

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung einer Neuansiedlung eines Nahversorgungsstandortes in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin

für die:

EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH
Wittelsbacherallee 61
32427 Minden

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Gesamtleitung)

Richard Engel, Johannes Missol
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland
Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Berlin · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 27. April 2021

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	5
2.1. Entwicklungstrends.....	5
2.2. Distributionsstrukturen	6
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	9
3. Projektplanung und Projektdaten.....	10
4. Makrostandort Neuenhagen bei Berlin	12
5. Mikrostandortanalyse	17
6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet.....	22
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	32
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	36
8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3.....	36
8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)	37
9. Auswirkungsanalyse.....	39
9.1. Umsatzprognose.....	39
9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	42
9.3. Städtebauliche Einordnung des Projektstandortes - Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung / städtebauliche Auswirkungen	46
9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens	48
10. Fazit	49

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	5
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	6
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	7
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	8
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	9
Abbildung 6: Projektareal am Kreuzungsbereich Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg	10
Abbildung 7: Lageplan zur geplanten Einzelhandelsentwicklung in Neuenhagen bei Berlin	11
Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich	16
Abbildung 9: Projektstandort mit Verkehrsanbindung und Standortumfeld	17
Abbildung 10: Ortskern Neuenhagen	26
Abbildung 11: Weitere Anbieter in Neuenhagen	27
Abbildung 12: Anbieter in der Stadt Altlandsberg	28
Abbildung 13: Anbieter in Berlin	28
Abbildung 14: Anbieter in Fredersdorf-Vogelsdorf	29
Abbildung 15: Anbieter im faktischen zentralen Versorgungsbereich Hönow, Hoppegarten	30
Abbildung 16: Weitere Anbieter in der Gemeinde Hoppegarten	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Geplante Verkaufsflächengrößen der Anbieter am neuen Nahversorgungsstandort in Neuenhagen bei Berlin	10
Tabelle 2: Einwohnerentwicklung	13
Tabelle 3: Wohneinheiten und deren Einwohner für die neuen Wohngebiete Gruscheweg 6 und 7	19
Tabelle 4: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen	23
Tabelle 5: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten	24
Tabelle 6: Marktpotenzial in den Food und Nonfood I-Sortimenten im Einzugsgebiet	34
Tabelle 7: Nachfragebindung im Einzugsgebiet	35
Tabelle 8: Umsatzprognose des geplanten Nahversorgungsstandortes sowie resultierende Flächenproduktivitäten der Anbieter	39
Tabelle 9: Umsatzbindung des geplanten Nahversorgungsstandortes	41
Tabelle 10: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den geplanten Nahversorgungsstandort in Neuenhagen bei Berlin	43

Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentrale-Orte-System gemäß LEP HR	12
Karte 2: Bevölkerungsentwicklung im Umland von Berlin 2014-2019	14
Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld	18
Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes	20
Karte 5: Maßgebliche Wettbewerbsstandorte und Untersuchungsgebiet	22
Karte 6: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Neuenhagen	25
Karte 7: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Altlandsberg	27
Karte 8: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Hönow, Hoppegarten	30
Karte 9: Einzugsgebiet des Projektstandortes	33

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin ist am Standort Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg die Etablierung eines neuen Nahversorgungsstandortes vorgesehen. Eingebunden in diese Standortentwicklung sind:

- die Verlagerung des Lebensmitteldiscounters ALDI vom nahegelegenen Standort Altlandsberger Chaussee in Verbindung mit einer Verkaufsflächenentwicklung auf zukünftig 1.200 m² (Der ALDI-Bestandsstandort wird branchenfremd, also außerhalb des Einzelhandels, nachgenutzt).
- die Neuansiedlung eines EDEKA-Supermarktes mit ca. 1.660 m² Verkaufsfläche.

Für das Vorhaben liegt ein Entwurf des Bebauungsplanes „Einzelhandel Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg“ mit Stand vom August 2018 vor. In diesem sind zwei Lebensmittelmärkte mit maximal jeweils 1.200 m² Verkaufsfläche zulässig, sodass sich die Gesamtverkaufsfläche der beiden Lebensmittelmärkte gegenüber dem Bebauungsplanentwurf durch das aktuelle Vorhaben um 460 m² erhöht. Durch die Änderung der Verkaufsflächendimensionierungen der Lebensmittelmärkte bedarf das Vorhaben einer erneuten Überprüfung. In diesem Kontext ist in dieser Auswirkungsanalyse die Genehmigungsfähigkeit gemäß §30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und des Einzelhandelserlasses des Landes Brandenburg sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, aufgrund potenzieller Auswirkungen je nach Standort, Verkaufsflächengröße und Sortiment, auf ihre städtebauliche Verträglichkeit und raumordnerische Kompatibilität gutachterlich zu untersuchen.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form wird das Projekt dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Die örtliche und regionale Wettbewerbsposition wird einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Projektstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, Marktforschungsdaten des IFH Köln sowie aktuelle Einwohnerdaten der kommunalen Statistik und des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg dar. Zudem wurden die beiden Verträglichkeitsgutachten von Junker + Kruse „Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse der Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters am Standort Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin“ aus dem Jahr 2017 sowie von Dr. Lademann & Partner „Die Carl-Schmücke-Str./Gruscheweg als Standort für Lebensmittelmärkte – Verträglichkeitsgutachten zu einem Einzelhandelsvorhaben“ aus dem Jahr 2020 von der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin zur Verfügung gestellt. Diese waren Grundlage der bisherigen Prüfungen.

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

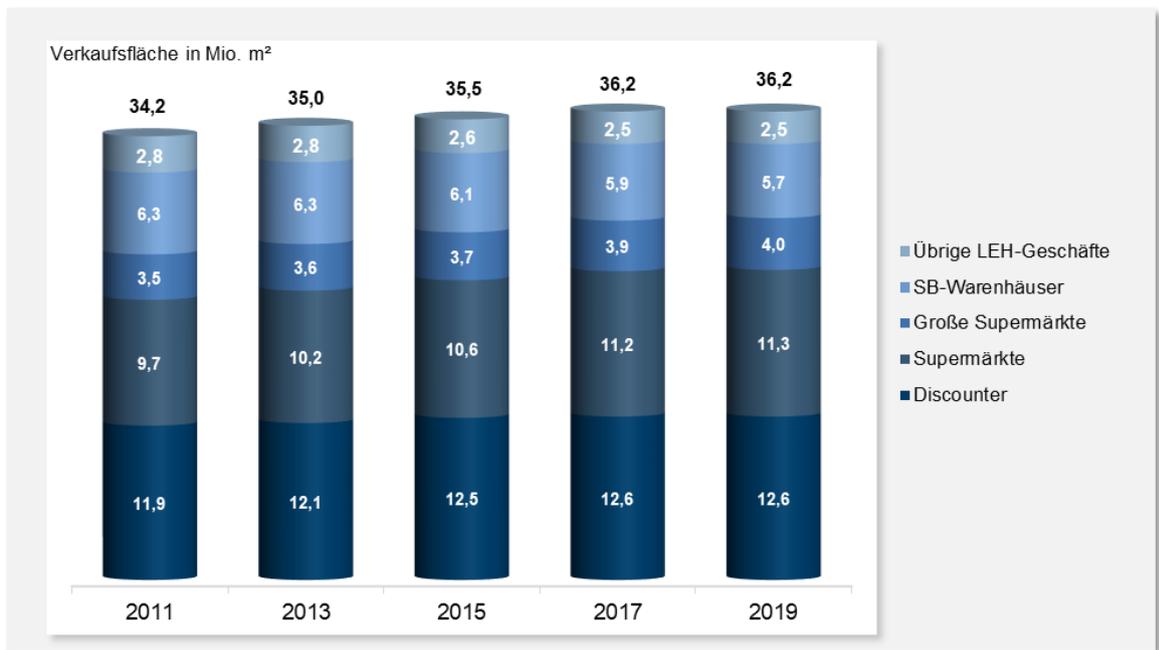
2.1. Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferservice. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 543,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 238,5 Mrd. €).¹

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 34,2 Mio. m² im Jahre 2011 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2019 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Ver-

¹ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2019, BBE-Berechnungen 2020

kaufsfäche von ca. 0,44 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17%, große Supermärkte + 14%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 10%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der angekündigten Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP wird sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fortsetzen.

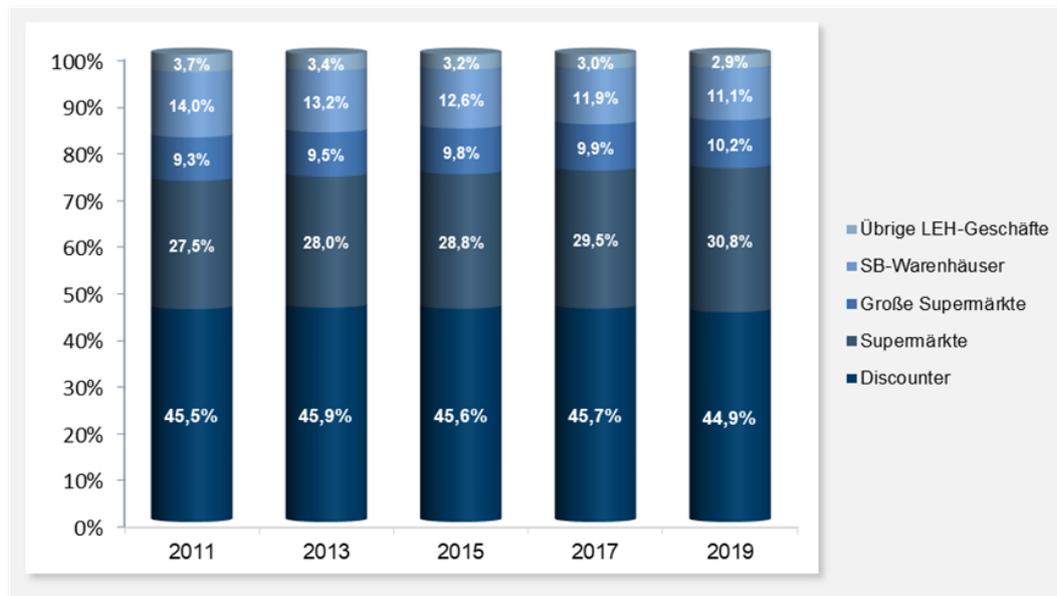
2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.887 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.176 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2021

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.³ Der Convenience-Store „REWE To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängi-

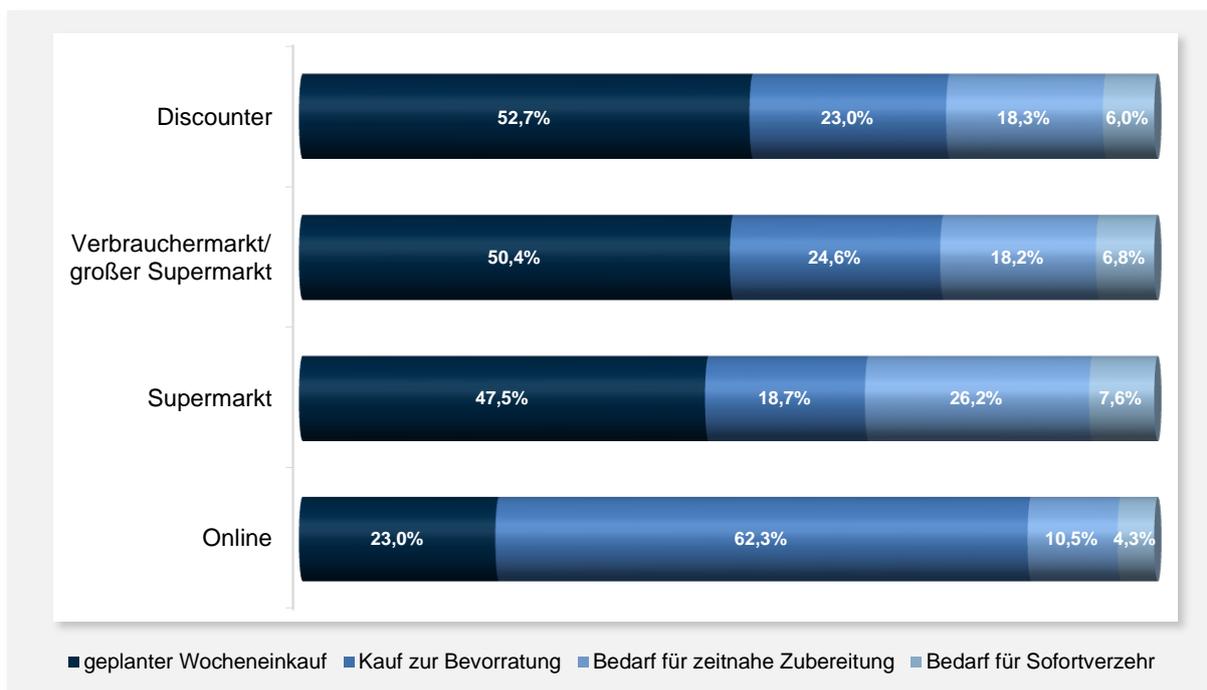
² vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2020, Stand: 2019 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

³ EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

gen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

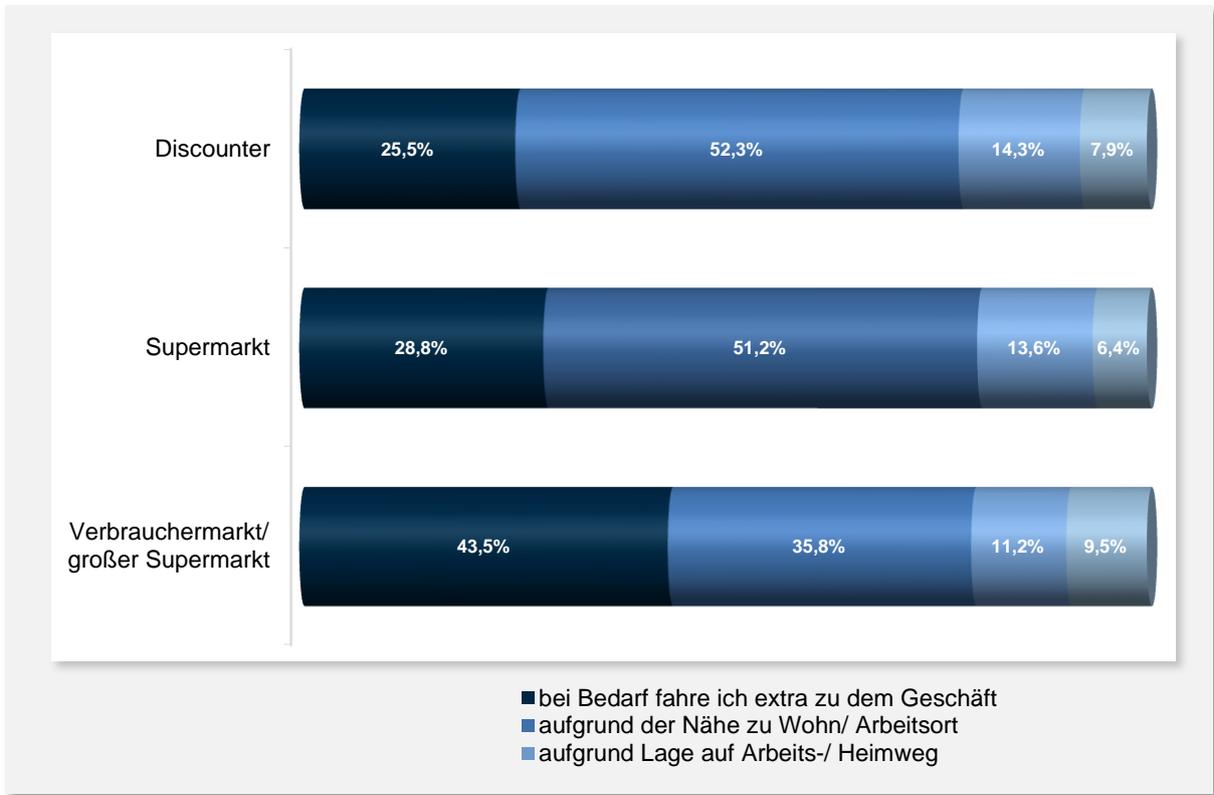
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen. Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher. Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

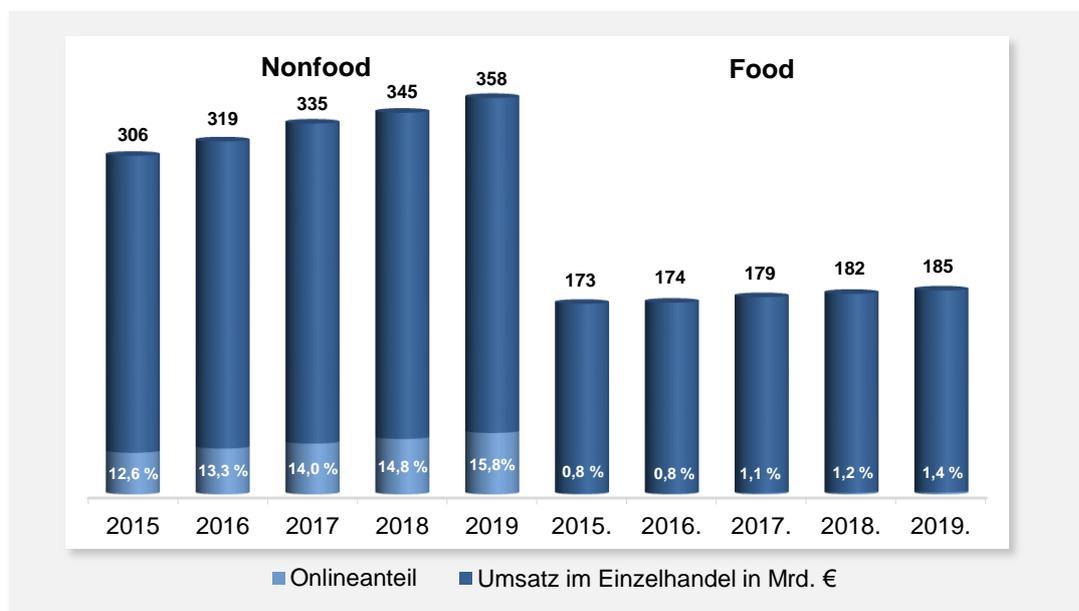
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,4% des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16% erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,8%).⁴

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2021

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten sowie im Frühjahr 2020 durch die Corona-Pandemie – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 3,0 Mrd. € in Deutschland.⁵

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

⁴ Vgl. HDE-Online-Monitor 2020

⁵ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 05/2020 bis KW 04/2021

3. Projektplanung und Projektdaten

In der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin ist die Errichtung eines neuen Einzelhandelsstandorts im Kreuzungsbereich Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg geplant. Folgende Nutzungen sind am Standort geplant:

Tabelle 1: Geplante Verkaufsflächengrößen der Anbieter am neuen Nahversorgungsstandort in Neuenhagen bei Berlin

Planvorhaben	Verkaufsfläche
Bestand	
ALDI	770 m ²
Plan	
EDEKA (inkl. Bäckerei)	1.660 m ²
ALDI	1.200 m ²
Gesamt	2.860 m²
Standortentwicklung	+ 2.090 m²
Standortentwicklung ggü. bestehendem B-Plan-Entwurf	+ 460 m²

Quelle: Auftraggeber, BBE-Berechnung 2021

Gegenüber dem bestehenden Bebauungsplanentwurf mit zwei Lebensmittelmärkten mit jeweils maximal 1.200 m² Verkaufsfläche erhöht sich die Verkaufsfläche durch das aktuelle Vorhaben um 460 m², insgesamt erhöht sich die Verkaufsfläche um 2.090 m² gegenüber dem bestehenden ALDI-Markt.

Abbildung 6: Projektareal am Kreuzungsbereich Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg

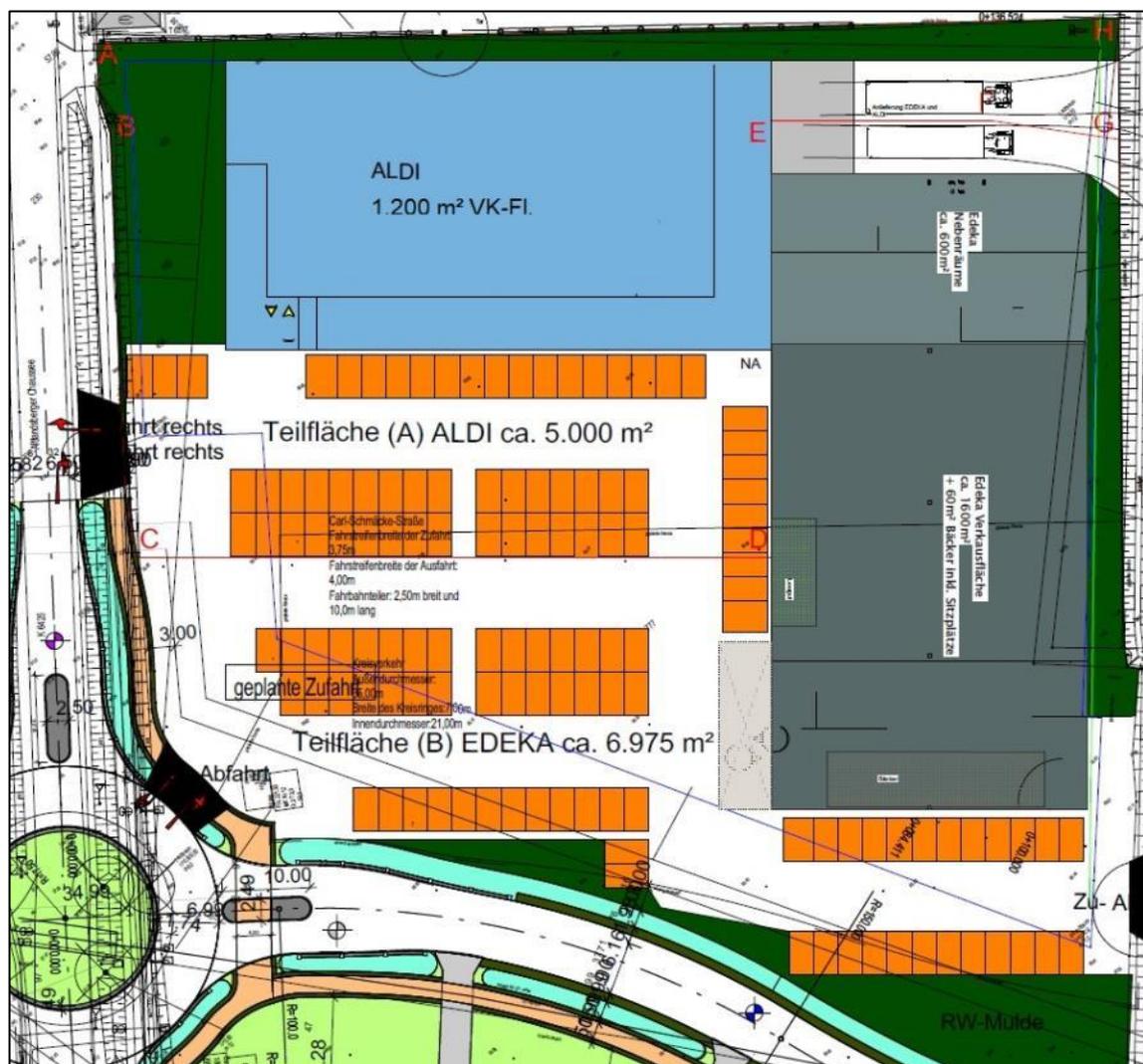


Quelle: Eigene Aufnahme, März 2021

Der nachstehende Lageplan zeigt die aktuelle Planung für den Projektstandort und die geplanten Verkaufsflächendimensionierungen. Zu- und Abfahrten zum Projektstandort erfolgen über die Altlandsberer Chaus-

see, über den projektierten Kreisverkehr Carl-Schmücke-Straße/Gruscheweg sowie der noch unbenannten Straße im Osten. Zur Aufnahme des ruhenden PKW-Verkehrs sind am Projektstandort 127 Stellplätze vorgesehen, welche von beiden Nahversorgungsmärkten genutzt werden.

Abbildung 7: Lageplan zur geplanten Einzelhandelsentwicklung in Neuenhagen bei Berlin



Quelle: Planungsgruppe EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH, bearbeitet durch BBE

Sowohl der Supermarkt als auch der Lebensmitteldiscounter bieten im Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Sortimente an. Für den projektierten EDEKA-Markt sind maximal 5% der Verkaufsfläche für Nonfood II-Sortimente anzusetzen, für den ALDI-Markt maximal 9%.

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens maßgeblich:

- Umsatzbindung und -herkunft des Planvorhabens
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Umsetzung des Planvorhabens
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in Neuenhagen bei Berlin und Umlandgemeinden
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen.

4. Makrostandort Neuenhagen bei Berlin

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin.

Regionale Lage, Erreichbarkeit und Siedlungsstruktur

Bei Neuenhagen bei Berlin handelt es sich um eine amtsfreie Gemeinde, welche dem Landkreis Märkisch-Oderland im Bundesland Brandenburg zugehörig ist und etwa 20 km östlich des Berliner Zentrums liegt. Gemäß der aktuell verfügbaren Datenbasis des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg verfügte die Gemeinde Neuenhagen zum 30.11.2020 über 18.821 Einwohner.

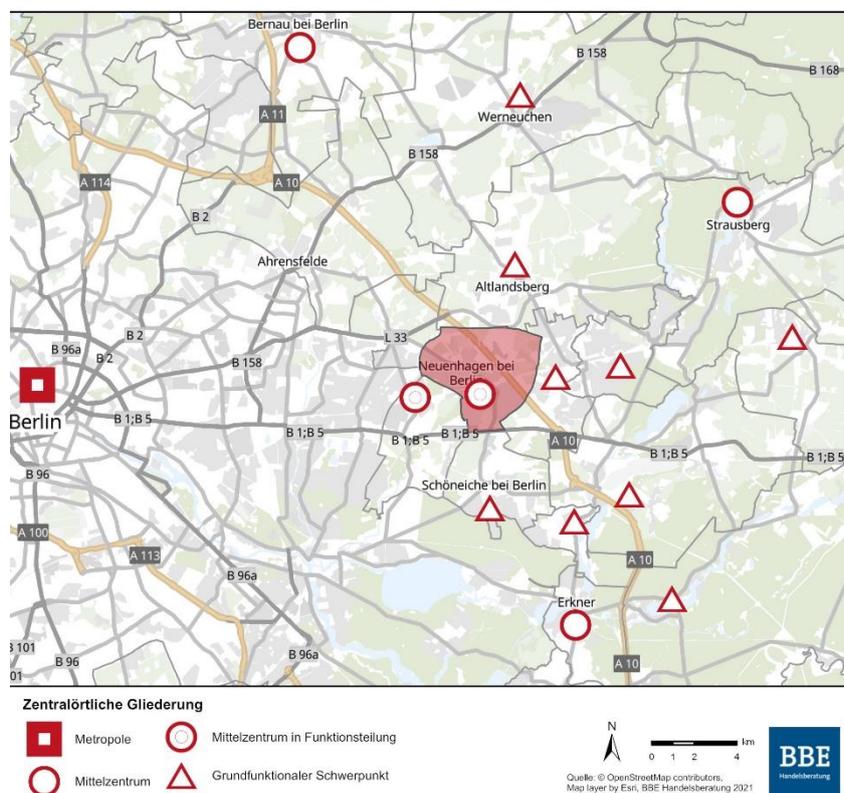
Neuenhagen wird in erster Linie durch seine Strukturen mit vorwiegend Einfamilienhäusern geprägt. Das Gemeindegebiet wird durch die Bahntrasse Berlin-Kostrzyn durchtrennt, welche mehrere Querungsmöglichkeiten bietet.

Neuenhagen verfügt über eine allgemein sehr gute Verkehrsanbindung. Die Anschlussstellen Berlin-Marzahn und Berlin-Hellersdorf gewährleisten die Anbindung an die Bundesautobahn 10, die den Berliner Ring darstellt. Mit der Hauptstadt ist Neuenhagen über die Bundesstraße B1 verbunden.

Im Regionalverkehr der Deutschen Bahn ist Neuenhagen durch die S-Bahn-Linie 5 im 20-min-Takt mit Berlin und der Stadt Strausberg verbunden. Mittels der Buslinien 940, 943, 944 und 949 der Busgesellschaft mobus werden innerörtliche und gemeindeübergreifende Busverbindungen angeboten.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Gemeinde Neuenhagen

Karte 1: Zentrale-Orte-System gemäß LEP HR



Quelle: Gemeinsame Landesplanung Berlin Brandenburg, Festlegungskarte, Stand 04/2019; Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Gemäß des aktuell gültigen Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) vom Juli 2019 erfüllt Neuenhagen zusammen mit dem benachbarten Hoppegarten die zentralörtliche Funktion eines gemeinsamen Mittelzentrums. Damit verfügt Neuenhagen auch über Versorgungsfunktionen für umliegende Gemeinden.

Die äußerst geringe Zentralitätskennziffer der Gemeinde Neuenhagen von 42,3%⁶ spiegelt jedoch diese Funktion im Einzelhandelsbereich nicht wider und zeigt starke Abflüsse in umliegende Gemeinden sowie nach Berlin aufgrund der Pendlerverflechtungen auf.

Soziodemographische Daten - Einwohnerentwicklung

Am 30.11.2020 lebten auf Datengrundlage des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg im Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin 18.821 Einwohner.

Wie aus der nachstehenden Tabelle hervorgeht, verzeichnet die Gemeinde Neuenhagen im Zeitraum seit Ende 2011 einen stetigen Bevölkerungsanstieg um insgesamt 11,9%. Die positive Bevölkerungsentwicklung in Neuenhagen hebt sich noch einmal von der generell positiven Entwicklung des Landkreises Märkisch-Oderland im selben Zeitraum ab, die mit einem Anstieg von 5,4% zwischen 2011 und Ende 2020 weitaus geringer ausfällt.

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung

Einwohnerentwicklung	Gemeinde Neuenhagen		LK Märkisch-Oderland		Land Brandenburg	
	abs.	Veränderung z. Bezugsjahr 2011 in %	abs.	Veränderung z. Bezugsjahr 2011 in %	abs.	Veränderung z. Bezugsjahr 2011 in %
31.12.2011	16.812	-	187.085	-	2.453.180	-
31.12.2012	17.007	1,2	186.925	-0,1	2.449.511	-0,1
31.12.2013	17.185	2,2	187.668	0,3	2.449.193	-0,2
31.12.2014	17.435	3,7	188.422	0,7	2.457.872	0,2
31.12.2015	17.593	4,6	190.714	1,9	2.484.826	1,3
31.12.2016	17.883	6,4	191.685	2,5	2.494.648	1,7
31.12.2017	17.986	7,0	192.921	3,1	2.504.040	2,1
31.12.2018	18.301	8,9	194.328	3,9	2.511.917	2,4
31.12.2019	18.657	11,0	195.751	4,6	2.521.893	2,8
30.11.2020	18.821	11,9	197.139	5,4	2.531.492	3,2
Kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung LBV						
2025	18.610	10,7	190.884	2,0	2.497.109	1,8
2030	18.598	10,6	186.995	0,0	2.451.098	-0,1
Bevölkerungsentwicklung aufgrund der ausgewiesenen Baugebiete						
2025	19.249					

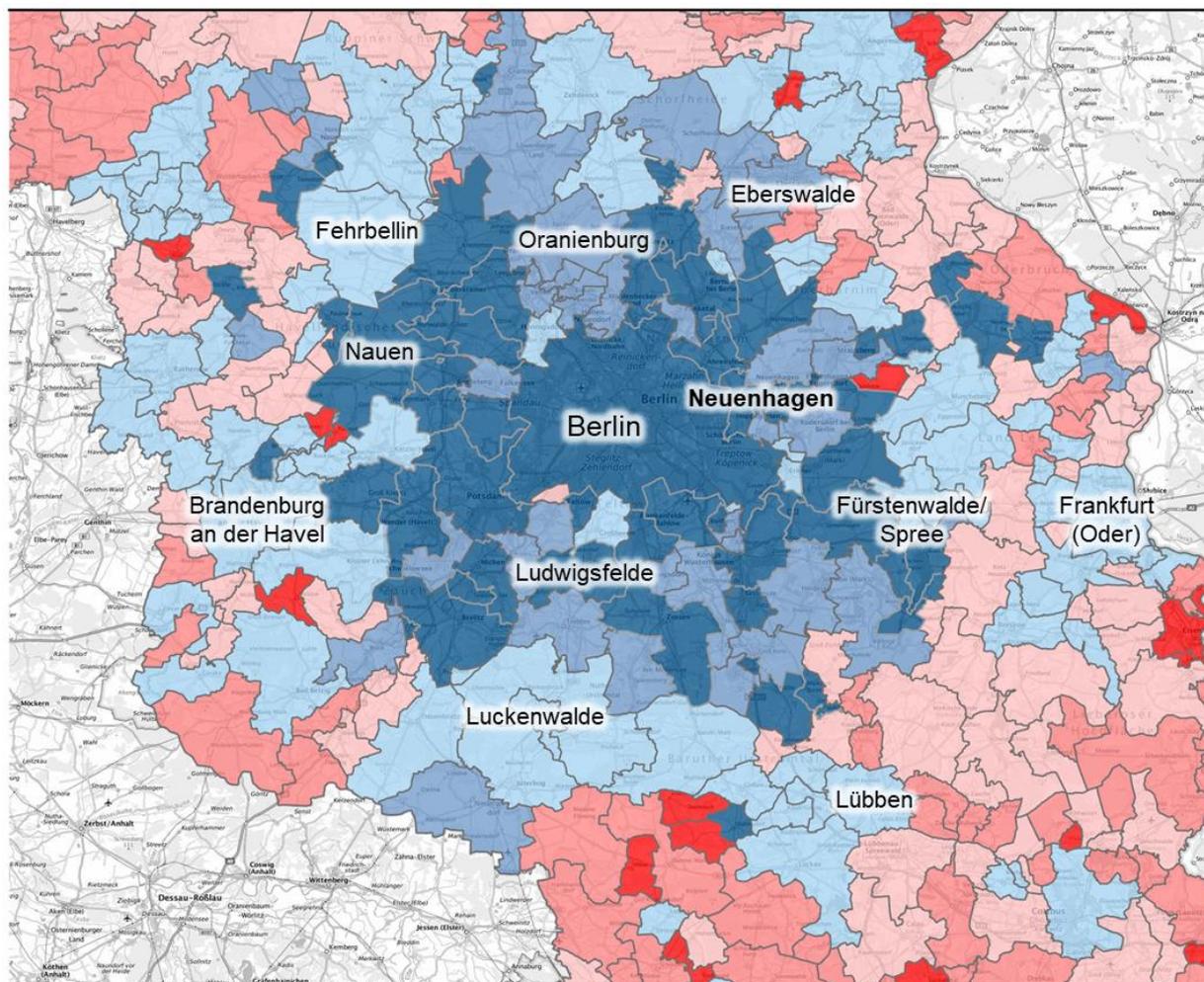
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 für die Jahre 2011 bis 2020 sowie kommunale Bevölkerungsprognose & Kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung LBV, Dez. Raumbbeobachtung 2017 bis 2030, eigene Berechnungen

Die Entwicklung der Gemeinde Neuenhagen und auch weiterer Kommunen, die sich direkt im Umland von Berlin befinden, hängt eng mit der Entwicklung der Metropole zusammen. Berlin wuchs in den letzten Jahren sehr stark und hat mittlerweile fast 3,7 Mio. Einwohner. Begründete sich die positive Einwohnerentwicklung in früheren Jahren wesentlich durch Wanderungsgewinne aus den Umlandgemeinden von Berlin, hat sich dies mittlerweile umgekehrt, wie die folgende Karte verdeutlicht. Ein positives Wanderungssaldo können dabei vor allem die Gemeinden im unmittelbaren Umfeld von Berlin verzeichnen, die über eine sehr

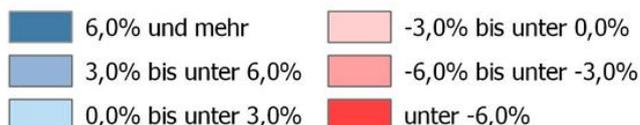
⁶ BBE|CIMA|MB-Research, Einzelhandelszentralität 2020 in Deutschland, Gemeinden mit 10 000 und mehr Einwohnern.

gute Verkehrsanbindung verfügen, eine hohe Wohnqualität haben und eine stark ausgebaute Infrastruktur mit Kitas und Schulen aufweisen. Die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin kann hiervon besonders profitieren, wie die Entwicklung in den vergangenen Jahren zeigt.

Karte 2: Bevölkerungsentwicklung im Umland von Berlin 2014-2019



Bevölkerungsentwicklung 2014-2019



Quelle: Eigene Darstellung, Datenbasis: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistische Berichte: Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg

Die kleinräumige Bevölkerungsvorausschätzung des Landesamtes für Bauen und Verkehr spiegelt diese Entwicklung der vergangenen Jahre von Neuenhagen noch nicht wider. Seit dem Basisjahr 2016 der Prognose wuchs Neuenhagen weitaus stärker, als in der Vorausberechnung dargestellt. So wird für das Jahr 2025 eine Bevölkerungszahl von 18.610 prognostiziert, was somit einem leichten Einwohnerrückgang gegenüber dem heutigen Stand entspricht. Bis 2030 ist gemäß des LBV sogar mit einem Rückgang auf 18.598 zu rechnen. Dies ist für realistische Prognosen, auch in Anbetracht noch zu entwickelnder Wohnbauflächen, nur bedingt geeignet. In diesem Gutachten werden somit auch aktuelle Bauvorhaben in Neuenhagen mitbe-

rücksichtigt. In direkter Nähe zum Projektstandort ist in den kommenden Jahren eine weitreichende Bebauung von bisher landwirtschaftlichen Flächen geplant (siehe Abschnitt 5), wodurch bis in den nächsten Jahren allein durch die Realisierung dieser Vorhaben ein Anstieg der aktuellen Bevölkerungszahl auf ca. 19.250 Einwohner zu erwarten ist.

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Gemeinde Neuenhagen beträgt 3.698, demgegenüber sind 6.922 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich erwartungsgemäß ein negativer Pendlersaldo von -3.224.⁷

Diese Pendlersituation ist Ausdruck der Nähe zur Metropole Berlin, mit entsprechenden Kaufkraftabflüssen im Einzelhandel, und wurde bereits in der Zentralitätskennziffer deutlich. Diese Abflüsse sind auch in der vorliegenden Auswirkungsanalyse von Bedeutung.

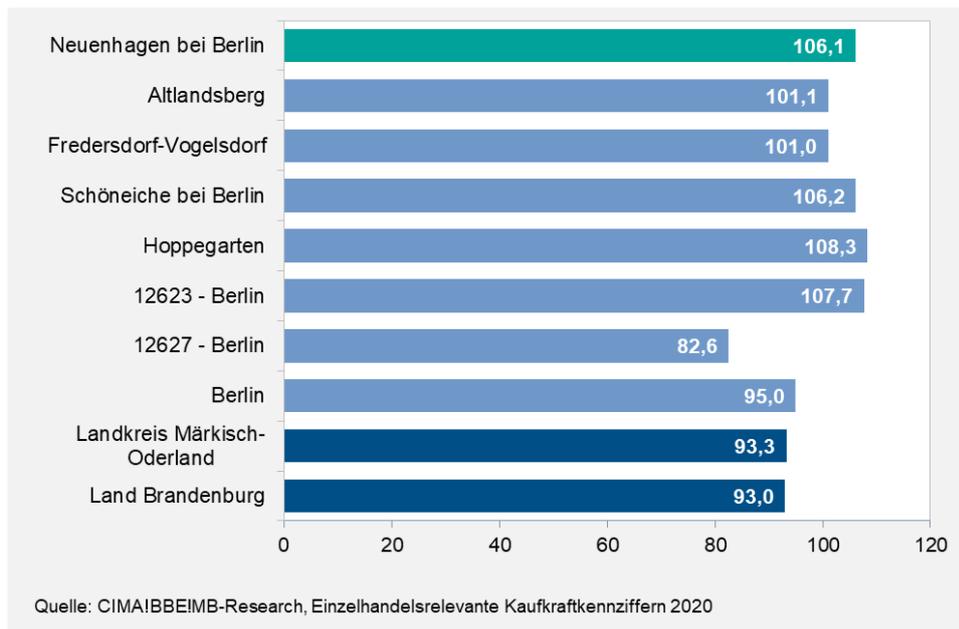
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Gemeinde oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Gemeinde das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Für die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 106,1, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 6,1%-Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Dieses Niveau liegt deutlich oberhalb des Durchschnittswertes für das Land Brandenburg, befindet sich jedoch im Vergleich mit den angrenzenden Gemeinden im Mittelfeld. Erklärt werden kann diese überdurchschnittlich positive Kennzahl von Neuenhagen und der direkt anschließenden Gemeinden durch die Lage im suburbanen Raum von Berlin mit vielen Einfamilienhäusern.

⁷ Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik, 30.06.2020, Bundesagentur für Arbeit

Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich



Fazit zum Makrostandort Neuenhagen:

- Die Bevölkerungsentwicklung ist seit 2011 stark ansteigend, zum 30.11.2020 weist Neuenhagen eine Einwohnerzahl von 18.821 Einwohnern auf.
- Perspektivisch ist gemäß LBV ein leichter Rückgang der Bevölkerung zu erwarten. Tatsächlich ist die Einwohnerzahl aber schneller gestiegen als erwartet. In Anbetracht aktueller Wohnbauvorhaben ist mit einer leichten Steigerung der Einwohnerzahl zu rechnen.
- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit 106,1% deutlich über dem Niveau des Landes Brandenburg und ordnet sich dem Niveau der umliegenden Gemeinden ein.
- Es bestehen umfangreiche Pendlerverflechtungen von Neuenhagen mit dem Umland, insbesondere mit der Metropole Berlin.
- Die Gemeinde Neuenhagen verfügt über die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums in Funktionsteilung mit der benachbarten Gemeinde Hoppegarten. Die äußerst geringe Einzelhandelszentralität von 42,3% entspricht jedoch nicht dieser Funktionszuweisung im Einzelhandelsbereich und lässt auf weitreichende Kaufkraftabflüsse schließen. Im weiteren Verlauf des Gutachtens sind detaillierte Betrachtungen zur Kundenbindung in der Nahversorgung erforderlich.

5. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes und für die Wechselwirkung mit weiteren Anbietern der Gemeinde Neuenhagen von Relevanz.

Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich am nördlichen Rand des Siedlungsgebiets von Neuenhagen im Kreuzungsbereich des Gruschewegs mit der Carl-Schmücke-Straße, welche eine Verbindung von Neuenhagen mit Altlandsberg darstellt. Das Projektareal schließt direkt an Wohnbebauung an, welche in den nächsten Jahren im unmittelbaren Standortumfeld erweitert wird (siehe Karte 3 auf der nächsten Seite), weshalb der Standort als integriert zu bewerten ist.

Derzeit wird das Umfeld überwiegend von Wohnnutzungen und landwirtschaftlichen Flächen geprägt, einzelne gewerbliche Nutzungen, darunter ein Handwerksbetrieb und zwei Restaurants in südwestlicher Richtung, befinden sich erst in einiger Entfernung. In nordöstlicher Richtung verläuft in geringer Entfernung die Autobahn A10, jenseits schließt sich ein ausgedehntes Gewerbegebiet inklusive dem ALDI-Bestandsstandort an. Die weitläufigen, bisher ebenfalls landwirtschaftlich genutzten Flächen im Süden und Südosten sollen in den nächsten Jahren mit verschiedenen Nutzungen bebaut werden.

Abbildung 9: Projektstandort mit Verkehrsanbindung und Standortumfeld



Geh- und Radweg weg entlang Altlandsberger Chaussee (Blick Richtung Nordosten)



Einfamilienhäuser entlang der Carl-Schmücke-Straße (Blick Richtung Südwesten)



Baugebiet südlich des Projektstandorts



Wohnbebauung entlang der Carl-Schmücke-Straße



Musterstudio Parkettleger



Wohnbebauung entlang der Carl-Schmücke-Straße

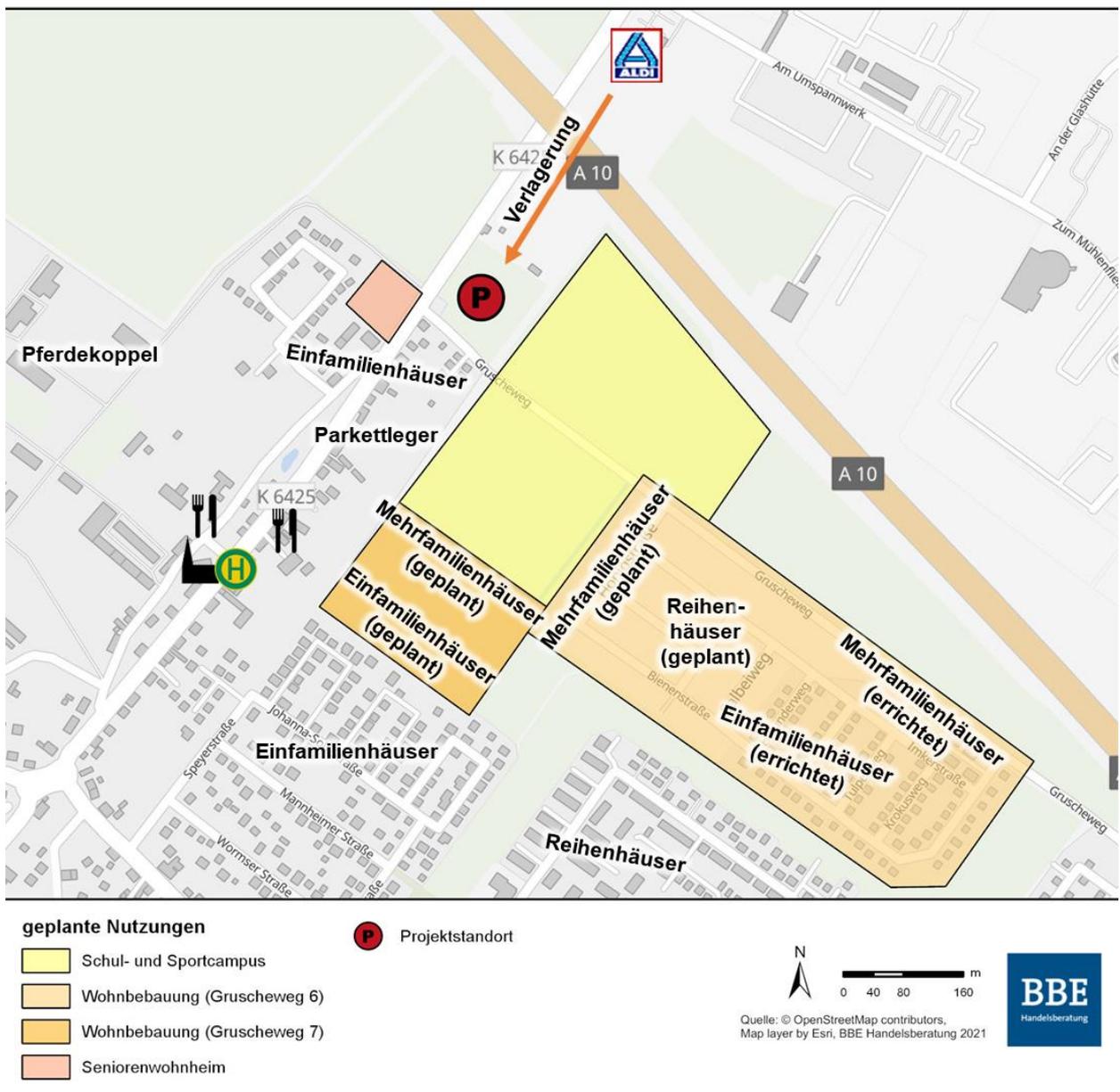
Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Geplante Entwicklungen im Standortumfeld

Im direkten Standortumfeld wird die Entwicklung mehrerer Baugebiete angestrebt. Direkt südlich und westlich des Projektareals ist ein neuer Schulcampus mit anschließenden Sportanlagen geplant. Südwestlich des Schulcampus entsteht ein neues Wohngebiet (Gruscheweg 7) und südöstlich wird ein neues umfangreiches Wohngebiet bereits teilweise umgesetzt (Gruscheweg 6). Direkt westlich des Projektstandorts, jenseits der Carl-Schmücke-Straße, ist ein Seniorenwohnheim vorgesehen. Nördlich der Autobahn, in der Nähe des ALDI-Bestandsmarkts, ist die Ausweisung eines neuen Gewerbegebiets geplant.

Nachfolgende Karte stellt aktuelle und geplante Nutzungen im Umfeld des Projektstandorts dar.

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



Nachfolgende Tabelle zeigt die die geplanten Wohneinheiten der beiden neuen Wohngebiete⁸ sowie die anzunehmenden Einwohner:

Tabelle 3: Wohneinheiten und deren Einwohner für die neuen Wohngebiete Gruscheweg 6 und 7

	Wohn- einheiten	durchschnittliche Haushaltsgröße	Bewohner
Gruscheweg 6			
Mehrfamilienhäuser	66	1,5	99
Reihenhäuser	48	3	144
Gruscheweg 7			
Einfamilienhäuser	31	3,5	110
Mehrfamilienhäuser	50	1,5	75
Summe	195		428

Quelle: Bauamt Neuenhagen, eigene Berechnungen

Für Einfamilienhäuser ist von vorwiegend jungen Familien als neue Bewohner auszugehen, die über mindestens ein Kind verfügen. Insofern ist eine durchschnittliche Haushaltsgröße von 3,5 Personen zu erwarten. Bei Reihenhäusern ist auf etwas kleinerer Wohnfläche und kleinerem eigenen Grundstück ebenfalls mit vorwiegend Familien zu rechnen mit einer durchschnittlichen Haushaltsgröße von 3 Personen. Für die Wohnungen in den Mehrfamilienhäusern wird hingegen eine Haushaltsgröße von lediglich 1,5 Personen prognostiziert. Insgesamt ergeben sich aus den neuen Wohneinheiten im Umfeld somit rd. 430 Einwohner.

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

Den Projektstandort zeichnet eine allumfassend gute Erreichbarkeit aus. Er liegt am Kreuzungsbereich des Gruschewegs mit der Carl-Schmücke-Straße / Altlandsberger Chaussee, welche die Verbindungsachse von Neuenhagen mit Altlandsberg und der Bundesautobahn A10 darstellt und eine entsprechend hohe Verkehrsfrequenz aufweist. In Zukunft soll im Kreuzungsbereich ein Kreisverkehr errichtet werden, der die bisher schon gute Verkehrsanbindung weiterhin verbessert. Der Gruscheweg sichert die Verbindung zu den vorgesehenen Bauvorhaben in südlicher und östlicher Richtung.

Entlang der Achse Carl-Schmücke-Straße / Altlandsberger Chaussee ist einseitig ein gemeinsamer Rad- und Fußweg vorhanden, somit ist auch die nicht-motorisierte Erreichbarkeit gewährleistet.

Die nächstgelegene Bushaltestelle findet man aktuell vor der Kirche in rund 450 Meter Entfernung, wo mit der Linie 944 eine Verbindung nach Altlandsberg und Hoppegarten besteht. Mit der Realisierung des Schul- und Sportcampus wird es eine Bushaltestelle direkt am Standort geben.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

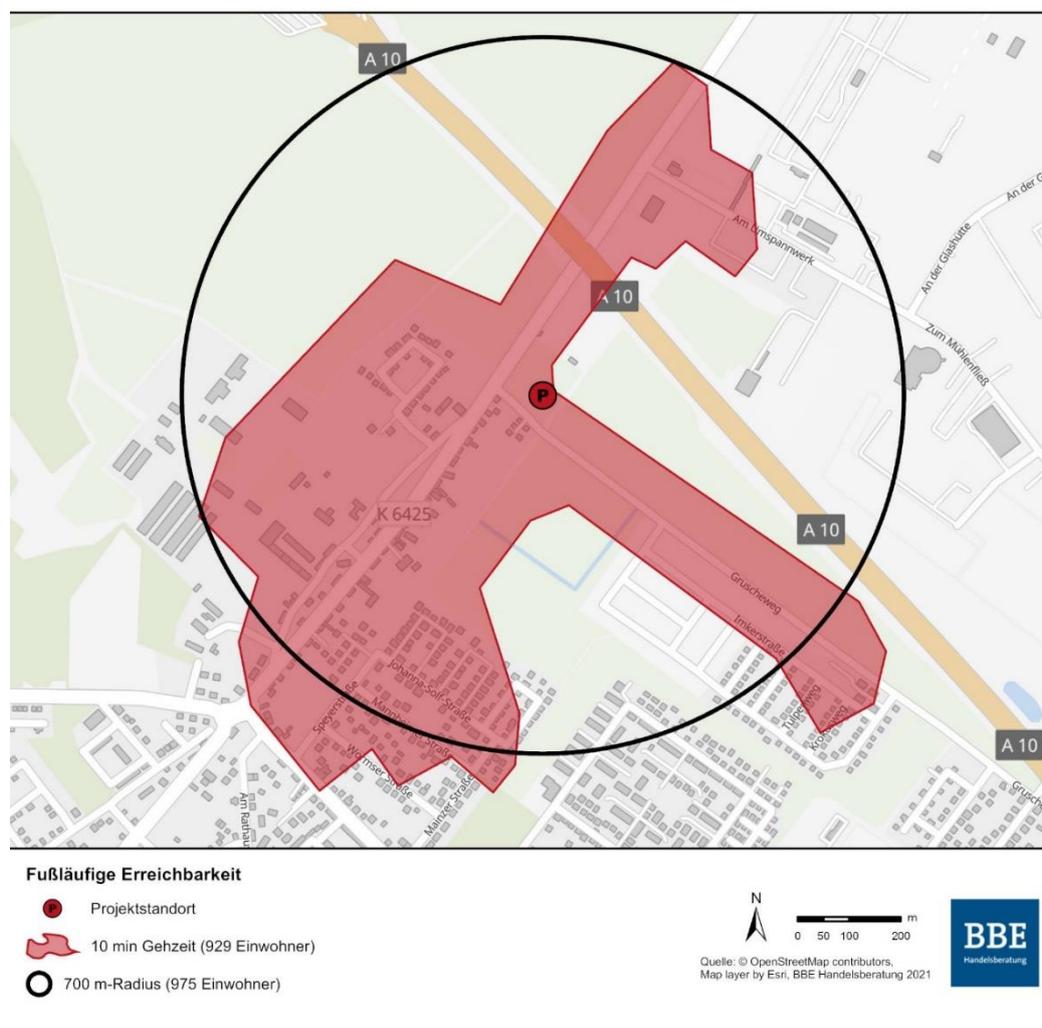
Der geplante Nahversorgungsstandort in Neuenhagen bei Berlin weist sowohl wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für das direkte Umfeld als auch wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das weitere Gemeindegebiet sowie für die Kernstadt von Altlandsberg auf.

Für die fußläufige Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist in der Regel eine Gehzeit von 10-15 Minuten anzusetzen, was einer fußläufigen Entfernung von 700 - 1.000 m entspricht. Der 700 m-

⁸ Auskunft Gemeinde Neuenhagen bei Berlin, Fachbereich Bauverwaltung und öffentliche Ordnung, Stand 06.04.2021

Radius weist ein Bevölkerungspotenzial von ca. 980 Einwohnern auf, in der 10min-Gehzeitzone (zusammen mit dem Radius in nachfolgender Karte dargestellt) wohnen rd. 930 Menschen⁹. Es zeigt sich im Vergleich zum ALDI-Bestandsstandort, welcher innerhalb eines Gewerbegebiets fernab eines Wohnviertels gelegen ist, durch das Planvorhaben bereits eine deutlich verbesserte wohnungnahe Nahversorgungsfunktion für den nördlichen Gemeindeteil von Neuenhagen auf Basis der aktuellen Einwohnerdaten. So kann der Verlagerungsstandort viel stärker das fußläufige Umfeld ansprechen als bisher. Diese Einschätzung wird sich durch die geplanten Wohnnutzungen im Umfeld mit rd. 430 Einwohner weiter verstärken.

Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes



Zusätzlich entsteht durch die beiden Lebensmittelmärkte in Kombination mit der guten Verkehrsanbindung ein attraktiver Einkaufsstandort, welcher neben der fußläufigen Nahversorgung auch auf die wohnortnahe Versorgung abzielt. So kann das gesamte Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin sowie der südliche Bereich der Stadt Altlandsberg angesprochen werden, was zu einer qualitativen Verbesserung der Nahversorgung mit zwei modernen Lebensmittelmärkten führen wird.

⁹ GfK: Einwohner auf Straßenabschnittsebene (2019)

Planungs- und genehmigungsrechtliche Situation

Für das Vorhaben liegt ein Entwurf des Bebauungsplans „Einzelhandel Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg“ mit Stand vom August 2018 vor. Dieser weist ein Sondergebiet Einzelhandel Nahversorgung (SO EH NV) aus, in diesem sind zwei Lebensmittelmärkte mit maximal jeweils 1.200 m² Verkaufsfläche zulässig. Die Gesamtverkaufsfläche des aktuellen Planvorhabens überschreitet diese bisherige Dimensionierung somit um 460 m². Durch die Änderung der Verkaufsflächendimensionierungen der vorgesehenen Lebensmittelmärkte bedarf das Vorhaben einer erneuten Überprüfung. Der Projektstandort unterliegt somit der Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO.

Fazit zum Mikrostandort

- Der Projektstandort befindet sich im Kreuzungsbereich der Carl-Schmücke-Straße mit dem Gruscheweg, welcher in Zukunft durch einen Kreisverkehr geregelt wird.
- Das direkte Standortumfeld wird aktuell hauptsächlich von Wohngebäuden und landwirtschaftlicher Nutzung geprägt. Im Zuge von städtebaulichen Entwicklungen wird die Umgebung des Planareals künftig von einem Schul- und Sportcampus sowie neuerrichteten Wohngebäuden in verschiedenen Bebauungsdichten geprägt sein. Insgesamt ist im Standortumfeld mit ca. 430 neuen Einwohnern zu rechnen.
- Für den Projektstandort ist eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW, dem Fahrrad und zu Fuß gegeben.
- Die Verlagerung des ALDI-Markts aus einem Gewerbegebiet hin zu einem Wohngebiet führt zu einer deutlichen Verbesserung der fußläufigen Versorgungsfunktion im nördlichen Gemeindegebiet.
- Zusammen mit dem EDEKA-Markt können beide Anbieter perspektivisch zusätzlich zum fußläufig erreichbaren Umfeld auch wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das gesamte Gemeindegebiet und Teile von Altlandsberg erfüllen.
- Für das Planvorhaben ist eine Anpassung des im Entwurf vorliegenden Bebauungsplans „Einzelhandel Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg“ erforderlich.

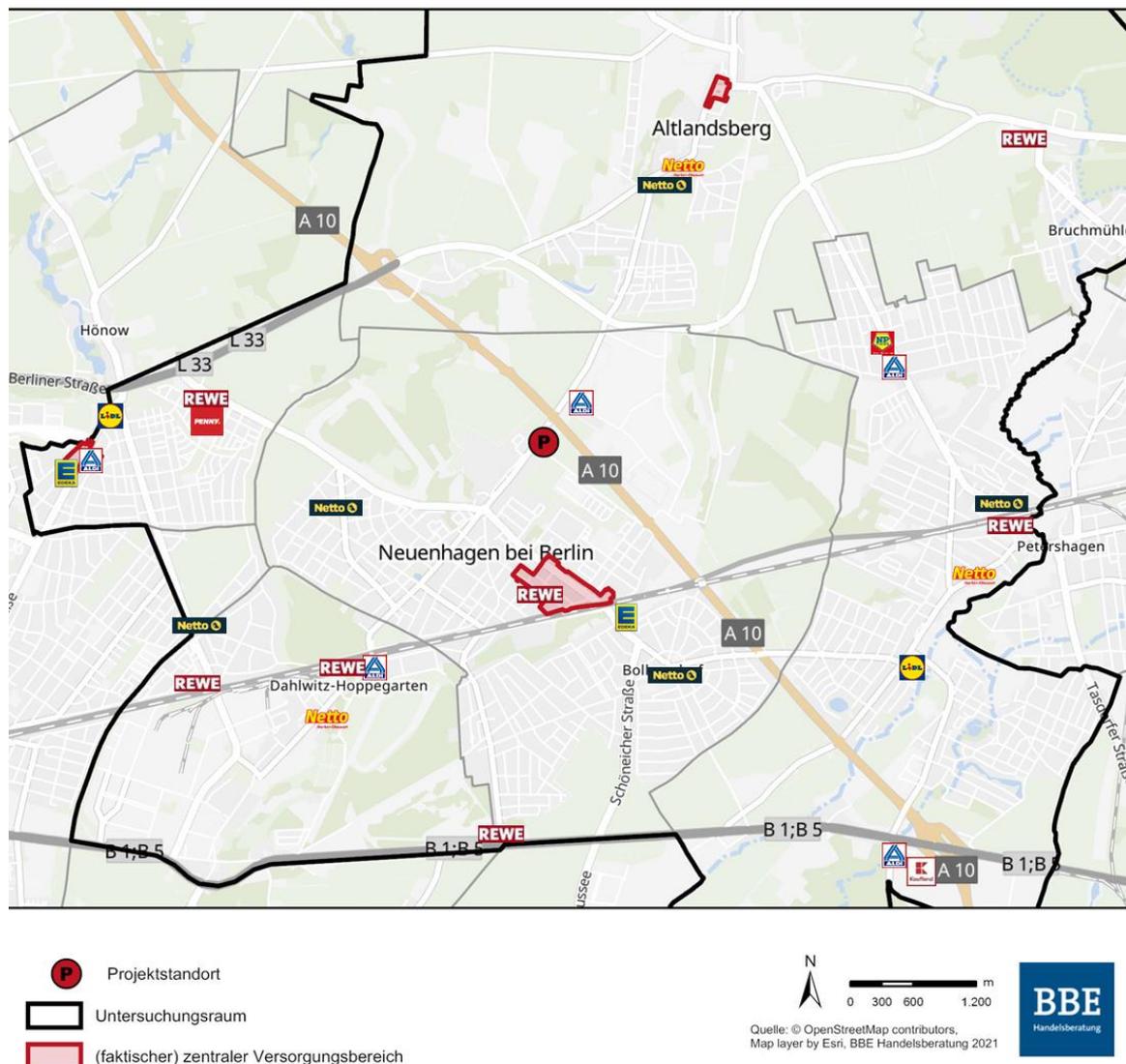
6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet des Vorhabenstandortes bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittel- und Drogeriemärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Die aktuelle Erhebung dieses relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im März 2021.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und somit eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

In der nachstehenden Karte wird die maßgebliche Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet dargestellt. Damit werden auch Wettbewerbsstandorte außerhalb eines potenziellen Einzugsgebietes mit einbezogen, deren Kundenherkunft jedoch Überschneidungen mit dem Projektstandort erwarten lässt.

Karte 5: Maßgebliche Wettbewerbsstandorte und Untersuchungsgebiet



Der vorhabenrelevante Untersuchungsraum umfasst neben dem Gemeindegebiet Neuenhagen bei Berlin auch die Gemeinden Fredersdorf-Vogelsdorf und Hoppegarten (nördlich der B1), das südliche Stadtgebiet von Altlandsberg sowie einen kleinen Bereich von Berlin im Westen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet, als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Projektvorhaben.

Nachfolgende Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet. Insgesamt sind 87 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 38.800 m² Verkaufsfläche zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 192,3 Mio. €.

In nachfolgender Tabelle sind die Angebotsstrukturen nach Betriebsformen differenziert dargestellt.

Tabelle 4: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen

Warengruppen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	Umsatz Lebensmittel	Umsatz Drogerie	Umsatz Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt	13.208	64.250	57.890	4.050	670
Discounter	14.130	72.920	62.100	5.000	780
Verbrauchermarkt	3.880	17.070	13.790	1.540	300
Getränkemarkt	2.375	4.250	4.180		
Tankstelle	650	5.610	5.160		
Bäcker	775	6.750	6.750		
Fleischer	105	950	950		
Drogeriemarkt	3.160	18.420	3.040	11.950	430
Drogeriefachgeschäft	50	200		200	
Lebensmittelfachgeschäft	350	1.540	1.540		
Zoofachgeschäft	150	300			300
gesamt	38.833	192.260	155.400	22.740	2.480

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Wie vorstehende Tabelle 4 verdeutlicht, stellen Lebensmitteldiscounter mit rd. 14.100 m² Verkaufsfläche und einem Umsatz von ca. 73,0 Mio. € den dominanten Betriebstyp dar. Supermärkte erzielen mit einer Verkaufsfläche von rd. 13.200 m² einen Umsatz von 64,3 Mio. € und haben damit ebenfalls wesentliche Versorgungsfunktionen. Mit dem Verbrauchermarkt Kaufland im Multicenter der Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf, mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.900 m² und einem Umsatz von rd. 17,1 Mio. €, nimmt auch diese Betriebsform eine wichtige Stellung ein. Alle weiteren Betriebsformen sind als wichtige Ergänzung für die Nahversorgung zu den drei Lebensmittelmarkt-Betriebsformen zu bewerten.

In der nachfolgenden Tabelle 5 wird eine Differenzierung der Angebotsstrukturen nach Standorten vorgenommen, zur besseren Übersichtlichkeit ist die Tabelle nach Gemeinden geordnet. Als Standorte mit der größten Verkaufsfläche und dem höchsten Umsatz zeichnen sich abseits des Standortes Multicenter in Fredersdorf-Vogelsdorf (rd. 4.900 m² projektrelevanter Verkaufsfläche, Umsatz von rd. 22,1 Mio. €) auch die zentralen Versorgungsbereiche in Neuenhagen bei Berlin und Hönow im Untersuchungsraum aus.

So verfügt der zentrale Versorgungsbereich in Neuenhagen mit dem neu eröffneten Drogeriemarkt ROSSMANN über eine Verkaufsfläche von rd. 2.700 m² und erzielt einen Umsatz von 14,1 Mio. €, der faktische zentrale Versorgungsbereich in Hönow der Gemeinde Hoppegarten erzielt auf einer Verkaufsfläche von rd. 3.500 m² einen Umsatz von 17,0 Mio. €.

Tabelle 5: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten

Standortstrukturen	Verkaufs- fläche	Umsatz gesamt	Umsatz Lebensmittel	Umsatz Drogerie	Umsatz Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Neuenhagen bei Berlin					
ZVB Neuenhagen	2.680	14.070	10.440	2.620	160
Standort EDEKA, Neuenhagen	1.200	5.760	5.420	240	30
Standort Netto Lindenstraße, Neuenhagen	1.230	4.760	4.260	220	30
Standort REWE Niederheidenstraße, Neuenhagen	1.630	8.240	7.530	500	90
ALDI, Neuenhagen	770	4.850	4.080	380	50
Standort Netto Schäferplatz, Neuenhagen	720	3.680	3.230	190	30
sonstige Anbieter Neuenhagen	270	1.360	1.110		200
Altlandsberg					
ZVB Altlandsberg	70	530	530		
Standort Netto, Altlandsberg	800	3.740	3.220	180	20
Standort Netto Marken-Discount, Altlandsberg	770	3.760	3.270	240	50
Standort REWE Altlandsberg	1.928	9.410	8.080	690	150
sonstige Anbieter Altlandsberg	220	1.380	1.380		
Berlin					
Standort Netto Dahlwitzer Straße, Berlin	740	3.600	3.110	190	30
sonstige Anbieter, Berlin	70	320	320		
Fredersdorf-Vogelsdorf					
Nahversorgungsstandort, Fredersdorf-Nord	1.980	9.200	8.040	470	100
Standort Netto, Fredersdorf-Vogelsdorf	770	3.710	3.160	180	30
Standort REWE, Fredersdorf-Vogelsdorf	2.010	10.290	6.200	3.180	150
Standort Lidl, Fredersdorf-Vogelsdorf	1.740	9.440	5.710	2.350	190
Multicenter, Fredersdorf-Vogelsdorf	4.880	22.070	18.100	1.840	330
Standort Netto Marken-Discount, Fredersdorf	800	3.870	3.390	230	60
sonstige Anbieter Fredersdorf-Vogelsdorf	1.530	4.660	4.240		100
Hoppegarten					
ZVB Hönow, Hoppegarten	3.480	17.030	12.190	3.620	150
Standort REWE/ALDI Lindenallee, Hoppegarten	1.940	10.580	9.270	820	120
Standort REWE, Hönower Weg, Hoppegarten	1.930	10.460	6.750	2.960	150
Standort REWE/PENNY Stienitzstraße, Hoppegarten	2.420	12.480	11.190	750	140
Standort Netto Marken-Discount, Hoppegarten	800	3.980	3.440	290	50
Lidl, Mahlsdorfer Straße, Hoppegarten	1.265	7.590	6.450	600	70
sonstige Anbieter Hoppegarten	190	1.440	1.290		
gesamt	38.833	192.260	155.400	22.740	2.480

Quelle: BBE-Erhebung 2021

Um zu prüfen, inwiefern die Auswirkungen des Vorhabens städtebaulich schädlich sind, sind vor allem die zentralen Versorgungsbereiche näher zu betrachten. Für Neuenhagen bei Berlin liegt ein Einzelhandelskonzept vor, welches den Bereich zwischen Ernst-Thälmann-Straße, Eisenbahnstraße und Hauptstraße als zentralen Versorgungsbereich ausweist. Anhand der nachstehenden Ausführungen wird untersucht, ob faktische zentrale Versorgungsbereiche in den weiteren Gemeinden des Untersuchungsraums identifiziert werden können.

Exkurs „Zentrale Versorgungsbereiche“:

Grundsätzlich handelt es sich bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben bündelt ein zentraler Versorgungsbereich typischerweise auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Für einen zentralen Versorgungsbereich existiert keine Mindest-

größe. Dem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer, verkehrsgünstig angebunden. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.¹⁰

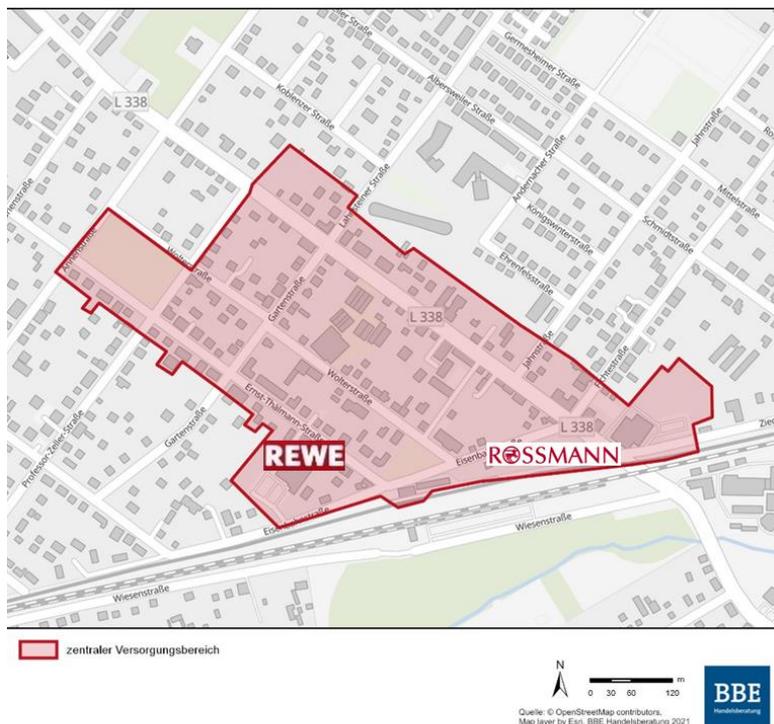
Auf Basis der vorstehenden Ausführungen sowie der örtlichen Gegebenheiten wurde das Vorhandensein von weiteren zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum geprüft. Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur ist festzustellen, dass ein faktischer zentraler Versorgungsbereich einerseits in Altlandsberg existiert. So ist der Bereich „Am Markt“ innerhalb der historischen Altstadt aufgrund des zusammenhängenden Besatzes aus Einzelhandel und Dienstleistungen als zentraler Versorgungsbereich einzustufen. Andererseits ist innerhalb der Gemeinde Hoppegarten in Hönow der Bereich des HEP an der Mahlsdorfer Straße als zentraler Versorgungsbereich zu bewerten, da dieser über einen umfangreichen Besatz aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen verfügt.

Im Folgenden werden die einzelnen Wettbewerbsstandorte hinsichtlich ihrer Relevanz für das Planvorhaben näher betrachtet.

Wettbewerber in Neuenhagen

Den Ortskern von **Neuenhagen** stellt der im Einzelhandelskonzept ausgewiesene **zentrale Versorgungsbereich** dar. Dieser erstreckt sich im Bereich zwischen dem Platz der Republik und der Bahntrasse entlang der Ernst-Thälmann-Straße und der Hauptstraße, seine exakte Abgrenzung ist in nachfolgender Karte dargestellt. Der zentrale Versorgungsbereich liegt etwa 2,2 km vom Projektstandort entfernt

Karte 6: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Neuenhagen



¹⁰ vgl. zum Begriff faktischer zentraler Versorgungsbereiche: Bundesverwaltungsgericht, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007

Magnetanbieter und wichtigster Frequenzbringer des Ortskerns ist der Supermarkt **REWE**, welcher gleichzeitig auch als branchengleicher Anbieter den Hauptwettbewerber des projektierten **EDEKA**-Markts darstellt. Der Ortskern konnte kürzlich durch die Eröffnung eines modernen **ROSSMANN**-Drogeriemarkts in einer modernen Handelsimmobilie mit weiteren Ladeneinheiten, die u.a. von einem neuen Bäcker genutzt werden, weiter an Attraktivität gewinnen. Neben den beiden Magnetanbietern von **REWE** und **ROSSMANN** existieren im nahversorgungsrelevanten Bereich ein Drogeriegeschäft, ein Bioladen, ein Teeladen, ein Obst- und Gemüsegeschäft sowie mehrere Bäcker. Durch die Kopplungspotenziale mit weiteren Einzelhandelsbetrieben aus anderen Branchen, Dienstleistern und Gastronomen präsentiert sich der Standort als sehr attraktiv und verfügt zudem durch die Angebotsvielfalt mit hoher städtebaulicher Qualität. Dazu kann er von der Frequenz der S-Bahnhaltestelle profitieren.

Abbildung 10: Ortskern Neuenhagen



REWE, Ernst-Thälmann-Straße

Rennbahn-Drogerie, Ernst-Thälmann-Straße

ROSSMANN-Drogeriemarkt, Hauptstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Mit dem attraktiven Angebotsmix des zentralen Versorgungsbereiches und seinem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich kann eine umfassende Zielgruppenansprache innerhalb des Ortszentrums erfolgen. Dabei verfügt **REWE** über die größte Fläche aller Lebensmittelmärkte im Gemeindegebiet. Insgesamt erreicht der zentrale Versorgungsbereich eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion und stellt sich durch einen breiten Nutzungsmix an Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern sowie kommunalen Einrichtungen als sehr wettbewerbsfähig dar.

Im westlichen Gemeindegebiet befindet sich der Discounter **Netto**, **Lindenstraße** in integrierter Lage. Der Lebensmittelmarkt wird durch einen Getränkemarkt und einen Bäcker ergänzt und schafft somit ein attraktives Versorgungsangebot für die umliegenden Wohnviertel. Durch seine Ausrichtung auf den Bereich nordwestlich der Bahnlinie steht der Standort mit einem Lebensmitteldiscounter vor allem mit dem verlagernden **ALDI** im Wettbewerb.

Innerhalb des Gemeindegebiets südlich der Bahngleise befindet sich in 2,5 km Entfernung ein **EDEKA-Markt** am Rosa-Luxemburg-Damm. Der großflächige Supermarkt weist in einer vom Außenzustand veralteten Immobilie einen attraktiven Marktauftritt mit typischem Vollsortimentskonzept auf. Der Standort wird durch eine Bäckerei und eine Apotheke ergänzt. Durch die Lage am Rosa-Luxemburg-Damm, welche die Hauptstraße in südlicher Richtung verlängert, kann der Standort sowohl Wohngebiete nördlich und auch südlich der Bahnlinie sehr gut versorgen. Mit einem weiteren **EDEKA**-Lebensmittelmarkt sind Kannibalisierungseffekte zwischen den beiden **EDEKA**-Märkten durch Zielkunden zu erwarten, sodass besonders starke Wettbewerbsbeziehungen zwischen den beiden Standorten induziert werden.

Am **Schäferplatz** ist ein weiterer **Netto-Markt** ansässig, welcher zusammen mit einem Bäcker und einem Fleischer ein Nahversorgungsangebot für die umliegenden Wohnviertel bereitstellt. Im Gegensatz zum **Netto**-Markt in der Lindenstraße hat dieser Standort zunächst eine Ausrichtung auf das südliche Gemeindegebiet von Neuenhagen. Der Lebensmitteldiscounter zeigt einen modernen Marktauftritt auf und kann von den weiteren Nutzungen im direkten Umfeld profitieren (u.a. Grundschule, Restaurant, Blumengeschäft, Friseur). Mit dem 3,2 km entfernten Planvorhaben steht der **Netto** aufgrund der stärkeren Ausrichtung auf das südliche Gemeindegebiet in geringerem Maße im Wettbewerb. .

Im südlichen Gemeindegebiet ist an der Niederheidenstraße ein neuerrichteter **REWE-Supermarkt** gelegen, welcher neben dem anschließenden Wohngebiet auch stark von der hohen Verkehrsfrequenz entlang der direkt vorbeiführenden Bundesstraße B1 profitieren kann. Der Lebensmittelmarkt selbst zeigt sich mit großzügigem und marktkonformem Auftritt. Mit dem Planvorhaben sind aufgrund der hohen Entfernung von 4,6 km und der Ausrichtung auf die B1 jedoch kaum Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten.

Abbildung 11: Weitere Anbieter in Neuenhagen



Netto, Lindenallee



EDEKA, Rosa-Luxemburg-Damm



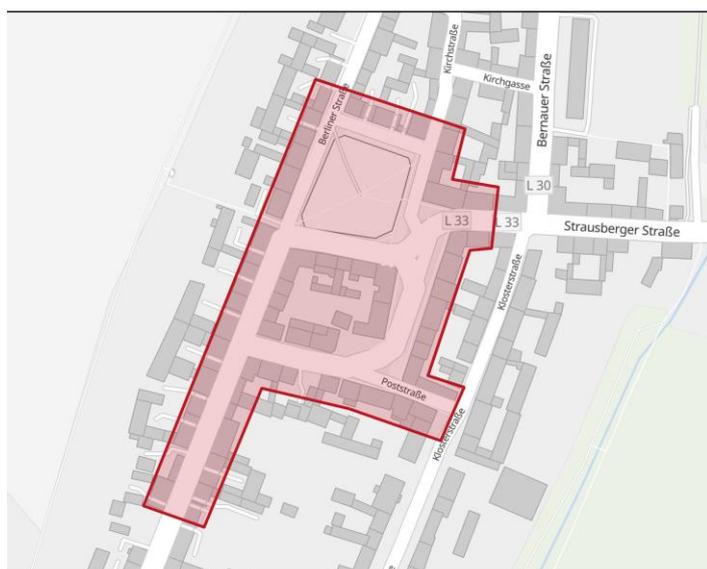
Netto, Schäferplatz

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Wettbewerber in Altlandsberg

In Altlandsberg konnte der 3,9 km entfernte **historische Stadtkern** in dem Bereich um den Marktplatz als faktischer **zentraler Versorgungsbereich** identifiziert werden (siehe Abgrenzung in nachfolgender Karte). Ausschlaggebend hierfür ist die Nutzungsmischung von kleinteiligen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie der Wochenmarkt. Im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich bestehen lediglich eine Bäckereifiliale und ein Weingeschäft. Eine weitreichende Ausstrahlung des Ortskerns ist aufgrund des Fehlens eines Lebensmittelmarkts nicht gegeben. Aus diesem Grund sind mit dem Planvorhaben nur marginale Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten.

Karte 7: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Altlandsberg



faktischer zentraler Versorgungsbereich



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

Im Ortsteil Altlandsberg befinden sich momentan lediglich zwei Lebensmittelmärkte, **Netto Marken-Discount** und **Netto**, beide etwa 3 km entfernt an der Berliner Allee gelegen. Beide Discounter zeigen sich in marktconformen Auftritt und werden jeweils durch eine Bäckereifiliale ergänzt, eine Kundenansprache über den Ortsteil hinaus kann jedoch nicht unterstellt werden. Aufgrund des mit dem neu projektierten EDEKA kaum vergleichbaren, discountorientierten Angebots und die vorrangige Ausrichtung auf den Ortsteil Altlandsberg verbleiben die zu erwartenden Wettbewerbsverflechtungen jedoch mit beiden Lebensmittelmärkten auf begrenztem Niveau.

Prägendster Anbieter im Stadtgebiet von Altlandsberg ist der neuerrichtete **REWE-Markt im Ortsteil Bruchmühle** in 6,4 km Entfernung. Der Lebensmittelmarkt zeigt sich in großzügigem und attraktivem Marktauftritt und wird durch eine Bäckerei und eine Tankstelle ergänzt. Zwar dient REWE der Nahversorgung im Ortsteil Bruchmühle, als einziger Vollsortimenter in Altlandsberg kann jedoch eine weitaus größeräumigere Kundenbindung und eine hohe Leistungsfähigkeit erwartet werden. Über die Ortsumgebung Altlandsberg kann der Standort vom Projektareal aus trotz der bereits großen Entfernung schnell erreicht werden. Aufgrund der mit dem projektierten EDEKA-Markt direkt vergleichbaren Kundenansprache sind mit REWE in Altlandsberg Wettbewerbsbeziehungen zu erwarten.

Abbildung 12: Anbieter in der Stadt Altlandsberg



Netto, Altlandsberg

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021



Netto Marken-Discount, Altlandsberg



REWE Bruchmühle

Wettbewerber in Berlin

Einziger Lebensmittelmarkt im Untersuchungsraum in Berlin ist der Netto-Markt an der Dahlwitzer Straße. Durch die große Entfernung zum Projektstandort von 4,9 km und der vorrangigen Orientierung auf das umliegende Wohngebiet sind mit dem Planvorhaben nur äußerst geringe Wettbewerbsverflechtungen zu erwarten.

Abbildung 13: Anbieter in Berlin



Netto, Dahlwitzer Straße

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Wettbewerber in Fredersdorf-Vogelsdorf

In der Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf befinden sich insgesamt sechs betrachtete Standorte, dabei ist ein vorrangig discountorientiertes Angebot zu erkennen. Umsatzstärkster Standort im gesamten Untersuchungsgebiet ist der Standort **Multicenter** im südlichen Gemeindegebiet an der B1, dessen Magnetanbieter im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich ein moderner ALDI-Discounter und ein Kaufland-Verbrauchermarkt darstellen. Zusammen mit dem Baumarkt Hornbach und dem Möbelhaus Kraft kann der Standort sogar eine überregionale Ausstrahlung erzielen. In diese weitreichende Ausstrahlung des Standortes und die gute verkehrliche Anbindung ist zweifellos auch eine Kundenbindung aus Neuenhagen eingebunden.

Alle weiteren Nahversorgungsanbieter in Fredersdorf-Vogelsdorf befinden sich in integrierter Lage und orientieren sich primär auf die jeweils umliegenden Wohngebiete. Umfangreiche Wettbewerbsverflechtungen sind somit nicht zu erwarten. Einziger Supermarkt in Fredersdorf-Vogelsdorf ist **REWE** in der Brückenstraße, welcher jedoch aufgrund der Entfernung kaum Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Projektareal aufweist.

Abbildung 14: Anbieter in Fredersdorf-Vogelsdorf



REWE, Brückenstraße

Nahversorgungsstandort Fredersdorf-Nord

Kaufland, Multicenter

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Wettbewerber in Hoppegarten

Im Gemeinde Hoppegarten, im nördlichen Ortsteil **Hönow**, ist ein **faktischer zentraler Versorgungsbereich** an der Mahlsdorfer Straße vorhanden (siehe nachfolgende Karte), welcher primär durch das Einkaufszentrum HEP geprägt wird. Im nördlichen Bereich grenzt der zentrale Versorgungsbereich an den U-Bahnhof Hönow an und umfasst neben dem Einkaufszentrum auch einen Getränkemarkt im Süden und einen ALDI-Markt auf der gegenüberliegenden Straßenseite. Als Magnetanbieter des Standorts fungiert unter anderem ein EDEKA-Supermarkt, welcher ein marktkonformes Angebot aufweisen kann. Der ALDI-Discounter zeigt sich mit etwas veraltetem Marktauftritt. Innerhalb der Mall stellt im periodischen Bedarf ROSSMANN den relevantesten Anbieter dar. Daneben existieren im aperiodischen Bedarfsbereich weitere Fachgeschäfte und Fachmärkte, insgesamt allerdings eher mit discountorientierter Kundenansprache. Mit dem 5,6 km entfernten Planvorhaben stehen im faktischen zentralen Versorgungsbereich allenfalls die betreibergleichen Anbieter EDEKA und ALDI in geringem Wettbewerb, welche das Einzugsgebiet des geplanten Nahversorgungsstandorts in Neuenhagen bei Berlin wesentlich begrenzen.

Karte 8: Abgrenzung faktischer zentraler Versorgungsbereich Hönow, Hoppegarten

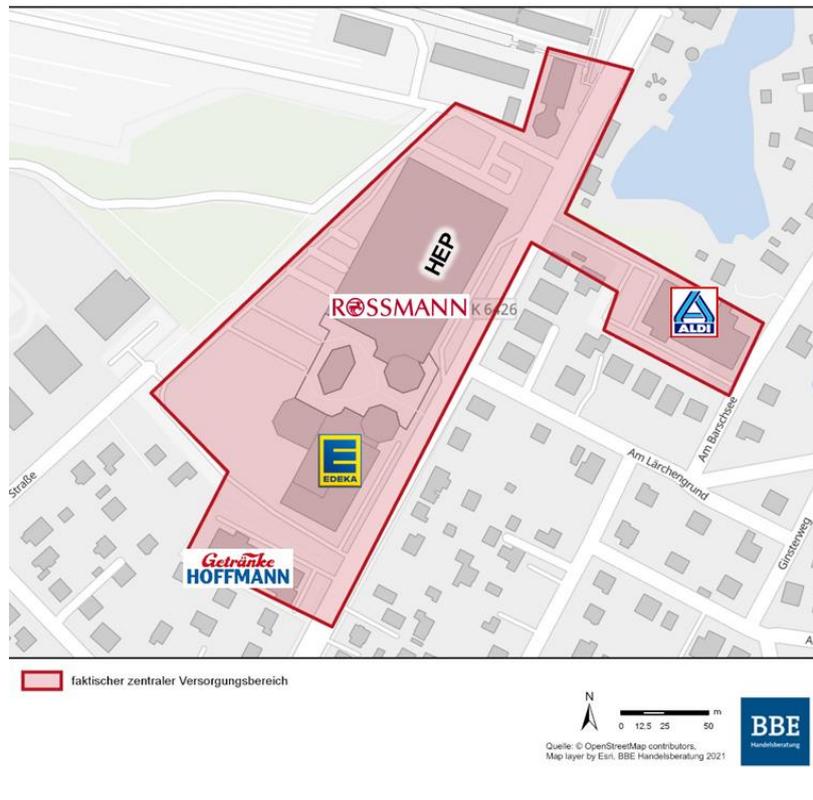


Abbildung 15: Anbieter im faktischen zentralen Versorgungsbereich Hönow, Hoppegarten



HEP, Mahlsdorfer Straße



ALDI, Mahlsdorfer Straße



EDEKA, Mahlsdorfer Straße

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Weiterer relevanter Wettbewerbsstandort ist das Fachmarktzentrum an der **Lindenallee**, dessen Hauptanbieter **ALDI und REWE** darstellen. Der Standort präsentiert sich mit zwei Lebensmittelmärkten und ergänzenden Geschäften als attraktiv und möchte sich perspektivisch weiterentwickeln. Durch die Lage direkt südlich des Gemeindegebietes von Neuenhagen zielt der Standort ebenfalls auf die Versorgung der Bevölkerung innerhalb des Mittelzentrums ab. Mit dem geplanten neuen Wohngebieten in Hoppegarten direkt nördlich der Rennbahn würde sich die Attraktivität des Standorts weiter erhöhen. Bei einer Entfernung von 3,2 km sind Wettbewerbsverflechtungen mit dem geplanten Nahversorgungsstandort durch eine stärkere Kaufkraftbindung in Neuenhagen bei Berlin verbunden.

An der **Stienitzstraße** befindet sich mit **REWE und Penny** ein weiterer Agglomerationsstandort in 4 km Entfernung zum Projektstandort. Aufgrund der Lage ist davon auszugehen, dass dieser auch eine Kunden-

bindung im nordwestlichen Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin erzielt, sodass Wettbewerbsbeziehungen mit den beiden attraktiven Lebensmittelmärkten (inkl. ergänzendem Bäcker) bestehen werden.

Weiterhin befinden sich in der Gemeinde Hoppegarten drei Wettbewerbsstandorte mit einem Supermarkt und zwei Lebensmitteldiscountern. Alle Standorte sind als integrierte Nahversorgungslagen insbesondere auf die Wohnbevölkerung der direkten Umgebung ausgerichtet, weitreichende Kundenbindungen und somit größere Wettbewerbsverflechtungen mit dem Projektstandort sind somit nicht zu erwarten.

Abbildung 16: Weitere Anbieter in der Gemeinde Hoppegarten



REWE, PENNY; Stienitzstraße



REWE, ALDI; Lindenallee



REWE, dm, Takko, k+k; Hönower Weg

Quelle: eigene Aufnahmen, März 2021

Alle sonstigen Anbieter im Untersuchungsraum, darunter solitär gelegene Bäckereien und Fleischereien in allen betrachteten Kommunen, treten mit dem Planvorhaben aufgrund einer differenzierten Zielgruppenansprache nur marginal in Wettbewerb.

Fazit zur Wettbewerbssituation

- Insgesamt 87 Anbieter im Untersuchungsgebiet verfügen derzeit über ca. 38.800 m² Einzelhandelsfläche und binden einen Gesamtumsatz von ca. 192,3 Mio. €.
- Wettbewerbsverflechtungen ergeben sich durch die Ausstrahlung des geplanten Nahversorgungsstandorts auf die Gesamtgemeinde Neuenhagen bei Berlin sowie durch die stärkere Kaufkraftbindung vor Ort auf Anbieter in umliegenden Gemeinden.
- Als Hauptwettbewerber sind der REWE-Supermarkt innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Neuenhagen sowie aufgrund des gleichen Anbieters der EDEKA-Supermarkt am Rosa-Luxemburg-Damm in Neuenhagen zu bewerten.

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

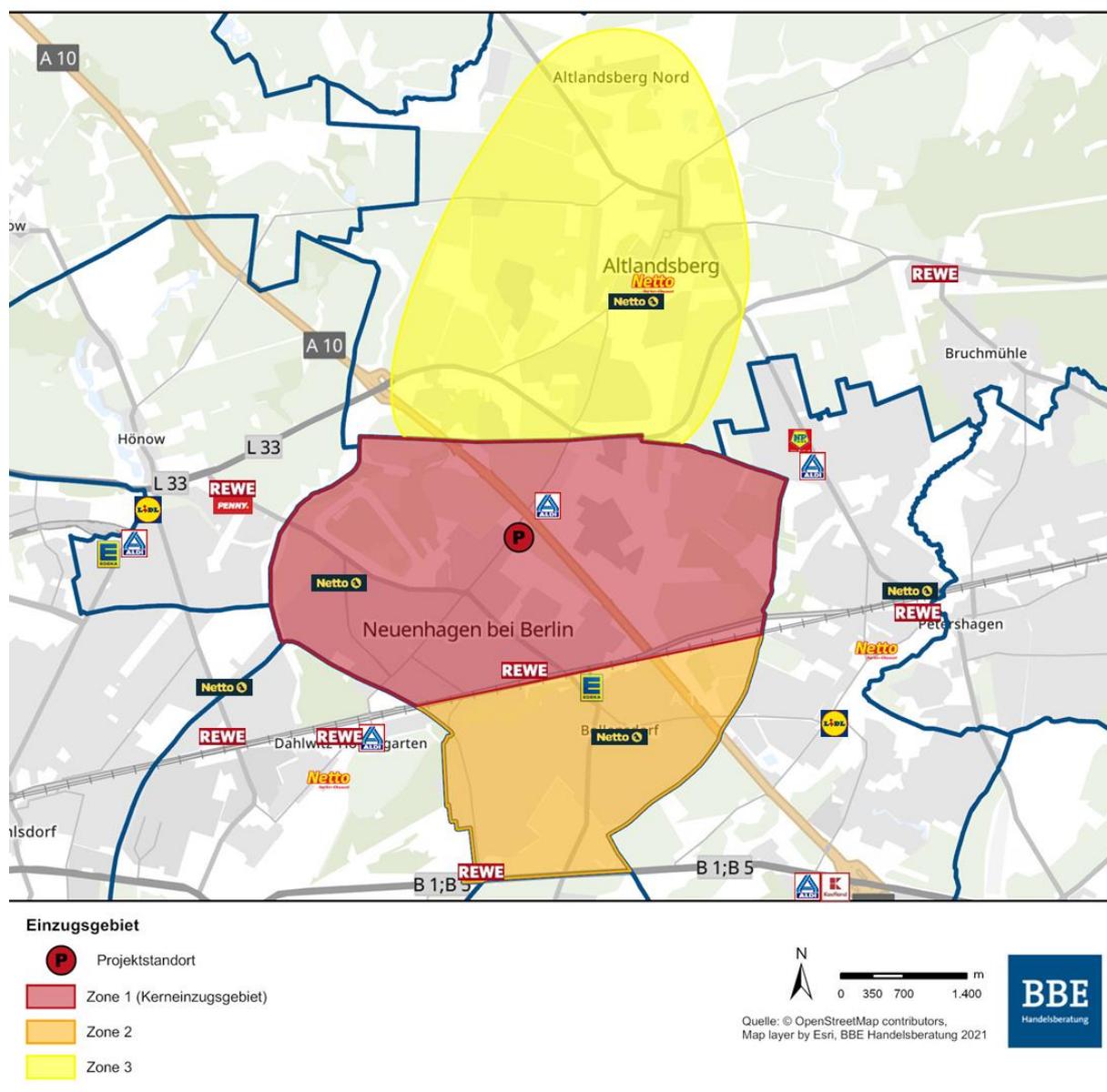
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standorts sind die Lage im nördlichen Gemeindegebiet von Neuenhagen an der Verbindungsachse zwischen Neuenhagen und Altlandsberg sowie die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet. Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich nachfolgendes Einzugsgebiet (siehe Karte 6 auf der nächsten Seite).

Im Detail sind folgende Aspekte zu beachten:

- Das **Kerneinzugsgebiet (Zone 1)** umfasst das Gemeindegebiet nördlich der Bahnlinie von Neuenhagen. Eine weitergehende Ausdehnung des Kerneinzugsgebiets ist aufgrund der gegebenen Wettbewerbssituation nicht zu erwarten, da südlich der Bahnlinie weitere Angebotsstrukturen existieren. Im Kerneinzugsgebiet bestehen aktuell Versorgungsmöglichkeiten durch den zentralen Versorgungsbereich Neuenhagen, ein siedlungsfernes Gewerbegebiet mit dem ALDI-Bestandsmarkt und den Nahversorgungsstandort Lindenallee. Durch die ALDI-Verlagerung an ein bestehendes Wohngebiet in Verbindung mit der Ansiedlung eines EDEKA-Vollsortimenters ist insbesondere im nördlichen Gemeindegebiet eine Verbesserung der Nahversorgungssituation gegeben.
- **Zone 2** schließt südlich an das Kerneinzugsgebiet an und umfasst das weitere Gemeindegebiet von Neuenhagen. Eine weiterreichende Kundenorientierung zum Projektstandort ist durch zunehmende Zeit-Wege-Distanzen und weitere Wettbewerbsstandorte nicht zu erwarten, so determinieren das Multicenter in Fredersdorf-Vogelsdorf und Angebote in Hoppegarten das Einzugsgebiet.
- **Zone 3** schließt nördlich an das Kerneinzugsgebiet an und umfasst in erster Linie die Kernstadt Altlandsberg. In Richtung Osten wird eine weitere Ausdehnung durch den REWE-Markt im Ortsteil Bruchmühle verhindert, in Richtung Norden wird das Einzugsgebiet aufgrund der zunehmenden Zeit-Wege-Distanzen begrenzt.

Karte 9: Einzugsgebiet des Projektstandortes



Die nachfolgenden Berechnungen ermitteln das aktuell verfügbare Nachfragepotenzial, differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes. Insgesamt leben aktuell rund 23.700 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 10.100 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet, etwa 8.700 auf Zone 2 und weitere rd. 4.900 Einwohner auf Zone 3.¹¹

¹¹ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, sowie GfK (2019): Einwohner auf Straßenabschnittsebene

Aktuelles Kaufkraftpotenzial

Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE/CIMA/MB-Research). Wie sich bereits in Abschnitt 4 dargestellt hat, liegen auch die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern in Neuenhagen und den umliegenden Gemeinden größtenteils leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Wie aus der nachstehenden Tabelle hervorgeht, ergibt sich im gesamten Einzugsgebiet in den projektrelevanten Warengruppen Food und Nonfood I¹² ein Marktpotenzial von aktuell ca. 72,4 Mio. €. Dabei entfallen ca. 31,1 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet, ein Potenzial von rund 26,9 Mio. € auf Zone 2 und ca. 14,4 Mio. € auf die Altlandsberger Zone 3.

Tabelle 6: Marktpotenzial in den Food und Nonfood I-Sortimenten im Einzugsgebiet

	Kern-einzugsgebiet	Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2	Erweitertes Einzugsgebiet Zone 3	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	10.089	8.732	4.861	23.682
sortimentspezifische Kaufkraft	105,6	105,6	101,2	104,7
Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	2.656 €	2.656 €	2.547 €	2.634 €
sortimentspezifische Kaufkraft	102,7	102,7	98,3	101,8
Ausgaben pro Kopf Drogerie	365 €	365 €	349 €	361 €
sortimentspezifische Kaufkraft	109,7	109,7	103,7	108,9
Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	63 €	63 €	59 €	62 €
	in T€	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotential				
Lebensmittel	26.800	23.190	12.380	62.370
Drogerie	3.680	3.180	1.700	8.560
Heimtierbedarf	630	550	290	1.470
gesamt	31.110	26.920	14.370	72.400

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH und BBECIMA/MB-Research

Prognose des Nachfragepotenzials durch neue Wohngebiete im Standortumfeld

Die Einwohner- und damit Nachfrageentwicklung ist für die Bewertung des Planvorhabens von entscheidender Relevanz. So ist eine qualifizierte Nahversorgung vor Ort künftig von hoher Bedeutung für die Bevölkerung der im Standortumfeld geplanten Wohngebiete (vgl. Abschnitt 5). Diese führen zu einer zusätzlichen Ansiedlung von 428 Einwohner im unmittelbaren Projektumfeld und somit zu einem adäquaten Anstieg des Marktpotenzials im Kerneinzugsgebiet.

Die weiteren Planungsrechnungen gehen im Sinne eines Worst-Case-Szenarios von der gesamtgemeindlichen Kaufkraft der neuen Einwohner (105,6 für Lebensmittel, 102,7 für Drogeriewaren und 109,7 für Heimtierbedarf) aus. Zwar sprechen neuerrichtete Miet- oder Eigentumswohnungen im Erstbezug zweifellos Zielgruppen mit überdurchschnittlicher Kaufkraft an, für die bestehende Einwohnerschaft in Neuenhagen wird jedoch bereits heute eine überdurchschnittliche Kaufkraft attestiert.

Durch die neuen Einwohner errechnet sich im Einzugsgebiet ein **zusätzliches Nachfragepotential von ca. 1,3 Mio. €**, das durch alle Anbieter im Einzugsgebiet abgeschöpft werden kann. Unbeachtet bleiben in die-

¹² Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung.

ser Berechnung weitere Potenziale durch den nahegelegenen perspektivischen Sport- und Schulcampus sowie des künftigen Seniorenwohnheims.

Kaufkraftbindungsquoten

Stellt man die Umsätze der vorhandenen Angebotsstrukturen innerhalb des Einzugsgebietes dem aktuell vorhandenen Marktpotenzial gegenüber, errechnen sich die gegenwärtigen Bindungsquoten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels. Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten.

Für das Einzugsgebiet errechnet sich aktuell eine Bindungsquote von 68,3%, somit fließen etwa 23,0 Mio. € aus dem Einzugsgebiet ab. Auch in dem Teil des Einzugsgebiets, welcher innerhalb der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin gelegen ist (Zone 1 + 2), wird nur eine niedrige Bindungsquote von 70,3% (17,2 Mio. € Abflüsse) erreicht, welche in keiner Weise in Relation zur mittelzentralen Versorgungsfunktion der Gemeinde Neuenhagen steht. Diese offenen Potenziale sowie die Entwicklung der nahegelegenen Wohngebiete und einem daraus resultierenden Potenzialanstieg von ca. 1,3 Mio. € zeigen Entwicklungsmöglichkeiten in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf.

Tabelle 7: Nachfragebindung im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Marktpotenzial Food + Nonfood I	relevanter EH-Umsatz	Kaufkraft- bindung	Saldo
	in T€	in T€	in %	in T€
Zone 1 (Kerneinzugsgebiet)	31.110	23.110	74,3	-8.000
Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2 (Neuenhagen süd)	26.920	17.700	65,8	-9.220
Neuenhagen bei Berlin gesamt	58.030	40.810	70,3	-17.220
Erweitertes Einzugsgebiet Zone 3 (Altlandsberg)	14.370	8.620	60,0	-5.750
Einzugsgebiet gesamt	72.400	49.430	68,3	-22.970

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH und BBECIMA/MB-Research

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt hat die Rechtsprechung zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Für den Projektstandort liegt ein Entwurf des Bebauungsplanes „Einzelhandel Carl-Schmücke-Straße / Gruscheweg“ mit Stand vom August 2018 vor. Dieser weist ein Sondergebiet Einzelhandel Nahversorgung (SO EH NV) aus, in welchem zwei Lebensmittelmärkte mit jeweils 1.200 m² Verkaufsfläche zulässig wären. Der aktuelle Vorhabensstand mit vergrößerter Verkaufsflächendimensionierung ist folglich erneut nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Innerhalb des § 11 Abs. 3 BauNVO heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden aber auch auf die infrastrukturelle Ausstattung und den Verkehr.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹³
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten. Dies ist für die beiden Lebensmittelmärkte gegeben.

¹³ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie die Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen wird die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtigerungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten. Der LEP HR trifft in Kapitel 2 „Wirtschaftliche Entwicklung, Gewerbe und großflächiger Einzelhandel“ mit den Zielen Z 2.6 – 2.15 sowie den Grundsätzen G 2.8 und G 2.11 entsprechende Vorgaben zur Ansiedlung und Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben. Die für das Projektvorhaben relevanten Festsetzungen sind nachfolgend dargestellt:¹⁴

„Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

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

Z 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 Beeinträchtigerungsverbot).

G 2.8 Angemessene Dimensionierung

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

G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

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

Z 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 zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. Großflä-

¹⁴ Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, S. 21f.

chige 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.“

Wie in Abschnitt 4 dargelegt, wird der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin gemeinsam mit der Gemeinde Hoppegarten die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Inwieweit das Projektvorhaben insgesamt mit den Maßgaben der Landesentwicklungsplanung kompatibel ist, wird in Abschnitt 9.4 geprüft.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischerweise an sich binden kann.

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung des Projektvorhabens, wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die bestehenden Standortstrukturen auf, berücksichtigt die aktuelle Kundenbindung im Einzugsgebiet und die mit den Versorgungsfunktionen des Projektvorhabens zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Wie bereits erläutert, soll im Zuge der Verlagerung des ALDI-Marktes die Verkaufsfläche von 770 m² auf 1.200 m² steigen und der neue EDEKA-Vollsortimenter inkl. Bäcker mit Cafébereich von 1.660 m² aufweisen. Beim Bäcker mit rd. 60 m² Verkaufsfläche entfallen rd. 30 m² auf die Einzelhandelsverkaufsfläche, die für den Einzelhandel umsatzrelevant sind. Nachstehende Tabelle zeigt die Umsatzerwartung der beiden Lebensmittelmärkte sowie den Mehrumsatz auf.

Tabelle 8: Umsatzprognose des geplanten Nahversorgungsstandortes sowie resultierende Flächenproduktivitäten der Anbieter

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Bestand			
ALDI	770 m ²	6.300 €/m ²	4.900 T€
Plan			
EDEKA (inkl. Bäckerei)	1.660 m ²	4.800 €/m ²	8.000 T€
ALDI	1.200 m ²	5.450 €/m ²	6.500 T€
Gesamt	2.860 m²		14.500 T€
Standortentwicklung	+ 2.090 m²		+ 9.600 T€
Standortentwicklung ggü. bestehendem B-Plan-Entwurf	+ 460 m²		
Quelle: Auftraggeber, BBE-Berechnung 2021			

Insgesamt summiert sich die Umsatzerwartung auf 14,5 Mio. € für das Gesamtvorhaben, was einer Umsatzsteigerung gegenüber dem aktuellen ALDI-Markt von 9,6 Mio. € entspricht. Dieser Umsatz gliedert sich in 6,5 Mio. € für den verlagerten ALDI-Markt und 8,0 Mio. € für den EDEKA inkl. Bäcker.

Im Vergleich zum bestehenden **ALDI-Markt** wird sich die Verkaufsfläche um ca. 430 m² erhöhen. Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) wird im Sinne eines „Worst-Case-Szenario“ beim Ersatzneubau von einem deutlich überdurchschnittlichen Umsatz für die zuständige ALDI-Regionalgesellschaft Werneuchen ausge-

gangen. Danach realisierte eine Filiale der zuständigen Regionalgesellschaft Werneuchen im Jahr 2019 einen Jahresumsatz von durchschnittlich 4,9 Mio. € (netto)¹⁵.

Die Umsatzleistung durch den Ersatzneubau wird dennoch nicht adäquat zur Verkaufsfläche ansteigen. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Wie bereits dargestellt, wird nach Auskunft des Vorhabenträgers der geplante Neubau unweit des bestehenden Standorts und die damit verbundene Erweiterungsmaßnahme nur zu einem geringen Anteil der Ausweitung des Sortimentsangebotes führen. Vielmehr hat die Verkaufsflächenerweiterung den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Der ALDI-Markt ist am gegenwärtigen Standort etabliert, er erschließt bereits gegenwärtig sehr gut die Nachfragesegmente des täglichen Bedarfs innerhalb seines Einzugsgebietes. Durch den Neubau mit geringfügiger Verlagerung des Standorts und Erweiterung des Lebensmittelmarktes werden sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher in Bezug auf den ALDI-Markt nicht wesentlich verändern.
- Mit dem geplanten EDEKA-Markt wird der ALDI-Markt zwar als Standort mit Kopplungspotenzialen aufgewertet, aber auch im Wettbewerb mit einem weiteren Lebensmittelmarkt durch den neuen EDEKA-Markt am Projektstandort im nördlichen Gemeindegebiet stehen. Insofern wird der Mehrumsatz begrenzt sein.

Für den **EDEKA-Markt** ist in einem Worst-Case-Szenario mit einem Gesamtumsatz von ca. 8,0 Mio. € zu rechnen. Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation mit einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des EDEKA-Marktes von 1.660 m² (Bundesdurchschnitt 1.258 m²), wird in einem „Worst-Case-Szenario“ von einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität für den Vollsortimenter EDEKA inkl. Bäcker von 4.800 €/m² ausgegangen¹⁶.

Die zugrundeliegenden Kundenbindungen gehen jeweils von einem modernen Marktauftritt in einer neuen Immobilie aus und kennzeichnen in der folgenden Tabelle die prognostizierten Marktanteile beider Märkte in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

¹⁵ Bundesanzeiger: Umsatz der ALDI-Regionalgesellschaft Werneuchen 2019

¹⁶ Die durchschnittliche Flächenproduktivität von EDEKA-Märkten beträgt 4.450 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 3.749 Märkte der Firma EDEKA ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 1.258 m² (Quelle bulwiengesellschaft / TradeDimensions, Stand 2. Quartal 2020).

Tabelle 9: Umsatzbindung des geplanten Nahversorgungsstandortes

Kundenherkunft	Kaufkraft- volumen Food + Nonfood I in T€	Abschöpfungsquote		Umsatzerwartung		Umsatz- erwartung gesamt in T€
		EDEKA in %	ALDI in %	EDEKA in T€	ALDI in T€	
Kerneinzugsgebiet inkl. Wohnbebauung im Umfeld	32.440	14,5%	11,7%	4.700	3.800	8.500
erweitertes Einzugsgebiet Zone 2	26.920	5,0%	3,5%	1.350	950	2.300
erweitertes Einzugsgebiet Zone 3	14.370	8,0%	5,5%	1.150	800	1.950
Einzugsgebiet gesamt	73.730	9,8%	7,5%	7.200	5.550	12.750
Diffuse Kaufkraftzuflüsse - Food + Nonfood I (Anteil am jeweiligen Gesamtumsatz)				400 (5%)	350 (5%)	750
Umsatzerwartung sonstige Nonfood Sortimente		5,0%	9,0%	400	600	1.000
Umsatzerwartung gesamt				8.000	6.500	14.500

Quelle: BBE-Berechnung 2021

Im Kerneinzugsgebiet steht zukünftig inkl. der neuen Wohnbebauung ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 32,4 Mio. € zur Verfügung. Davon kann der neue EDEKA-Lebensmittelmart mit Bäcker ca. 14,5% binden und der ALDI-Ersatzneubau rd. 12%, sodass sich ein erwarteter Umsatz von ca. 4,7 Mio. € bzw. 3,8 Mio. € aus dem Kerneinzugsgebiet ergibt. Somit entfallen rd. 59 bzw. 58% des Umsatzes der jeweiligen Anbieter auf das Kerneinzugsgebiet.

In der Zone 2 nimmt die Kundenbindung aufgrund der Barrierewirkung der Bahnlinie und das Vorhandensein eines weiteren EDEKA-Marktes in Neuenhagen bei Berlin ab. Da der projektierte EDEKA-Markt allerdings moderner und flächengrößer als die bestehende Filiale am Rosa-Luxemburg-Damm ist und zudem im südlichen Gemeindebereich weiterhin nur ein REWE und Netto vorhanden sind, wird eine Kundenbindung von 5% bzw. 3,5% aus dem südlichen Gemeindegebiet prognostiziert.

Aus der Kernstadt von Altlandsberg, insbesondere aus der Seeburg-Siedlung, gibt es seit Jahren bestehende Kundenorientierungen zum ALDI-Markt, welche auch am Verlagerungsstandort zusammen mit dem EDEKA-Markt bestehen werden. Da in der Kernstadt von Altlandsberg nur zwei Märkte von Netto Marken-Discount und Netto vorhanden sind, ist aus dem erweiterten Einzugsgebiet Zone 3 mit einer Kundenbindung von 8% bzw. 5,5% zu rechnen, woraus ein Umsatz von rd. 1,2 Mio. € bzw. 0,8 Mio. € resultiert.

Weiterhin sind mit einem modernen Vollsortimenter und modernen Lebensmitteldiscounter durch die Lage an der Nordwest-Südostachse Carl-Schmücke-Straße des Mittelzentrums Neuenhagen zusätzliche Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten. Mit dem direkt nördlich der Autobahn geplanten Gewerbegebiet könnten sich diese noch erhöhen. So ist nach gutachterlicher Einschätzung mit einem Umsatzanteil von jeweils rd. 5% von außerhalb des Einzugsgebietes zu rechnen, was einen Umsatz von 0,4 bzw. 0,35 Mio. € ergibt.

Die Umsätze in den Nonfood II-Sortimenten bleiben bei den Lebensmittelmärkten mit einem Anteil von 5% und 9% gering, absolut entspricht dies 0,4 bzw. 0,6 Mio. €.

9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz bei Ansiedlung der Lebensmittelmärkte prognostiziert und somit dargelegt, welche absatzwirtschaftliche Bedeutung das Projektvorhaben übernehmen wird. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung zu erwarten sind.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht. Es kann unterstellt werden, dass die seit Jahren bestehenden Bevölkerungsgewinne in Neuenhagen bei Berlin und auch in den umliegenden Gemeinden sowie der Anstieg der Verbrauchsausgaben für nahversorgungsrelevante Sortimente in Deutschland insgesamt die Marktposition der Anbieter gestärkt hat. Auch zukünftig ist von einer weiteren Erhöhung der Einwohnerzahl in Neuenhagen bei Berlin und in umliegenden Gemeinden auszugehen, weshalb das Nachfragepotenzial weiter steigen wird. Die positive Entwicklung wird in nachfolgender Modellrechnung aber nur bezogen auf die Wohngebietsentwicklungen im direkten Umfeld (siehe Abschnitt 5) berücksichtigt, sodass die Umverteilungen einem „Worst-Case-Szenario“ entsprechen. Die tatsächlichen Auswirkungen werden voraussichtlich deutlich niedriger ausfallen.

In Hinblick auf das zusätzliche Potenzial im direkten Umfeld wird erwartet, dass 95% der entstehenden Nachfrage von den Anbietern in Neuenhagen und im weiteren Untersuchungsraum gebunden werden kann, das weitere Potenzial fließt durch Einkäufe bspw. auf dem Weg zur Arbeit nach Berlin ab. Somit ergibt sich für den Lebensmitteleinzelhandel im Einzugsgebiet ein zusätzliches Marktpotenzial von 1,3 Mio. €. Hiervon können die beiden Märkte von EDEKA und ALDI besonders profitieren, was auch in der Umsatzprognose einberechnet wurde. Jedoch können die beiden Lebensmittelmärkte nur einen Teil der Kunden binden, für die weiteren Anbieter im Umfeld mindert das zusätzliche Potenzial die Wettbewerbseffekte. Dieser Aspekt findet in der folgenden Tabelle 10 auf der nächsten Seite zur Umsatzumverteilung Berücksichtigung.

Die Umsatzherkunft des Planvorhabens resultiert dementsprechend aus verschiedenen Faktoren:

- zusätzliche Potenziale, welche durch die Wohngebietsentwicklung im direkten Umfeld entstehen
- Umverteilungen gegenüber den weiteren Standorten innerhalb des Einzugsgebiets
- Umverteilungen innerhalb des weiteren Untersuchungsraumes durch die stärkere, legitime Eigenbindung bisher abfließender Kaufkraft in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin
- Rückgewinnung der Kaufkraft aus bestehenden Abflüssen aus Pendlerverflechtungen nach Berlin (begrenzt auf 10% des Mehrumsatzes)
- Nonfood II-Umsätze

In der folgenden Modellrechnung zur Umsatzherkunft werden die Umlenkungen für die umliegenden Standorte mit Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben ausgewiesen. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet. So werden beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten jeweils mitberücksichtigt.

Tabelle 10: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den geplanten Nahversorgungsstandort in Neuenhagen bei Berlin

Lage	Umsatz Food + Nonfood I		Umsatzumverteilung EDEKA + Bäckerei		Umsatzumverteilung ALDI		Umsatzumverteilung gesamt	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	
Partizipation an zusätzlichem Nachfragepotenzial durch Wohngebäude im Umfeld							95%	1,30
<u>Standorte innerhalb des Einzugsgebiets</u>								
Neuenhagen bei Berlin								
ZVB Neuenhagen	13,22	7,0%	0,93	1,0%	0,13	8,0%	1,06	
Standort EDEKA, Neuenhagen	5,69	12,0%	0,69	0,5%	0,03	12,5%	0,72	
Standort Netto Lindenstraße, Neuenhagen	4,51	5,0%	0,23	2,0%	0,09	7,0%	0,32	
Standort REWE Niederheidenstraße, Neuenhagen	8,12	2,0%	0,16			2,0%	0,16	
Standort Netto Schäferplatz, Neuenhagen	3,45	3,0%	0,10	1,0%	0,03	4,0%	0,13	
sonstige Anbieter Neuenhagen	1,31	1,0%	0,01			1,0%	0,01	
Altlandsberg								
ZVB Altlandsberg	0,53							
Standort Netto, Altlandsberg	3,42	4,0%	0,14	2,5%	0,09	6,5%	0,23	
Standort Netto Marken-Discount, Altlandsberg	3,56	4,0%	0,14	2,5%	0,09	6,5%	0,23	
<u>Standorte außerhalb des Einzugsgebiets</u>								
Altlandsberg								
Standort REWE Altlandsberg	8,92	5,0%	0,45			5,0%	0,45	
sonstige Anbieter Altlandsberg	1,38							
Berlin								
Standort Netto Dahlwitzer Straße, Berlin	3,33	1,0%	0,03			1,0%	0,03	
sonstige Anbieter, Berlin	0,32							
Fredersdorf-Vogelsdorf								
Nahversorgungsstandort, Fredersdorf-Nord	8,61	2,0%	0,17			2,0%	0,17	
Standort Netto, Fredersdorf-Vogelsdorf	3,37	1,0%	0,03			1,0%	0,03	
Standort REWE, Fredersdorf-Vogelsdorf	9,53	2,0%	0,20			2,0%	0,20	
Standort Lidl, Fredersdorf-Vogelsdorf	8,25	1,0%	0,10			1,0%	0,10	
Multicenter, Fredersdorf-Vogelsdorf	20,27	3,0%	0,62			3,0%	0,62	
Standort Netto Marken-Discount, Fredersdorf	3,68	1,0%	0,04			1,0%	0,04	
sonstige Anbieter Fredersdorf-Vogelsdorf	4,34							
Hoppegarten								
ZVB Hönower, Hoppegarten	15,96	3,0%	0,50	0,5%	0,08	3,5%	0,58	
Standort REWE/ALDI Lindenallee, Hoppegarten	10,21	5,0%	0,51	1,0%	0,10	6,0%	0,61	
Standort REWE, Hönower Weg, Hoppegarten	9,86	2,0%	0,20			2,0%	0,20	
Standort REWE/PENNY Stienitzstraße, Hoppegarten	12,08	4,0%	0,50	0,8%	0,09	4,8%	0,59	
Standort Netto Marken-Discount, Hoppegarten	3,78	2,0%	0,08	0,5%	0,02	2,5%	0,10	
Lidl, Mahlsdorfer Straße, Hoppegarten	7,12	2,0%	0,14	0,5%	0,04	2,5%	0,18	
sonstige Anbieter Hoppegarten	1,29							
Umsatzumverteilung durch das Planvorhaben im Einzugsgebiet							2,86	
Rückgewinnung Neuenhagener Kaufkraft - Umverteilung außerhalb des Einzugsgebiets im Umfeld							3,90	
Rückgewinnung Neuenhagener Kaufkraft - Umverteilung außerhalb des Einzugsgebiets aus Pendlerverflechtungen Berlin (ca. 10% des Mehrumsatzes)							1,00	
Mehrumsätze sonstige Nonfood-Sortimente			0,40		0,14		0,54	
Erwartung Mehrumsatz Planvorhaben gesamt							9,60	
Bestandsumsatz ALDI							4,90	
Umsatzerwartung gesamt							14,50	

Quelle: BBE-Berechnung 2021

In der Tabelle werden die Umverteilungen geordnet nach Gemeinden und auch nach Standorten innerhalb sowie außerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Es wird deutlich, dass die stärksten Umverteilungen mit einer Umverteilungsquote von 12% durch den EDEKA-Markt und 0,5% durch den ALDI-Markt auf den bestehenden **EDEKA-Markt in Neuenhagen bei Berlin** entfallen, welcher über die Hauptstraße in 2,7 km Entfernung in kurzer Zeit erreichbar ist. So ist davon auszugehen, dass EDEKA-Zielkunden, welche in Neuenhagen bisher am bestehenden Markt am Rosa-Luxemburg-Damm eingekauft haben, den moderneren,

größeren Markt am Projektstandort vermehrt aufsuchen, dessen Standortagglomeration mit einem Lebensmitteldiscounter zusätzliche Kopplungseffekte bietet. In Anbetracht des Potenzialwachstums in Neuenhagen in den letzten Jahren ist jedoch keine vorhabeninduzierte Schließung des leistungsstarken Lebensmittelmarkts zu erwarten. Die hohen Nachfrageabflüsse (vgl. Tabelle 7 im Abschnitt 7) sind als Marktchance für eine stärkere Profilierung und örtliche Kundenbindung aller Anbieter zu verstehen.

Ebenfalls überdurchschnittlich vom Projektvorhaben betroffen ist der **zentrale Versorgungsbereich von Neuenhagen bei Berlin** mit dem Vollsortimenter REWE sowie dem neuen Drogeriemarkt ROSSMANN als Magnetanbieter. Der zentrale Versorgungsbereich ist rd. 2 km vom Projektstandort entfernt, jedoch steht insbesondere der REWE als Vollsortimenter mit dem neuen EDEKA-Markt im Wettbewerb. Das Ortszentrum von Neuenhagen verfügt im nahversorgungsrelevanten Bereich weiterhin über ein Drogeriegeschäft, einen Bioladen, einen Teeladen, ein Obst- und Gemüsegeschäft sowie mehrere Bäcker. Durch die Kopplungspotenziale mit weiteren Einzelhandelsbetrieben aus anderen Branchen, Dienstleistern und Gastronomen präsentiert sich der Standort als sehr attraktiv und verfügt zudem durch die Angebotsvielfalt mit hoher städtebaulicher Qualität sowie Lage an der S-Bahnhaltestelle über eine andere Ausrichtung. Bei einer Umverteilungsquote von 7% durch den EDEKA-Markt und 1,0% durch den ALDI sind bei einer summarischen Umverteilungsquote von 8% und prognostizierten Umsatzrückgängen über mehrere Anbieter von rd. 1,1 Mio. € keine existenziellen Wirkungen zu erwarten. Hierfür sprechen die dominante Wettbewerbsstellung des Standorts im Gemeindegebiet Neuenhagen und ebenfalls die weiterhin offenen Potenziale.

Überdurchschnittlich vom Projektvorhaben betroffen ist zudem der **Netto-Markt in der Lindenstraße**, der 2,8 km entfernt vom Projektstandort liegt und sich damit im Kerneinzugsgebiet befindet. Der Standort hat eine hohe Nahversorgungsfunktion für das direkte Umfeld, sodass bei einer Umverteilungsquote von 5% durch den Vollsortimenter und 2% durch den ALDI-Lebensmitteldiscounter keine städtebaulich negativen Wirkungen abzuleiten sind.

Alle weiteren Standorte in Neuenhagen, darunter der Standort **Netto, Schäferplatz** und **REWE, Niederheidenstraße**, werden von dem Planvorhaben bei einer maximalen Umverteilungsquote von 4% nur gering tangiert.

In **Altlandsberg** existiert im projektrelevanten Nahversorgungssortiment nur ein Bäcker und ein Weingeschäft im **zentralen Versorgungsbereich**, die als Anbieter mit spezialisiertem Sortiment und der Ausrichtung auf das fußläufige Umfeld in der Kernstadt keine relevanten Wettbewerbsbeziehungen mit dem Projektvorhaben aufweisen werden. Demgegenüber stehen der Vollsortimenter **REWE** sowie die beiden Lebensmitteldiscounter von **Netto** und **Netto Marken-Discount** stärker im Wettbewerb mit dem Planvorhaben mit Umverteilungsquoten von 5% bzw. 6,5%. Bei über 9.000 Einwohnern in Altlandsberg, einer wachsenden Einwohnerzahl und damit weiterhin offenen Marktpotenzialen werden keine existenziellen Wirkungen induziert.

Dies gilt adäquat für den Anbieter Netto in der Dahlwitzer Straße in Berlin sowie sonstige Anbieter in **Berlin** innerhalb des Untersuchungsraums, welche mit einer maximalen Umverteilungsquote von 1,0% betroffen sind.

Die östliche Nachbargemeinde **Fredersdorf-Vogelsdorf** gehört nicht zum Einzugsgebiet des Projektvorhabens. Allerdings führt ein stärkere Eigenbindung infolge des neuen Nahversorgungsstandorts innerhalb von Neuenhagen letztlich zu verminderten Abflüssen, also folglich zu Umverteilungseffekten in der Nachbargemeinde. Dies betrifft insbesondere den Standort Multicenter an der B1 mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt sowie einem modernen ALDI-Lebensmitteldiscounter mit einer Umverteilungsquote von 3%, woraus sich ein erwarteter Umsatzrückgang des regionalen Einkaufsstandortes von rd. 0,6 Mio. € bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergibt. Die Umverteilungen für die weiteren Standorte verbleiben bei einer maximalen Umverteilungsquote von 2% und werden unter Berücksichtigung der Nachfrageentwicklung unterhalb der Spürbarkeitsschwelle liegen.

Der zentrale Versorgungsbereich im Ortsteil Hönow der Gemeinde Hoppegarten, u.a. mit den Hönow Einkaufspassagen (HEP), einem EDEKA-Markt, einem ALDI-Markt und einem ROSSMANN-Drogeriemarkt, ist bei einer Entfernung von 5,6 km und vergleichbaren Magnetanbietern zum Projektstandort ausschließlich

durch die stärkere Eigenbindung der Nachfrage in Neuenhagen bei Berlin betroffen. Die Wettbewerbseffekte bleiben mit einer Umverteilungsquote von 3,5% auf geringem Niveau.

Der Fachmarktstandort mit **ALDI** und **REWE** an der **Lindenallee**, westlich der Rennbahn in der Gemeinde Hoppegarten, zielt durch die Lage unweit des Neuenhagener Gemeindegebiets bisher auf die Neuenhagener Bevölkerung ab, sodass bei einer Entfernung von 5 km zum Projektstandort dennoch mit einer Umverteilungsquote von 6% zu rechnen ist. Der Standort präsentiert sich mit den ergänzenden Fachgeschäften als attraktiv, möchte sich in den nächsten Jahren weiterentwickeln und könnte zudem von der geplanten Wohngebietsentwicklung direkt an der Rennbahn profitieren. Städtebaulich negative Auswirkungen durch das Planvorhaben auf den Standort können in jedem Fall ausgeschlossen werden.

Mit einer Umverteilungsquote von knapp 5% sind die Wettbewerbseffekte mit dem Standort von **REWE/PENNY** in der **Stienitzstraße** aufgrund der geringeren Entfernung von 3,9 km und damit stärkeren Ausrichtung des Standorts auf Neuenhagen bei Berlin in vergleichbarer Größenordnung, werden allerdings mit zwei attraktiven Lebensmittelmärkten an diesem Standort zu keinen existenziellen Wirkungen führen.

Für die **weiteren Standorte** in **Hoppegarten** verbleiben die Umverteilungen mit einer maximalen Umverteilungsquote von 2,5% auf marginalem Niveau.

Die tägliche Einpendlerzahl der Gemeinde Neuenhagen beträgt 3.698, demgegenüber sind 6.922 Auspendler zu konstatieren. Im Verhältnis zur Einwohnerzahl pendelt somit mehr als jede dritte Person aus. Diese versorgen sich teilweise auch am Arbeitsort mit Lebensmitteln. Mit einem attraktiveren Nahversorgungsangebot in Neuenhagen bei Berlin ist zu erwarten, dass rd. 10% des Mehrumsatzes aus der **stärkeren Kaufkraftbindung aus Pendlerverflechtungen** gewonnen werden können. Da sich dieser Mehrumsatz auf eine Vielzahl von Standorten verteilt, können wegen Geringfügigkeit keine standortspezifischen Umverteilungen ausgewiesen werden.

Bei den **Nonfood II-Sortimenten** wird ein Mehrumsatz von zusammen 0,54 Mio. € erzielt. Deren Umsatzherkunft aus Umverteilungseffekten gegenüber den maßgeblichen Wettbewerbsstandorten ist grundsätzlich mit den projektrelevanten Kernsortimenten vergleichbar. Diese verteilen sich jedoch auf eine große Anzahl von Sortimenten und Anbietern, weshalb eine Aufgliederung auf einzelne Standorte modelltheoretisch nicht nachweisbar ist.

9.3. Städtebauliche Einordnung des Projektstandortes - Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzulenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden und die wohnungsnahe Versorgung gefährdet wird. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Ansiedlungsvorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Gegenüber dem bestehenden und in seinen städtebaulichen Wirkungen bereits geprüften Bebauungsplanentwurf erhöht sich durch das aktuelle Vorhaben die geplante Verkaufsfläche um 460 m². Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich auch mit der jetzt größer geplanten Verkaufsfläche gegenüber den vorhandenen Angebotsstrukturen zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

Eigenständige, funktional abgestimmte Versorgungsfunktionen des Vorhabenstandortes innerhalb der Nahversorgungsstrukturen im Gemeindegebiet Neuenhagen bei Berlin

- Die Eigenständigkeit der Nahversorgung des geplanten Vollsortimenters und Lebensmitteldiscounters entspricht einer besonderen städtebaulichen Situation:
 - Das Sortiment der geplanten Märkte ist fast ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet, da der Anteil der Nonfood II-Umsätze deutlich unter 10% liegen wird.
 - Der Vorhabenstandort befindet sich durch die geplanten Wohnbebauungen und des Schulcampus zweifellos in städtebaulich integrierter Lage im nördlichen Gemeindegebiet. Im Vergleich zum Bestandsstandort des ALDI-Marktes nördlich der Autobahn kann der Verlagerungsstandort besser wohnungsnahe Versorgungsfunktionen als bisher übernehmen.
 - Mit einem geplanten Verkaufsraum des Supermarkts inkl. Bäckereicafé von 1.660 m², einem Lebensmitteldiscounter mit 1.200 m² Verkaufsfläche sowie der gut erreichbaren Lage im nördlichen Bereich des Gemeindegebiets kann der Standort weiterhin Versorgungsfunktionen für die gesamte Gemeinde Neuenhagen übernehmen und zusätzlich die Einwohner in der Kernstadt von Altlandsberg als Kunden ansprechen.
 - Die Bushaltestelle „Neuenhagen, „Carl-Schmücke-Str.“ befindet sich in fußläufiger Entfernung an der Kirche. Mit der Realisierung des Schul- und Sportcampus wird es eine Bushaltestelle direkt am Standort geben.
 - Der geplante Nahversorgungsstandort kann insgesamt die wohnungsnahe und wohnortnahe Nahversorgung in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin mit zwei modernen Lebensmittelmärkten verbessern und fügt sich in die seit Jahren positive Einwohnerentwicklung des Mittelzentrums ein.

Standort kann nahversorgungsrelevante Kaufkraftabflüsse des Mittelzentrums Neuenhagen bei Berlin teilweise binden

- Die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin hat als gemeinsames Mittelzentrum mit Hoppegarten Versorgungsfunktionen für sich und die umliegenden Gemeinden. Wie aus den Berechnungen der Bindungsquote in Abschnitt 7 deutlich wurde, fließen jedoch aktuell 17,2 Mio. € aus Neuenhagen ab. So wird bei einem Marktpotenzial von derzeit 58 Mio. € lediglich ein Umsatz von 40,8 Mio. € erzielt, was einer Bindungsquote von 70,3% entspricht. Innerhalb des gesamten Einzugsgebiets ist die Bindungsquote mit 68,3% und Abflüssen von 23,0 Mio. € noch geringer.

- Die geringen Bindungsquoten zeigen deutlich auf, dass die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente ihre Versorgungsfunktion als Teil des Mittelzentrums aktuell nicht gerecht wird und Entwicklungspotenziale bestehen, welche durch den geplanten Nahversorgungsstandort aufgegriffen werden können.
- Unter Berücksichtigung der zusätzlichen Potenzialentwicklung durch den Wohnungsbau im direkten Umfeld des Projektstandortes und den absehbaren Umverteilungen innerhalb der Gemeinde Neuenhagen wird sich die Bindungsquote bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf 80% erhöhen. So fließen nach Realisierung des Projektvorhabens bei einem zukünftigen Gesamtumsatz von 47,5 Mio. € durch die Angebotsstrukturen im Gemeindegebiet Neuenhagen in Relation zum leicht höheren Marktpotenzial von 59,4 Mio. € (inkl. neue Wohnbebauung) auch weiterhin 11,9 Mio. € in umliegende Gemeinden und auch nach Berlin durch die Pendlerverflechtungen ab.

Umsatzverluste gegenüber zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten bleiben ohne städtebauliche Relevanz

- Die geringe Bindungsquote und bestehende Abflüsse aus dem Gemeindegebiet von Neuenhagen verdeutlichen, dass der Wettbewerbsdruck innerhalb der Gemeinde gering ist und auch für bestehende Anbieter Entwicklungspotenziale bestehen. Bereits in den letzten Jahren konnten die Standorte am starken Einwohnerwachstum von Neuenhagen bei Berlin sowie umliegenden Gemeinden partizipieren, dieses jedoch nur unzureichend erschließen.
- Im Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin gibt es einen zentralen Versorgungsbereich, welcher mit den Magnetanbietern REWE und ROSSMANN sowie zahlreichen weiteren ergänzenden Nahversorgungsanbietern zugleich den dominanten Nahversorgungsstandort im Gemeindegebiet bildet. Der zentrale Versorgungsbereich kann dazu von den weiteren Einzelhandelsbetrieben weiterer Branchen, Dienstleistern, Gastronomen sowie der höheren städtebaulichen Qualität und dem frequentierten S-Bahnhof profitieren. Bei errechneten Umsatzumverteilungseffekten von 8% sind bei der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.
- In den Gemeinden Hoppegarten (Ortsteil Hönöw) sowie in Altlandsberg gibt es zwei weitere, faktische zentrale Versorgungsbereiche. Letzterer steht aufgrund der Ausrichtung mit einem Bäcker und einem Weingeschäft nur marginal im Wettbewerb, sodass es keine spürbaren Auswirkungen geben wird. Für den zentralen Versorgungsbereich in Hönöw ergeben sich Umverteilungen durch einen Rückgang der bisher stärkeren Kaufkraft- / Kundenbindung aus Neuenhagen. Die prognostizierte Umverteilungsquote verbleibt mit 3,5% aber auf geringem Niveau.
- Bezogen auf die weiteren Nahversorgungsstandorte sind die stärksten Umverteilungen für den bestehenden EDEKA-Standort am Rosa-Luxemburg-Damm in Neuenhagen zu prognostizieren, da insbesondere Zielkunden im nördlichen Gemeindebereich stärker den neuen Nahversorgungsstandort aufsuchen werden. Ausgehend von einer derzeit starken, ausgeprägten Marktstellung, auch infolge des stetigen Nachfrageanstiegs in den letzten Jahren und den insgesamt ausbaufähigen Nahversorgungsstrukturen von Neuenhagen bildet eine Umverteilungsquote von 12,5% zwar hohe wettbewerbliche Effekte ab, die aber nicht zu existenziellen oder städtebaulich relevanten Wirkungen führen.
- Für alle weiteren Standorte im Untersuchungsgebiet verbleiben die Umverteilungseffekte auf einem deutlich geringeren Niveau und werden folglich zu keinen negativen Auswirkungen führen.

9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

Gemäß dem Ziel 2.6 des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte gebunden werden.¹⁷ Der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin wird im Landesentwicklungsplan die Funktion eines gemeinsamen Mittelzentrums mit Hoppegarten zugesprochen, sodass dem Ziel 2.6 entsprochen wird.

Die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden dürfen gemäß Ziel 2.7 nicht wesentlich beeinträchtigt werden (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).¹⁸ Gegen dieses Beeinträchtigungsverbot würde in der Regel verstoßen, wenn durch das Vorhaben die Versorgungsstrukturen in benachbarten Zentralen Orten beeinträchtigt würden, das heißt Betriebe geschlossen würden, die für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind. Das Kerneinzugsgebiet des Projektstandortes bleibt auf das Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin beschränkt, im erweiterten Einzugsgebiet Altlandsberg (Zone 3) existieren mit einem Bäcker und einem Weingeschäft lediglich zwei spezialisierte Nahversorgungsanbieter innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, mit dem nur marginale Wettbewerbsbeziehungen bestehen. Zwar sind Wechselwirkungen mit weiteren Standorten außerhalb von Neuenhagen bei Berlin zu erkennen, die Umverteilungsquoten resultieren jedoch aus einer legitimen Rückgewinnung bisher abfließender Nahversorgungspotenziale und verbleiben stets auf vertretbarem Niveau. Die verbrauchernahe Grundversorgung ist in den umliegenden Gemeinden in keinem Fall gefährdet.

Wie aus dem Einzugsgebiet deutlich wird, weist das Vorhaben innerhalb des Mittelzentrums Neuenhagen bei Berlin auch eine angemessene Größendimensionierung im Sinne des Grundsatzes 2.8 auf, sodass dem Kongruenzgebot entsprochen wird.

Gemäß dem Grundsatz 2.11 soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.¹⁹ Als einschlägiger Bezugsraum für die maximale Kaufkraftbindung ist laut der Begründung zu G 2.11 der für jeden Zentralen Ort anzunehmende Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes zu werten. Als Mittelzentrum geht der Bezugsraum somit über das Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin hinaus. Aus den Abschöpfungsquoten im Abschnitt 9.1 wird deutlich, dass selbst im Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin die Abschöpfungsquote mit 18,2% deutlich unterhalb dieser Schwelle liegt. Im weiteren Verflechtungsbereich ist die sortimentspezifische Bindung der Kaufkraft folglich noch geringer.

Laut Ziel 2.13 sind „großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.“ Bei den beiden Lebensmittelmärkten von ALDI und EDEKA handelt es sich zweifelsfrei um großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einem Sortiment für die Nahversorgung, sodass auch das Vorhaben mit dem Ziel 2.13 kompatibel ist.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg demnach vollumfänglich durch das Projektvorhaben eingehalten werden.

¹⁷ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg, 2019, S. 21.

¹⁸ ebd..

¹⁹ ebd.

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters mit Verkaufsflächenerweiterung und die Ansiedlung eines Vollsortimenters in Neuenhagen bei Berlin städtebaulichen Zielvorstellungen entsprochen wird und keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung zu erwarten sind. Dies gilt ausdrücklich für das aktuelle Planvorhaben mit einer um 460 m² vergrößerten Verkaufsflächendimensionierung, gegenüber den im bisherigen Bebauungsplanverfahren geprüften Vorhabensplanungen.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage im nördlichen Gemeindegebiet von Neuenhagen bei Berlin, eine umfassend gute Erreichbarkeit ist sowohl mit dem PKW, mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV über die Bushaltestelle „Neuenhagen, Carl-Schmücke-Str.“ und zu Fuß gegeben.
- Das Angebotskonzept der beiden Lebensmittelmärkte wird auf mehr als 90% der Verkaufsfläche Food und Nonfood I-Sortimente aufweisen.
- Im Vergleich zum bestehenden Standort des ALDI-Marktes nördlich der Autobahn verbessern sich die wohnungsnahen Versorgungsfunktionen für das Standortumfeld deutlich. Gemeinsam mit einem modernen Vollsortimenter kann der Lebensmittelmarkt zudem wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das weitere Gemeindegebiet wahrnehmen.
- Aktuell beträgt die Bindungsquote bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Mittelzentrum Neuenhagen bei Berlin lediglich 70,3%, sodass rd. 17,2 Mio. € abfließen. Mit dem geplanten Nahversorgungsstandort ist es möglich, Kaufkraft stärker im Mittelzentrum zu binden. Es werden bei einer zukünftigen Bindungsquote von 80% nach Realisierung des Vorhabens auch weiterhin Entwicklungspotenziale für alle Anbieter offen bleiben.
- Negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte innerhalb und außerhalb von Neuenhagen können auch aus den prognostizierten Umverteilungseffekten des aktuellen Planungsstandes nicht abgeleitet werden.
- Die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg werden durch das Projektvorhaben vollumfänglich eingehalten.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass durch die geplante Ansiedlung eines Nahversorgungsstandortes in Neuenhagen bei Berlin keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO induziert werden.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i.V. Richard Engel
Projektbearbeitung



i. V. Johannes Missol
Projektbearbeitung

Leipzig, 27. April 2021