzw. Seebach aufgesucht werden, sind auf Basis der eintretenden Kundenrückholung jeweils Umsatzverluste unter 1 % zu erwarten. Hierbei ist zu beachten, dass auf Basis der Zahl der betroffenen Märkte die jeweiligen einzelbetrieblichen Umsatzverluste deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR⁶⁰ liegen werden. Folglich werden die Umsatzrückgänge auf Grund der geringen Höhe für die einzelnen Märkte nicht spürbar sein. Im Ergebnis ist eine Absiedlung von Lebensmittelmärkten sowohl in Mühlhausen als auch in Bad Langensalza daher auszuschließen; Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung können nicht eintreten.

Die ausgewiesenen Kunden- und auch Umsatzrückholungen sind prinzipiell als „legitim“ einzustufen, da die wirtschaftliche Auslastung sowohl der neu geplanten Lebensmittelverkaufsfläche als auch der bestehenden Lebensmittelanbieter vollständig durch die lokale Nachfrage in dem Einzugsgebiet abgedeckt ist. Dies verdeutlicht die **prospektive Zentralität**, die sich in Anbetracht der zusätzlich zu erwartenden Lebensmittelerlöse von ca. 0,3 Mio. EUR⁶¹ von 76 % (vgl. Tab. 7) auf dann 78 % erhöhen wird. Somit ist selbst nach der

⁶⁰ 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. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

⁶¹ Zusätzlich zu den aktuell generierten Lebensmittelumsätzen in Einzugsgebiet (rd. 13,27 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) addieren sich die „zurückgehaltenen“ Lebensmittelumsätze des erweiterten REWE-Marktes (rd. 0,32 Mio. EUR abzgl. Non-Food-Umsätze von rd. 0,03 Mio. EUR = rd. 0,29 Mio. EUR) und die Streuumsätze (rd. 0,07 Mio. EUR abzgl. Non-Food-Umsätze von rd. 0,01 Mio. EUR = rd. 0,06 Mio. EUR); diese Erlöse stammen aus der Kaufkraftrückholung.

Inbetriebnahme des erweiterten REWE-Marktes keine vollständige Bindung der lokalen Lebensmittelnachfrage vor Ort möglich, eine Überbuchung der örtlichen Lebensmittelkaufkraft ist nicht zu erkennen.

Tabelle 14: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in Einzugsgebiet (IST – PLAN)

	Marktpotenzial	realisierte Lebens- mittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/ -abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet – IST	17,57	13,27	76	-4,30
Einzugsgebiet – PLAN		13,62	78	-3,95

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der lokalen Nachfrage nach Lebensmitteln (rd. 17,6 Mio. EUR) und der zu erwartenden Lebensmittelumsätze (rd. 13,6 Mio. EUR) sind zum wirtschaftlichen Betrieb der Lebensmittelflächen in dem Einzugsgebiet keine zusätzlichen Kundenzuflüsse von außerhalb dieses Bereiches notwendig. Rein rechnerisch gesehen strahlt der Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet ausschließlich auf diesen Bereich aus bzw. kann von dem lokalen Konsumentenpotenzial vollständig „leben“.

Nach Umsetzung des REWE-Vorhabens ist weiterhin ein „**offenes**“ **Nachfragepotenzial** vorhanden, das von dem lokalen Lebensmittelhandel nicht gebunden werden kann und an umliegende Standorte in der Region abfließt. Dennoch geht mit der Attraktivierung des REWE-Marktes eine – wenn auch geringe – Stärkung der Eigenversorgungsquote innerhalb des Einzugsgebiets auf rd. 78 % einher.

Fazit: Durch die Neupositionierung des REWE-Marktes und der daraus resultierenden verstärkten Kaufkraftbindung werden Umsatzrückholeffekte ausgelöst; diese haben auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten und der geringen Höhe keinerlei schädliche Auswirkungen. Bei der Umsatzrückholung handelt um eine verstärkte Bindung der Lebensmittelkaufkraft innerhalb des Einzugsgebiets, wobei der projektierte REWE-Markt keine zählbaren Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes – mit Ausnahme von Streukunden – akquirieren kann.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte hin, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion der lokalen Lebensmittelanbieter oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl in der Gemeinde Unstrut-Hainich standortunangepassten Verkaufsfläche⁶² hinweisen.

62 Die Verkaufsflächendichte wird sich von aktuell 0,55 m² (vgl. Seite 23) auf dann 0,61 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner erhöhen und ist im interkommunalen Vergleich (ca. 0,55 bis 0,70 m²/Ew.) als üblich einzustufen; ferner korrespondiert dieser Flächenwert mit der Ausweisung von Großengottern als Grundzentrum.

6.5. Landesplanerische Bewertung

Für das Projektvorhaben soll als Art der baulichen Nutzung ein Sondergebiet für großflächigen Handel nach **§ 11 Abs. 3 BauNVO** ausgewiesen werden, wobei die Bauleitplanung i.S.d. § 1 Abs. 4 BauGB den Maßgaben der Raumordnung anzupassen ist.

Die Ziele der Raumordnung sind verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen einzuhalten 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.⁶³

Die Ziele und die Grundsätze sind im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen**⁶⁴ und im nachgeordneten Regionalplan Nordthüringen⁶⁵ verbindlich geregelt. Nachfolgend wird geprüft, inwieweit das Vorhaben mit den Maßgaben der Landesplanung kompatibel ist.

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 Großengottern wird sowohl in dem gültigen Regionalplan Nordthüringen als auch in dem Entwurf des fortgeschriebenen Regionalplans als Grundzentrum⁶⁶ ausgewiesen. Demnach ist hier ein großflächiges Einzelhandelsprojekt ausnahmsweise zulässig, wenn es 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.⁶⁷

Das Sortiment des projektierten Supermarktes ist überwiegend dem kurzfristigen bzw. dem periodischen Bedarfsbereich zuzuordnen, da es sich bei Lebensmitteln, Drogeriewaren und Tiernahrung um Waren mit einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („tägliches Bedarfs“) handelt. Diese Sortimentsgruppe (sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) nimmt mit einem Anteil von rd. 96 % den Großteil der Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes (vgl. Seite 30) ein. Im Ergebnis führt das Vorhaben zu einer Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung innerhalb der Landgemeinde Unstrut-Hainich, zumal der in Rede stehende REWE-Markt arbeitsteilig mit einem Edeka-Markt den maßgeblichen Träger der lokalen Grundversorgung darstellt.

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.

Der betriebliche Einzugsbereich des zu prüfenden REWE-Marktes bewegt sich maßgeblich innerhalb des räumlichen Umgriffs der Landgemeinde Unstrut-Hainich und umfasst zusätzlich die angrenzenden Gemeinden Schönstedt und Seebach. Aus diesen beiden Gemeinden sind die Lebensmittelmärkte in Großengottern im Vergleich zu Mühlhausen und Bad Langensalza in kürzerer Entfernung zu erreichen. Die Einwohner aus beiden Gemeinden tendieren bereits heute zum Einkauf von Lebensmitteln u.a. nach Großengottern.

63 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

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

65 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Punkt 2.3.

66 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Pkt. 1.2.3 (Z 1-1) und 2018 (Entwurf), Pkt. 1.2.3. Anmerkung: Zukünftig werden die Festlegungen in den einzelnen Regionalplänen durch die Festsetzung der Grundzentren im Landesentwicklungsprogramm ersetzt. Im ersten Entwurf zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms Thüringen wird die Gemeinde Unstrut-Hainich weiterhin als Grundzentrum ausgewiesen (vgl. Z 2.2.11).

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

Die Gemeinde Schönstedt liegt im ausgewiesenen grundzentralen Versorgungsbereich von Großengottern (vgl. Karte 1); im Jahr 2024 ist zudem eine Fusion von Schönstedt mit der Landgemeinde Unstrut-Hainich geplant. Die Gemeinde Seebach – im Januar 2019 nach Mühlhausen eingemeindet – befindet sich im Verflechtungsbereich der Kreisstadt. Im Gesamtblick erstreckt der betriebliche Einzugsbereich des REWE-Marktes bereits heute maßgeblich über den Verflechtungsbereich von Großengottern, wobei Seebach (knapp 700 Personen) die einzige Gemeinde außerhalb des grundzentralen Verflechtungsbereiches ist.

Der REWE-Markt kann in seinem überörtlichen Einzugsgebiet lediglich eine anteilige Marktdurchdringung erreichen, so dass kein überdimensionaler Kaufkraftabfluss aus diesen Gebieten erfolgt. Eine Beeinträchtigung des Kongruenzgebots ist nicht zu sehen, zumal eine Schädigung von Betrieben in Gemeinden außerhalb der Gemeinde Unstrut-Hainich – insbesondere in Seebach⁶⁸ bzw. auch in Mühlhausen – auszuschließen ist.

Eine Ausweitung des zonierten Einzugsgebietes des REWE-Marktes ist heute und auch zukünftig nicht realistisch. Dies leitet sich aus der Gesamtgröße des Lebensmittelmarktes, der flächenseitigen Fokussierung auf nahversorgungsrelevante Sortimente, auf Grund von fehlenden Alleinstellungsmerkmalen hinsichtlich des Gesamtkonzepts und aus dem Angebot an Lebensmittelmärkten in den naheliegenden Städten Mühlhausen und Bad Langensalza ab. Gerade in diesen beiden Städten wird der Marktbereich von REWE durch angebotsaffine Supermärkte, speziell auch durch betriebsgleiche REWE-Märkte (vgl. Karte 6) limitiert.

Im Fazit ist eine Beeinträchtigung von umliegenden gleich- und höherrangigen zentralen Orten auszuschließen. Das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem der Region wird durch die angefragte REWE-Erweiterung nicht tangiert, das Kongruenzgebot wird eingehalten.

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

In der Landgemeinde Unstrut-Hainich – speziell im Kernort Großengottern – und auch in den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet konnte kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden, so dass eine Schädigung auf Grund des Fehlens eines solchen schutzwürdigen Bereiches nicht möglich ist.

Auf Basis der vorhabeninduzierten Umsatzumlenkungseffekte ist ferner eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sowohl in der Ansiedlungsgemeinde als auch in umliegenden Kommunen ausgeschlossen, zumal der REWE-Markt selbst – arbeitsteilig mit einem Edeka-Markt – einen wichtigen Träger der lokalen Grundversorgung darstellt. Für die Lebensmittelanbieter innerhalb des Einzugsgebiets zeigt sich zudem eine solide Potenzialbasis, da ein Teil der lokalen Nachfrage aus dem Einzugsgebiet abfließt und folglich für alle Lebensmittelbetriebe – bei einem entsprechend attraktivem Angebot – gute Umsatzchancen bestehen.

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).

⁶⁸ In Seebach ist mit Ausnahme eines Hoflandes kein weiterer Lebensmittelanbieter – speziell kein Lebensmittelmarkt – vorhanden, so dass eine Schädigung innerhalb der Gemeinde auf Grund des Fehlens von angebotsgleichen Betrieben auszuschließen ist.

Der REWE-Standort ist im Sinne des LEP Thüringen⁶⁹ als städtebaulich nicht-integriert einzustufen, da sich der Markt in einer städtebaulichen Randlage befindet. Im Rahmen der damaligen Ansiedlung wurde eine Prüfung von möglichen Potenzialflächen vorgenommen, wobei in einer städtebaulichen integrierten Lage kein entsprechender Ansiedlungsstandort akquiriert werden konnte. Dies war insbesondere auf die überwiegend geschlossene und verdichtete Wohnbebauung innerhalb von Großengottern zurückzuführen.⁷⁰

Der REWE-Standort ist dennoch räumlich einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet, da sich der Markt an die nordwestlichen Wohnsiedlungsbereiche von Großengottern angrenzt bzw. auch aus diesen Wohnquartieren fußläufig erreichbar ist. Im Nahbereich (bis 800 m-Laufweg) des Marktstandortes leben ca. 900 Personen, so dass der REWE-Markt für einen nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung in Großengottern eine fußläufige Nahversorgung anbieten kann.

Die nächstliegende Haltestelle des Regionalbusverkehrs liegt ca. 600 Meter („Neue Straße“) bzw. 700 Meter („Rathaus“) vom REWE-Markt entfernt. Folglich verfügt der Markt im fußläufigen Umfeld zwar über eine ÖPNV-Anbindung, wenngleich auf Grund der Entfernung eine Nutzung des Regionalbusses zum Lebensmitteleinkauf tendenziell ausscheidet.

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 erfolgt die Unterbringung des Einzelhandelsbetriebes in einem Sondergebiet im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO.

Neben den Zielen und den Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms Thüringen ist auch die Kompatibilität des Vorhabens mit dem nachgeordneten **Regionalplan Nordthüringen**⁷¹ zu prüfen. Die in dem Regionalplan enthaltenen Aussagen beziehen sich ausschließlich auf das Landesentwicklungsprogramm Thüringen und sind deckungsgleich mit den hier formulierten Zielen und Grundsätzen.

Fazit: Das geplante Vorhaben ist mit den im Landesentwicklungsprogramm formulierten Vorgaben zum Konzentrationsgebot, zum Kongruenzgebot und zum Beeinträchtigungsverbot kompatibel; das Integrationsgebot kann auf Grund der städtebaulichen Randlage des REWE-Marktes nicht eingehalten werden, wenngleich es sich bei dem Vorhaben um eine Erweiterung eines bereits langjährig bestehenden Betriebes handelt.

69 „Als städtebaulich integriert im Sinne des Integrationsgebots gelten Standorte von Einzelhandelsgroßprojekten insbesondere dann, wenn sie in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang stehen bzw. räumlich und funktional dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) zugeordnet sind, Teil eines planerischen Gesamtkonzepts sind (u. a. Berücksichtigung von Städtebau, Verkehr, vorhandener Einzelhandelsstruktur) sowie den Gegebenheiten angepasst in den öffentlichen Personennahverkehr und das Fuß-(und Rad)-wegenetz eingebunden sind.“

Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Seite 45.

70 In diesem Zusammenhang ist auch auf ein Urteil des Verwaltungsgerichts Sigmaringen vom 18.05.2017 zu verweisen, in welchem die verbrauchernahe Versorgungsfunktion von Märkten in Kommunen im ländlichen Raum beleuchtet wurde. Die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändere nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn:

„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“

Weiterhin führt das VG Sigmaringen zur Nahversorgung in ländlich geprägten Gemeinden aus:

„Denn auch die Beurteilung von Verbrauchernähe kann nicht gänzlich losgelöst vom konkreten Einzelfall bewertet werden. Gerade in ländlichen Bereichen ist es seit Jahrzehnten üblich, dass vor allem kleinere Gemeindeteile keine eigene Nahversorgung mehr besitzen und die Einwohner mithin darauf angewiesen sind, in andere Gemeindeteile oder gar andere Gemeinden zu fahren, um die Grundversorgung sicherzustellen. „Verbrauchernah“ ist im ländlichen Raum nicht zwingend identisch mit „fußläufig erreichbar.““

71 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Pkt. 2.3.

7. Zusammenfassung

Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

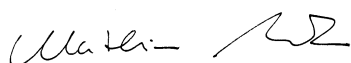
- Die Handelskette REWE betreibt in der Landgemeinde Unstrut-Hainich und hier in Großengottern einen Lebensmittelmarkt, dessen Verkaufsfläche mit rd. 1.560 m² (inkl. Backshop) unterhalb der Marktzutrittsgröße des Betreibers rangiert. Im Rahmen einer Umstrukturierung ist eine **Flächenerweiterung** auf maximal 1.900 m² angedacht, der Flächenaufwuchs beträgt ca. 340 m². Der Baukörper der Handelsimmobilie bleibt bei der Umstrukturierung im Wesentlichen unberührt, da die zusätzliche Verkaufsfläche durch einen Anbau an der östlichen Marktseite erfolgen soll.
- Der **gestiegene Flächenbedarf** von REWE resultiert – wie auch bei anderen Lebensmittelmärkten – aus Gründen der Prozessoptimierung und der Attraktivitätssteigerung und reagiert auf die aktuellen Markterfordernisse des Lebensmittelhandels. Mit der erweiterten Fläche sollen auch die innerbetrieblichen Abläufe (u.a. Vereinfachung der Warenbestückung, Vergrößerung der Präsentationsflächen) optimiert werden. Ferner wird die Warenpräsentation im Markt durch breitere Gänge, eine übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen oder weniger überbaute Bereiche attraktiviert.
- Die größere Verkaufsfläche führt nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung, da die Artikelzahl nach der Erweiterung im Wesentlichen gleichbleiben wird. Mit der Neupositionierung von REWE werden tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, das Vorhaben ist als bestands- und **zukunftssichernde Maßnahme** für diese Filiale zu werten. Mit der Ertüchtigung des Marktes wird die Eigenversorgungsquote der Landgemeinde gesichert.
- Der REWE-Standort befindet sich in einer städtebaulichen Randlage, stellt jedoch räumliche Bezüge zu den angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen her. Im Nahbereich (800 m-Laufweg) des Marktstandortes leben ca. 900 Einwohner, somit kann der Markt für einen nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung von Großengottern eine **fußläufige Grundversorgung** anbieten.
- In der Landgemeinde Unstrut-Hainich agieren aktuell 16 Handelsbetriebe auf einer **Verkaufsfläche** von ca. 3.500 m². Die Verkaufsflächendichte ist mit 0,7 m² je Einwohner für ein Grundzentrum als niedrig einzustufen und deutet primär nicht auf eine gemeindeübergreifende Ausstrahlung des lokalen Handels hin. In der Ortsmitte von Großengottern ist nur ein rudimentäres Handelsangebot ausgebildet, das nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren ist.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von REWE erstreckt sich auch nach der geplanten Erweiterung über die Landgemeinde Unstrut-Hainich und zwei angrenzende Gemeinden. REWE kann ein Einwohnerpotenzial von rd. 7.000 Personen ansprechen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 17,6 Mio. EUR verfügen.
- Das **Lebensmittelangebot** ist in dem Einzugsgebiet auf rd. 3.200 m² Verkaufsfläche organisiert. Als Träger der Grundversorgung fungieren die Supermärkte REWE und Edeka; deren Angebot wird durch kleinformatische Lebensmittelanbieter arrondiert. Mit Blick auf die Zentralität können die Lebensmittelanbieter innerhalb des Einzugsgebietes die Kaufkraft nur anteilig binden, darauf deutet die Zentralität von 76 % hin; der Kaufkraftabfluss beträgt rd. 4,3 Mio. EUR.
- Der projektierte Supermarkt wird in seiner Konfiguration von ca. 1.822 m² Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen durchschnittlichen **Marktanteil** von maximal 38 % erzielen. Somit deckt der Markt nur anteilig die Nachfrage ab, so dass auch nach der Erweiterung offene Nachfragepotenziale für andere Lebensmittelanbieter verbleiben. Der jährliche Umsatz der REWE-Filiale wird bei ca. 7,9 Mio. EUR liegen; mit einer Flächenleistung von ca. 4.300 EUR/m² wird unter Berücksichtigung der Marktgröße ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht.
- Die avisierte Erweiterung von REWE wird nicht zu einem nennenswerten **Wechsel der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme** innerhalb des Einzugsgebietes führen. Die REWE-Filiale ist seit Jahren in Großengottern etabliert, dementsprechend haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen

und damit auch die Einkaufsorientierungen der lokalen Verbraucher langfristig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der erhöhten Verkaufsfläche unrealistisch ist. Bei dem Vorhaben bleiben ebenfalls wesentliche Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, die Lage der Marktimmoblie und der Parkplatzanlage, die Werbesichtanbindung oder die ansprechbare Bevölkerung im Einzugsgebiet unverändert, so dass sich hieraus keine nennenswerten Veränderungen der Ausstrahlungskraft des REWE-Marktes ableiten lassen.

- Der zusätzliche Umsatz von REWE wird naturgemäß aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld des Marktstandortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste (rd. 0,4 Mio. EUR) liegen über alle Betriebe in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 6 % und erreichen einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Dies trifft sowohl auf strukturprägende Lebensmittelmärkte als auch auf kleinteilige Lebensmittelanbieter zu.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte 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 reklamieren sind. In der Landgemeinde Unstrut-Hainich und auch den beiden Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet ist kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet, folglich ist die Schädigung eines solchen Bereiches naturgemäß nicht möglich. Ferner ist kein vorhabeninduzierter Abbau von verbrauchernahe Versorgung zu erwarten, da eine Absiedlung von Lebensmittelanbietern innerhalb des Einzugsgebietes nicht anzunehmen ist; zumal REWE selbst als ein wichtiger Träger der lokalen Grundversorgung fungiert.
- Die Berechnung der Zentralität zeigt, dass derzeit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen nicht unwesentlichen Teil ihrer Lebensmittelnachfrage in umliegenden Städten decken. Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund des quantitativ und auch qualitativ verbesserten Angebots verstärkt ihre Nachfrage vor Ort in dem neu aufgestellten REWE-Markt tätigen, so dass mit einer **Rückholung von abfließender Kaufkraft** in Höhe von rd. 0,3 Mio. EUR zu rechnen ist. Die Umsätze, die Lebensmittelmärkten in Orten außerhalb des Einzugsgebietes – speziell in Mühlhausen und in Bad Langensalza – verloren gehen, können bezüglich ihrer geringen Höhe und der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte nicht zu einer Absiedlung von bestehenden Betrieben führen.
- Für das zu prüfende Vorhaben ist eine partielle Kompatibilität mit den relevanten Zielen bzw. Grundsätzen des **Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025** gegeben. Das Vorhaben ist mit dem Konzentrations- und dem Kongruenzgebot sowie dem Beeinträchtigungsverbot kompatibel, mit Blick auf das Integrationsgebot wird kein Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben erzielt.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens bzw. als Abwägungsgrundlage für das Bebauungsplanverfahren.

BBE Handelsberatung GmbH



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

Erfurt, 12. Juni 2023

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

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)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 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, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. 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, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m², aktuelle Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, 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. 25 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, HIT

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 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH

Non-Food I

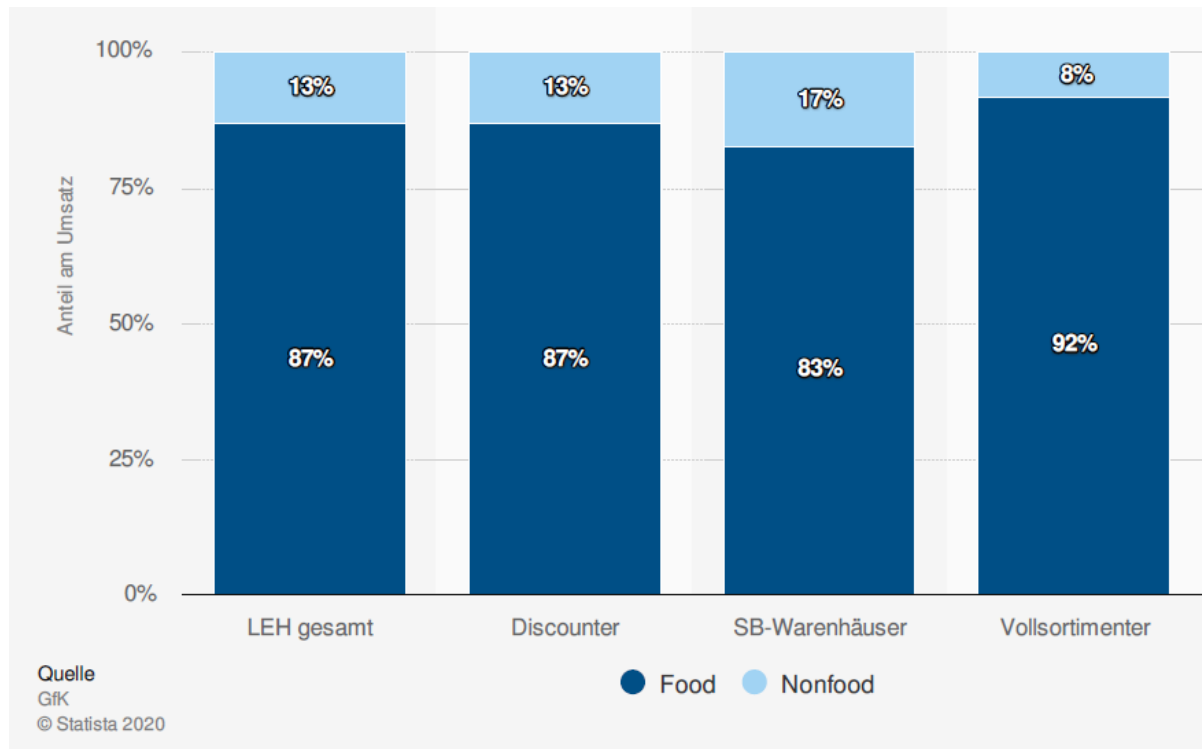
Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandsstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

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

Umsatzverteilung des Food- und Nonfood-Sortiments im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
SB-Warenhäuser nur Food-Abteilung	6.600	7.100	7.600
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermärkte nur Food-Abteilung	5.100	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Große Supermärkte (ab 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	4.000	4.300
Supermärkte (bis 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	3.600	4.100
Discounter	3.800	4.800	5.800
SB-Märkte	3.600	4.100	4.600
City-Supermärkte	3.800	4.300	4.900
Metzgereien	6.800	7.300	7.800
Bäckereien	4.500	5.000	5.500
Getränkemärkte	1.400	1.600	1.800

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Prüfungsrelevantes Flächenprogramm des REWE-Marktes in Großengottern	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Landgemeinde Unstrut-Hainich im Vergleich.....	7
Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Landgemeinde Unstrut-Hainich	9
Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Handelsbestandes in der Landgemeinde Unstrut-Hainich.....	11
Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	22
Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet.....	24
Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet	25
Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	26
Tabelle 9: Marktanteilsprognose der neu aufgestellten REWE-Filiale	29
Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des REWE-Supermarktes	30
Tabelle 11: Umsatzherkunft der neu aufgestellten REWE-Filiale	33
Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten REWE-Marktes im Einzugsgebiet	36
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets	42
Tabelle 14: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in Einzugsgebiet (IST – PLAN).....	43

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt)	6
Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Großengottern	10
Karte 3: Handelsbestand im Ortskern von Großengottern.....	12
Karte 4: Mikroörtliche Lage von REWE an der Mühlhäuser Straße in Großengottern	16
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich der REWE-Filiale in Großengottern	17
Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Großengottern und 5-/10-Minuten-Fahrzeitzone.....	19
Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten REWE-Marktes	20
Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation des REWE-Marktes in Großengottern in der Mühlhäuser Straße 18.....	3
Abbildung 2: Lageplan der neu positionierten REWE-Filiale in Großengottern	4
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	8
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur in der Landgemeinde Unstrut-Hainich	9
Abbildung 5: Exemplarische städtebauliche Situation in der Ortsmitte (Marktstr.) von Großengottern	13
Abbildung 6: Angebotsreserven für den Einzelhandel im Ortskern von Großengottern	14
Abbildung 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Unstrut-Hainich	23
Abbildung 8: Sonstige Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Unstrut-Hainich (Auswahl).....	24
Abbildung 9: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens	32

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	49
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	51
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen.....	52