



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Carl-Schmücke- Str./Gruscheweg als Standort für Lebensmittelmärkte

Verträglichkeitsgutachten zu
einem Einzelhandelsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der REWE Markt GmbH, Zweigniederlassung Ost und der
GbR Neuenhagen Matthias u. Bettina Holst
Hamburg, 11.08.2021



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Carl-Schmücke-Str./Gruscheweg als Standort für Lebensmittelmärkte

Verträglichkeitsgutachten zu einem Einzelhandelsvorhaben

Projektnummer: 21DLP3036

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Ulrike Rehr
Bearbeitet unter Mitarbeit von: David Kamin

Im Auftrag von

Rewe Markt GmbH, Zweigniederlassung Ost

Rheinstraße 8

14513 Teltow

und

GbR Neuenhagen

Matthias u. Bettina Holst

Foßredder 64

22359 Hamburg

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	III
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	6
3	Rahmendaten des Makrostandorts	8
3.1	Lage im Raum	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
3.3	Zentrensystem und Verflechtungsbereich	10
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	11
4.1	Methodische Vorbemerkungen	11
4.2	Wettbewerb im Raum	11
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	12
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	14
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	16
5.1	Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet	16
5.2	Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur im Einzugsgebiet	20
5.3	Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	22
5.3.1	ZVB Ortskern Neuenhagen (Zone 1)	22
5.3.2	ZVB Ortskern Hönow (direkt außerhalb des Einzugsgebiets)	23
5.3.3	ZVB Ortskern Hoppegarten (direkt außerhalb des Einzugsgebiets)	24

6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	26
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	26
6.2	Wirkungsprognose	30
6.2.1	Vorbemerkungen	30
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	32
7	Bewertung des Vorhabens	35
7.1	Zu den Bewertungskriterien	35
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	36
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung	37
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts (gemäß LEP)	39
8	Fazit	42

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Vorhabenstandort	4
Abbildung 3: Alt-Standort des Aldi-Markts an der Altlandsberger Chaussee 1	5
Abbildung 4: Blick entlang der Carl-Schmücke-Straße Richtung Norden	5
Abbildung 5: Blick entlang der Carl-Schmücke-Straße stadteinwärts	5
Abbildung 6: Lage im Raum	8
Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	12
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	13
Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation	17
Abbildung 10: Rewe-Markt, ZVB Ortskern Neuenhagen (Zone 1)	18
Abbildung 11: Rewe-Markt, Streulage (Zone 1)	18
Abbildung 12: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 1)	19
Abbildung 13: Edeka-Markt, Streulage (Zone 1)	19
Abbildung 14: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 1)	19
Abbildung 15: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 2)	20
Abbildung 16: Netto-Markt, Streulage (Zone 2)	20
Abbildung 17: ZVB Ortskern Neuenhagen	22
Abbildung 18: ZVB Hönow	23
Abbildung 19: ZVB Ortskern Hoppegarten	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	6
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	9
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	14
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	14
Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	16

Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	21
Tabelle 7: Marktanteile des Gesamtvorhabens innerhalb des Einzugsgebiets	27
Tabelle 8: Umsatzstruktur des Gesamtvorhabens	28
Tabelle 9: Marktanteile des Aldi-Markts (Status quo)	28
Tabelle 10: Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Status quo)	29
Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Gesamtvorhabens durch Vorhabenrealisierung	29
Tabelle 12: Marktanteilszuwachs des Vorhabens durch Realisierung	30
Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	33

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Gemeinde Neuenhagen soll ein Aldi-Markt (derzeit etwas weiter nördlich) an den Standort Carl-Schmücke-Str. / Gruscheweg verlagert werden (inkl. Erweiterung). Darüber hinaus soll der Standort um einen Edeka-Verbrauchermarkt ergänzt werden. Während der Aldi-Markt seine Verkaufsfläche sodann auf rd. 1.200 qm Verkaufsfläche erweitern möchte, wird für die Ansiedlung des Edeka-Verbrauchermarkt eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.660 qm (inkl. Bäckerei mit rd. 60 qm Verkaufsfläche) anvisiert.

Für die Realisierung des Vorhabens läuft ein Bebauungsplanverfahren. Die **Aufgabenstellung** der hier vorgelegten **kritischen Verträglichkeitsuntersuchung** bestand somit insbesondere in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung. Prüfungsmaßstab war damit § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB. Darüber hinaus waren die raumordnerischen Bestimmungen berücksichtigen.

1.2 Vorgehensweise

Zur Bearbeitung der Aufgabenstellung wurde folgendes Untersuchungskonzept angewandt:

- Darstellung und Bewertung des **Mikrostandorts** und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabens im Hinblick auf seine **Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz**;
- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (v.a. Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- **Herleitung des Einzugsgebiets** des Vorhabens u.a. auf Basis der Wettbewerbsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels sowie kartografische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der **nahversorgungsrelevanten Angebotssituation** im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der **Umsätze und Flächenproduktivitäten** im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;

- **Versorgungsstrukturelle Analyse** des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkaufsflächendichte sowie Zentralität im Einzugsgebiet);
- **Städtebauliche Analyse** der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen;
- **Vorhabenprognose** bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch die Vorhabenrealisierung;
- **Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden **Umsatzumverteilungseffekte** durch das Vorhaben zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Standortlagen und Zonen;
- **Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;
- **Prüfung, ob das Vorhaben den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung gemäß LEP HR 2019 gerecht wird (v.a. Konzentrationsgebot, Beeinträchtungsverbot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot);**
- **Zusammenfassende Bewertung** unter Berücksichtigung der Untersuchungsergebnisse.

Im Jahr 2020 haben wir bereits eine Verträglichkeitsuntersuchung zu einem um 460 qm Verkaufsfläche kleineren Vorhaben durchgeführt. Für die hier vorgelegte Untersuchung wurden keine neuerlichen Bestandserhebungen durchgeführt, sondern es wurde auf die Bestandsdaten aus 2020 zurückgegriffen, die auf Basis von Sekundärrecherchen aktualisiert wurden.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2023 als mögliches erstes Jahr der Marktwirkbarkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der **Vorhabenstandort** befindet sich in Siedlungsrandlage im nördlichen Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin im Bereich Carl-Schmücke-Straße/Gruscheweg. Neben der Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters ist die Neuansiedlung eines Edeka-Verbrauchermarkts am Standort geplant. Der Altstandort des Aldi-Markts befindet sich rd. 450 m nördlich an der Altlandsberger Chaussee 1, nördlich der Autobahn A 10. Das dortige Umfeld ist stark gewerblich geprägt und der Standort markiert gleichzeitig den Eingang des Gewerbegebiets Neuenhagens.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts erfolgt über die Carl-Schmücke-Straße und den Gruscheweg, dabei soll ein neu anzulegender Kreisverkehr für die Erschließung sorgen. Die Carl-Schmücke-Straße (K 6425) gilt als Hauptverkehrsachse der Gemeinde Neuenhagen und bindet dabei an die Nachbarkommunen Altlandsberg und Hoppegarten an. Unweit des Vorhabenstandorts kreuzt zudem die Bundesautobahn A 10, wobei von der Carl-Schmücke-Straße keine Zufahrt eingerichtet ist. Die prospektive Zu- und Abfahrt zum Projektstandort wird demnach über die Altlandsberger Chaussee, über den projektierten Kreisverkehr Carl-Schmücke-Straße/Gruscheweg sowie eine noch unbenannte Straße im Osten erfolgen.

Die **Anbindung an den ÖPNV** erfolgt über die rd. 400 m entfernte Bushaltestelle ‚Neuenhagen Carl-Schmücke-Straße‘, welche von der Buslinie 944 in einer guten Taktung angefahren wird und an die Gemeinden Hoppegarten und Altlandsberg anbindet.



Abbildung 2: Vorhabenstandort

Aktuell zeigt sich das Vorhabenareal als Grünfläche. Im **Standortumfeld** jenseits des Gruschewegs schließen sich Wohnbebauungen (vorrangig Ein- bis Zweifamilienhäuser) an. Weiter südlich ist hier zukünftig weiteres Wohnbauland in Planung bzw. wurde in der jüngeren Vergangenheit entwickelt. Ferner sollen zukünftig im direkten Standortumfeld mehrere Baugebiete realisiert werden, welche die Errichtung eines neuen Schulcampus (inkl. Sportanlage), ein Seniorenwohnheim sowie neuer Wohngebiete umfassen sollen. Insgesamt wird im Umfeld mit zusätzlich 195 neuen Wohneinheiten (etwa 428 Einwohner) geplant. Nördlich der Autobahn, in der Nähe des derzeitigen Aldi-Standorts, ist die Ausweisung eines neuen Gewerbegebiets vorgesehen.

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um **keinen zentralen Versorgungsbereich nach dem städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzept der Gemeinde Neuenhagen.**



Abbildung 3: Alt-Standort des Aldi-Markts an der Altlandsberger Chaussee 1



Abbildung 4: Blick entlang der Carl-Schmücke-Straße Richtung Norden



Abbildung 5: Blick entlang der Carl-Schmücke-Straße stadteinwärts

2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die geplante Verlagerung und Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters und die Neuansiedlung eines Edeka-Verbrauchermarkts. Im Zuge des Vorhabens soll die Bestandsverkaufsfläche von Aldi von heute rd. 800 qm um rd. 400 qm auf rd. 1.200 qm Verkaufsfläche erweitert werden. Die Neuansiedlung des Verbrauchermarkts ist mit rd. 1.660 qm Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei) geplant. Die Gesamtverkaufsfläche soll demnach rd. 2.860 qm betragen (Verkaufsflächenzuwachs von insgesamt rd. 2.060 qm).

Der Sortimentsschwerpunkt des Gesamtvorhabens liegt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellen beide Anbieter jeweils einen **typischen Nahversorgungsbetrieb** dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente¹ wird nach Abgaben der BBE für den Lebensmitteldiscounter etwa 9 % betragen sowie für den Verbrauchermarkt bei rd. 5 % liegen.

Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	728	1.941	2.669
davon Aldi	728	364	1.092
davon Edeka	-	1.577	1.577
aperiodischer Bedarf	72	119	191
davon Aldi	72	36	108
davon Edeka	-	83	83
Gesamt	800	2.060	2.860
davon Aldi	800	400	1.200
davon Edeka*	-	1.660	1.660

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. * inkl. Bäckerei mit rd. 60 qm Verkaufsfläche.

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

Das Vorhaben soll über eine **Bauleitplanung** realisiert werden und ist damit nach § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen. Darüber hinaus sind die raumordnerischen Bestimmungen zu berücksichtigen.

Auch wenn bei **einem Erweiterungsvorhaben** grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Betrieb (in diesem Fall der bestehende Aldi-Markt) seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das

¹ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des Markts aber auch der Verbesserung der Lagegunst ergibt.² Schließlich ist der bestehende Betrieb bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges. Gleichwohl müsste eine nahversorgungsrelevante Nachnutzung planerisch auch verbindlich ausgeschlossen sein, damit Aldi seine Umsätze an den neuen Standort „mitnehmen“ kann.

Bei der Neuansiedlung des Verbrauchermarkts wird die gesamte Verkaufsfläche in die Berechnung einbezogen.

Geplant ist die Verlagerung und Erweiterung eines Aldi-Markts sowie die Neuansiedlung eines Edeka-Verbrauchermarkts in Neuenhagen bei Berlin. Die Gesamtverkaufsfläche soll rd. 2.860 qm betragen. Der bestehende Aldi-Markt weist zurzeit eine Verkaufsfläche von rd. 800 qm auf. Der Vorhabenstandort liegt rd. 450 m südlich des Aldi-Bestandsmarkts. Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplan realisiert werden und ist damit nach § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB sowie den raumordnerischen Bestimmungen zu beurteilen.

² Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum

Die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin gehört als zweitgrößte Gemeinde des Landkreises Märkisch-Oderland zum Land Brandenburg. Die Gemeinde befindet sich rd. 25 km östlich vom Berliner Stadtzentrum und verfügt damit über eine hohe Lagegunst an der Entwicklungsachse Berlin-Strausberg.

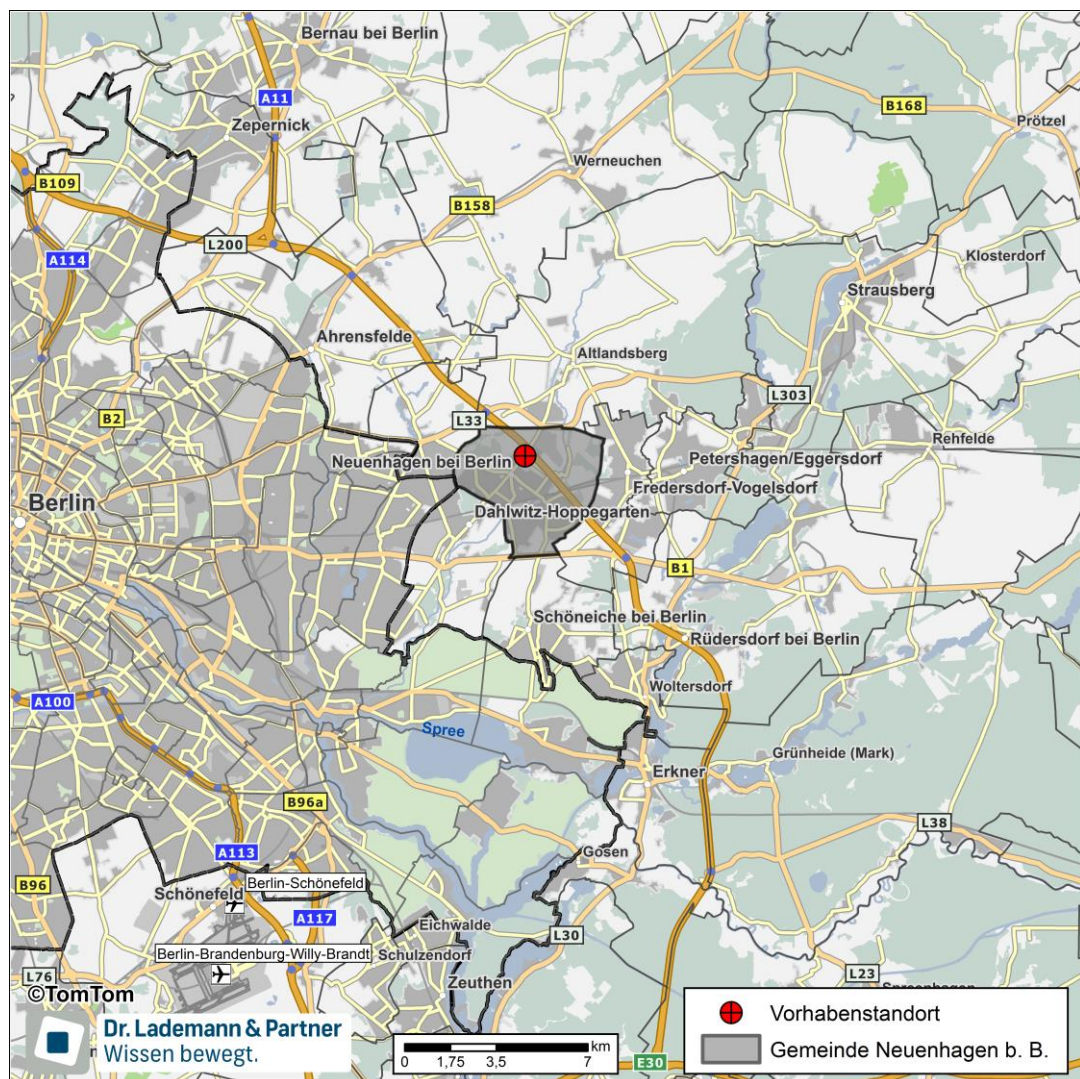


Abbildung 6: Lage im Raum

Die verkehrliche Anbindung von Neuenhagen erfolgt über die Kreisstraße 6425 in West-Ost-Richtung und die Landesstraße 338 in Nord-Süd-Richtung, im nordöstlichen Gemeindegebiet schneiden sich diese. Diese Verbindungen sichern den sehr guten Anschluss der Gemeinde über die Bundesstraße 1/5 und BAB 10 an das

überregionale Straßennetz. Die als Berliner Ring in Nord-Süd-Richtung verlaufende BAB 10 begrenzt die Siedlungsbereiche Neuenhagens in östlicher Richtung. Zudem ist Neuenhagen an das S-Bahnnetz der Stadt Berlin (S 5) angebunden.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Neuenhagen bei Berlin verlief seit 2016 mit einem Anstieg von rd. 1,2 % p.a. deutlich positiv und fügt sich damit in den positiven Trend der umliegenden Städte und Gemeinden ein, die z.T. noch einen höheren Anstieg der Bevölkerungsplattform verzeichnen können (Fredersdorf-Vogelsdorf rd. 1,8 % p.a.). Der Landkreis Märkisch-Oderland und das Land Brandenburg folgen dem positiven Trend, wenn auch auf leicht abgeschwächtem Niveau (rd. 0,8 % p.a. bzw. 0,5 % p.a.).

Insgesamt lebten in Neuenhagen bei Berlin Anfang 2021

rd. 18.830 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Neuenhagen bei Berlin im Vergleich

Gemeinde, Landkreis, Land	2015	2021	abs.	+/- 16/21 in %	Veränderung p.a. in %
Neuenhagen bei Berlin	17.435	18.832	1.397	8,0	1,3
Hoppegarten	17.002	18.202	1.200	7,1	1,1
Schöneiche bei Berlin	12.154	12.899	745	6,1	1,0
Fredersdorf-Vogelsdorf	12.879	14.310	1.431	11,1	1,8
Petershagen/Eggersdorf	14.364	15.460	1.096	7,6	1,2
Altlandsberg	8.996	9.662	666	7,4	1,2
Landkreis Märkisch-Oderland	188.422	197.195	8.773	4,7	0,8
Brandenburg	2.457.872	2.531.071	73.199	3,0	0,5

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Neuenhagen kann in Anlehnung an die aktuelle Prognose des Landesamts für Bauen und Verkehr 2021³, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren positiv entwickeln werden. Im Jahr 2023 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Neuenhagen daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

knapp 19.100 Einwohnern.

Neuenhagen verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**⁴ von 107,7. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises

³ Vgl. Land Brandenburg, Bevölkerungsvorausschätzung 2020 bis 2030 (kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung), LBV 2021.

⁴ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021. Durchschnitt Deutschland=100.

Märkisch-Oderland (94,2) sowie zum Landesdurchschnitt (94,0) deutlich überdurchschnittlich aus.

3.3 Zentrensystem und Verflechtungsbereich

Von Seiten der Landesplanung ist Neuenhagen bei Berlin in Funktionsteilung mit der Gemeinde Hoppegarten als Mittelzentrum ausgewiesen. In den Mittelzentren sollen für den jeweiligen Mittelbereich die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit regionaler Bedeutung konzentriert werden. Dazu gehören insbesondere Wirtschafts- und Siedlungsfunktionen, Einzelhandelsfunktionen, Kultur- und Freizeitfunktionen, Verwaltungsfunktionen, Bildungs-, Gesundheits-, soziale Versorgungsfunktionen sowie überregionale Verkehrsfunktionen. Dafür sollen die in den Mittelzentren vorhandenen Angebote an Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs dem Nachfragepotenzial entsprechend gesichert, teilweise auch qualifiziert werden. Bei den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten besitzt Neuenhagen überwiegend die Aufgabe der qualifizierten Versorgung der eigenen Einwohner (raumordnerischer Nahbereich).

Die nächstgelegenen Orte mit zentralörtlicher Funktion sind die Mittelzentren Hoppegarten⁵ (direkt westlich angrenzend), Erkner (rd. 22 km südöstlich) und Strausberg (rd. 20 km nordöstlich). Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Metropole Berlin (Stadtgrenze in rd. 4 km Entfernung).

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung und der überdurchschnittlichen Kaufkraft zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Neuenhagen. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt. Neuenhagen ist raumordnerisch als Mittelzentrum eingestuft (in Funktionsteilung mit Hoppegarten) und übernimmt damit eine mittelzentrale Versorgungsfunktion für den ausgewiesenen Verflechtungsbereich. Bei den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten besitzt Neuenhagen überwiegend die Aufgabe der qualifizierten Versorgung der eigenen Einwohner (raumordnerischer Nahbereich).

⁵ Neuenhagen bei Berlin gemeinsam mit Hoppegarten als Mittelzentrum in Teilfunktion.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabensspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Neuenhagen übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld, vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken.

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit typgleichen und typähnlichen strukturprägenden Lebensmittelangeboten. Darüber hinaus ist das eigene Filialnetz von Aldi bzw. Edeka zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

In der nachfolgenden Karte sind die überörtlichen Wettbewerbsstrukturen im Lebensmittel Einzelhandel dargestellt, welche die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen. Wie dieser zu entnehmen ist, befinden sich innerhalb der Gemeinde Neuenhagen neben dem Aldi-Markt fünf weitere strukturprägende Anbieter des Lebensmittel Einzelhandels. Dazu zählen zwei weitere Lebensmitteldiscounter und drei Verbrauchermärkte.

Das Standortnetz verdichtet sich darüber hinaus in den Kernorten der umliegenden Gemeinden bzw. Ortsteile (insbesondere Hoppegarten, Fredersdorf-Vogelsdorf und Berlin).

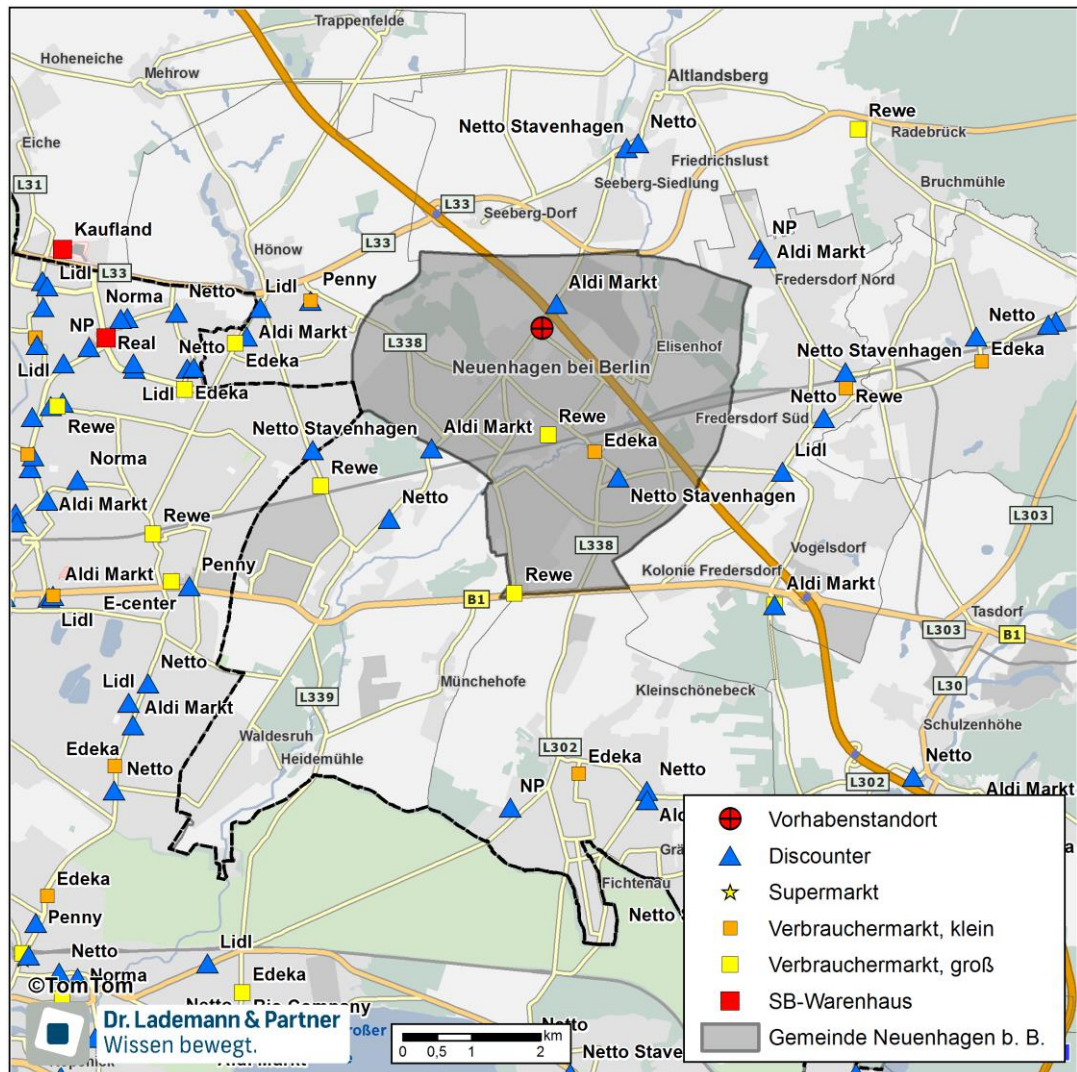


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer eher intensiven vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Raum auszugehen, die sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Innerhalb der Gemeinde Neuenhagen selbst ist gleichwohl eine tendenziell entspanntere Wettbewerbssituation zu konstatieren.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich über das gesamte Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin (Zone 1) und wird durch Teile der Stadt Altlandsberg (Zone 2) ergänzt (Ortsteil Altlandsberg und Gemeindeteil Seeberg).

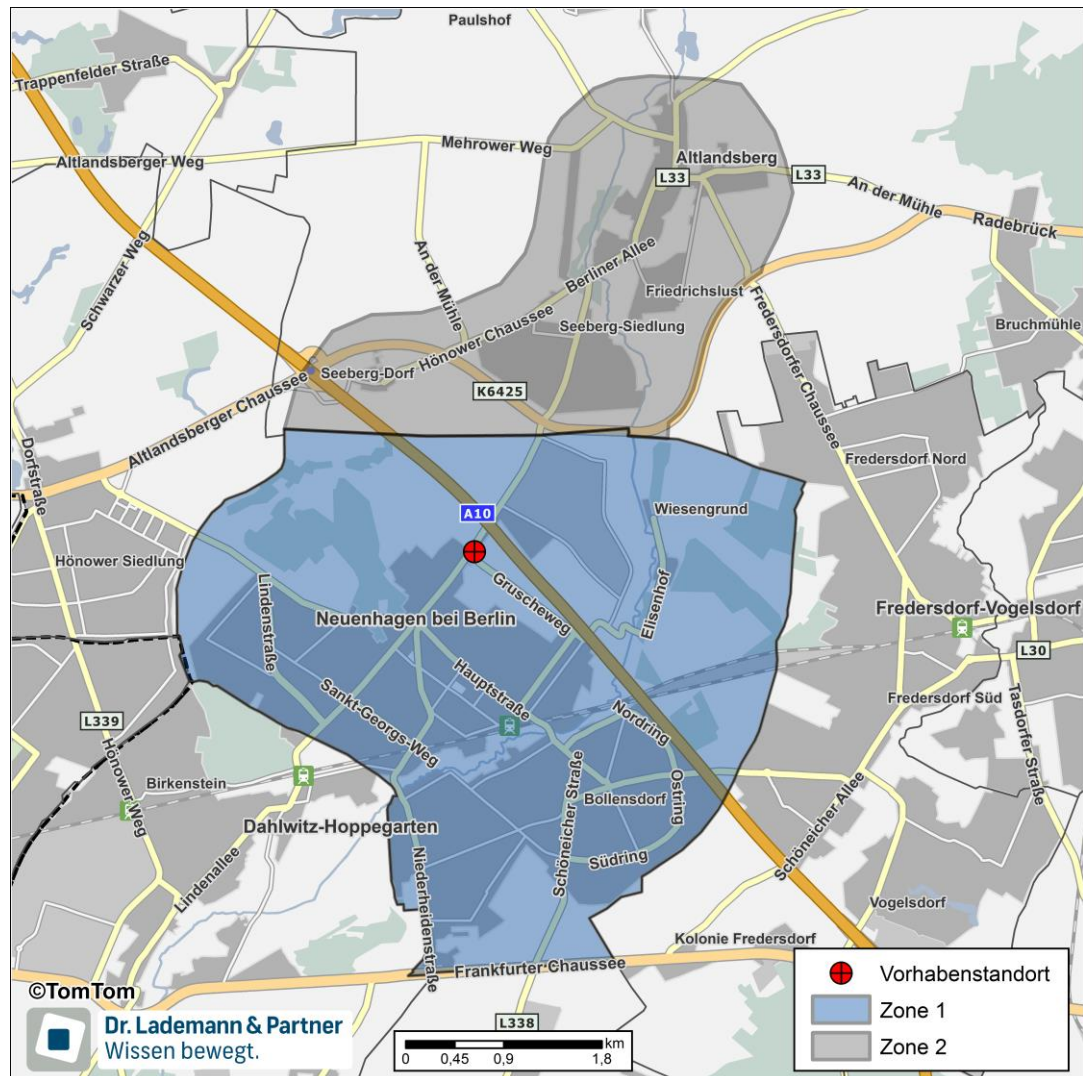


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 23.050 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden **Einwohnerpotenzial im Jahr 2023** ausgegangen werden von insgesamt **rd. 23.300 Einwohnern**.

Einzugsgebiet des Vorhabens in Neuenhagen bei Berlin

Bereich	2021	2023
Zone 1	18.832	19.060
Zone 2	4.220	4.270
Einzugsgebiet	23.052	23.330

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁶ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 161,6 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2023 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse von einem **Zuwachs des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

rd. 163,6 Mio. € (+2 Mio. €).

Davon entfallen rd. 84,4 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2023 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf*	69,6	14,8	84,4
Aperiodischer Bedarf**	65,3	13,9	79,2
Gesamt	134,8	28,8	163,6

Quelle: Eigene Berechnungen. *ohne medizinisch-pharmazeutischer Bedarf **ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Für das Vorhaben ist von einer intensiven Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Innerhalb der Gemeinde Neuenhagen selbst ist gleichwohl eine tendenziell entspanntere Wettbewerbssituation zu konstatieren.

⁶ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2021.

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens im Jahr 2021 etwa 23.050 Personen und wird bis zur Marktwirksamkeit im Jahr 2023 auf rd. 23.300 Einwohner ansteigen. Dadurch kommt es auch zu einem Anstieg des vorhabenrelevanten Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet auf etwa 164 Mio. € bis zur Marktwirksamkeit im Jahr 2023. Davon entfallen rd. 84 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Aus diesen Zahlen wird gleichwohl ersichtlich, dass das Vorhaben über seine eigentliche Nahversorgungsaufgabe für die umliegenden Siedlungsbereiche deutlich hinausgeht.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb und direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets (mögliche Betroffenheit durch die Rückholung von aktuellen Abflüssen aus dem Einzugsgebiet) analysiert.

5.1 Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im April 2020 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet⁷ des Vorhabens durchgeführt und im Jahr 2021 durch eine Online-Recherche überprüft bzw. aktualisiert.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche von

rd. 9.930 qm (ohne aperiodische Randsortimente)

vorgehalten.

Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
ZVB Neuenhagen	10	2.315
Streulage	20	5.930
Zone 1	30	8.245
Zone 2	11	1.685
Einzugsgebiet gesamt	41	9.930

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

⁷ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und umfasst das Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin sowie Teile der Stadt Altlandsberg.

Mit rd. 5.900 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Streulagen von Neuenhagen (Zone 1). Der zentrale Versorgungsbereich von Neuenhagen (Ortskern) verfügt über rd. 2.300 qm nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche. In der Zone 2 werden rd. 1.700 qm nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche vorgehalten.

Die **nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte** im Einzugsgebiet beträgt rd. 430 qm/1.000 Einwohner und liegt damit unterhalb des bundesdeutschen Durchschnitts (rd. 520 qm je 1.000 Einwohner). Dies deutet auf eine moderate Wettbewerbssituation hin.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

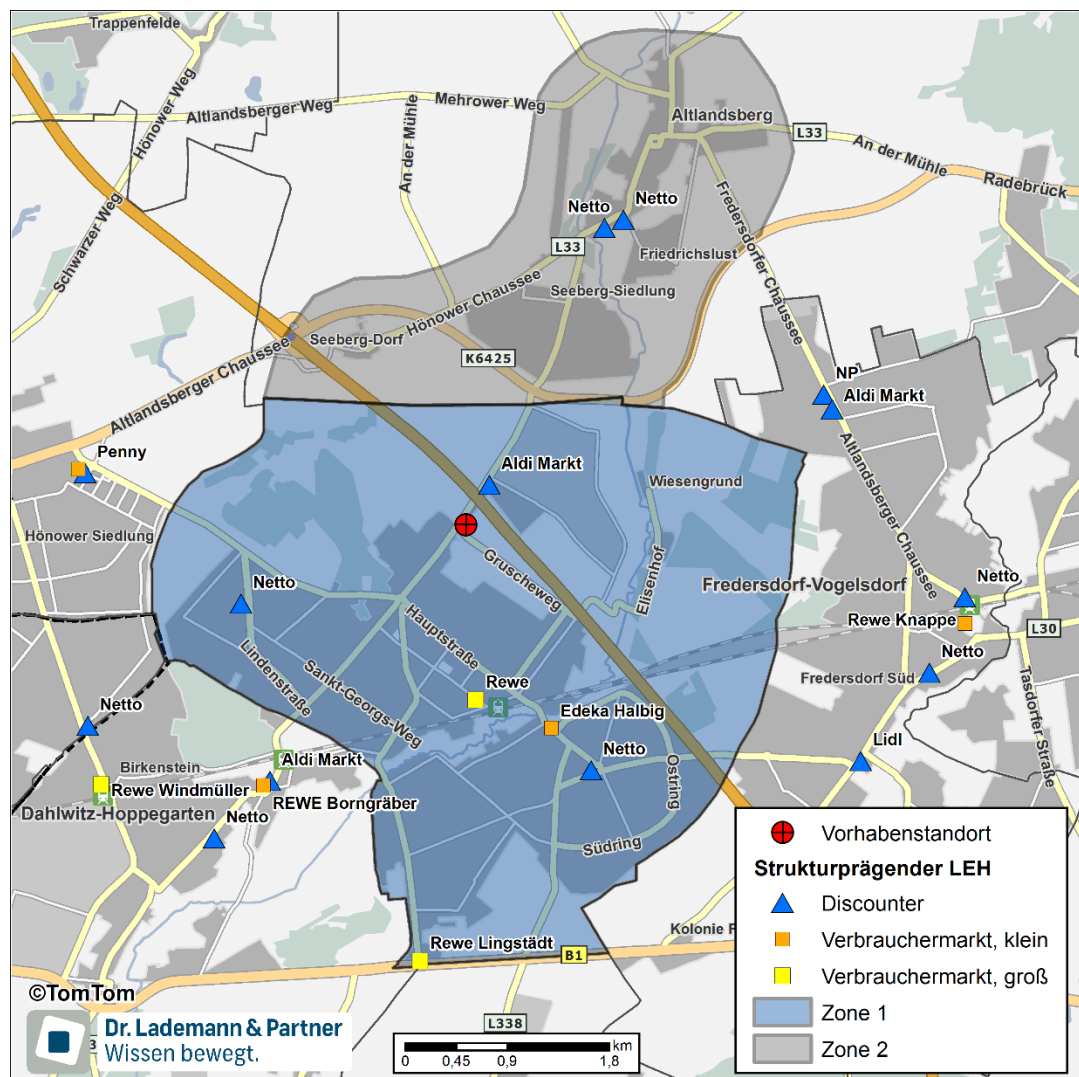


Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation

Neben dem Verlagerungsvorhaben (Aldi-Lebensmitteldiscounter an der Altlandsberger Chaussee 1) sind folgende strukturprägende Lebensmittelbetriebe (> 400 qm VKF) im Einzugsgebiet vorzufinden:

- Rewe-Verbrauchermarkt, Ernst-Thälmann-Straße 7-11, ZVB Ortskern Neuenhagen (Zone 1);
- Rewe-Verbrauchermarkt, Niederheidenstraße 153, Streulage (Zone 1);
- Netto Stavenhagen-Lebensmitteldiscounter, Lindenstraße 61, Streulage (Zone 1);
- Edeka-Verbrauchermarkt, Rosa-Luxemburg-Damm 1, Streulage (Zone 1);
- Netto Stavenhagen-Lebensmitteldiscounter, Am Schäferplatz 2, Streulage (Zone 1);
- Netto Stavenhagen-Lebensmitteldiscounter, Berliner Allee 3, Streulage (Zone 2);
- Netto-Lebensmitteldiscounter, Berliner Allee 5a, Streulage (Zone 2).



Abbildung 10: Rewe-Markt, ZVB Ortskern Neuenhagen (Zone 1)



Abbildung 11: Rewe-Markt, Streulage (Zone 1)

**Abbildung 12: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 1)****Abbildung 13: Edeka-Markt, Streulage (Zone 1)****Abbildung 14: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 1)**



Abbildung 15: Netto Stavenhagen-Markt, Streulage (Zone 2)



Abbildung 16: Netto-Markt, Streulage (Zone 2)

5.2 Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur im Einzugsgebiet

Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der **Brutto-Umsatz** bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 57,9 Mio. € (ohne aperiodische Randsortimente).

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt auf die Streulagen der Zone 1 mit rd. 34,8 Mio. €.

Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
ZVB Neuenhagen	2.315	13,1
Streulage	5.930	34,8
Zone 1	8.245	47,9
Zone 2	1.685	10,0
Einzugsgebiet gesamt	9.930	57,9

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.800 € je qm Verkaufsfläche. Daraus resultiert eine (nahversorgungsrelevante) Einzelhandelszentralität von rd. 70 % für das Einzugsgebiet, die insgesamt auf Kaufkraftabflüsse hindeutet.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt gut 9.900 qm (ohne aperiodische Randsortimente) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 57,9 Mio. € Umsatz generiert. Sowohl die nahversorgungsrelevante Zentralität als auch Verkaufsflächendichte deuten auf Nachfrageabflüsse hin.

5.3 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Im Folgenden werden die zentralen Versorgungsbereiche sowohl innerhalb als auch direkt außerhalb des Einzugsgebiets beschrieben und bewertet. Letztere können durch die Rückholung aktueller Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet durch das Vorhaben betroffen sein.

5.3.1 ZVB Ortskern Neuenhagen (Zone 1)

Der zentrale Versorgungsbereich von Neuenhagen (Ortskern) befindet sich rd. 2,2 km südlich des Vorhabenstandorts im unmittelbaren Umfeld des S-Bahnhofs Neuenhagen.

Das gewachsene Zentrum erstreckt sich ausgehend vom S-Bahnhof nördlich entlang der Ernst-Thälmann-Straße bis zum Platz der Republik sowie östlich entlang der Eisenbahnstraße und schwenkt beiderseits in die Hauptstraße. In der Hauptstraße ist auch das Bürgerhaus der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin zu finden.



Abbildung 17: ZVB Ortskern Neuenhagen

Der Einzelhandelsbesatz ist geprägt durch kleinteilige v.a. inhabergeführte Geschäfte ergänzt durch diverse Dienstleistungsbetriebe sowie eine medizinische Grundversorgung. Als Magnetbetrieb fungiert insbesondere ein Rewe-Verbrauchermarkt in der Ernst-Thälmann-Straße. Aperiodische Sortimente werden v.a. in einem Kik-Textildiscounter sowie einem Schuhfachgeschäft vorgehalten. Der Einzelhandel im Ortszentrum Neuenhagen zeichnet sich trotz des geringen Umfangs durch ein differenziertes und zum Teil spezialisiertes Angebot aus. Im Bereich Hauptstraße/Eisenbahnstraße

wurde im Jahr 2020 ein Wohn- und Geschäftshaus eröffnet, in dem u.a. ein Rossmann-Drogeriemarkt angesiedelt ist.

Insgesamt wird im zentralen Versorgungsbereich im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich aktuell auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.300 qm ein Umsatz von rd. 13,1 Mio. € erzielt. Der Standort nimmt aufgrund seiner zentralen und siedlungsintegrierten Lage neben der Funktion der Grundversorgung der Einwohner der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin insgesamt auch eine wichtige fußläufige Versorgungsfunktion ein. Dabei nimmt der Rewe-Markt eine wesentliche Schlüssel- und Frequenzbringerfunktion in der Wahrnehmung der Versorgungsaufgaben ein.

5.3.2 ZVB Ortskern Hönow (direkt außerhalb des Einzugsgebiets)

Der zentrale Versorgungsbereich von Hönow befindet sich rd. 5,8 km westlich vom Vorhabenstandort in unmittelbarer Nähe des U-Bahnhofs Hönow im gleichnamigen Ortsteil von Hoppegarten (räumlich vom übrigen Gemeindegebiet abgesetzt). Den Schwerpunkt des Zentrums bildet das kleine Shopping- und Servicecenter Hönow. Einkaufspassage an der Mahlsdorfer Straße mit einem Edeka-Verbrauchermarkt als Magnetbetrieb. Ein Aldi-Lebensmitteldiscounter auf der gegenüberliegenden Straßenseite sowie kleinteiliger Einzelhandel im direkten Umfeld des U-Bahnhofs sind Teil des zentralen Versorgungsbereichs.



Abbildung 18: ZVB Hönow

Das nahversorgungsrelevante Angebot wird neben den beiden Lebensmittelmärkten durch einen Drogeriefachmarkt sowie einen Getränkemarkt als größere Anbieter ergänzt. Im Zentrum werden auch aperiodische Bedarfe in relativ großem Umfang bedient – hier vor allem in einem Kik-Textildiscounter, in zwei Geschäften für Haushaltsbedarfe sowie in einem Dänischen Bettenlager. Das Zentrum zeichnet sich

insgesamt durch einen gewissen Sortimentsmix aus und bedient eine eher preisorientierte Nachfrage. Insgesamt wird im zentralen Versorgungsbereich im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf auf einer Verkaufsfläche von rd. 3.800 qm ein Umsatz von rd. 18,7 Mio. € erzielt. Der Standort ist als stabil einzustufen.

5.3.3 ZVB Ortskern Hoppegarten (direkt außerhalb des Einzugsgebiets)

Der zentrale Versorgungsbereich von Hoppegarten in Funktion eines Ortskerns des Ortsteils Dahlwitz-Hoppegarten der Gemeinde Hoppegarten befindet sich rd. 3,4 km südwestlich des Vorhabenstandorts in unmittelbarer Nähe zum S-Bahnhof und erstreckt sich entlang der Lindenallee im Bereich der Rennbahnallee. Der Standortbereich ist sowohl mit dem PKW als auch mit dem ÖPNV gut erreichbar.



Abbildung 19: ZVB Ortskern Hoppegarten

Das Angebot im Zentrum ist im Bereich des Einzelhandels hauptsächlich auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf ausgerichtet und wird im Wesentlichen durch einen Rewe-Verbrauchermarkt mit integriertem Getränkemarkt sowie einen Aldi-Lebensmitteldiscounter bereitgestellt. Der Rewe-Verbrauchermarkt befindet sich derzeit (Stand Juli 2021) im Umbau und erweitert seine Verkaufsfläche auf rd. 1.800 qm, wodurch es langfristig zu einer zukunftsfähigen Absicherung des ZVB Ortskern Hoppegarten kommen wird. Die Verkaufsflächengröße des Aldi-Markts ist weiterhin als nicht mehr zeitgemäß einzustufen, so dass perspektivisch auch für diesen Entwicklungsbedarf besteht. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch einen Bäckereibetrieb im Vorkassenbereich des Rewe-Markts, ein kleines Schreibwarengeschäft sowie eine Apotheke und ein Sanitätshaus. Abgerundet wird das geringe Angebot hier durch eine Sparkassenfiliale sowie einen Frisörbetrieb. Als

wichtige Frequenzbringer sind zudem noch das Rathaus sowie das Gesundheitszentrum aufzuführen.

Insgesamt wird im Ortskern Hoppegarten im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.100 qm ein Umsatz von rd. 12,7 Mio. € erzielt (hier noch ohne Berücksichtigung der Neuaufstellung des Rewe-Markts). **Der Standort nimmt aufgrund seiner zentralen und siedlungsintegrierten Lage eine wichtige fußläufige Versorgungsfunktion für die zentral gelegenen Bereiche der Flächengemeinde Hoppegarten ein.**

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs oder eines Einzelhandelsstandorts sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der Marktanteil den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann. Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Verlagerung/Erweiterung und Neuansiedlung zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

Die Umsatzprognose für das Gesamtvorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzungen im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurden dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.

Für das Gesamtvorhaben ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 10 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 20 %, in der Zone 2 sind etwa 11 % zu erwarten.

Marktanteile des Gesamtvorhabens nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	69,6	14,8	84,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	13,6	1,6	15,2
Marktanteile	20%	11%	18%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	65,3	13,9	79,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,8	0,1	0,9
Marktanteile	1%	1%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	134,8	28,8	163,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	14,4	1,7	16,1
Marktanteile	11%	6%	10%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 7: Marktanteile des Gesamtvorhabens innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve⁸ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 5.900 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 16,9 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 16,0 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfällt.

⁸ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Besucher, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort leben).

Umsatzstruktur des Vorhabens (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	2.669	6.000	16,0
davon Aldi	1.092	6.700	7,3
davon Edeka	1.577	5.500	8,7
aperiodischer Bedarf	191	4.800	0,9
davon Aldi	108	5.000	0,5
davon Edeka	83	4.500	0,4
Gesamt	2.860	5.900	16,9

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 8: Umsatzstruktur des Gesamtvorhabens

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Verlagerung und Erweiterung eines bereits in Neuenhagen ansässigen Aldi-Lebensmitteldiscounters sowie die Neuansiedlung eines Verbrauchermarkts. Der bestehende Discounter hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert⁹. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Aldi-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 3 % bzw. 6 % im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Marktanteile des Aldi-Markts im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	68,7	14,7	83,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,3	0,5	4,8
Marktanteile	6%	3%	6%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	64,5	13,8	78,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,0	0,4
Marktanteile	0,5%	0,3%	0,5%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	133,2	28,4	161,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,6	0,5	5,2
Marktanteile	3%	2%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 9: Marktanteile des Aldi-Markts (Status quo)

⁹ Voraussetzung dafür: Nahversorgungsrelevante Nachnutzung am Altstandort muss ausgeschlossen werden können.

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen)** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Aldi-Markts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	728	7.000	5,1
davon Aldi	728	7.000	5,1
davon Edeka	-	-	-
aperiodischer Bedarf	72	5.200	0,4
davon Aldi	72	5.200	0,4
davon Edeka	-	-	-
Gesamt	800	6.840	5,5

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 10: Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Status quo)

Der **Umsatzzuwachs¹⁰** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei rd. 11,4 Mio. € liegen. Davon entfallen rd. 10,9 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

Umsatzzuwachs des Gesamtvorhabens (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	1.941	10,9
davon Aldi	364	2,2
davon Edeka	1.577	8,7
aperiodischer Bedarf	119	0,5
davon Aldi	36	0,2
davon Edeka	83	0,4
Gesamt	2.060	11,4

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Gesamtvorhabens durch Vorhabenrealisierung

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

¹⁰ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Aldi-Markt seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenenerweiterung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Allerdings wurden die Attraktivität und Ausstrahlungswirkung der Gesamtentwicklung berücksichtigt.

Markanteilszuwachs des Gesamtvorhabens im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	69,6	14,8	84,4
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	9,3	1,1	10,3
Markanteilszuwachs (%-Punkte)	13%	7%	12%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	65,3	13,9	79,2
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	46%	5%	51%
Markanteilszuwachs (%-Punkte)	1%	0,4%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	134,8	28,8	163,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	9,7	1,1	10,9
Markanteilszuwachs (%-Punkte)	7%	4%	7%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 12: Markanteilszuwachs des Vorhabens durch Realisierung

Für das Gesamtvorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 10 % auszugehen. (Markanteilszuwachs um rd. 7 %-Punkte). Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 11,4 Mio. €, davon rd. 10,9 Mio. € im periodischen Bedarf (Voraussetzung für diese Delta-Betrachtung ist, dass eine nahversorgungsrelevante Nachnutzung am Altstandort planerisch gesichert ausgeschlossen werden kann). Insgesamt werden künftig am Standort rd. 16,9 Mio. € generiert werden.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der **Wirkungsprognose** wird untersucht, wie sich der prognostizierte (Mehr-)Umsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2023 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss

zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Gesamtvorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Gesamtvorhabens (prospektiv 2023) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteilszuwachs) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem **Marktwachstum** infolge der Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsmildernd** zu berücksichtigen.
- **Wirkungsmildernd** schlägt zudem zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**. Von einer signifikanten Umlenkung aktueller Nachfragezuflüsse ist angesichts einer Zentralität von < 100 % nicht auszugehen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

Das Gesamtvorhaben wird jedoch einen Teil seiner Umsätze aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen sowie Streuumsätzen aus Bereichen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets erzielen. Diese werden in einer überschlägigen Worst-Case-Betrachtung gegen die untersuchten Standorte direkt außerhalb des Einzugsgebiets (ZVB Hönow und Hoppegarten aber auch der neu eröffnete Rewe im OT Bruchmühle in Altlandsberg als wesentliche Einkaufsalternative für die Bevölkerung in Altlandsberg) gerechnet.

Die Wirkungen des Vorhabens im **Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf)** werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den **Marktanteil** bzw. dessen Zuwachs, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von etwa 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich

auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Neuansiedlung bzw. Erweiterung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Das Gesamtvorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 10,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsmildernd ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einem Marktwachstum aufgrund von Bevölkerungsgewinnen profitieren werden (zusammen rd. 0,8 Mio. €). Darüber hinaus ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (rd. 2,5 Mio. €). Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 7,1 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz¹¹ im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 13%.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass der ZVB Ortskern Neuenhagen am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 16 %). In den Streulagen in der Zone 1 liegt die Umsatzumverteilungsquote bei rd. 14 %. Die Betriebe in der Zone 2 sind durchschnittlich mit rd. 7 % Umsatzrückgang betroffen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die einzelnen Effekte wurden jeweils separat ermittelt.

¹¹ Ohne den Bestandsumsatz des Aldi-Markts, um Wirkungen „gegen sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen.

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Neuenhagen bei Berlin - Umsatzzuwachs (2023)							
Periodischer Bedarf	ZVB Neuenhagen	Streulage	Zone 1 Gesamt	Ortskern Altlandsberg	Streulage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	3,33	5,93	9,26	0,17	0,92	1,09	10,35
abzgl. Wirkungsmilderung durch Marktwachstum zu Gunsten des Vorhabens in Mio. €	-0,04	-0,07	-0,11	0,00	-0,01	-0,01	-0,12
abzgl. Partizipation dervorhandenen Betriebe an Marktwachstum in Mio. €	-0,19	-0,34	-0,53	-0,02	-0,09	-0,11	-0,64
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,81	-1,44	-2,25	-0,04	-0,22	-0,27	-2,52
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	2,29	4,08	6,37	0,11	0,59	0,70	7,07
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des best. besteh	15,8%	13,6%	14,3%	8,0%	6,7%	6,9%	12,9%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens

Durch die Rückholung aktueller Abflüsse aus dem Einzugsgebiet sowie die Umlenkung der (sporadischen) Streuumsätze können auch Standorte außerhalb des Einzugsgebiets von Umsatzumverteilungswirkungen betroffen sein. Für die (zentralen) Versorgungsbereiche direkt außerhalb des Einzugsgebiets (ZVB Hoppegarten und ZVB Hönow sowie Rewe in Altlandsberg-Bruchmühle) errechnen sich Umsatzrückgänge von etwa 7 bis 10 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters sowie Neuansiedlung des Edeka-Verbrauchermarkts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs innerhalb des Einzugsgebiets Werte von im Schnitt rd. 13 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 16 % prospektiv für den ZVB Ortskern Neuenhagen zu erwarten.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Neuenhagen bei Berlin einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von 2.860 qm soll über eine Bauleitplanung realisiert werden und ist damit nach § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen. Außerdem sind die Bestimmungen der gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg¹² zu berücksichtigen.

Gemäß LEP HR 2019 sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

- **Ziel 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der BauNVO sind nur in zentralen Orten zulässig (**Konzentrationsgebot**).

- **Ziel 2.7 Schutz benachbarter Zentren**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (**raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot**).

- **Grundsatz 2.8 Angemessene Dimensionierung**

Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (**Kongruenzgebot**).

- **Grundsatz 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden kann.

- **Ziel 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte**

(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für

¹² Vgl. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) 2019.

zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

- (3) Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Absatz 1 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. G 2.11 bleibt unberührt. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen.

Nach den Regelungen des BauGB ist neben den bereits angesprochenen Belangen zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das **„Kongruenz- bzw. Konzentrationsgebot“**, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Danach ist ein Vorhaben raumordnerisch zulässig, wenn sein Einzugsgebiet in etwa dem Verflechtungsraum entspricht, d.h. nicht wesentlich über diesen hinausreicht und funktional der Aufgabe innerhalb des zentralörtlichen Gefüges entspricht.

Neuenhagen ist von Seiten der Landesplanung die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums (in Funktionsteilung mit Hoppegarten) zugewiesen. Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist Neuenhagen demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.

Das Vorhaben weist überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente auf (insgesamt rd. 7 % bzw. rd. 190 qm Verkaufsfläche) und dient damit der verbrauchernahen Versorgung.

Das **prospektive Einzugsgebiet** des Vorhabens umfasst im Wesentlichen das Gemeindegebiet von Neuenhagen und geht im Norden etwas darüber hinaus (Teile von Altlandsberg). Etwa 85 % des Umsatzes wird das Gesamtvorhaben mit Kunden aus Neuenhagen generieren. Etwa 5 % der Umsätze entfallen auf Streukunden, die räumlich nicht genau zugeordnet werden können und etwa 10 % der Umsätze entfallen auf

Zuflüsse mit Kunden aus Altlandsberg. Zugleich erreicht das Vorhaben die größte Marktdurchdringung im eigenen Gemeindegebiet. Dem Vorhaben kann damit ein auf die lokale Bevölkerung ausgerichteter Versorgungsauftrag attestiert werden. Es wird zu keinen erheblichen vorhabeninduzierten Kaufkraftabzügen aus den umliegenden Orten kommen. **Negative Auswirkungen auf das raumordnerische Gleichgewicht sind auszuschließen.**

Das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin beträgt in 2023 rd. 69,6 Mio. €. Für das Vorhaben wird von einem Umsatzvolumen im nahversorgungsrelevanten Bedarf von rd. 16,0 Mio. € ausgegangen, was einem Anteil am nahversorgungsrelevanten Nachfragepotenzial (Kaufkraft) der Gemeinde Neuenhagen von rd. 23 % entspricht. Der Richtwert zur Bewertung einer strukturverträglichen Kaufkraftbindung in Höhe von bis zu 25 % wird somit (noch) unterschritten.

Das Vorhaben wird dem Kongruenz- sowie dem Konzentrationsgebot gemäß LEP HR 2019 gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert). Je nach konkreter Ausgangslage können aber auch bereits Umsatzrückgänge von weniger als 10 % zu negativen Auswirkungen führen oder Umsatzrückgänge von mehr als 10 % keine negativen Auswirkungen zur Folge haben. Es kommt immer auf die Situation im Einzelfall an.

Die Wirkungsprognose hat eine absatzwirtschaftlich ermittelte Umsatzumverteilungsquote von rd. 13 %, bezogen auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestand im Einzugsgebiet, ergeben. Damit wird der kritische 10 %-Schwellenwert bezogen auf das Einzugsgebiet insgesamt überschritten.

Aufgrund der räumlichen Nähe werden die Betriebe innerhalb der Einzugsgebietszone 1 überdurchschnittlich von dem Vorhaben betroffen sein. **Im ZVB Ortskern Neuenhagen (rd. 2,2 km vom Vorhabenstandort entfernt) werden mit rd. 16 % die höchsten Umsatzrückgänge erwartet. Der 10 %-Schwellenwert wird somit schon deutlich überschritten. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst v.a. einen Rewe-Verbrauchermarkt, einen Rossmann-Drogeriemarkt und weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote. Der zentrale Versorgungsbereich wird hauptsächlich von dem strukturprägenden Lebensmittelmarkt getragen. Dazu trägt der Standort für die zentral gelegenen Wohngebiete der Gemeinde Neuenhagen die fußläufige Versorgungsfunktion. Es besteht damit die Gefahr, dass der wesentliche Frequenzbringer der Standortlage im Zuge der Neuansiedlung des geplanten Verbrauchermarkts im Zusammenhang mit der Erweiterung von Aldi „wegbricht“.**

Die „Versorgungsschieflage“ sollen auch folgende Zahlen verdeutlichen: Während der Ortskern eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche von rd. 2.300 qm aufweist, sind es am Vorhabenstandort knapp 2.700 qm auf. Der Ortskern wäre nicht mehr der dominierende Standort im Einzelhandelsgefüge der Gemeinde.

Auch die **Streulagen der Zone 1 sind mit rd. 14 % Umsatzrückgang durch das Vorhaben erheblich tangiert. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs kann in der Zone 1 (Neuenhagen) nicht ausgeschlossen werden. Zusammenfassend kann somit für die Zone 1 konstatiert werden, dass durch das Vorhaben sowohl die Funktionsfähigkeit und die Weiterentwicklung des Zentrums gefährdet ist als auch die ausgewogene**

verbrauchernahe Versorgung in den Streulagen, die die flächendeckende fußläufige Versorgung der Gemeinde übernimmt.

Die Zone 2 weist eine Umsatzumverteilungsquote von rd. 7 % auf und liegt damit unterhalb des kritischen Schwellenwerts von rd. 10 %, wird aber dennoch spürbare Umsatzrückgänge auslösen. Eine vorhabeninduzierte Schließung von ansonsten marktfähigen Betrieben kann gleichwohl ausgeschlossen werden.

Die (zentralen) Versorgungsbereiche direkt außerhalb des Einzugsgebiets (ZVB Ortskern Hoppegarten und ZVB Hönow sowie Rewe in Altlandsberg-Bruchmühlen) sind jeweils mit rd. 7 bis 10 % Umsatzumverteilung betroffen, so dass die Umsatzrückgänge durchaus spürbar sein werden. Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind dabei nicht vollständig auszuschließen.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich bei Umsatzrückgängen von bis zu rd. 16 % nicht ausgeschlossen werden. Dies gilt insbesondere für die Angebote im Nahbereich (Zone 1) und hier v.a. im zentralen Versorgungsbereich von Neuenhagen (Ortskern). Der zentrale Versorgungsbereich umfasst einen Rewe-Verbrauchermarkt, einen Rossmann-Drogeriemarkt und weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote. Der zentrale Versorgungsbereich wird somit hauptsächlich von dem strukturprägenden Lebensmittelmarkt getragen. Dazu gewährleistet der Standort für die zentral gelegenen Wohngebiete der Gemeinde Neuenhagen die fußläufige Versorgungsfunktion. Es besteht damit die Gefahr, dass der wesentliche Frequenzbringer der Standortlage im Zuge der Neuansiedlung des geplanten Verbrauchermarkts im Zusammenhang mit der Erweiterung von Aldi „wegbricht“.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts (gemäß LEP)

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Berlin-Brandenburg sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten vorrangig innerhalb

von zentralen Orten zulässig. Zentrenrelevanter Einzelhandel ist nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Für großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung gilt jedoch, dass diese hier auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sind.

Da es sich bei dem Vorhaben um nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe handelt, die zu 93 % nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten werden, sind diese nicht ausschließlich auf zentrale Versorgungsbereiche zu verweisen.

Gleichzeitig sei an dieser Stelle zu betonen, dass es sich bei dem Vorhabenstandort um keinen zentralen Versorgungsbereich handelt und die Gesamtdimensionierung der Betriebe (rd. 2.860 qm VKF) insgesamt deutlich über die Nahversorgung hinausgeht, die an anderer Stelle im LEP HR (Vorhaben, das der Nahversorgung dient und außerhalb zentraler Orte angesiedelt werden darf) mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.500 qm beziffert wird.

Das Vorhaben steht somit mit dem städtebaulichen Integrationsgebot im Sinne des LEP HR im Einklang. Gleichwohl ist darauf zu verweisen, dass der Gesamtumfang des Vorhabens über die reine Nahversorgung hinausgeht. Das Einzugsgebiet geht deutlich über die umliegenden Siedlungsbereiche hinaus. Zudem befindet sich der Standort in Siedlungsrandlage und verfügt damit nicht über eine vollständige Integration ins Siedlungsgefüge – trotz Wohnungsbaus im Umfeld. Auch ist darauf zu verweisen, dass der Planstandort perspektivisch mehr nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche umfassen wird als der Ortskern.

Fazit

8 Fazit

In der brandenburgischen Gemeinde Neuenhagen bei Berlin ist die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung eines Aldi-Marktes (von heute rd. 800 qm auf 1.200 qm Verkaufsfläche) im Bereich Carl-Schmücke-Str./Gruscheweg geplant. Zusätzlich soll ein Edeka-Verbrauchermarkt mit rd. 1.660 qm Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei mit rd. 60 qm Verkaufsfläche) neu angesiedelt werden. Die Realisierung des Vorhabens soll über die Aufstellung eines Bebauungsplans erfolgen. Prüfungsmaßstab waren damit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den landesplanerischen Vorgaben aus dem LEP HR.

Für die städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens ist Folgendes festzuhalten:

Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich über das gesamte Gemeindegebiet von Neuenhagen und umfasst zusätzlich südwestliche Teile der benachbarten Gemeinde Altlandsberg. Das Kundenpotenzial des Vorhabens beläuft sich im Jahr 2023 auf rd. 23.330 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial wird rd. 163,6 Mio. € betragen. Damit geht das Vorhaben über seine Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche hinaus.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 9.930 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden aktuell rd. 57,9 Mio. € Umsatz erwirtschaftet. Die unterdurchschnittliche nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte sowie die ermittelte nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 70 % im Einzugsgebiet deuten auf Kaufkraftabflüsse an Versorgungsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets hin.

Nach den Modellrechnungen errechnet sich im worst-case für die Verkaufsflächenerweiterung bzw. Neuansiedlung von insgesamt rd. 2.060 qm (zusätzliche Verkaufsfläche) ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 11,5 Mio. €, wovon rd. 11,0 Mio. € auf den periodischen Bedarf entfallen. Dies entspricht einem Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von rd. 12 %-Punkten bezogen auf den periodischen Bedarf. Insgesamt werden somit nach der Vorhabenrealisierung am Standort rd. 17,0 Mio. € generiert werden.

Nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner resultieren daraus die folgenden Umsatzumverteilungswirkungen im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich:

- Bezogen auf die Standortlagen innerhalb des ermittelten Einzugsgebiets ergibt sich eine Umverteilungsquote von im Schnitt rd. 13 %. Am stärksten betroffen sind aufgrund der räumlichen Nähe die Betriebe in der Zone 1, insbesondere der ZVB Ortskern Neuenhagen (rd. 16 %). Hier befindet sich mit einem Rewe-Verbrauchermarkt ein strukturprägender Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer, der

die Grundversorgung und Funktionsfähigkeit des Ortskerns sicherstellt. Auch die Angebote der Streulagen Neuenhagens sind mit einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 14 % betroffen. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich bei Umsatzrückgängen von bis zu 16 % nicht ausgeschlossen werden. Dies gilt insbesondere für die Angebote im zentralen Versorgungsbereich von Neuenhagen (Zone 1).

- Mehr als unwesentliche Auswirkungen im Sinne einer Beeinträchtigung der Nahversorgung können in der Zone 2 (rd. 7 % Umsatzumverteilung) sind hingegen nicht zu erwarten, wenngleich der Ortskern von Altlandsberg mit rd. 8 % ebenfalls spürbar betroffen sein wird.
- Bezogen auf die untersuchten Standortlagen außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets belaufen sich die Umverteilungswirkungen auf rd. 7 bis 10 % und fallen damit ebenfalls erhöht aus. Somit sind mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den ZVB Hönow und den ZVB Hoppegarten bzw. den Rewe-Markt in Altlandsberg-Bruchmühlen nicht vollständig auszuschließen. Das Vorhaben wird von diesen Standorten im Wesentlichen aus dem Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft wieder zurückholen.

Für die Versorgungsstandorte innerhalb sowie außerhalb des Einzugsgebiets kann demnach ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich oder raumordnerisch relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche, der verbrauchernahen Versorgung und des raumordnerischen Gleichgewichts somit nicht ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Schließung von ansonsten marktfähigen Betrieben kann insbesondere bezogen auf den Neuenhagener Ortskern nicht ausgeschlossen werden.

Die beiden Lebensmittelmärkte werden jeweils auf mindestens rd. 93 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten. Außerdem werden die Märkte in einen Umsatz erzielen, der im periodischen Bedarf knapp unter dem 25 %-Schwellenwert der Kaufkraft der eigenen Bevölkerung liegt, was einer strukturverträglichen Kaufkraftbindung entspricht. Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich zudem ganz überwiegend auf das Gemeindegebiet von Neuenhagen. Das Vorhaben wird damit wesentlich durch das örtliche Nachfragepotenzial getragen. Sowohl dem Konzentrations- als auch dem Kongruenzgebot kann somit entsprochen werden. Das Vorhaben steht mit seinem nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt mit dem städtebaulichen Integrationsgebot im Sinne des LEP HR zwar im Einklang. Gleichwohl ist darauf zu verweisen, dass der Gesamtumfang des Vorhabens über die reine Nahversorgung (deutlich größeres Einzugsgebiet als die umliegenden Siedlungsbereiche) hinausgeht. Zudem befindet sich der Standort in

Siedlungsrandlage und verfügt damit nicht über eine vollständige Integration ins Siedlungsgefüge – trotz Wohnungsbaus im Umfeld. Auch ist darauf zu verweisen, dass der Planstandort perspektivisch mehr nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche umfassen wird als der Ortskern.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass sich das Vorhaben insbesondere vor dem Hintergrund der prospektiven Umsatzumverteilungswirkungen (v.a. bezogen auf den ZVB Ortskern Neuenhagen) und der damit verbundenen Verletzung des Beeinträchtigungsverbots in seiner geplanten Gesamtdimensionierung nicht verträglich in die bestehenden Strukturen integrieren lässt.

Hamburg, August 2021

gez. Ulrike Rehr

gez. David Kamin

Dr. Lademann & Partner GmbH