

## Auswirkungsanalyse

**BBE**  
Handelsberatung

# Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und eines Textilmarktes in 06556 Artern/Unstrut in der Reinsdorfer Straße

---

Auftraggeber:

Saller Bau-GmbH  
In der Buttergrube 9  
99428 Weimar

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese 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

Erfurt, 3. August 2020

# Auswirkungsanalyse

## Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und eines Textilmarktes in 06556 Artern/Unstrut in der Reinsdorfer Straße

---

Auftraggeber:

Saller Bau-GmbH  
In der Buttergrube 9  
99428 Weimar

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese 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

<b>1. Ausgangssituation / Projektdaten .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Standortrahmendaten Artern .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Einzelhandelsanalyse Artern .....</b>	<b>8</b>
<b>4. Mikrostandort .....</b>	<b>12</b>
<b>5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse .....</b>	<b>15</b>
5.1. Einzugsgebiet .....	15
5.2. Marktpotenzial .....	18
5.3. Angebot .....	19
5.3.1. Gesamtüberblick .....	19
5.3.2. Lebensmittel.....	20
5.3.3. Textilien .....	23
<b>6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens .....</b>	<b>25</b>
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	25
6.2. Umsatzprognose.....	27
6.2.1. Lebensmittelmarkt.....	27
6.2.2. Textilfachmarkt.....	30
6.3. Umsatzherkunft.....	32
6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens.....	35
6.4.1. Methodische Vorgehensweise .....	35
6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Lebensmittelmarktes .....	36
6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Textilfachmarktes .....	42
6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets .....	44
<b>7. Zusammenfassung.....</b>	<b>46</b>

## 1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Firma Saller Bau-GmbH aus Weimar beabsichtigt die Inwertsetzung eines Grundstücks, das sich im **südlichen Ortseingangsbereich von Artern** im Kreuzungsbereich der Reinsdorfer Straße / Unstrutstraße befindet. Die Liegenschaft ist größtenteils mit brachgefallenen Gewerbegebäuden aus DDR-Zeiten belegt, die keiner qualifizierten Verwertung unterliegen. Das Areal ist langjährig nahezu ungenutzt und verfällt zusehends. Der Standortbereich ist unter städtebaulichen Aspekten unattraktiv zu bewerten.

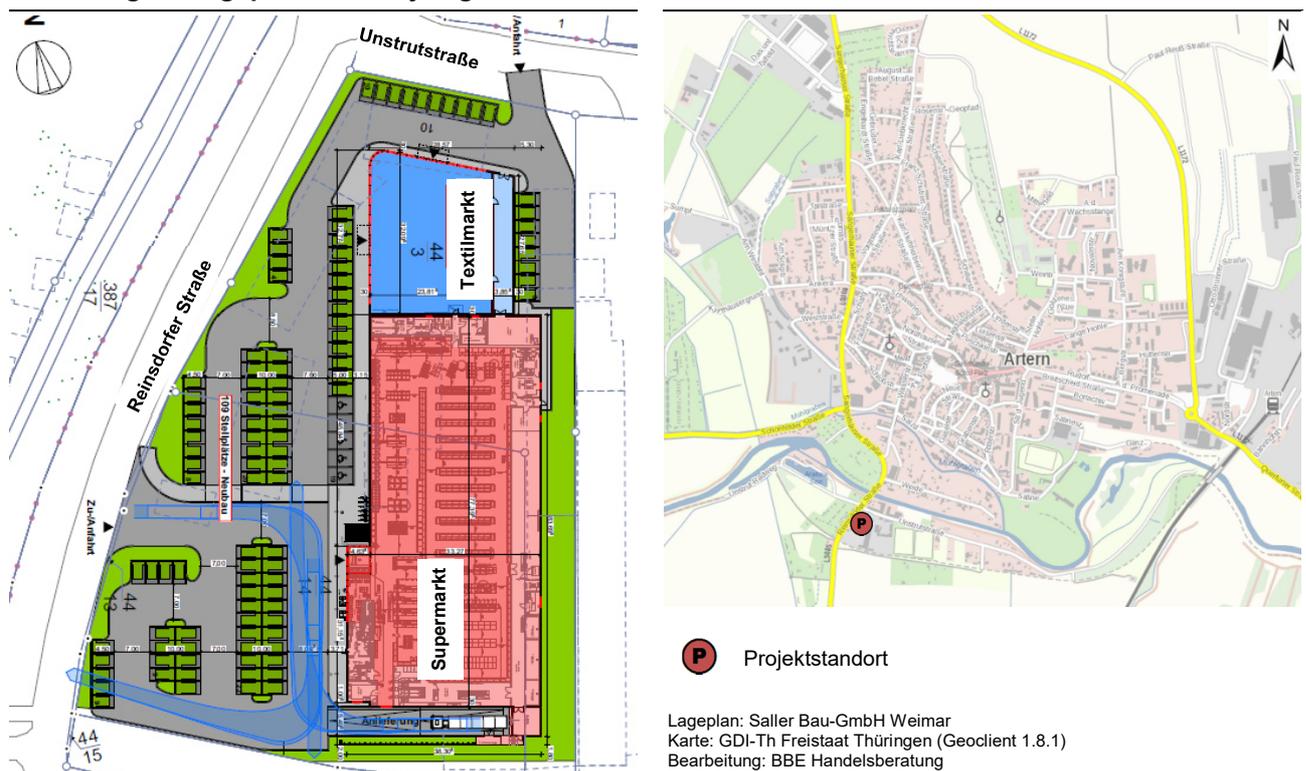
**Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Auf dem Projektgrundstück ist die Ansiedlung eines Supermarktes und eines Textilmarktes geplant. Somit werden durch die Revitalisierung dieses Standortbereiches eine städtebauliche Neuordnung und vor allem eine optische Aufwertung dieses Gebietes erreicht, das im südlichen Zufahrtbereich zur Arterner Kernstadt adressiert ist. Folgender objektbezogener **Lageplan** stellt das Vorhaben im räumlichen Kontext dar.

**Abbildung 2: Lageplan des Projektgrundstücks in Artern**



Die geplante **Verkaufsfläche** beträgt ca. 2.620 m<sup>2</sup>. Der Supermarkt<sup>1</sup> soll eine Verkaufsfläche von ca. 1.900 m<sup>2</sup> belegen, der Textilfachmarkt ist mit einer Fläche von ca. 720 m<sup>2</sup> projektiert. Hierbei handelt es sich um die Verlagerung der bestehenden KIK-Filiale aus der Schönfelder Straße (ca. 450 m<sup>2</sup> VK). Die dort freierwerdende Fläche von KIK soll durch Aldi und Rossmann nachgenutzt werden, so dass sich diese beiden Handelsbetriebe dann auf einer konzeptkonformen Fläche weiterentwickeln können. Somit ist die Existenz dieser beiden für die Innenstadt wichtigen Anbieter langfristig gesichert.<sup>2</sup>

**Tabelle 1: Flächenprogramm der Ansiedlungsvorhaben**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>
Lebensmittelmarkt	1.900
Textilfachmarkt (KIK)	720
<b>Gesamt</b>	<b>2.620</b>

Quelle: Saller Bau-GmbH Weimar

Für die geplante Ansiedlung wird seitens der Stadt Artern beabsichtigt, ein **Sondergebiet Handel** auszuweisen. Ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde bereits seitens des Stadtrates der Stadt Artern im Juni 2020<sup>3</sup> gefasst.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des Projektvorhabens benötigt. In dem zu erstellenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>4</sup> in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Nachstehend werden die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im Juli 2020 durchgeführt wurde, dargestellt und beschrieben.

1 Ein konkreter Betreiber des Supermarktes steht noch nicht fest.

2 Dies ist möglich, da der Eigentümer der Handelsimmobilie in der Schönfelder Straße (Aldi/Rossmann/KIK) auch gleichzeitig der Projektentwickler des in Rede stehenden Vorhabens an der Reinsdorfer Straße ist.

3 vgl. Aufstellungsbeschluss Bebauungsplan Nr. 18 „Sondergebiet Handel, Reinsdorfer Straße in Artern“ vom 08.06.2020.

4 Die Stadt Artern besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Somit werden (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

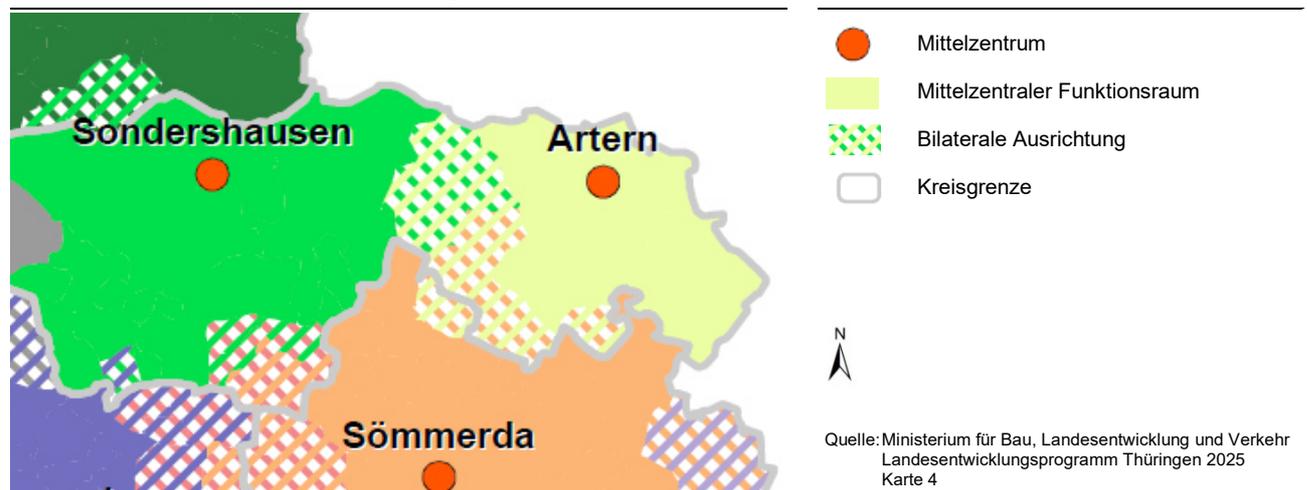
## 2. Standortrahmendaten Artern

Die Stadt Artern (ca. 6.700 Ew.) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nordöstlichen Bereich des Freistaates Thüringen und hier im Kyffhäuserkreis verortet. Die Lage von Artern wird durch die räumliche Nähe zu Sachsen-Anhalt geprägt, wobei die nördliche und östliche Gemarkungsgrenze der Stadt gleichzeitig die Landesgrenze darstellt. Das direkte Umland von Artern ist durch eine ländlich geprägte Siedlungsstruktur gekennzeichnet.

Artern fungiert gemäß § 51 der Thüringer Kommunalordnung als **erfüllende Gemeinde** für die Orte Borxleben, Gehofen, Kalbsrieth, Mönchpiffel-Nikolausrieth und Reinsdorf und übernimmt somit Verwaltungsaufgaben für insgesamt rd. 9.200 Personen.

Die Stadt Artern wird in der **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandelsfunktion zählt.<sup>5</sup>

**Karte 1: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt)**



Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Artern, für den die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt, leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 29.950 Einwohner.<sup>6</sup>

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Artern erfolgt über eine Anschlussstelle an die Autobahn A71, deren Trassierung durch das westliche Gemarkungsgebiet der Stadt verläuft. Ferner ist Artern über verschiedene, gut ausgebaute Landesstraßen mit den umliegenden, ländlich geprägten Orten vernetzt. Auf Grund der sternförmigen Bündelung dieser Landesstraßen in Artern stellt die Stadt einen Verkehrsknotenpunkt dar und weist insgesamt eine gute verkehrliche Erreichbarkeit auf.

Artern ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Regionalbahnstrecke Erfurt - Sangerhausen. Der Bahnhof befindet sich im östlichen Bereich der Kernstadt; ferner existiert im Ortsteil Voigtstedt ein zweiter Bahnhaltepunkt.

Auf Grund der Bevölkerungszahl ist in Artern kein Stadtbusnetz vorhanden. Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbusse sichergestellt, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Artern und den peripheren Ortsteilen anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten. Der zentrale Bushaltepunkt (ZOB) befindet sich im südlichen Stadtgebiet an der Sangerhäuser Straße.

<sup>5</sup> Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.9 / Z 2.2.10.

<sup>6</sup> Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3 (Stand 2012).

Die Stadt Artern ist mit ca. 6.700 Einwohnern nach der Kreisstadt Sondershausen und nach Bad Frankenhausen und Roßleben-Wiehe die viertgrößte Stadt im Kyffhäuserkreis. Die **Bevölkerungsentwicklung** von Artern war in den letzten zehn Jahren mit -10,0 % rückläufig und ist mit der Entwicklung im Kyffhäuserkreis (-10,2 %) vergleichbar. In Relation zur landesweiten Entwicklung (-5,2 %) ist in der gesamten Region ein höherer Bevölkerungsrückgang festzustellen.

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Artern im regionalen Vergleich**

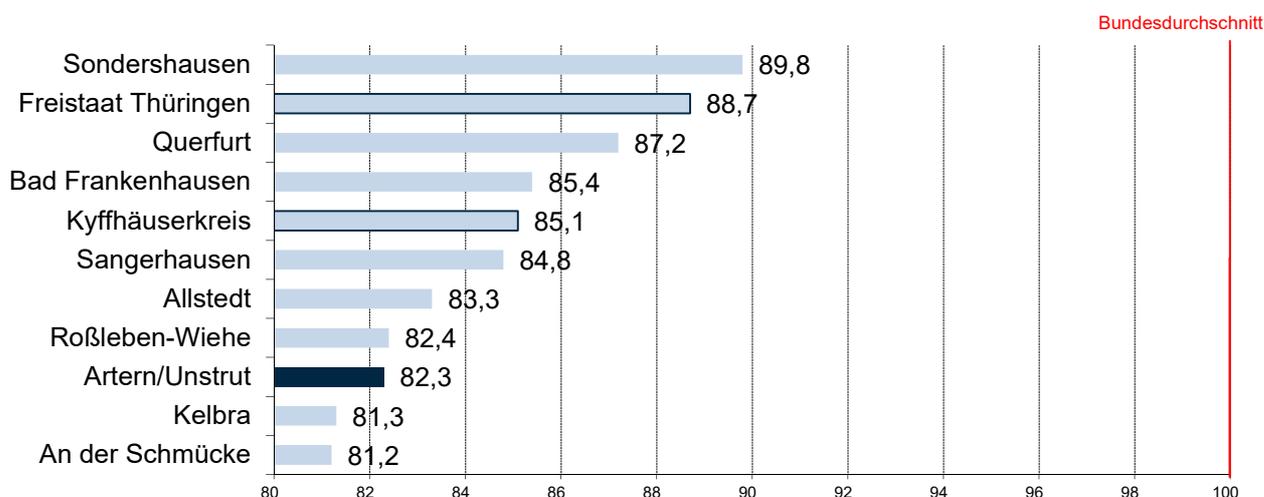
	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	2009	2019		2030	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Artern	7.430 <sup>7</sup>	6.688	-10,0		
Kyffhäuserkreis	82.650	74.212	-10,2	64.900	-12,5
Freistaat Thüringen	2.249.882	2.133.378	-5,2	1.989.500	-6,7

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2009/2019; 2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung 2019

Für Artern existiert keine aktuelle **Bevölkerungsprognose**. Auf Basis der Entwicklung in der Vergangenheit und der zu erwartenden Bevölkerungszahl im Kyffhäuserkreis wird die Einwohnerzahl in Artern in den nächsten Jahren tendenziell weiter zurückgehen. Der Rückgang dürfte geringfügig unter dem Trend des Landkreises liegen.

Die **Siedlungsstruktur** von Artern gliedert sich neben der Kernstadt in vier weitere Ortsteile<sup>8</sup> mit einem ländlich geprägten Charakter. Der Siedlungsschwerpunkt befindet sich in der Kernstadt, da hier mit ca. 5.100 Personen rund 76 % der gesamtstädtischen Bevölkerung leben.

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

**Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**


Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

7 Die Einwohnerzahl bezieht sich auf den aktuellen Gebietsstand, da zur besseren Vergleichbarkeit der Bevölkerungsentwicklung die im Januar 2019 eingemeindeten Orte Heygendorf und Voigtstedt zur Einwohnerzahl von Artern des Jahres 2009 addiert wurden.

8 Dies sind die Ortsteile Heygendorf, Kachstedt, Schönfeld und Voigtstedt.

Im nationalen Vergleich weist Artern – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 82,3 % unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Artern ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung. Auch im regionalen Vergleich wird die niedrige Kaufkraft deutlich, da der Kaufkraftindex von Artern sowohl unter dem Kaufkraftwert des Kyffhäuserkreises (85,1 %) als auch unterhalb des Landesdurchschnitts des Freistaats Thüringen (88,7 %) 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 -224 Personen<sup>9</sup> besitzt Artern mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind folglich keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten. Als positiv ist jedoch die – im Verhältnis zur Einwohnerzahl – relativ hohe Zahl an Einpendlern (1.501 Personen) nach Artern zu sehen, da die Stadt ein gewisses Arbeitsplatzangebot vorhält.

---

9 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2019.

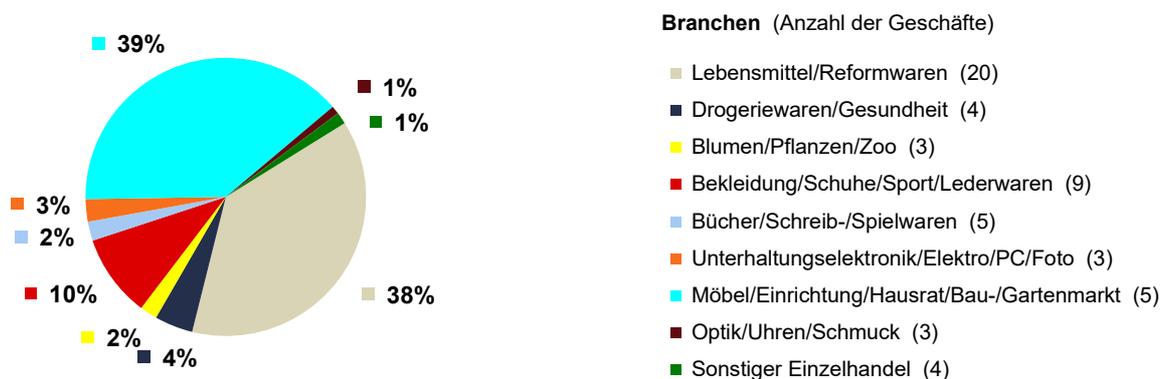
### 3. Einzelhandelsanalyse Artern

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im Juli 2020 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in Artern aufgenommen und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Einzelhandelsangebot**<sup>10</sup> der 56 Handelsbetriebe von Artern beläuft sich auf rd. 15.700 m<sup>2</sup>, was einer Verkaufsflächendichte von knapp 2,4 m<sup>2</sup> je Einwohner entspricht.

Diese einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m<sup>2</sup> pro Einwohner, wobei höherrangige zentrale Orte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte – meist deutlich über 2,0 m<sup>2</sup> je Einwohner – aufweisen. Diese Orte übernehmen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit höhere Flächenangebote vor.

Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** wird durch die Einrichtungsbranche (u.a. Möbel, Baumarktartikel, Hausrat/Haushaltswaren mit rd. 6.100 m<sup>2</sup> VK) und die Lebensmittelbranche (rd. 5.900 m<sup>2</sup> VK) geprägt, die – insbesondere auf Grund der verschiedenen großformatigen Anbieter – zusammen ca. 77 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche belegen. Es folgt mit einem geringeren Flächenanteil die Modebranche (ca. 1.500 m<sup>2</sup>), die mit den beiden vorstehend genannten Sortimenten mit die höchste Anzahl an Geschäften aufweist. Die restlichen Sortimente nehmen jeweils einen geringeren Anteil an der gesamtörtlichen Verkaufsfläche ein, tragen jedoch in ihrem jeweiligen Segment zur Grundversorgung der lokalen Bevölkerung bei.

**Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Artern**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

In Bezug auf die **räumliche Verteilung des Einzelhandels** ist der Großteil der Handelsbetriebe in der **Innenstadt** verortet, da hier mit 33 Anbietern die größte zusammenhängende Angebotsagglomeration besteht. Die Verkaufsfläche dieses Versorgungsbereiches umfasst rd. 3.900 m<sup>2</sup> und nimmt ein Viertel der gesamtörtlichen Einzelhandelsfläche ein.

Das innerörtliche Handelsangebot ist maßgeblich am Markt und in der östlich liegenden Leipziger Straße konzentriert. Neben den meist kleinformatischen Handelsbetrieben sind verschiedene komplementäre Angebote (Dienstleistungen, Gastronomie etc.) vorhanden, so dass dieser Bereich – im Verhältnis zur Einwohnerzahl von Artern – eine relativ hohe Funktionsdurchmischung aufweist.

Südwestlich des Marktes befindet sich eine kleine Fachmarktzeile, in der Aldi, KIK, Rossmann und ein Bäcker ansässig sind. Diese Anbieter fungieren als innerstädtische Magnetbetriebe und nehmen mit knapp 1.800 m<sup>2</sup> einen hohen Flächenanteil ein.

<sup>10</sup> Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, sodass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

Im nördlichen Kernstadtbereich ist im Gewerbegebiet Kachstedter Straße eine Fachmarkttagglomeration vorhanden. In einem Fachmarktzentrum sind u.a. Edeka, Norma, Hagebau und ABC Schuhe ansässig, südlich davon liegen Lidl und Getränkequelle. Die Anbieter sind maßgeblich auf motorisierte Kunden ausgerichtet, da es sich um einen dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standort handelt.

Das Angebot in den sonstigen Lagen (d.h. Standorte außerhalb der beiden vorstehend skizzierten Lagen) umfasst im Wesentlichen die beiden größeren Handelsmärkte Netto und Groschenmarkt; weitere kleinere Betriebe ergänzen dieses Angebot.

In den dezentralen Ortsteilen ist lediglich ein rudimentärer Handelsbesatz vorzufinden, da hier nur drei kleinere Handelsbetriebe ansässig sind.

**Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Artern**

	Verkaufsfläche		Betriebe		Ø VK-Fläche
	m <sup>2</sup>	%	abs.	%	m <sup>2</sup> /Betrieb
Innenstadt	3.880	25	33	59	~120
Fachmarkttagglomeration Kachstedter Straße	10.000	63	12	22	~830
sonstige Lagen	1.830	12	8	14	~230
dezentrale Ortsteile	30	<1	3	5	~10
<b>Summe</b>	<b>15.740</b>	<b>100</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>~280</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestands von Artern.

**Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Artern**



Die Stadt Artern besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens einer solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeption sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ausgewiesen.

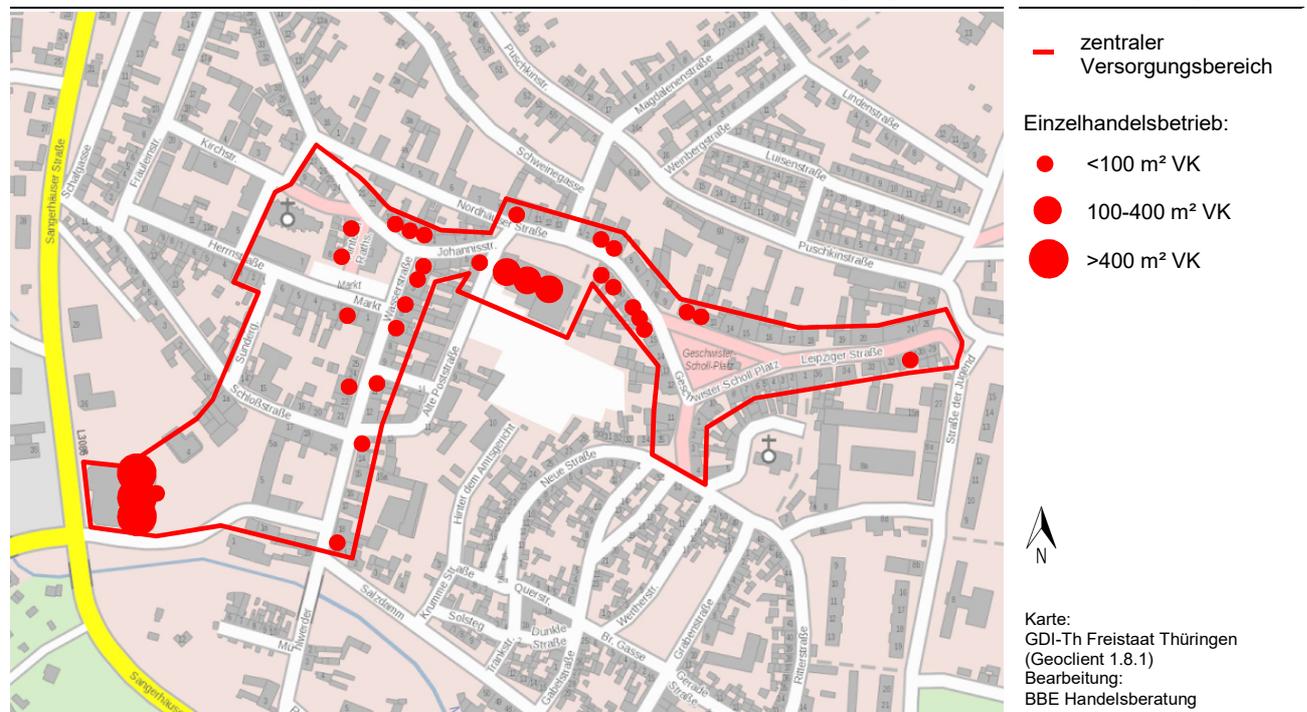
Prinzipiell handelt es sich bei sog. **zentralen Versorgungsbereichen** um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>11</sup> Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich 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.<sup>12</sup>

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

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.<sup>13</sup> Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Nahversorgungszentrum) geben.

Auf Grundlage der Ortsbegehung von Artern wurde in der Innenstadt ein **faktischer zentraler Versorgungsbereich** identifiziert. Die nachstehend vorgenommene Abgrenzung dieses Bereiches erfolgt unter Berücksichtigung städtebaulicher und funktionaler Kriterien und auf Basis des tatsächlich vorhandenen Einzelhandels- und Gewerbebesatzes.

### Karte 3: Räumliche Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereiches (Skizzierung)



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

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

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

Der räumliche Umgriff<sup>14</sup> des faktischen zentralen Versorgungsbereiches entspricht nicht dem gesamten Ortskern von Artern, sondern lediglich dem Funktionsbereich, in dem sowohl der Einzelhandel als auch Komplementärangebote (z.B. Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie, Arztpraxen, Banken, Büronutzungen) die maßgebliche Nutzungsart darstellen.

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst die Einzelhandelslagen um den Markt und erstreckt sich in östlicher Richtung über die gesamte Leipziger Straße. In südlicher Richtung verläuft der Versorgungsbereich über die Wasserstraße bzw. die Passage am Markt bis zur Schönfelder Straße. Auf Grund des relativ weitläufigen Bereichs und des eingeschränkten Nachfragepotenzials ist naturgemäß nicht der gesamte Bereich durch eine durchgängige Handelsnutzung belegt. Neben Handelsbetrieben sind zahlreiche Komplementärfunktionen und auch Wohnnutzungen vorzufinden.

#### Abbildung 5: Faktischer innerörtlicher zentraler Versorgungsbereich in Artern



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Eine endgültige Bestimmung und Abgrenzung des innerörtlichen zentralen Versorgungsbereiches ist in einem späteren Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu präzisieren, da es sowohl einer wertenden Gesamtbeurteilung der räumlichen Strukturen in Artern als auch einer Zielperspektive bedarf.

Neben dem Handelsbestand in der Ortsmitte von Artern wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. In Artern und auch in den einzelnen Ortsteilen ist jedoch mangels eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage kein Stadtteil- bzw. Nahversorgungszentrum<sup>15</sup> vorhanden, wenngleich weitere größere Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten existieren.

14 In der räumlichen Darstellung des zentralen Versorgungsbereichs wurde keine parzellenscharfe Abgrenzung vorgenommen, da dies eine der Aufgaben in einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept darstellt; zumal hier insbesondere auch die städtebaulichen Zielsetzungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde einfließen.

15 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. auch Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

## 4. Mikrostandort

Der **Projektstandort** befindet sich im südlichen Bereich von Artern (vgl. Karte 2) und liegt nur ca. 600 Meter vom Zentrum (Markt) entfernt. Der Standort ist im Kreuzungsbereich der Reinsdorfer Straße / Unstrutstraße lokalisiert und erstreckt sich in südlicher Richtung straßenbegleitend zur Reinsdorfer Straße. Die Liegenschaft unterliegt keiner qualifizierten Nutzung und ist größtenteils mit brachgefallenen Gewerbegebäuden belegt. Der Standortbereich – in exponierte Lage im Ortseingangsbereich von Artern gelegen – stellt sich unter städtebaulichen Aspekten unattraktiv und inhomogen dar.

Die nördliche **Umfeldnutzung** wird durch vereinzelte Wohngebäude geprägt. Im Anschluss an den Flusslauf der Unstrut ist eine leicht verdichtete Wohnbebauung vorzufinden, ferner ist in diesem Bereich ein Multisortimentsmarkt (Groschenmarkt) adressiert. Unmittelbar östlich des Standortes befindet sich ein Handwerksbetrieb (Fa. Große), hieran schließt sich ein Sportplatz an. Im weiteren Verlauf der Unstrutstraße sind vereinzelte Wohnhäuser vorzufinden.

Südlich des Projektstandortes verläuft der Unstrutradweg, hier dominieren landwirtschaftlich genutzte Flächen bzw. es beginnt der Übergang zur offenen Landschaft. Westlich des Projektstandortes liegt das Areal einer Dauerkleingartenanlage.

**Karte 4: Lage des Projektstandortes an der Reinsdorfer Straße in Artern (Skizzierung)**



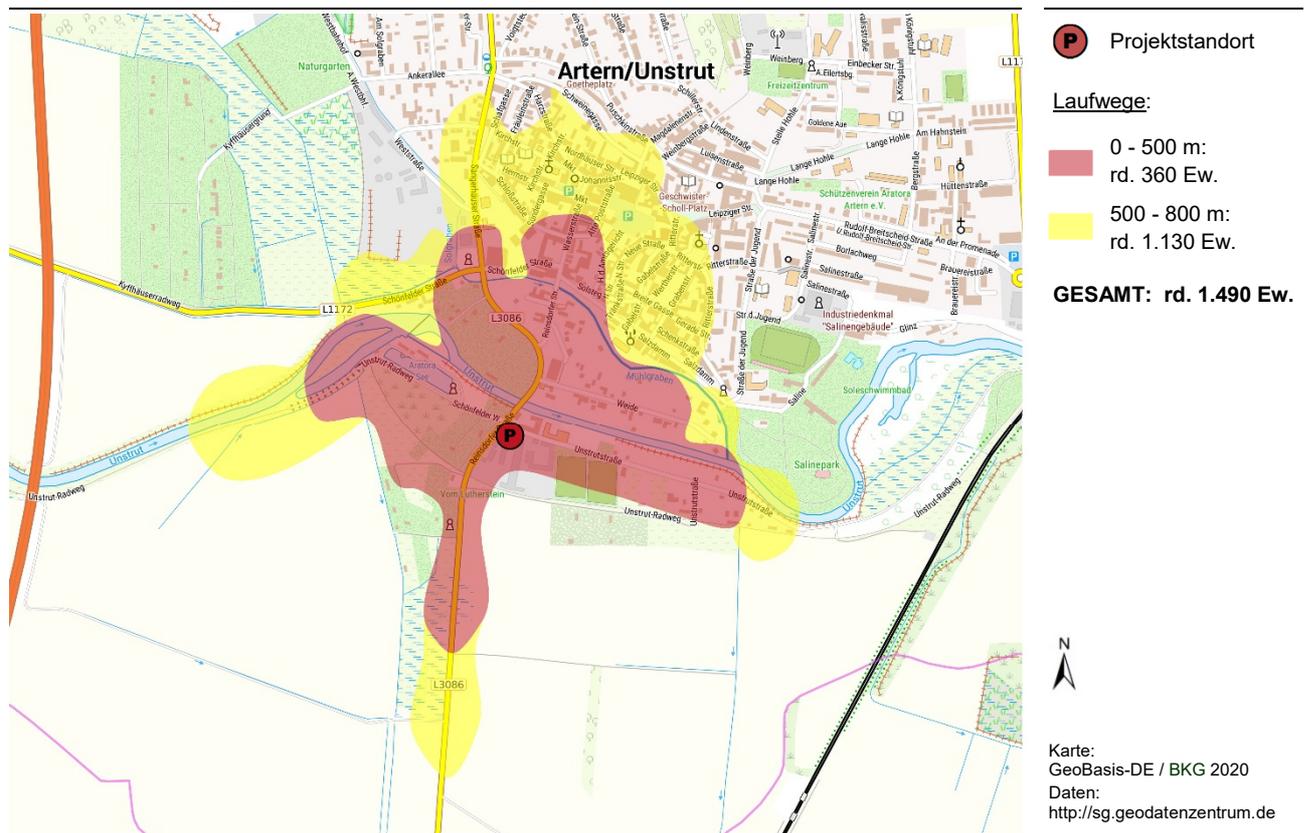
Der Projektstandort ist auf Grund der direkten Lage an der Reinsdorfer Straße durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet. Dieser Straßenzug (vormals als Bundesstraße B86 ausgewiesen) fungiert als eine innerörtliche Hauptdurchfahrtsstraße, so dass der Vorhabenstandort sowohl aus der Kernstadt als auch aus den umliegenden Gemeinden zügig erreicht werden kann.

Die An- und die Abfahrt auf die Parkplatzanlage soll über zwei bestehende Zuwegungen aus der Reinsdorfer Straße und der Unstrutstraße erfolgen (vgl. Abb. 2). Auf dem betriebseigenen und kostenfreien Parkplatza-real sind 109 **Pkw-Abstellplätze** (inkl. 5 Stellplätze für beeinträchtigte Personen) geplant. Die Anzahl der Parkplätze weist in Relation zur Verkaufsfläche mit rd. 26 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Stellplatz eine ausreichende Größenordnung<sup>16</sup> auf, zumal der Standort von einem großen Teil der Einwohner aus der Kernstadt zu Fuß bzw. auch mit dem Fahrrad erreicht werden kann.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Vorhabenstandortes erfolgt über den zentralen Bushaltepunkt (ZOB), der sich in der Sangerhäuser Straße – nur knapp 300 Meter entfernt – befindet. Der Busbahnhof wird von allen Regionalbuslinien bedient und stellt einen Umsteigepunkt dar. Demnach verfügt der Planstandort in einer fußläufigen Entfernung über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Der Vorhabenstandort weist – trotz seiner städtebaulichen Randlage – in seinem fußläufigen Nahbereich ein verhältnismäßig hohes **Bevölkerungspotenzial** auf. Der Standort ist insbesondere aus dem südlichen Kernstadtbereich fußläufig gut zu erreichen, wenngleich der Flusslauf der Unstrut eine Zäsur des gesamten Standortbereiches zu den nördlichen Siedlungsquartieren darstellt. Die Überquerung der Unstrut ist jedoch in Höhe des Projektstandortes mittels einer Brücke – sowohl für Fußgänger als auch für Pkw – möglich.

**Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes**



Im engeren fußläufigen Nahbereich<sup>17</sup> (Laufwege bis 500 m) des Planstandortes leben ca. 400 Einwohner; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen ca. 1.500 Personen. Die Einwohner in dem Naheinzugsgebiet des geplanten Marktstandortes entsprechen ca. 29 % der Bewohner der Arterner Kernstadt.<sup>18</sup>

16 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei Supermärkten bei ca. 14 bis 15 m<sup>2</sup> VK je Abstellplatz. Diese Werte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen. Die Parkplatzzapazität liegt bei dem Projektvorhaben geringer, da die Fläche des Textilfachmarktes mit einbezogen wurde.

17 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

18 In der Kernstadt wohnen ca. 5.100 Personen (vgl. Seite 6).

Somit kann der Standort auf ein verhältnismäßig hohes Konsumentenpotenzial allein im fußläufigen Nahbereich zurückgreifen und für einen hohen Teil der kernstädtischen Bevölkerung eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten.

Hinsichtlich der **Einordnung des Standortes in das lokale Einzelhandelsgefüge** ist zu konstatieren, dass der Planstandort außerhalb des faktischen zentralen Versorgungsbereiches lokalisiert ist. Das Vorhaben kann jedoch in Ergänzung des hier befindlichen Handelsangebots eine wohnortnahe Versorgungsfunktion erfüllen, da der Standort innerhalb einer kurzen Entfernung aus der Innenstadt (ca. 600 m) erreicht werden kann. Die Nahversorgungsfunktion erstreckt sich dabei auf den südlichen bzw. auch den zentralen Kernstadtbereich.

In Bezug auf die **städtebauliche Integration** ergibt sich in Auswertung der vorstehenden Mikrostandortanalyse, dass der Standort in einer städtebaulichen Randlage verortet ist und sich nicht innerhalb eines verdichteten Siedlungszusammenhangs befindet. Der Projektstandort erreicht zwar in seinem fußläufigen Nahbereich einen nicht unwesentlichen Teil der kernstädtischen Bevölkerung, kann jedoch das im LEP Thüringen formulierte Integrationsgebot<sup>19</sup> nicht einhalten.

---

19 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. Als planerisches Gesamtkonzept wird dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.  
vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Seite 45.

## 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

### 5.1. Einzugsgebiet

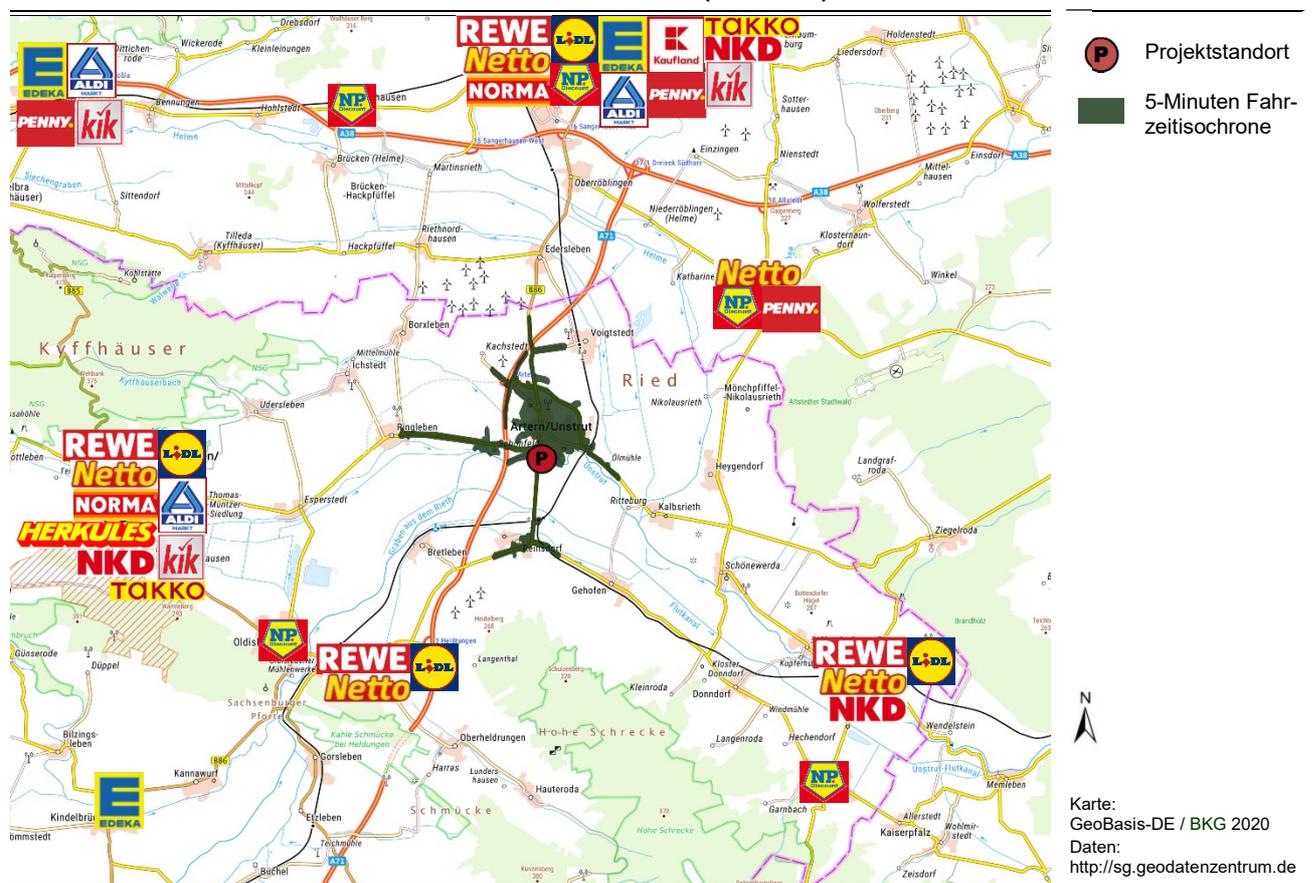
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert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

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

- die Fristigkeit der Nachfrage vor allem nach Lebensmitteln und der in Kauf genommene Zeitaufwand zur Nachfrageabdeckung,<sup>20</sup>
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandort und dessen Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Strahlkraft der beiden geplanten Handelsanbieter und
- das konkurrierende Handelsangebot im regionalen Umfeld von Artern.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittel- und im Textilhandel im regionalen Umfeld von Artern. Die folgend dargestellten Anbieter stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet der beiden Märkte dar.

**Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Artern (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone**



<sup>20</sup> Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Auto-Minuten.

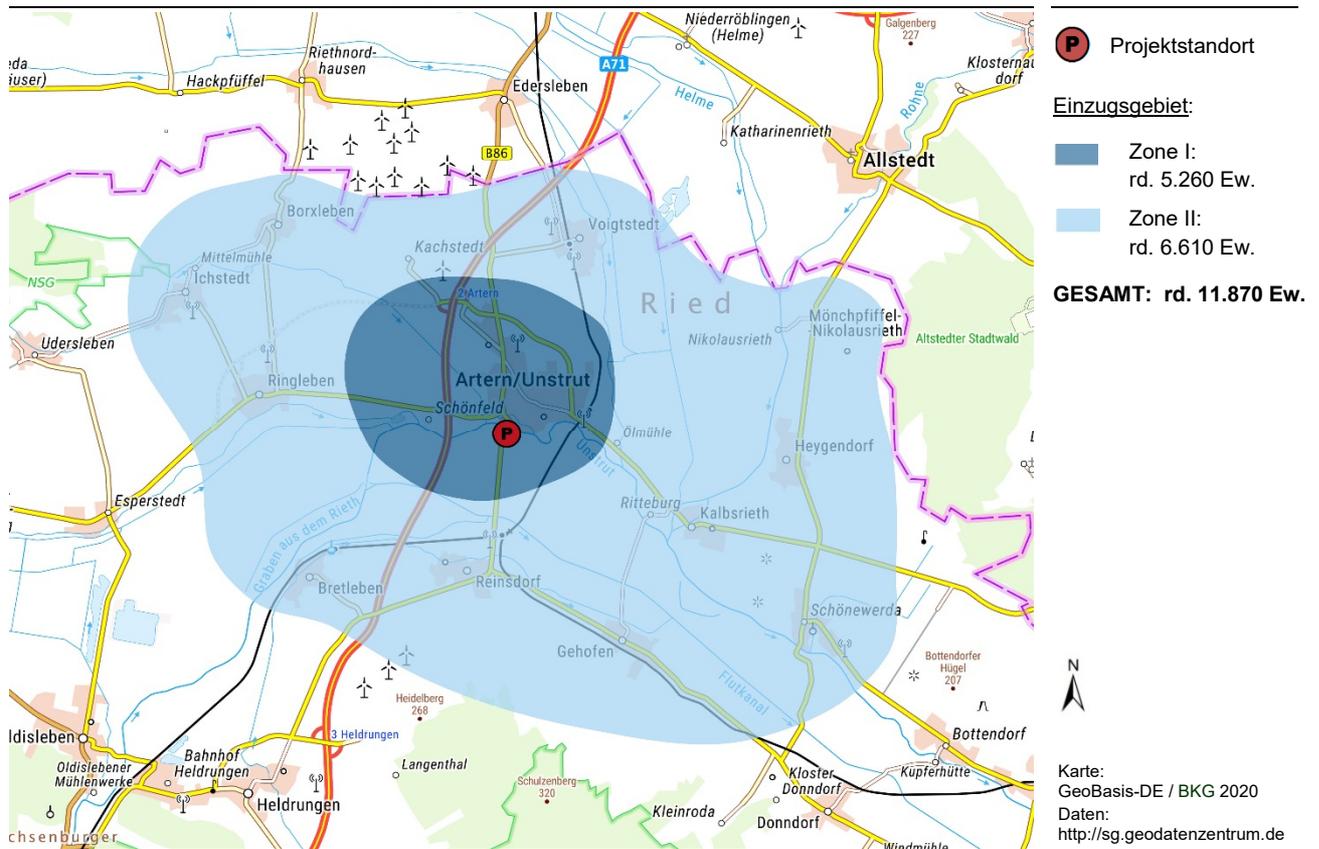
Als **Konkurrenzorte** – die das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes limitieren – sind umliegende Städte einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Standorte, die durch einen angebotsaffinen Super-/ Verbrauchermarkt oder einen Discounter belegt sind. Ferner sind für den Textilfachmarkt Standorte mit einem vergleichbaren Fachmarktanbieter relevant.

Die maßgeblichen Konkurrenzorte im regionalen Umfeld sind insbesondere Sangerhausen und Bad Frankenhausen, die in dem projektrelevanten Angebotssegment eine hohe Angebotsdichte aufweisen.<sup>21</sup> Ferner verfügen auch umliegende Orte wie Allstedt, Roßleben oder Heldrungen über ein attraktives Angebot, das jedoch maßgeblich auf den Lebensmittelhandel beschränkt ist.

Zusätzlich wird der Einzugsbereich der beiden prüfungsrelevanten Märkte durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der 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 Vorhabenstandortes und der skizzierten Angebotssituation wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** der beiden projektrelevanten Märkte nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

**Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des projektrelevanten Lebensmittel- und Textilmarktes**



21 Die Verkaufsflächendichte liegt in Sangerhausen bei ca. 3,2 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner, in Bad Frankenhausen bei 3,0 m<sup>2</sup> je Einwohner und somit deutlich über der Flächenausstattung von Artern (ca. 2,4 m<sup>2</sup> je Einwohner, vgl. Seite 8).  
 Quelle: BBE Handelsberatung, Einzelhandels-/ Zentrenkonzept von Sangerhausen und Bad Frankenhausen.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) der beide Fachmärkte wird sich maßgeblich auf die Arterner Kernstadt und den westlich angrenzenden Ortsteil Schönfeld beziehen, da der Projektstandort aus diesen Bereichen zeitnah erreicht werden kann. In diesem Marktbereich leben ca. 5.300 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die restlichen dezentralen Ortsteile von Artern. Ferner zählen zu dem Marktbereich verschiedene an Artern angrenzende Gemeinden aus dem mittelzentralen Verflechtungsbereich der Stadt (vgl. Karte 1), aus denen der Projektstandort mit dem Pkw zügig angefahren werden kann. In diesem Bereich ist mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen, da die Bewohner dieser Orte zum Teil auch zu anderen Angebotsstandorten tendieren. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen rd. 6.600 Personen, so dass die beiden Märkte auf ein Konsumentenpotenzial von knapp 11.900 Personen zurückgreifen können.

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. Das aufgezeigte Einzugsgebiet der beiden Märkte endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb dieses Marktbereiches liegen daher in der Natur der Sache.

Insbesondere ist bezüglich der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet der beiden projektrelevanten Fachmärkte zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Handelsstandorten im weiteren Umfeld von Artern (vgl. Karte 6) zu rechnen ist.

## 5.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweiligen projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für die vorhabenrelevanten Sortimente 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 abgebildet.<sup>22</sup>

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen der einzelnen Branchen in dem Marktgebiet errechnet.<sup>23</sup>

**Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet**

		Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex <sup>24</sup>	Marktpotenzial
		abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
<b>Lebensmittel</b>	Zone I	5.260	2.418	85,8	10,91
	Zone II	6.610		85,7	13,70
<b>Gesamt</b>					<b>24,61</b>
<b>Textil</b>	Zone I	5.260	526	74,7	2,07
	Zone II	6.610		74,2	2,58
<b>Gesamt</b>					<b>4,65</b>

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2019  
 MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2019 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel und für Textilien für Artern bzw. die Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet

22 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln in Artern mit 85,8 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 82,3 % (vgl. Abb. 3); die Kaufkraft für Textilien mit 74,7 % deutlich unter der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

23 Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet:  
 Einwohnerzahl je Gebiet x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer je Gebiet.

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

### 5.3. Angebot

#### 5.3.1. Gesamtüberblick

Für die vorliegende Analyse wurden alle projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe und deren Verkaufsflächen im Juli 2020 im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierten Einzugsgebiet aufgenommen. In der folgenden Karte 8 werden die strukturprägenden Angebotsbetriebe<sup>25</sup> der Lebens- und der Textilbranche überblicksartig dargestellt. Das Angebot ist auf die Stadt Artern fokussiert, da in den umliegenden Gemeinden lediglich vereinzelte kleinformatige Betriebe – ausschließlich der Lebensmittelbranche – ansässig sind.

**Karte 8: Strukturprägende Anbieter in den projektrelevanten Branchen in Artern**



<sup>25</sup> Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, welche die projektrelevanten Sortimente als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe bzw. der Sortimentsüberschneidungen zu den geplanten Fachmärkten stehen jedoch vor allem flächenseitig vergleichbar große Betriebe mit einem adäquaten Betreiberkonzept im Fokus der Betrachtung.

### 5.3.2. Lebensmittel

In **Artern** sind aktuell 20 Lebensmittelanbieter angesiedelt, die über eine summierte Verkaufsfläche<sup>26</sup> von ca. 5.900 m<sup>2</sup> verfügen. Im Verhältnis zur lokalen Bevölkerungszahl errechnet sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von ca. 0,9 m<sup>2</sup> pro Einwohner, die im interkommunalen Vergleich<sup>27</sup> als hoch einzustufen ist. Die hohe Flächendichte ergibt sich maßgeblich aus dem Vorhandensein von fünf großformatigen Lebensmittelmärkten und einem Getränkemarkt.

In Bezug auf die räumliche Verteilung zeigt sich ein Angebotsschwerpunkt im nördlichen Kernstadtgebiet in der Fachmarkttagglomeration Kachstedter Straße. Hier sind fünf Betriebe mit einer Verkaufsfläche von knapp 4.100 m<sup>2</sup> ansässig, dies entspricht einem Flächenanteil von ca. 69 % der gesamtstädtischen Lebensmittelfläche. Die hier befindlichen Lebensmittelmärkte Edeka, Norma, Lidl und Getränkequelle sind auf ein auto-kundenorientiertes Publikum ausgerichtet.

Die flächenseitige Betriebstypenstruktur (vgl. Anlage 1) wird in Artern durch die Betriebsform *Discounter* geprägt, da die vier Discountmärkte (Aldi, Lidl, Netto, Norma) eine summierte Verkaufsfläche von ca. 3.400 m<sup>2</sup> belegen. Das Angebot dieser Betriebe ist im Wesentlichen auf Lebensmitteleilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt, wobei die Discounter ausschließlich ein preisorientiertes Warenssegment abdecken. Alle Anbieter sind als durchschnittlich attraktive Betriebe einzustufen und führen ein standardisiertes Sortiment.

In Artern ist mit Edeka ein *Supermarkt* ansässig. Der inhabergeführte Markt zeigt auf über 1.800 m<sup>2</sup> ein attraktives und qualitativ höherwertiges Vollsortiment mit einer hohen Auswahlbreite und -tiefe. Die Warenpräsentation ist als ansprechend zu bewerten, wenngleich sich immobilienseitig ein gewisser Modernisierungsbedarf zeigt.

#### Abbildung 6: Strukturprägende Anbieter der Lebensmittelbranche in Artern (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Zuzüglich zu den strukturprägenden Anbietern ergänzt ein *Getränkemarkt* das Angebot der Lebensmittelmärkte. Dieser Betrieb (Getränkequelle) belegt eine Verkaufsfläche von knapp über 300 m<sup>2</sup> und bietet eine breite Palette alkoholischer und nicht-alkoholischer Getränke an.

Weiterhin existieren in Artern zahlreiche Betriebe des *Nahrungsmittelhandwerks* (Bäcker, Fleischer), welche die Versorgung im Frischebereich komplettieren. Diese kleinflächigen Angebotsformate sind in Vorkassenzonen von Lebensmittelmärkten, in der Innenstadt und in Streulagen vorzufinden. Die insgesamt zwölf Betriebe präsentieren sich attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp 300 m<sup>2</sup>. Zum großen Teil verfügen die Lebensmittelhandwerker auch über Imbissangebote.

26 Zur Verkaufsfläche werden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle von dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

27 Die bundesdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt bei ca. 0,43 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Kleinstädten bei ca. 0,55 bis 0,70 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben kleinere *Lebensmittelanbieter*. In Artern sind in diesem Segment ein kleiner Getränkeshop und ein Tankstellenshop angesiedelt.

**Abbildung 7: Sonstige Anbieter der Lebensmittelbranche in Artern (Auswahl)**



Getränkequelle (Kachstedter Straße)  
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit ist in Artern – gemessen an der Einwohnerzahl – ein kundenattraktives Lebensmittelangebot vorhanden, das sich aus verschiedenen konzeptionell unterschiedlichen Lebensmittelmärkten zusammensetzt. Dieses Angebot wird durch einen Getränkemarkt und von kleinformatigen Betrieben arrondiert, so dass für die lokalen Bewohner und die Einwohner im Verflechtungsbereich der Stadt eine ansprechende Auswahlvielfalt existiert.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** ist mit knapp 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche lediglich ein geringes Angebot vorzufinden. In Ringleben, Borxleben und Reinsdorf sind jeweils Lebensmittelgeschäfte ansässig, das restliche Angebot bezieht sich maßgeblich auf Nahrungsmittelhandwerker.

Das rudimentäre Angebot in den jeweiligen Orten im Einzugsgebiet bzw. das Fehlen von größeren Lebensmittelmärkten und auch anderer Handelsbetriebe ist auf die jeweils niedrige Mantelbevölkerung in den einzelnen Gemeinden und auf das sich daraus ergebende geringe Nachfragevolumen zurückzuführen.

Somit sind – auch zukünftig – der Ansiedlung von größeren Lebensmittelanbietern deutliche Grenzen gesetzt; ebenso ist die Ausprägung von zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich. Die Versorgungsfunktion für diese Gemeinden wird auf Grund der räumlichen Nähe größtenteils von der Stadt Artern mit übernommen.

**Abbildung 8: Anbieter der Lebensmittelbranche im überörtlichen Einzugsgebiet (Auswahl)**



nahkauf (Ringleben)  
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Umseitig wird das derzeitige Lebensmittelangebot in dem untersuchten Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz<sup>28</sup> – nach **Versorgungslagen** zusammenfassend darge-

<sup>28</sup> Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelgeschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

stellt. Hierbei wird nach dem Angebot in dem faktischen zentralen Versorgungsbereich (zVB) und den sonstigen Lagen (d.h. Betriebe außerhalb dieses Bereiches) in Artern sowie nach dem Angebot in dem überörtlichen Einzugsgebiet unterschieden.

**Tabelle 5: Strukturdaten des Lebensmittelhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet nach Lagen**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Artern – zVB Innenstadt	860	8	5,16
Artern – sonstige Lagen	5.080	12	21,54
überörtliches Einzugsgebiet	380	10	1,91
<b>Gesamt</b>	<b>6.320</b>	<b>30</b>	<b>28,61</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Abschließend wird die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität/Bindungsquote) des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen mit Lebensmitteln<sup>29</sup> und dem vorhandenen Nachfragevolumen ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100) oder Kaufkraftabflüsse (< 100) im Lebensmittelhandel aus dem untersuchten Gebiet existieren.

**Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial Mio. EUR	Lebensmittel- umsätze Mio. EUR	Zentralität %
Einzugsgebiet	24,61	25,60	<b>104</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens (vgl. Tab. 4) und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln (ohne Non-Food) errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem betrachteten Einzugsgebiet eine Zentralität von rd. 104 %. Demnach können die örtlichen Lebensmittelanbieter – per Saldo – die Kaufkraft in dem Einzugsgebiet vollständig binden und einen Kaufkraftzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes auslösen. Dies ist insbesondere durch das leistungsfähige Lebensmittelangebot in Artern bedingt.

<sup>29</sup> 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. 5) mit deren ausschließlichen Lebensmittelumsätzen (vgl. Tab. 6) nicht überein.

### 5.3.3. Textilien

In Artern sind in der Textilbranche aktuell sechs Anbieter vorhanden, die eine summierte **Verkaufsfläche** von knapp 1.000 m<sup>2</sup> belegen. Im Verhältnis zur Bevölkerungszahl von Artern errechnet sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von rd. 0,1 m<sup>2</sup> Textilverkaufsfläche je Einwohner, diese fällt im interkommunalen Vergleich<sup>30</sup> niedrig aus.

Der Großteil der Textilanbieter ist funktionsgerecht in der Arterner Innenstadt verortet; die hier befindlichen fünf Betriebe nehmen einen Anteil von ca. 91 % an der gesamtörtlichen Textilverkaufsfläche ein. Dies ist insbesondere durch die beiden großformatigen Anbieter KIK und NKD bedingt.

Die flächenseitige **Betriebstypenstruktur** wird durch die Betriebsform Textilfachmarkt bzw. Textildiscounter geprägt, da KIK und NKD eine Verkaufsfläche von ca. 730 m<sup>2</sup> belegen. Die Textildiscounter zielen auf eine preissensible Kundengruppe ab, da diese bei breitem und ausreichend tiefem Sortiment aktuelle Mode (i.d.R. No-Name-Ware) in einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten.

Die Märkte unterscheiden sich von Textilfachgeschäften in der durchschnittlichen Betriebsgröße und der damit in engem Zusammenhang stehenden Sortimentsbreite und Discounnähe. Insgesamt ist dem KIK- und dem NKD-Markt eine deutliche Preisorientierung gemein, was sich auch – verglichen mit Fachgeschäften und Textilkaufhäusern – in einer deutlich geringeren Raumleistung niederschlägt.

Die zahlenmäßige Angebotsstruktur wird in Artern von Textilfachgeschäften bestimmt. Hier sind drei Modeanbieter ansässig, deren Angebot auf ein mittleres Preisniveau ausgerichtet ist. Die Ladeneinrichtung, die Warenpräsentation und die Ausgestaltung der Textilgeschäfte sind als zeitgemäß einzustufen.

Neben den beiden dargestellten Betriebstypen existiert in Artern ein sog. Billiganbieter, der auf einem niedrigen Niveau ausschließlich Billigtextilien – meist von Produktionsstandorten aus dem ostasiatischen Raum – anbietet. Die Präsentation der Ware und die Außenwerbung erfolgt mit einfachsten Mitteln. Als Kaufargument dient bei diesem Geschäft lediglich der niedrige Preis.

#### Abbildung 9: Anbieter der Textilbranche in Artern (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Betriebstyp Textilkaufhaus<sup>31</sup> ist in Artern nicht vorzufinden, was auf die – für diese Betriebsform – notwendige Mantelbevölkerung zurückzuführen ist. Auf Grund des geringen Einwohner- und somit auch Nachfragepotenzials kann solch ein Betrieb in Artern nicht dauerhaft rentabel betrieben werden.

Im Fazit ist in Artern im Textilsegment nur eine geringe Angebotsvielfalt zu erkennen, wobei das Angebot maßgeblich auf zwei Textilfachmärkte fokussiert ist. Die geringe Angebotsdichte ist auch mit Blick auf sortimentspezifische Kaufkraft zu sehen, die mit 74,7 % (vgl. Tab. 4) und dem gesamtstädtischen Kaufkraftwert (82,3 %, vgl. Abb. 3) und vor allem deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (100,0 %) liegt. Demnach steht dem lokalen Textilhandel – im Bundesvergleich – ein geringes Nachfragevolumen zur Verfügung.

30 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt lt. BBE-Vergleichswerten im Sortiment Bekleidung in vergleichbaren Kleinstädten bei ca. 0,20 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Der angegebene Wert dient als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

31 In die Betriebsform Textilkaufhaus werden beispielsweise H&M, C&A, Breuninger, Karstadt oder Galeria Kaufhof eingeordnet.

Nachstehend wird das aktuelle Bekleidungsangebot in Artern nach den relevanten **Versorgungslagen** dargestellt. Da in dem überörtlichen Einzugsgebiet kein Textilanbieter vorzufinden ist, beschränkt sich das Angebot ausschließlich auf Artern.

**Tabelle 7: Strukturdaten des Textilhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet nach Lagen**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Artern – zVB Innenstadt	880	5	1,71
Artern – sonstige Lagen	90	1	0,20
<b>Gesamt</b>	<b>970</b>	<b>6</b>	<b>1,91</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Auf Grund des verhältnismäßig geringen Angebots in dem betrachteten Marktgebiet ist eine niedrige Kaufkraftbindung zu erwarten, was sich in der nachstehenden Berechnung der **Umsatz-Kaufkraft-Relation** zeigt. Bei den ausgewiesenen Umsätzen der Textilanbieter (vgl. Tab.7) wurden die Erlöse mit bestehenden Randsortimenten<sup>32</sup> abgezogen, so dass nur die „reinen“ Umsätze mit Textilien betrachtet werden.

**Tabelle 8: Zentralität des Sortiments Textilien in dem untersuchten Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial Mio. EUR	Textilumsätze Mio. EUR	Zentralität %
Einzugsgebiet	4,65	1,85	<b>40</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Das Nachfragevolumen nach Bekleidung (vgl. Tab. 4) in dem Einzugsgebiet kann durch die verhältnismäßig wenigen Anbieter lediglich zum Teil gebunden werden, es errechnet sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 2,8 Mio. EUR. Der Großteil der Nachfrage fließt demnach an andere Angebotsstandorte bzw. zum Online-Handel ab.

32 Dies betrifft die beiden Textilfachmärkte KIK und NKD, die ca. 5 % ihres Umsatzes mit Randsortimenten erzielen.

## 6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

### 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die projektrelevante Liegenschaft soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden, der den Ansiedlungsstandort als **Sondergebiet Handel** ausweist. Ein entsprechender Einleitungsbeschluss wurde seitens des Arterner Stadtrates im Juni 2020<sup>33</sup> gefasst.

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

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

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

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.<sup>34</sup> In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.<sup>35</sup>

**Tabelle 9: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen 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)

33 vgl. Aufstellungsbeschluss Bebauungsplan Nr. 18 „Sondergebiet Handel, Reinsdorfer Straße in Artern“ vom 08.06.2020.

34 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.

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

Diese Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer 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 der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.<sup>36</sup>

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtiger Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.<sup>37</sup>

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren **kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung** darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.<sup>38</sup>

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

Im vorliegenden Fall besitzt Artern kein Zentrenkonzept, so dass auf Grund des Fehlens eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Auf Grundlage einer Ortsbegehung wurde jedoch ein **faktischer zentraler Versorgungsbereich** identifiziert (vgl. Seite 10/11). Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich zu thematisieren.

Nach einer Ortsbegehung der **Gemeinden in dem überörtlichen Einzugsgebiet** konnte hier kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. In allen Gemeinden ist nur ein rudimentäres Handelsangebot vorzufinden, so dass naturgemäß die Ausprägung von zentralen Versorgungsbereichen – auch zukünftig – nicht möglich ist.

<sup>36</sup> Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

<sup>37</sup> vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

<sup>38</sup> vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

## 6.2. Umsatzprognose

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

### 6.2.1. Lebensmittelmarkt

Nachfolgend wird für den geplanten Lebensmittelsupermarkt eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**<sup>39</sup>) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität in Artern

ergibt sich für den projektierten Lebensmittelmarkt ein zu erwartender Jahresumsatz zwischen 4,6 Mio. EUR und 5,1 Mio. EUR. Folgende Tabelle bildet die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 4) des Lebensmittelmarktes in seinem Marktgebiet ab, wobei für die weitere Berechnung im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Supermarktes gerechnet wird.

**Tabelle 10: Marktanteilsprognose des geplanten Supermarktes**

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil		Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.	
Food	Zone I	10,91	~17 / 19		1,86	<b>2,07</b>
	Zone II	13,70	~14 / 15		1,88	<b>2,09</b>
	<i>Zwischensumme</i>	<i>24,61</i>	<i>~15 / 17</i>		<i>3,74</i>	<i><b>4,16</b></i>
Non-Food					0,42	<b>0,46</b>
	<i>Zwischensumme</i>				<i>4,16</i>	<i><b>4,62</b></i>
Streuumsätze					0,47	<b>0,49</b>
<b>Gesamt</b>					4,63	<b>5,11</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Supermarktes (Zone I), das sich auf den Arterner Kernstadtbereich und den angrenzenden Ortsteil Schöfeld bezieht, ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 19 % des Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht zu erwarten, da in Artern mit dem Edeka-Markt ein angebotsgleicher Supermarkt und zudem noch vier Discounter (Aldi, Lidl, Netto, Norma) ansässig sind. Demnach ist ein höherer Marktanteil nicht realisierbar.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten in diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten tendieren. Hierbei ist insbesondere auf naheliegende und betriebsgleiche Supermärkte in Bad Frankenhausen, Roßleben oder Heldringen zu verweisen. Ferner verringert sich durch die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projekt-

<sup>39</sup> 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.

standorts die Bindungsintensität des Lebensmittelmarktes. In dem erweiterten Einzugsbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 15 % zu rechnen, was einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von knapp 2,1 Mio. EUR entspricht.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 4,2 Mio. EUR werden von dem Supermarkt weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert. Es ist mit jährlichen Erträgen von knapp 0,5 Mio. EUR zu rechnen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren Supermärkten ca. 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich i.d.R. neben festen Non-Food I-Artikeln (ca. 7 %) zu einem deutlich geringeren Teil mit Waren des Non-Food II-Segments (ca. 3 %) zusammen, wobei es sich hier ebenfalls um einen festen Artikelstamm handelt. Demnach belegen

- die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 97 % der Verkaufsfläche und
- die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Non-Food II, sog. nicht-nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 3 % der Verkaufsfläche.

Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll ist.

Die Artikel des Non-Food II stellen ferner lediglich eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da das Non-Food II-Segment eines Supermarktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet ist. Grundsätzlich verzichten Supermarktanbieter auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies beispielsweise bei einigen Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsatzquellen ist mit Erlösen von knapp 0,5 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze<sup>40</sup> resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem auf den Durchgangsverkehr an der Reinsdorfer Straße (bspw. Zufallskunden, Pendler, Durchreisende) zurückzuführen.

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

**Tabelle 11: Prospektive Raumleistung des Supermarktes**

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m <sup>2</sup>	EUR/m <sup>2</sup>
Lebensmittel	Supermarkt	5,11	1.900	2.690

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Lebensmittelmarktes von rd. 2.700 EUR/m<sup>2</sup> liegt im unteren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Supermärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m<sup>2</sup> erzielen.<sup>41</sup> Ein höherer Umsatz ist für diesen Markt jedoch hinsichtlich

- der im Bundesvergleich deutlich niedrigeren einzelhandelsrelevanten bzw. sortimentspezifischen Kaufkraft in Artern (vgl. Tab. 4) und des daraus folgenden geringeren Nachfragepotenzials,

40 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 oder von Zufallskunden.

41 Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Lebensmittelsupermärkten auf 3.600 EUR/m<sup>2</sup>, wobei eine Spannweite zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m<sup>2</sup> zu beobachten ist.

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 - vgl. Anlage 3.

- des hohen Wettbewerbsdrucks durch leistungsfähige Discount- und Großflächenanbieter in Artern, insbesondere durch einen angebotsgleichen Supermarkt,
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets, das durch diverse angebotsgleiche Supermarktfilialen in umliegenden Orten begrenzt wird und
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils<sup>42</sup> des Supermarktes

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 den sog. Worst-Case darstellen.

---

<sup>42</sup> Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird bspw. der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf vorwiegend bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt. Da die Marktdurchdringung eines Lebensmittelmarktes bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte nicht beliebig steigerungsfähig ist, ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt auch die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für diesen Supermarkt dar.

## 6.2.2. Textilfachmarkt

Folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** des neu aufgestellten Textilfachmarktes in seinem Marktgebiet dar, wobei die gleichen prognostischen Voraussetzungen wie bei der Umsatzschätzung des Supermarktes (vgl. Seite 27) zugrunde gelegt werden. Für den erweiterten Textilfachmarkt ist mit einem Jahresumsatz zwischen 0,8 und 1,0 Mio. EUR zu kalkulieren. Für die folgende Betrachtung der Auswirkungen des KIK-Marktes werden die maximal zu erzielenden Erlöse unterstellt.

**Tabelle 12: Marktanteilsprognose des geplanten KIK-Marktes**

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
			%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Bekleidung	Zone I	2,07	~16 / 18		0,33	<b>0,37</b>
	Zone II	2,58	~13 / 15		0,34	<b>0,39</b>
	<i>Zwischensumme</i>	<i>4,65</i>	<i>~14 / 16</i>		<i>0,67</i>	<i>0,76</i>
Randsortimente				0,04	<b>0,04</b>	
	<i>Zwischensumme</i>			<i>0,71</i>	<i>0,80</i>	
Streuumsätze				0,14	<b>0,16</b>	
<b>Gesamt</b>				<b>0,85</b>	<b>0,96</b>	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Der maximale Marktanteil des zu prüfenden Textilfachmarktes wird in dem Einzugsgebiet bei durchschnittlich ca. 16 % liegen, wobei im Nahbereich eine höhere Marktdurchdringung erreicht wird. Die Bindungsintensität verringert sich in der Zone II, da diese Kunden i.d.R. mit dem Pkw zum Einkauf fahren und somit auch zu anderen Angebotsstandorten in der umliegenden Region tendieren.

Eine höhere Marktdeckung ist nicht zu erwarten, da sich nur ein prozentualer Teil der Verbraucher in einem Textilfachmarkt versorgt. Hauptsächlich werden preissensible Kunden angesprochen; ferner ist mit NKD noch ein weiterer Textildiscounter als Konkurrenzbetrieb vor Ort ansässig.

Zuzüglich zu den Umsätzen mit Bekleidung ist mit Erlösen aus Randsortimenten zu rechnen. Diese werden bei ca. 5 % liegen und setzen sich aus verschiedenen Einzelsortimenten<sup>43</sup> zusammen.

Neben den Umsätzen aus dem Einzugsgebiet in Höhe von maximal ca. 0,8 Mio. EUR ist mit diffusen Zuflüssen von knapp 0,2 Mio. EUR zu rechnen. Diese Streuumsätze resultieren aus den Einkäufen von Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem auf den Durchgangsverkehr an der Reinsdorfer Straße oder auf aperiodische Kundeneinkäufe zurückzuführen.

In der folgenden Tabelle wird die **Raumleistung** des geplanten Textilfachmarktes ausgewiesen, die sich auf Basis des prognostizierten Umsatzes und der geplanten Verkaufsfläche errechnet.

**Tabelle 13: Prospektive Raumleistung des KIK-Marktes**

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m <sup>2</sup>	EUR/m <sup>2</sup>
Bekleidung	Fachmarkt	0,96	720	1.330

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

<sup>43</sup> Dies sind beispielsweise Haushaltwaren, Spielwaren oder Dekorationsartikel.

Die Raumleistung des neu aufgestellten Textilfachmarktes wird bei ca. 1.300 EUR/m<sup>2</sup> liegen und bewegt sich im mittleren Durchschnitt bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Textilfachmärkte die i.d.R. eine Flächenleistung<sup>44</sup> zwischen 1.000 bis 1.600 EUR/m<sup>2</sup> erzielen. Ein höherer Umsatz ist für diesen Textilmarkt somit auch auf Grund

- der im Bundesvergleich sehr niedrigen sortimentsspezifischen Kaufkraft in Artern, die mit 74,7 % (vgl. Tab. 4) deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegt,
- der allgemein geringen Strahlkraft eines Textilfachmarktes bzw. eines Textildiscounters und der ausschließlichen Fokussierung auf ein preisorientiertes Publikum,
- des begrenzten Einzugsgebiets und
- eines nicht zu steigenden Marktanteils<sup>45</sup> des Textilfachmarktes

nicht realistisch.

Unter betreiberspezifischer Sicht erreicht die prüfungsrelevante KIK-Filiale in Artern eine bundesweit übliche Raumleistung. KIK erwirtschaftet über alle Filialen in Deutschland hinweg eine Raumleistung<sup>46</sup> von ca. 1.300 EUR/m<sup>2</sup>, so dass für die geplante Arterner Filiale ein plausibler Wert vorliegt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die Plan-Verkaufsfläche von ca. 720 m<sup>2</sup> über der üblichen KIK-Fläche von ca. 500 m<sup>2</sup> je Filiale liegt. Demnach wäre eher eine geringere Flächenleistung<sup>47</sup> anzunehmen, so dass die Umsatzprognose einen Maximalwert darstellt.

Bezüglich der Umsatzplanung ist aus Betreibersicht zu konstatieren, dass der prognostizierte **Gesamtumsatz** des KIK-Marktes von knapp 1,0 Mio. EUR über dem gängigen Filialumsatz dieses Großfilialisten liegt. KIK erwirtschaftet über alle Märkte in Deutschland hinweg einen durchschnittlichen Umsatz<sup>48</sup> von ca. 0,7 Mio. EUR je Filiale, so dass es sich bei der Umsatzprognose um einen maximalen Umsatzwert handelt. Eine Umsatzausweitung ist für diesen KIK-Markt demnach auszuschließen.

44 Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Textilfachmärkten bei ca. 1.300 EUR/m<sup>2</sup>, wobei eine Spannweite zwischen 1.000 bis 1.600 EUR/m<sup>2</sup> zu beobachten ist.

Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 17 – vgl. Anlage 3.

45 Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Textilkonzept ist nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen versorgen. So wird in Textilfachmärkten bzw. Textildiscountern nur der Einkauf von preisorientierten Verbrauchern getätigt, so dass eine erhöhte Kaufkraftbindung oder die Akquisition von kaufkraftstärkeren Kunden durch solche Konzepte nicht möglich ist.

46 Bei einem Filialumsatz von durchschnittlich ca. 0,66 Mio. EUR und einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 500 m<sup>2</sup> errechnet sich eine Raumleistung von ca. 1.320 Mio. EUR/m<sup>2</sup>.

47 Im Einzelhandel steigt mit wachsender Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional an, sondern geht tendenziell zurück.

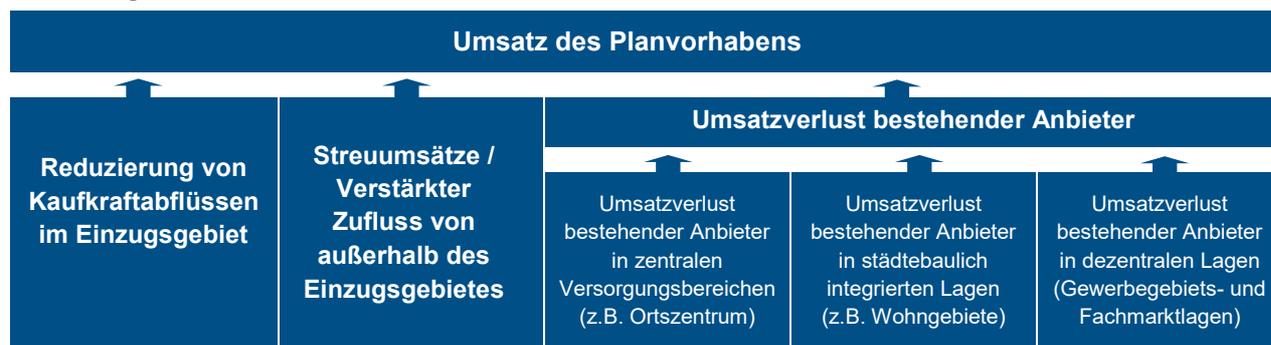
48 Der Umsatz von KIK betrug im Jahr 2018 ca. 1.721 Mio. EUR (brutto) und wurde mit 2.607 Filialen generiert; es errechnet sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von ca. 0,66 Mio. EUR je Filiale.

Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Umsatz von KIK in Deutschland im Jahr 2018 / Anzahl der Filialen von KIK in Deutschland 2018.

### 6.3. Umsatzherkunft

Im Einzelhandel setzen sich die Umsätze eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens 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 10: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren bspw. aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, einem Pendlerüberschuss der Ansiedlungsgemeinde, von Besuchern eines Standortes oder aus Kopplungseffekten zu bereits bestehenden Angeboten.

Mögliche Umsatzumverteilungen 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 dann, wenn sie zu Lasten schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Pkt. 6.1).

Für die folgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Supermarktes ist der zu erwartende Umsatz – abzüglich von Umsatzrückholungen bzw. Streuumsätzen – relevant. Bei dem KIK-Markt handelt es sich um eine Verlagerung eines bereits bestehenden Betriebes. Daher ist lediglich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten KIK-Marktes der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Diese Betrachtungsweise ist üblich, da KIK bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in Artern ist und sich das Einzugsgebiet des KIK-Marktes in der Schönfelder Straße und das des neu geplanten Standortes nicht unterscheidet. Demzufolge sind die Auswirkungen der KIK-Bestandsfläche am Markt schon eingetreten und der Wettbewerb hat sich auf diesen langjährig etablierten Anbieter eingestellt.

Somit werden durch den Bestandsumsatz keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen auf die anderen bestehenden Textilanbieter ausgelöst, da die Umsätze von dem Altstandort zu dem naheliegenden Planstandort „mitgenommen“ werden. Als Prüfmaßstab ist demnach lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Die KIK-Bestandsfläche wird nicht durch einen neuen Textilanbieter nachbelegt, sondern wird auf den bestehenden Aldi- und den Rossmann-Markt aufgeteilt.

In der nachstehenden Tabelle werden die untersuchungsrelevanten **Umsatzquellen** der beiden Projektvorhaben dargestellt.

**Tabelle 14: Umsatzherkunft der projizierten Handelsbetriebe**

	Lebensmittelmarkt	Textilfachmarkt
	Mio. EUR	Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 10/12)	5,11	0,96
davon aus:		
(Umsatz Bestandsbetrieb KIK)		0,70
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,00	0,16
Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebiets	0,49	0,02
<b>Umsatzumlenkung bestehender Betriebe im Einzugsgebiet</b>	<b>4,62</b>	<b>0,08</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Umsatzherkunft des geplanten Ansiedlungs- bzw. Verlagerungsvorhabens setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des erweiterten KIK-Marktes resultiert aus den aktuell generierten Umsätzen des Bestandsmarktes in der Schönfelder Straße (rd. 0,70 Mio. EUR). Diese Umsätze werden nach der Verlagerung bzw. Erweiterung des Marktes naturgemäß an den naheliegenden neuen Standort „mitgenommen“.

- Im Fall des zu beurteilenden *Supermarktes* spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet keine Rolle. Vor Ort ist sowohl im Vollsortiments- als auch im Discountbereich ein kundenattraktives und vollumfängliches Angebot vorhanden, so dass – per Saldo – keine Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet an umliegende Angebotsstandorte zu beobachten sind. Dies wird auch in der Zentralität deutlich, die mit 104 % (vgl. Tab. 6) auf einen Kaufkraftzufluss hinweist.

Für den *KIK-Markt* ergibt sich ein hoher Anteil des Umsatzes aus der Kaufkraftrückholung. Dies leitet sich aus der aktuellen Zentralität der Textilbranche in dem Einzugsgebiet ab, die mit lediglich rd. 40 % auf einen hohen Umsatzabfluss hindeutet (vgl. Tab. 8). Der rechnerische Kaufkraftabfluss liegt in dem Einzugsgebiet in Summe bei rd. 2,8 Mio. EUR, wobei durch die Erweiterung von KIK nur ein Teil dieser Umsatzabflüsse (rd. 0,2 Mio. EUR) zurückgeholt werden kann. Eine vollständige Kaufkraftbindung vor Ort ist nicht zu erwarten, da in Artern auch nach der Erweiterung des KIK-Marktes kein vollumfassendes Textilangebot vorhanden sein wird. Somit tendiert ein Teil der Kunden auch weiterhin zu Textilanbietern im Umfeld von Artern bzw. zum Online-Handel.

- Nach der Eröffnung des *Supermarktes* werden Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes ausgelöst. Diese resultieren insbesondere aus der verkehrsgünstigen Lage des Supermarktes an der Reinsdorfer Straße; einem vielbefahrenen Straßenzug im südlichen Ortseingangsbereich von Artern. Ferner ist auch mit aperiodischen Einkäufen von Kunden zu rechnen.

Von der erweiterten Verkaufsfläche des *KIK-Marktes* werden nur marginale zusätzliche Streuumsätze induziert.<sup>50</sup> Bei dem KIK-Vorhaben handelt es sich lediglich um eine Erweiterung eines bereits langjährig bestehenden Betriebes und nicht um eine Neueröffnung, wobei 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.

<sup>50</sup> Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit dem KIK-Markt bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen.

- Für die Betrachtung der städtebaulichen Auswirkungen sind die durch die Vorhaben induzierten Umsatzumlenkungseffekte für die in dem Einzugsgebiet ansässigen Betriebe relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Auswirkungen der Umsatzverlagerungen von ca. 4,6 Mio. EUR auf die anderen Marktteilnehmer – ausgelöst durch den *Supermarkt* – werden in Folge diskutiert. Nach der Neuaufstellung des *KIK-Marktes* sind Umsatzverluste der lokalen Textilanbieter von knapp 0,1 Mio. EUR zu erwarten.

## 6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens

### 6.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung bzw. -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich.

Für die Beurteilung der Auswirkungen ist insbesondere die Überprüfung möglicher **Umsatzverlagerungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, die durch die beiden Planvorhaben hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells<sup>51</sup>, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- 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 des Projektvorhabens.

Mit der Ansiedlung des Supermarktes wird sich das **räumliche Angebotsgefüge** in Artern verändern, wobei die Umsätze des Lebensmittelmarktes zu Lasten von bestehenden Lebensmittelanbietern aus dem Einzugsgebiet rekrutiert werden. Die Umsatzverluste der Bestandsanbieter sind auf ca. 4,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 14) zu schätzen.

Nach der Verlagerung und Erweiterung des KIK-Marktes ergeben sich verhältnismäßig geringe Umsatzrückgänge, die lediglich aus der erweiterten Fläche dieses Marktes resultieren. Die Umsatzverluste der lokalen Textilhändler sind auf ca. 0,1 Mio. EUR zu prognostizieren.

Das eingesetzte Gravitationsmodell<sup>52</sup> liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen der beiden Vorhaben.

51 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. 14) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 15/16) nicht identisch.

52 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 bspw. die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung 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 der geplanten Supermarktansiedlung bzw. der Verlagerung/Erweiterung des KIK-Marktes vornehmen zu können.

## 6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Lebensmittelmarktes

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen<sup>53</sup>, die durch die Ansiedlung des Supermarktes ausgelöst werden, errechnet sich eine **Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich rd. 16 %** des in dem Einzugsgebiet getätigten Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zum Projektstandort,
- der Betriebstypenzugehörigkeit und
- der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der jeweiligen Lebensmittelanbieter

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Handelsbetriebe im Umfeld des Projektstandortes.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Supermärkte/ Discounter) einzustufen sind. Andere Betriebe – 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.<sup>54</sup>

Die folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 5).

**Tabelle 15: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Supermarktes im Einzugsgebiet**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Artern – zVB Innenstadt	5,16	0,47	<b>9,1</b>
Artern – sonstige Lagen	21,54	4,07	<b>18,9</b>
überörtliches Einzugsgebiet	1,91	0,08	<b>n.n.</b>
<b>Gesamt</b>	<b>28,61</b>	<b>4,62</b>	<b>16,1</b>

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

Der Wert der durchschnittlichen Umsatzumverlagerung von rd. 16 % liegt über dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit (rd. 10 %, vgl. Tab. 9), so dass von einer deutlichen Intensivierung des Wettbe-

53 In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Supermarktes inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des Supermarktes 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 geplanten Supermarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der geringen flächenseitigen Größenordnung der einzelnen Sortimente städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig deutlich untergeordnet. 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 marginalen Non-Food-Verkaufsfläche auf Fachhandelsanbieter auszuschließen, zumal sich diese Erlöse maßgeblich zu Lasten der bestehenden Lebensmittelmärkte ergeben.

54 Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der verhältnismäßig hohen Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass zur Deckung der Nachfrage von Kunden i.d.R. nur geringe Zeitdistanzen akzeptiert werden.

werbs in Artern auszugehen ist. Aus diesem Wert der Umsatzrückgänge ist ggf. ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen oder der Abbau von Versorgungsangeboten) zu erwarten.

Die absatzwirtschaftlich betroffenen Handelsbetriebe in dem **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** werden durch das Projektvorhaben einen durchschnittlichen Umsatzverlust von rd. 9 % hinnehmen müssen. Die Umsatzumverlagerungen werden in diesem Bereich vor allem den Aldi-Markt, den einzigen Lebensmittelmarkt im zentralen Versorgungsbereich tangieren.

Die Umsatzverluste des Aldi-Marktes werden sich jedoch im gewissen Sinne relativieren, da das Angebot eines Discounters – im Gegensatz zu einem Supermarkt – nur auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelsortimente und vorwiegend auf sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt ist. Ein Discounter wie Aldi ist auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt wie REWE, Edeka oder tegut ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt.<sup>55</sup>

Die beiden Betriebstypen Supermarkt und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Beide Betriebstypen stehen zwar grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, haben aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen bzw. Kaufimpulse.

Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiger und serviceorientierter Lebensmittelsupermarkt mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten oder preisaggressiven Anbietern in Konkurrenz tritt. Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopplungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind.<sup>56</sup> Auf Grund der vorstehenden Betriebstypencharakteristika sind daher verkräftbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen für den Aldi-Markt zu erwarten.

Ferner stellt sich die Standortqualität des Aldi-Marktes aus Betreibersicht sehr gut dar. Die Aldi-Filiale ist direkt an einem innerörtlichen Hauptverkehrsträger angesiedelt und befindet sich zudem im Kreuzungsbereich zweier Landesstraßen (L1172/L3086). Die Zufahrt auf die betriebseigene und kostenfreie Parkplatzanlage ist von diesen Straßenzügen über die Schönfelder Straße möglich, so dass eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Marktes besteht. Ferner besitzt der Aldi-Markt eine direkte und barrierefreie Sichtachse zu den beiden benannten Verkehrsträgern und kann so eine hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr erzielen.

Neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit kann Aldi auch auf ein hohes Konsumentenpotenzial im fußläufigen Nahbereich zurückgreifen, da der Markt aus großen Teilen der Kernstadt fußläufig erreichbar ist. Durch die Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann Aldi zudem von den hier bestehenden Kundenfrequenzen profitieren bzw. stellt selbst einen Ankerbetrieb für diesen Bereich dar.

Der Standort des Aldi-Marktes ist langjährig durch einen Lebensmittelmarkt belegt, da tegut bereits im Jahr 1992 hier einen Markt eröffnet hatte. Nach dem Rückzug von tegut wurde die damalige Marktfläche von ca. 1.800 m<sup>2</sup> geteilt und wird aktuell an Aldi, Rossmann und KIK untervermietet.<sup>57</sup> Die gute Frequentierung der einzelnen Märkte deutet auf eine hohe Kundenakzeptanz dieses Bereiches hin. Als komplementäre Angebote fungieren die Nordthüringer Volksbank und die Agentur für Arbeit.

55 Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei rd. 12.000 Artikeln und somit deutlich über der durchschnittlichen Auswahlbreite von Discountern mit rd. 2.000 Artikeln.

56 Als „klassisches“ Beispiel sind REWE und Aldi in Bad Frankenhausen zu nennen, wenngleich REWE den gemeinsamen Standort auf Grund seiner Markterweiterung perspektivisch verlassen wird. In Sangerhausen wurden beispielsweise Edeka und Aldi an einem gemeinsamen Standort (Riestedter Straße) entwickelt, in Kölleda befinden sich REWE und Aldi an der Weimarischen Straße im Standortverbund.

57 Ferner sind noch zwei kleine Gewerbeeinheiten vorhanden, die durch einen Bäcker und einen Cash-Pont (Commerzbank) genutzt werden.

Im Rahmen einer Umstrukturierung ist geplant, den KIK-Markt von diesem Standort abzusiedeln und die Fläche des Marktes auf Aldi und auf Rossmann aufzuteilen. Demnach können beide Betreiber perspektivisch auf eine optimale und konzeptkonforme Verkaufsfläche zurückgreifen. Zudem können beide Anbieter bestmögliche Synergieeffekte erzielen, da der Standort mit einem Lebensmittel- und einem Drogeriemarkt eine sehr hohe Kompetenz im Segment der Nahversorgung aufweisen wird. Gerade der Rossmann-Markt besitzt ein Alleinstellungsmerkmal, da es sich um den einzigen Drogeriemarkt in dem betrachteten Einzugsgebiet handelt. Hiervon kann Aldi – auch bereits derzeit – in Form von Kopplungskäufen maßgeblich profitieren.

Zusammenfassend sind auf Grund der sehr guten Standortvoraussetzungen des Aldi-Marktes die ausgewiesenen Umsatzumlenkungen als verkräftbar zu bewerten. Zudem handelt es sich bei Aldi um einen leistungsstarken und bundesweit agierenden Filialisten, der im Discountsegment die Marktführerschaft besitzt.<sup>58</sup> Somit ist grundsätzlich von einer hohen Marktdurchdringung und Leistungsfähigkeit dieses Großfilialisten auszugehen. Eine Absiedlung dieser Filiale infolge der Supermarktansiedlung ist daher auszuschließen.<sup>59</sup>

Das Lebensmittelangebot in dem zentralen Versorgungsbereich wird durch verschiedene Bäcker und Fleischer abgerundet. Diese Nahrungsmittelhandwerker führen dabei kein dem Supermarkt vergleichbares Lebensmittelangebot. Somit werden diese Betriebe absatzwirtschaftlich von dem Planvorhaben nicht wesentlich tangiert, da diese Anbieter durch ihre spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Lebensmittelgrundsortiment des Supermarktes darstellen.

Sofern bei dem Supermarkt ein Bäcker oder Fleischer angesiedelt wird, sind für die Bestandsbetriebe relativ geringe Umsatzverluste zu erwarten. Da sich die Umsatzumlenkungen auf die sieben bestehenden Bäcker und Fleischer verteilen würden, ergeben sich jeweils nur geringe einzelbetriebliche Umsatzverluste; diese werden unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze<sup>60</sup> liegen.

Durch das Projektvorhaben wird der weiteren Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in Artern nicht entgegengewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens im Arterner Zentrum gefährdet wäre.

In diesem Bereich sind die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen weiteren großformatigen Lebensmittelmarkt nicht gegeben. Der Immobilienbestand in der Innenstadt setzt sich überwiegend aus einer kleinteiligen und kompakten sowie größtenteils geschlossenen Bebauungsstruktur zusammen. Mögliche Potenzialflächen, die für eine Bebauung mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt infrage kommen würden, sind augenscheinlich nicht vorhanden.<sup>61</sup> Ferner besteht auch kein Leerstand in der benötigten Größenordnung, da meist nur kleinformatische Ladengeschäfte leer stehen.

Des Weiteren sind die für einen Lebensmittelsupermarkt notwendigen Standortvoraussetzungen auch bezüglich des induzierten Verkehrs und der logistischen Voraussetzung (Anfahrbarkeit des Lieferverkehrs) nicht gegeben. Gerade die verträgliche Aufnahme des An- und Abreiseverkehrs eines großflächigen Lebensmittelmarktes ist im Arterner Ortskern fraglich.

Zusammenfassend ist die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes in dem innerörtlichen Kernbereich – der als Frequenzbringer und weiterer Magnetbetrieb fungieren würde – unrealistisch. Mit der Ansiedlung des Supermarktes am Standort Reinsdorfer Straße wird somit einer möglichen Weiterentwicklung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches von Artern nicht entgegengewirkt.

---

58 Die Aldi-Gruppe – Aldi-Nord und Aldi-Süd – generiert einen Umsatz von rd. 30,3 Mrd. EUR und ist damit vor Lidl (ca. 24,8 Mrd. EUR) und vor Netto (ca. 14,8 Mrd. EUR) der größte deutsche Lebensmitteldiscountändler.  
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Bruttoumsatz der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland im Jahr 2018.

59 Der Eigentümer des Standorts Schönfelder Straße 4 (Aldi, Rossmann, KIK) und des Planstandortes in der Reinsdorfer Straße sind identisch (Saller Gruppe Weimar), wobei der Investor naturgemäß seinen eigenen Bestandsstandort nicht kannibalisieren würde.

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

61 Die ebenerdige Grundfläche, die für die Ansiedlung eines Supermarktes benötigt wird, liegt i.d.R. bei minimal rd. 6.000 m<sup>2</sup>. Dieses Flächenpotenzial ist augenscheinlich in der Ortsmitte von Artern 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.

Des Weiteren ist mit Aldi bereits ein attraktiver und leistungsfähiger Lebensmittelmarkt im Zentrum adressiert, der funktionsgerecht die Lebensmittelversorgung in der Innenstadt sicherstellt. Ferner soll der Markt nach der Verlagerung von KIK erweitert werden. Somit ist die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes in dem zentralen Versorgungsbereich – der räumlich direkt mit dem Aldi-Markt in Konkurrenz stehen würde – versorgungsstrukturell nicht sinnvoll.

**Fazit:** Auf Basis der vorstehenden Diskussion sind mit der geplanten Ansiedlung eines Supermarktes keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf den innerörtlichen zentralen Versorgungsbereich in Artern zu prognostizieren; ferner ist auch eine Einschränkung bei der Weiterentwicklung dieses Bereiches durch das Planvorhaben auszuschließen. Durch die Neuaufstellung des Aldi-Marktes kann der Lebensmittelmarkt dauerhaft an diesem Standort gesichert werden.

Für die Lebensmittelanbieter in den **sonstigen Lagen von Artern** (d.h. Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) sind durchschnittliche Umsatzverluste von rd. 19 % zu prognostizieren (vgl. Tab. 15). Auf Grund der verschiedenartigen konzeptionellen Ausrichtung der einzelnen Märkte werden die Umsatzzumlenkungen in unterschiedlicher Höhe ausfallen.

Für die in den sonstigen Lagen vorhandenen Discounter sind geringere Umsatzrückgänge zu erwarten, die unterhalb des in Tabelle 15 ausgewiesenen Durchschnittswerts liegen werden. Dies ist auf die andersgeartete Betriebstypenausrichtung dieser Anbieter im Vergleich zu dem geplanten Supermarkt zurückzuführen (vgl. Seite 37). Grundsätzlich werden die Umsatzzumlenkungen für diese Anbieter – d.h. für Lidl, Norma und Netto – jedoch ebenfalls oberhalb der sog. 10 %-Schwelle (vgl. Tab. 9) liegen. Demnach wäre die Absiedlung einer der Märkte prinzipiell nicht auszuschließen.

Die beiden Anbieter Lidl und Norma sind im nördlichen Kernstadtgebiet in der Fachmarkttagglomeration an der Kachstedter Straße ansässig. Der Bereich stellt mit ca. 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche den flächenseitig größten Handelsstandort in Artern dar. Die Anbieter sind maßgeblich auf motorisierte Kunden ausgerichtet, da es sich um einen dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standort handelt.

Die beiden Lebensmittelmärkte Lidl und Norma verfügen über konzeptkonforme Flächengrößen, wobei Lidl eine Fläche von deutlich über 1.000 m<sup>2</sup> nutzt; die Flächengröße von Norma liegt knapp über 800 m<sup>2</sup>. Beide Lebensmittelmärkte sind durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt, wobei Lidl in Bezug auf die Nähe zur Sangerhäuser Straße eine bessere Fernwirkung auf den Verkehr dieses Straßenzugs aufweist. Ferner verfügen beide Märkte über eine großzügig dimensionierte Parkplatzanlage, so dass sich die Standortvoraussetzungen für beide Betreiber sehr gut darstellen. Daher erscheinen die zu erwartenden Umsatzverluste – trotz der Überschreitung des sog. 10 %-igen Abwägungsschwellenwertes – als verkraftbar.

Sollte sich ein Discountmarkt von seinem Standort zurückziehen müssen, so wären keine versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen zu erwarten. In diesem Fall könnte der jeweils am Standort verbleibende Markt die Versorgung weiterhin aufrechterhalten. Im Fazit sind demnach negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung in diesem Stadtgebiet grundsätzlich auszuschließen.

Im östlichen Kernstadtgebiet ist Netto verortet; für diesen Markt werden ebenfalls Umsatzzumlenkungen von über 10 % ausgewiesen. Netto belegt einen verkehrlich sehr gut erreichbaren Standort, da die Filiale direkt an der östlichen Ortsumgehungsstraße verortet ist. Der Markt besitzt sowohl zu diesem Straßenzug als auch zur Rudolf-Breitscheid-Straße eine direkte Sichtachse und somit eine hohe Werbewirksamkeit.

Des Weiteren ist der Markt aus den westlich angrenzenden Siedlungsquartieren fußläufig gut erreichbar, ferner ist zum fußläufigen Nahbereich die nordwestlich des Netto-Marktes befindliche Großwohnsiedlung zu zählen. Demnach verfügt Netto bereits in seinem Nahbereich über ein hohes Kundenpotenzial und ist ebenfalls mit dem Pkw zügig anfahrbar.

Der bereits großflächige Netto-Markt besitzt konzeptkonform eine dem Eingangsbereich vorgelagerte Parkplatzanlage. Da sich die Standortqualität des Marktes sehr gut darstellt, erscheinen die zu erwartenden Kunden- und Umsatzzumlenkungen zu dem geplanten Supermarkt verkraftbar. Ein Rückzug des Marktes wäre – trotz der erhöhten Umsatzzumlenkungen – nicht zu erwarten.

Die maßgeblichen Umsatzverluste, die nach der Ansiedlung des geplanten Supermarktes eintreten werden, tangieren den Edeka-Markt in der Kachstedter Straße. Im Gegensatz zu einem Lebensmitteldiscounter ist Edeka in Bezug auf seine Größe, der konzeptionellen Ausrichtung, des Preisniveaus und auch der geführten Sortimente mit dem geplanten Supermarkt vergleichbar. Somit werden sich zwischen beiden Anbieter deutliche Wettbewerbsbeziehungen ausbilden.

In Bezug auf die zu erwartenden Umsatzumlenkungen (vgl. Tab. 15) ist ein überdurchschnittlich hoher Umsatzrückgang von deutlich über 20 % des Edeka-Bestandsumsatzes zu prognostizieren. Demnach wäre von einem Rückzug dieses Anbieters auszugehen.

Grundsätzlich verfügt Edeka über eine gute Standortqualität (vgl. Ausführungen zu Lidl/Norma auf Seite 39). Der Markt wurde jedoch bereits im Jahr 2000 eröffnet, so dass gewisse Modernisierungsinvestitionen im Innen- und auch Außenbereich des Marktes notwendig erscheinen. Da sich der neue Supermarkt in einem hochmodernen und zeitgemäßen Outfit präsentieren wird, entstehen für Edeka gewisse Attraktivitätsnachteile. Demnach wäre eine Modernisierung des Marktes notwendig.

Die ausgewiesenen Umsatzverluste von Edeka werden sich nach dem Hinzutreten des geplanten Supermarktes zum Teil relativieren, da der inhabergeführte Edeka-Markt wettbewerbsmäßig auf die neue Konkurrenz reagieren und sich Kunden- bzw. Umsatzanteile wieder „zurückholen“ wird. Prinzipiell kann zwischen beiden Märkten ein Wettbewerb „auf Augenhöhe“ erfolgen. Beide Betriebe besitzen mit ca. 1.900 m<sup>2</sup> eine fast identische Verkaufsfläche<sup>62</sup> und verfügen über eine gute Standortqualität. Sofern für beide Betreiber eine geringe bzw. unterdurchschnittliche Flächenleistung langfristig tragbar ist, so ist die Existenz beider Supermärkte möglich.

Sollte sich der Edeka-Markt dennoch von seinem Standort zurückziehen, sind keine negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten. In diesem Standortbereich sind mit Lidl und mit Norma zwei weitere Lebensmittelmärkte angesiedelt, die die Versorgung der angrenzend wohnenden Bevölkerung weiterhin sicherstellen können.

Ferner sind keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten, da der Edeka-Markt auf Grund seiner zurückgesetzten Lage innerhalb des Fachmarktzentrums nicht direkt auf das Ortsbild von Artern wirkt. Die Handelsbetriebe sind in dem Fachmarktzentrum in U-Form um den mittig liegenden Parkplatz gruppiert; die Eingangsbereiche zeigen zur Parkplatzanlage hin. Da sich dieser Handelsstandort zudem in einer Gewerbegebietslage befindet und nicht in die lokalen Siedlungsstrukturen eingebunden ist, sind negative optische Auswirkungen auf das Ortsbild an der Sangerhäuser Straße nicht möglich.

Unter baurechtlichen Aspekten wäre eine Absiedlung des Edeka-Marktes oder auch eines Discounters aus diesem Standortbereich hinzunehmen, da sich diese Anbieter weder in einem zentralen Versorgungsbereich befinden und auf Grund der autokundenorientierten Lage vordringlich auf die Versorgung von motorisierten Verbrauchern abzielen. Eine Schutzbedürftigkeit dieser Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ist nicht zu erkennen.

Für den einzigen Getränkemarkt in Artern (Getränkequelle) sind keine einzelbetrieblichen Umsatzverluste nachweisbar, da ein Supermarkt nur einen Teilausschnitt aus diesem Sortimentsbereich führt. Da ein Getränkemarkt grundsätzlich eine höhere Kundenakzeptanz besitzt und eine klare Spezialisierung aufweist, sind für diesen Anbieter keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten.

Wie bereits beschrieben, ergeben sich für die Nahrungsmittelhandwerker auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches keine nachweisbaren Umsatzverluste. Eine Absiedlung von Bestandsbetrieben ist nicht zu erwarten.

Dies trifft auch auf den Tankstellenshop (Total) zu. Der Betrieb bietet neben Kraftstoffen vor allem Getränke und Tabakwaren und ein Minisortiment an Lebensmitteln an. Eine Beeinträchtigung ergibt sich für diesen Anbieter – der im Vergleich zu dem geplanten Supermarkt eine andere Zielkundschaft besitzt – nicht, da der

62 Der Edeka-Markt nutzt eine Fläche von ca. 1.830 m<sup>2</sup>, hierzu addieren sich die Flächen für den Back-Shop (inkl. Sitzbereich) und einen Blumen-Shop.

Hauptteil der Erlöse aus dem Kraftstoffverkauf stammt bzw. vorwiegend Reisende als Zielgruppe angesprochen werden.

Fazit: Mit der Ansiedlung eines Supermarktes in der Reinsdorfer Straße sind hohe absatzwirtschaftliche Beeinträchtigungen der bestehenden Lebensmittelmärkte – insbesondere des Edeka-Marktes – zu erwarten, was sich aus der durchschnittlichen Umsatzumlenkungsquote von ca. 19 % ableitet. Die Absiedlung eines bestehenden Lebensmittelmarktes ist daher nicht auszuschließen.

Das Angebot in dem ausgewiesenen **überörtlichen Einzugsgebiet** bezieht sich maßgeblich auf drei kleinere Lebensmittelgeschäfte sowie sieben Nahrungsmittelhandwerker. Für diese Anbieter sind summierte Umsatzrückgänge von ca. 0,08 Mio. EUR (vgl. Tab. 15) zu erwarten. Diese Umsatzverluste verteilen sich auf insgesamt zehn Betriebe (vgl. Tab. 5), so dass sich weder in Summe noch einzelbetrieblich nachweisbare Umsatzrückgänge ergeben.

Der vorstehende Wert der Umsatzumlenkungen liegt unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze<sup>63</sup> von rd. 0,10 Mio. EUR, so dass sich auf Basis der äußerst geringen Höhe dieses summierten Umsatzrückgangs kein „Anfangsverdacht“ für eine mögliche Schädigung dieser Betriebe ableitet. Stattdessen sind die Erlösrückgänge einzelbetrieblich monetär nicht spürbar und werden im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen.

Die Betriebe in den einzelnen Gemeinden sind ausschließlich auf die Nahversorgung ihres jeweiligen Bevölkerungsumfelds ausgerichtet, die i.d.R. wohnortnah ihre Nachfrage – meist jedoch in Ergänzung zu einem Einkauf in einem größeren Lebensmittelmarkt – abdecken. Da sich durch das Hinzutreten eines zweiten Supermarktes in Artern grundsätzlich die Angebotslage nicht verändert, werden sich die Einkaufsorientierungen der Verbraucher nicht neu ausbilden. Demnach sind nur marginale Umsatzverluste der bestehenden Betriebe zu erwarten, die nicht zu einer Absiedlung führen können

Fazit: Durch die avisierte Ansiedlung des Supermarktes in der Reinsdorfer Straße werden sich keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter in den umliegenden Gemeinden von Artern ergeben.

Für den geplanten Supermarkt in der Reinsdorfer Straße steht kein konkreter Betreiber fest. Es sind jedoch zwei **grundsätzliche Belegungsvarianten** möglich:

- Die Planfläche wird durch einen neuen, noch in Artern nicht-repräsentierten Betreiber (z.B. REWE, tegut) genutzt. In diesem Fall wäre mit den vorstehend dargestellten Auswirkungen zu rechnen. Insbesondere sind deutliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf den bestehenden Edeka-Supermarkt in der Kachstedter Straße zu erwarten.
- Die Planfläche wird durch den bestehenden Edeka-Markt belegt, d.h. es handelt sich um einen Umzug des Edeka-Marktes aus der Kachstedter Straße in die Reinsdorfer Straße. Da beide Marktflächen eine vergleichbare Größe haben und die Standortgegebenheiten annähernd identisch sind, wäre für den Edeka-Markt nur ein geringfügiger Umsatzzuwachs zu erwarten. Demnach wären auf die anderen Lebensmittelanbieter – bei Nichtnachbelegung der Edeka-Bestandsfläche – negative Auswirkungen auszuschließen.

Mit der Verlagerung des Edeka-Marktes würde sich keine Einschränkung der örtlichen Versorgungssituation ergeben, da der Lidl- und der Norma-Markt die Lebensmittelversorgung in diesem Standortbereich weiter aufrechterhalten.

---

<sup>63</sup> Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

### 6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Textilfachmarktes

Mit der Verlagerung und Vergrößerung des KIK-Textilfachmarktes werden auf die projektrelevanten Bestandsbetriebe der Bekleidungsbranche Umsatzumverlagerungen von knapp 0,1 Mio. EUR (vgl. Tab. 14) ausgelöst, was einer rechnerischen Umsatzumlenkungsquote von rd. 7 % des aktuell in Artern generierten Umsatzes aller Textilanbieter (ohne den projektrelevanten KIK-Markt) entspricht.

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** auf den Textilhandel, differenziert nach dem zentralen Versorgungsbereich und den sonstigen Lagen in Artern (vgl. Tab. 7). Im überörtlichen Einzugsgebiet sind keine Textilanbieter vorhanden.

**Tabelle 16: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des KIK-Marktes im Einzugsgebiet**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Artern – zVB Innenstadt	1,01	0,07	n.n.
Artern – sonstige Lagen	0,20	0,01	n.n.
<b>Gesamt</b>	<b>1,21</b>	<b>0,08</b>	<b>6,6</b>

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

\* Anmerkung: Bei dem Bestandsumsatz „Artern – zVB Innenstadt“ wurde der von KIK getätigte Umsatz (0,70 Mio. EUR, vgl. Tab. 14) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

Die Textilanbieter in Artern werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von durchschnittlich 6 bis 7 % zu verkraften haben. Dieser Wert der Umsatzumverlagerung liegt mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 9), so dass lediglich von einer Intensivierung des Wettbewerbs in Artern auszugehen ist. Etwaige Abschmelzungstendenzen sind aus diesen Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, ebenso wie ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen auszuschließen ist.

Für den Textilhandel im **innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich** ist mit einem durchschnittlichen Umsatzverlust von ca. 0,07 Mio. EUR zu rechnen. Da sich die Umsatzverluste auf insgesamt vier Textilanbieter verteilen, liegen die durchschnittlichen einzelbetrieblichen Umsatzrückgänge<sup>64</sup> deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze<sup>65</sup> (0,10 Mio. EUR). Somit sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar. Stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen saisonalen Umsatzschwankung im Textilhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der betroffenen Bekleidungsanbieter führen.

Die prognostizierten Umsatzverluste sind ferner unter dem Aspekt der aktuellen Kaufkraftbindung im Modehandel in Artern zu sehen. Derzeit können die lokalen Textilanbieter eine Bindungsquote von lediglich ca. 40 % des Nachfragevolumens erreichen, so dass mit ca. 2,8 Mio. EUR der Großteil der Nachfrage nach Bekleidung an andere Angebotsstandorte oder zum Online-Handel abfließt (vgl. Seite 24). Somit besteht für alle lokalen Textilanbieter sehr hohe und solide Nachfragebasis, die bei einem entsprechenden Angebot vor Ort gebunden werden kann. Alle Textilanbieter in Artern können demnach auf ein ausreichendes „offenes“ Marktpotenzial zurückgreifen und haben sehr gute Umsatzchancen.

In der Stadtmitte von Artern sind drei Textilgeschäfte angesiedelt. Hierbei handelt es sich um zwei Fachgeschäfte, die auf einem mittleren Preisniveau agieren. In Bezug auf die konzeptionelle Ausrichtung dieser beiden Betriebe unterscheiden sich diese Anbieter deutlich von dem Großflächenkonzept des geplanten

64 Die durchschnittlichen einzelbetrieblichen Umsatzrückgänge liegen bei knapp 0,02 Mio. EUR je Betriebe und somit deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze.

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

fachmarkttypischen Anbieters.<sup>66</sup> Für diese mittelständischen Betreiber sind daher mit der KIK-Erweiterung nur marginale und nicht-messbare Auswirkungen zu erwarten.

Dies trifft auch für einen innerstädtischen „Asia-Shop“ zu, der auf einem unterem Preis- und Qualitätsniveau ausschließlich Waren von asiatischen Produktionsstätten anbietet. Auch wenn ein Textilfachmarkt in einem niedrigen Preissegment etabliert ist, so unterscheidet sich dieser Betreiber dennoch in Bezug auf Präsentation, Auswahlbreite und Sortimentstiefe und insbesondere hinsichtlich des „modischen Aspekts“ deutlich von einem „Asia-Shop“. Eine messbare absatzwirtschaftliche Beeinträchtigung des bestehenden „Billiganbieters“ ist daher auszuschließen.

Auf Grund der Sortimentsausrichtung des KIK-Marktes wird von den ausgelösten Umsatzzumlenkungen der innerstädtische NKD-Markt tangiert. NKD befindet sich in zentraler Innenstadtlage in der Alten Poststraße und ist im Standortverbund mit einem Elektroanbieter (Euronics) und einem Einrichtungsanbieter (Bauer) verortet. NKD betreibt mit knapp 300 m<sup>2</sup> eine konzeptkonforme Verkaufsfläche und kann auf Kopplungen und Synergieeffekte der anderen Innenstadtanbieter zurückgreifen. Nach dem zu erwartenden Umsatzabzug ist keine Beeinträchtigung für NKD zu erwarten, da die Umsatzverluste deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Eine schädliche Beeinträchtigung von NKD ist daher auszuschließen.

Die geplante Ansiedlung des KIK-Marktes erfolgt im Rahmen einer Verlagerung des Bestandsmarktes aus der Schönfelder Straße. Der derzeitige Marktstandort befindet sich im faktischen zentralen Versorgungsbereich der Stadt. Nach der Verlagerung von KIK wird diese Verkaufsfläche auf die beiden bestehenden Betriebe von Aldi und von Rossmann aufgeteilt. Demnach ergeben sich von dem Projektvorhaben keine negativen städtebaulichen Auswirkungen.

Andererseits wird das Textilsortiment aus dem Arterner Zentrum abgesiedelt. Somit sind negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten, da dieses innenstadtrelevante Sortiment dann außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten wird. Der Attraktivierung des Lebensmittel- und des Drogeriewarenangebots steht somit ein rückläufiges Angebot an Bekleidung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gegenüber.

Fazit: Auf Grund des hohen offenen bzw. „freien“ Nachfragepotenzials sind mit der Erweiterung des KIK-Marktes keine negativen Auswirkungen auf die bestehenden Textilanbieter in Artern zu erwarten. Mit der Verlagerung wird der KIK-Markt aus dem zentralen Versorgungsbereich abgesiedelt; demgegenüber besteht für die beiden Anbieter Aldi und Rossmann die Chance, ihre Märkte zu attraktivieren und zukunftsfähig in der Arterner Innenstadt aufzustellen.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist in den sog. **sonstigen Lagen von Artern** ein Textilanbieter ansässig. Hierbei handelt es sich um ein Fachgeschäft („Jeans Haus“) in der Fachmarkttagglomeration an der Kachstedter Straße. Für diesen Anbieter – der auf ein anderes Preissegment bzw. Angebotsniveau fokussiert – sind keine negativen Auswirkungen zu erwarten, da die Umsatzzumlenkungen mit ca. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 16) deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen werden.

In den sonstigen Lagen von Artern bzw. auch in den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet sind keine weiteren Textilanbieter angesiedelt.

Fazit: In den Handelslagen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist lediglich ein Textilanbieter ansässig; für diesen Betrieb sind keine negativen Auswirkungen zu erwarten.

---

<sup>66</sup> Textilfachmärkte sind großformatige Einzelhandelsbetriebe mit einem breiten und tiefen Bekleidungsangebot, das ggf. durch Randsortimente arroundiert wird. Die Waren werden i.d.R. in Vorwahl und/oder in Selbstbedienung preisaktiv angeboten. Textilfachmärkte decken i.d.R. ein Preisniveau im unteren Genre ab und zeichnen sich durch eine hohe Werbeintensität, d.h. eine aktive Sonderangebots- und Verkaufspolitik aus. Die Marktzutrittsgröße liegt i.d.R. bei minimal 400 m<sup>2</sup>.

#### 6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Eine negative Wirkung der beiden Projektvorhaben wäre zu unterstellen, wenn mit der Realisierung des Ansiedlungs- bzw. Verlagerungsvorhabens die Angebotsstrukturen außerhalb des dargestellten Einzugsgebietes auf Grund von Wettbewerbseffekten gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Bevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Das Marktgebiet des Supermarktes und des erweiterten Textilfachmarktes erstreckt über Artern und das abgegrenzte Einzugsgebiet. Eine **Ausweitung des Einzugsgebiets** scheidet aus, da weitere Lebensmittelmärkte im Umfeld von Artern den Marktbereich des geplanten Supermarktes begrenzen. Dies trifft auch für den Textilfachmarkt zu, da in umliegenden größeren Orten jeweils Konkurrenzbetriebe ansässig sind (vgl. Karte 6).

Ferner wird für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer, wobei gerade die Waren des täglichen Bedarfs (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch Verbraucher überwiegend wohnortnah. Die regelmäßige Kundenanfahrt von Orten außerhalb des Einzugsgebietes ist daher unrealistisch, zumal auch ein Textilfachmarkt wie KIK nur eine eingeschränkte Strahlkraft besitzt.

Von dem Gesamtumsatz des Supermarktes (ca. 0,49 Mio. EUR, vgl. Tab. 10) und des Textilfachmarktes (ca. 0,16 Mio. EUR, vgl. Tab. 12) setzt sich jeweils nur ein geringer Teil der Erlöse aus sog. **Streuumsätzen** zusammen, die vor allem vom Durchgangsverkehr an der vorbeilaufenden Reinsdorfer Straße, von Zufallskunden oder von aperiodischen Kundeneinkäufen stammen.

Die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** auf umliegende Orte außerhalb des Einzugsgebietes liegen hinsichtlich

- der sehr geringen Höhe der prognostizierten Streuumsätze und
- der breiten räumlichen Streuung der jeweiligen Kunden- bzw. Umsatzherkunft

deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Der Abfluss der Streuumsätze in Richtung des Supermarktes bzw. des KIK-Marktes wird somit für die Lebensmittelmärkte bzw. auch Textilfachmärkte in umliegenden Orten monetär nicht spürbar sein, so dass schädliche Auswirkungen auszuschließen sind. Im Fall des Textilfachmarktes werden zudem die Streuumsätze bereits heute zu einem großen Teil von dem bestehenden KIK-Markt generiert, so dass mit der Erweiterung des Betriebes nur ein geringfügig höherer Zufluss von rd. 0,02 Mio. EUR (vgl. Tab. 14) zu erwarten ist

Derzeit decken Kunden aus Artern bzw. aus dem überörtlichen Einzugsgebiet der Stadt ihre Nachfrage nach **Textilien** hauptsächlich außerhalb des Einzugsgebietes, so dass Kundenverflechtungen<sup>67</sup> zu Textilanbietern in umliegenden Städten bestehen. Die abfließende Kaufkraft aus dem dargestellten Einzugsgebiet ist aktuell auf ca. 2,8 Mio. EUR (vgl. Seite 24) zu quantifizieren, wobei durch das geplante Projektvorhaben eine geringe anteilige Kaufkraftrückholung zu erwarten ist.

Grundsätzlich handelt es sich bei der Umsatzrückholung um eine verstärkte Bindung der Kaufkraft für Bekleidung vor Ort in Artern, da der Textilfachmarkt keine zählbaren Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes – mit Ausnahme von Streukunden – akquirieren kann. Dies ergibt sich vor allem

- aus der Begrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende konkurrierende Textilanbieter, insbesondere durch angebotsaffine Textilfachmärkte,
- auf Grund der fehlenden Alleinstellungsmerkmale des Textilfachmarktes KIK hinsichtlich seines Gesamtkonzepts und der eingeschränkten Strahlkraft,

67 Der Kaufkraftabfluss wird aus der berechneten Zentralität des Textilhandels in dem betrachteten Einzugsgebiet deutlich, die aktuell nur bei ca. 40 % liegt und somit auf einen hohen Kaufkraftabfluss hinweist (vgl. Tab. 8).

- aus den ansteigenden Zeit-Wege-Distanzen zum Erreichen des KIK-Standorts aus dem weiteren Umfeld von Artern und
- aus der Ausrichtung von KIK auf ein überwiegend lokales Marktgebiet.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion des KIK-Marktes oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl in dem Einzugsgebiet standortangepassten Verkaufsfläche hinweisen.

Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass durch den neu aufgestellten KIK-Markt nur ein Teil der abfließenden Umsätze zurückgeholt wird. Das zeigt die Gegenüberstellung des Wertes der Umsatzrückholung des KIK-Marktes (ca. 0,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 14) im Vergleich zu dem derzeit abfließenden Nachfragepotenzial aus dem dargestellten Einzugsgebiet (ca. 2,8 Mio. EUR, vgl. Tab. 8).

Nachstehend wird die prospektive Zentralität in dem Einzugsgebiet nach der Umsetzung des Projektvorhabens ausgewiesen, die sich auf Basis der Bestandsumsätze und aus den Umsatzrückholungen bzw. der verstärkten Eigenbindung der Textilkaukraft vor Ort in Artern errechnet.<sup>68</sup>

**Tabelle 17: Prospektive Zentralität des Sortiments Bekleidung im Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial Mio. EUR	Umsätze (IST/PLAN) Mio. EUR	Zentralität %
IST	4,65	1,85	40
PLAN		2,03	44

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Nach dem Hinzutreten des erweiterten KIK-Marktes ist keine vollständige Bindung der Kaufkraft für Bekleidung durch die Anbieter in dem betrachteten Marktgebiet möglich, so dass auch weiterhin Versorgungsfahrten an umliegende Angebotsstandorte anfallen werden. Die Zentralität wird bei ca. 44 % liegen, wobei sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 2,6 Mio. EUR errechnet.

Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig durch den flächenseitig vergrößerten KIK-Markt verstärkt gebunden bzw. „zurückgeholt“ werden, gehen naturgemäß umliegenden Standorten außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Hierbei sind maßgeblich Textilanbieter im Umfeld von Artern betroffen, die eine qualifizierte und vergleichbare Einkaufsalternative für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsgebiets darstellen.<sup>69</sup>

Auf Grund der breiten Streuung der Umsatzrückholung – die in Summe bei lediglich ca. 0,16 Mio. EUR liegt – über verschiedene Märkte in der umliegenden Region zeigt sich, dass die möglichen einzelbetrieblichen Auswirkungen definitiv nicht zu einer Schädigung von Textilanbietern führen können. Grundsätzlich werden die Umsatzrückholungen in Betrieben außerhalb von Artern monetär nicht spürbar sein, da diese für die einzelnen Anbieter unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen werden. Somit ist keine vorhabenbedingte Absiedlung eines strukturprägenden Textilfachmarkts im Umfeld von Artern zu erwarten.

Ferner handelt es sich bei der Kaufkraftrückholung um eine legitime Eigenbindung von Kunden in Artern, die auch unter dem Aspekt der Ausweisung von Artern als Mittelzentrum und der zugewiesenen Versorgungsfunktion (vgl. Seite 5) zu sehen ist. Daher ist die Kaufkraftrückholung aus anderen Orten prinzipiell als hinnehmbar einzustufen, zumal der KIK-Markt nicht auf umliegende zentrale Orte ausstrahlt.

**Fazit:** Mit der Ansiedlung des Supermarktes und der Erweiterung des KIK-Marktes werden keine negativen Auswirkungen auf umliegenden Städte – insbesondere nicht auf ausgewiesene zentrale Orte – im regionalen Umfeld von Artern ausgelöst.

68 Die prospektiven Umsätze des Textilhandels in dem Einzugsgebiet errechnen sich aus den Ist-Umsätzen (ca. 1,85 Mio. EUR, vgl. Tab. 8) zuzüglich der zu erwartenden Umsatzrückholungen (ca. 0,16 Mio. EUR) und erhöhter Streuumsätze (ca. 0,02 Mio. EUR) – vgl. Tab. 14.

69 Als mögliche Einkaufsalternativen für Textilien in dem betrachteten Sortimentsniveau kommen für Konsumenten aus Artern bzw. dem Umfeld der Stadt insbesondere großformatige Anbieter beispielweise in Sangerhausen, in Bad Frankenhausen oder in Roßleben in Frage.

## 7. Zusammenfassung

Nachstehend werden die wichtigsten Aspekte der Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Ansiedlung von zwei Handelsmärkten in Artern resultieren, zusammengefasst.

- Die Firma Saller Bau-GmbH aus Weimar beabsichtigt in Artern die **Ansiedlung eines Supermarktes und eines Textilfachmarktes**. Bei dem Supermarkt handelt es sich um eine Neuansiedlung, im Falle des Textilfachmarktes ist die Verlagerung des KIK-Marktes aus der Innenstadt angedacht. Die Verkaufsfläche des Supermarktes soll ca. 1.900 m<sup>2</sup> betragen, der KIK-Markt ist mit ca. 720 m<sup>2</sup> projektiert.
- Das **Vorhabensgrundstück** befindet sich im südlichen Ortseingangsbereich von Artern im Kreuzungsbereich der Reinsdorfer Straße / Unstrutstraße. Die projektrelevante Liegenschaft ist größtenteils mit brachgefallenen Gewerbegebäuden belegt, die keiner qualifizierten Nutzung unterliegen. Das Areal ist langjährig nahezu ungenutzt und verfällt zusehends. Mit der Revitalisierung werden eine städtebauliche Neuordnung und eine optische Aufwertung dieses Quartiers erreicht, das im Zufahrtsbereich zur Arterner Innenstadt adressiert ist.
- In Artern sind 56 Handelsbetriebe mit einer **Verkaufsfläche** von ca. 15.700 m<sup>2</sup> ansässig; die Verkaufsflächendichte ist mit ca. 2,4 m<sup>2</sup> je Einwohner für die Stadtgröße als üblich einzustufen. Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt befindet sich in der Fachmarkttagglomeration an der Kachstedter Straße, da die hier befindlichen 12 Betriebe eine Verkaufsfläche von ca. 10.000 m<sup>2</sup> einnehmen.
- Die Stadt Artern besitzt kein **Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens einer solchen Entwicklungskonzeption wurde das Vorhandensein von faktischen zentralen Versorgungsbereichen geprüft, wobei in der Innenstadt ein derartiger schützenswerter Bereich identifiziert wurde. Das Handelsangebot dieses Versorgungsbereiches umfasst ca. 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; mit 33 innerstädtischen Handelsbetrieben und zahlreichen Komplementärangeboten besteht eine relativ hohe Nutzungsdurchmischung.
- Artern verfügt über eine **Lebensmittelverkaufsfläche** von ca. 5.900 m<sup>2</sup>. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von ca. 0,9 m<sup>2</sup> je Einwohner weist auf eine hohe Flächenausstattung hin. Die lokale Grundversorgung wird arbeitsteilig durch einen Supermarkt und vier Discounter sichergestellt. Dieses Angebot wird von einem Getränkemarkt und kleinformatischen Nahrungsmittelhandwerkern arrondiert, so dass für die lokalen Bewohner und die Einwohner im Verflechtungsbereich der Stadt eine ansprechende Auswahlvielfalt existiert. Der hohe Ausstattungsgrad an Lebensmittelfläche zeigt sich in der Zentralität, die auf einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland nach Artern hinweist.
- In Artern sind sechs Textilanbieter mit einer **Textilverkaufsfläche** von knapp 1.000 m<sup>2</sup> vorhanden, die Flächendichte von rd. 0,1 m<sup>2</sup> je Einwohner deutet auf einen niedrigen Ausstattungsgrad hin. Dies wird in der Zentralität der Bekleidungsbranche deutlich, die einen Kaufkraftabfluss aus Artern anzeigt. Das Angebot wird maßgeblich durch zwei Textilfachmärkte geprägt.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** der geplanten Märkte erstreckt sich über die Stadt Artern und angrenzende Gemeinden aus dem mittelzentralen Verflechtungsbereich der Stadt. Die Betriebe können auf ein Einwohnerpotenzial von ca. 11.900 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 24,6 Mio. EUR und für Bekleidung von 4,6 Mio. EUR verfügen.
- Der projektierte Supermarkt kann im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen durchschnittlichen **Marktanteil** von maximal ca. 17 % erzielen, der Textilfachmarkt kann eine Marktdurchdringung von höchstens 16 % erreichen. Somit decken beide Betriebe nur anteilig die Nachfrage ab, so dass auch nach der Ansiedlung/Erweiterung offene Nachfragepotenziale für andere Lebensmittel- und Textilanbieter in dem betrachteten Marktgebiet verbleiben. Der Umsatz des Supermarktes wird bei ca. 5,1 Mio. EUR p.a. liegen, wobei mit einer Flächenleistung von ca. 2.700 EUR/m<sup>2</sup> ein geringer Auslastungswert – bedingt durch den hohen lokalen Wettbewerb – erreicht wird. Für KIK ist ein

Umsatz von knapp 1,0 Mio. EUR zu prognostizieren, die Flächenleistung von ca. 1.300 EUR/m<sup>2</sup> weist auf einen standortangepassten bzw. ortsüblichen Wert hin.

- Der Umsatz der beiden Betriebe wird naturgemäß aus **Verlagerungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Handelsbetrieben aus dem räumlichen Umfeld des Vorhabenstandortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste für den Lebensmittelhandel liegen nach der Ansiedlung des Supermarktes bei ca. 16 % und lassen auf negative Auswirkungen auf Lebensmittelanbieter in dem betrachteten Einzugsgebiet schließen. Die Verlagerung und Erweiterung des KIK-Marktes ist als unkritisch zu sehen, da die Umsatzzumlenkungen von knapp 7 % für keinen Textilanbieter einen Wert erreichen, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind.

Mit der Ansiedlung des Supermarktes ist keine maßgebliche Beeinträchtigung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren; dagegen werden sich hohe Umsatzzumverlagerungen aus der dezentralen Fachmarkttagglomeration Kachstedter Straße ergeben, die jedoch keinen im Sinne der BauNVO schützenswerten Standortbereich darstellt.

Für den geplanten Supermarkt steht kein Betreiber fest. Sollte der bestehende Edeka-Markt von der Kachstedter Straße an den Planstandort verlagert werden, so ergeben sich – bei Nichtnachbelegung des Altstandortes – nur geringfügige Auswirkungen auf den Bestandshandel, da sich die Fläche von Edeka und dem Planvorhaben annähernd gleichen und nur mit einem geringen Umsatzzuwachs seitens des Edeka-Marktes zu rechnen wäre.

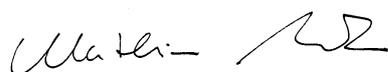
Nach der Verlagerung des KIK-Marktes sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten, da die KIK-Bestandsfläche für die Erweiterung des Aldi- und des Rossmann-Marktes genutzt werden soll. Mit der langfristigen Stabilisierung dieser beiden Anbieter geht jedoch die Absiedlung des KIK-Marktes aus dem zentralen Versorgungsbereich einher.

- Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet ihre Nachfrage nach Textilien zum großen Teil in umliegenden Städten oder im Online-Handel ab, da ca. 60 % der Kaufkraft aus dem betrachteten Einzugsgebiet abfließen. Mit der Erweiterung des Textilmarktes werden Konsumenten auf Grund der erhöhten Attraktivität des KIK-Marktes verstärkt ihre Nachfrage vor Ort tätigen. Die Umsätze, die Textilanbietern in Orten außerhalb des Einzugsgebietes durch die **Kaufkraftrückholung** verloren gehen, können bezüglich der breiten räumlichen Streuung und der geringen Höhe nicht zu einer Absiedlung von Betrieben führen; zumal die Kaufkraftrückholung der legitimen Eigenbindung von Verbrauchern in Artern und einer Stärkung der lokalen Versorgung dient.

---

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

**BBE Handelsberatung GmbH**



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

Erfurt, 3. August 2020

## Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

### Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m<sup>2</sup>
- 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 Bedienungsteams (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

### Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m<sup>2</sup>, aktuelle Konzepte ab 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 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 m<sup>2</sup>
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

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

### **Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)**

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>
- 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 m<sup>2</sup> Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

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

### **SB-Warenhaus**

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>
- 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

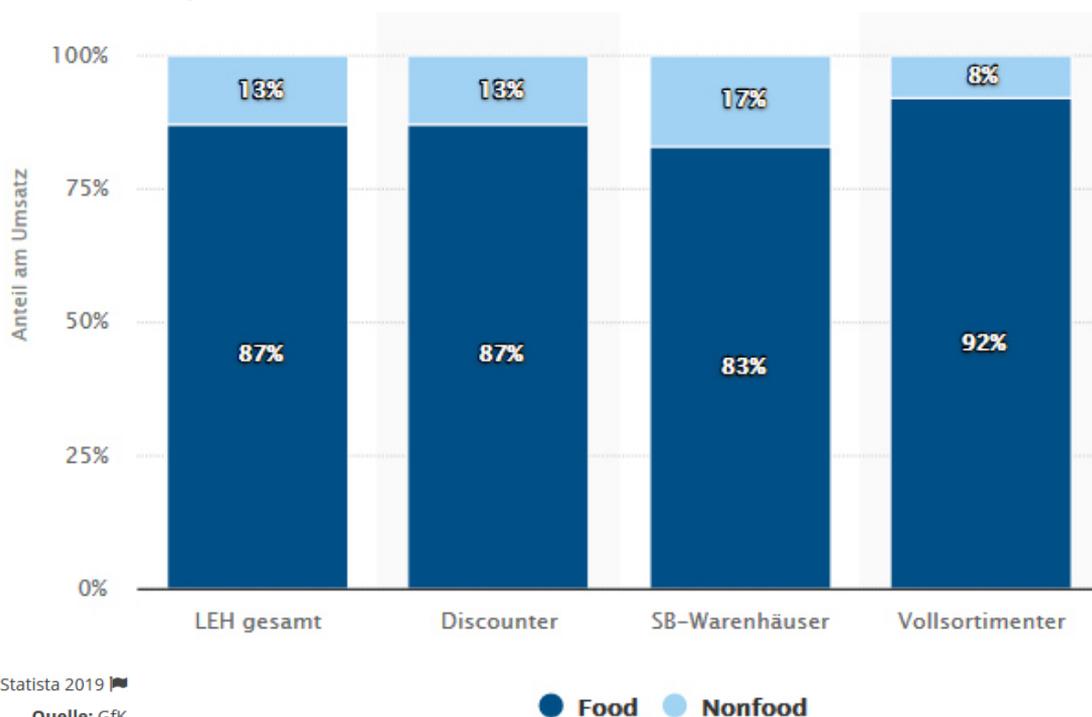
Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandsstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

### Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Bekleidung, 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 Einzelhandel nach Betriebsformen**
**Lebensmittelhandel**

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> 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

**Textilhandel**

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> p.a.
Bekleidungs-Fachgeschäfte	3.000	3.300	3.700 <sup>5</sup>
Kaufhäuser	2.500	3.000	3.500
Fachmärkte	1.000	1.300	1.600
Bekleidungs-Outlets (FOC)	3.000	4.000	5.000 <sup>6</sup>

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenprogramm der Ansiedlungsvorhaben .....	4
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Artern im regionalen Vergleich .....	6
Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Artern .....	9
Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branchen im Einzugsgebiet .....	18
Tabelle 5: Strukturdaten des Lebensmittelhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet nach Lagen .....	22
Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet .....	22
Tabelle 7: Strukturdaten des Textilhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet nach Lagen .....	24
Tabelle 8: Zentralität des Sortiments Textilien in dem untersuchten Einzugsgebiet.....	24
Tabelle 9: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben.....	25
Tabelle 10: Marktanteilsprognose des geplanten Supermarktes.....	27
Tabelle 11: Prospektive Raumleistung des Supermarktes .....	28
Tabelle 12: Marktanteilsprognose des geplanten KIK-Marktes.....	30
Tabelle 13: Prospektive Raumleistung des KIK-Marktes .....	30
Tabelle 14: Umsatzherkunft der projektierten Handelsbetriebe .....	33
Tabelle 15: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Supermarktes im Einzugsgebiet.....	36
Tabelle 16: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des KIK-Marktes im Einzugsgebiet .....	42
Tabelle 17: Prospektive Zentralität des Sortiments Bekleidung im Einzugsgebiet .....	45

## Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt) .....	5
Karte 2: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Artern.....	9
Karte 3: Räumliche Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereiches (Skizzierung) .....	10
Karte 4: Lage des Projektstandortes an der Reinsdorfer Straße in Artern (Skizzierung) .....	12
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes .....	13
Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Artern (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone .....	15
Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des projektrelevanten Lebensmittel- und Textilmarktes .....	16
Karte 8: Strukturprägende Anbieter in den projektrelevanten Branchen in Artern.....	19

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück.....	3
Abbildung 2: Lageplan des Projektgrundstücks in Artern .....	3
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	6
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Artern .....	8
Abbildung 5: Faktischer innerörtlicher zentraler Versorgungsbereich in Artern.....	11
Abbildung 6: Strukturprägende Anbieter der Lebensmittelbranche in Artern (Auswahl) .....	20
Abbildung 7: Sonstige Anbieter der Lebensmittelbranche in Artern (Auswahl) .....	21
Abbildung 8: Anbieter der Lebensmittelbranche im überörtlichen Einzugsgebiet (Auswahl).....	21
Abbildung 9: Anbieter der Textilbranche in Artern (Auswahl) .....	23
Abbildung 10: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens .....	32

**Anlageverzeichnis**

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	48
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	50
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Einzelhandel nach Betriebsformen .....	51