



Auswirkungsanalyse zum geplanten Ersatzneubau eines Netto-Lebensmittelmarktes in der Stadt Taucha, Max-Liebermann-Straße

AUFTRAGGEBER: Netto Marken-Discount GmbH & Co. KG,
Thiendorf

PROJEKTLEITUNG: Dr. Eddy Donat
Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, den 25.07.2022

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 0351 / 35 655-501 / Fax 0351 / 8 02 38 95
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Aufgabenstellung	4
2. Rechtsrahmen - Baunutzungsverordnung	5
3. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel	8
4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung	9
II. Überprüfung des Vorliegens einer Atypik	11
1. Warenangebot des Netto-Lebensmittelmarktes als Nahversorger	11
2. Auswirkungen auf den Verkehr	12
3. Städtebauliche Integration des Planstandortes	13
4. Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens	16
4.1 Rahmenbedingungen in Taucha	16
4.2 Abgrenzung und Zonierung des zu versorgenden Bereichs	16
4.3 Vorhabensspezifisches Kaufkraftpotenzial	19
4.4 Fazit zur Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens	19
5. Fazit zur Bewertung einer städtebaulichen Atypik	20
III. Auswirkungsanalyse	22
1. Handelswirtschaftliche und städtebauliche Rahmenbedingungen	22
1.1 Wettbewerbssituation in Taucha	22
1.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	24
1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation	25
2. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt	26
3. Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO	27
3.1 Kaufkraftbewegungen	27
3.2 Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens	29
3.3 Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur	30
3.4 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	31
3.5 Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO	31
4. Fazit der Auswirkungsanalyse	32

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Im Juni 2022 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden den Auftrag zur Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse bezüglich der geplanten **Modernisierung des am Standort Max-Liebermann-Straße in der Stadt Taucha ansässigen Lebensmittelmarktes der Fa. Netto Marken-Discount**. Netto ist hier derzeit auf einer Verkaufsfläche von ca. 748 m² VK (inkl. Windfang und Backshop) ansässig, wobei die Objektsituation nicht mehr den Anforderungen an einen zeitgemäßen und attraktiven Einkaufsmarkt entspricht. Daher soll der Markt zurückgebaut und durch einen **modernen Neubau**, ergänzt durch Bäckerei (inkl. Cafébereich), ersetzt werden.

Da aktuell noch kein finales Layout des Neubaus feststeht, wird im Rahmen der Auswirkungsanalyse zunächst eine größere Erweiterungsfläche geprüft, als später ggf. auch tatsächlich realisiert wird. Damit wird eine gewisse Flexibilität bei der abschließenden Planung ermöglicht. Es wird daher eine **Verkaufsfläche von max. 1.200 m² VK** (inkl. Bäckereifacé)¹ als Maximalvariante geprüft. Sollte im Späteren nur eine geringere Erweiterungsfläche umgesetzt werden, bleiben die Aussagen der vorliegenden Auswirkungsanalyse weiterhin gültig.

Mit der Neuaufstellung von Netto soll der Versorgungsstandort an der Max-Liebermann-Straße zukunftsfähig gemacht und die Kundenfreundlichkeit des Marktes verbessert werden. Es soll v. a. ein an die demografische Entwicklung angepasster Markt geschaffen werden (breitere Gänge, niedrigere Regale). Eine wesentliche Sortimentsveränderung ist im Zuge des größeren Neubaus hingegen nicht geplant.

Der Vorhabenstandort liegt im **Geltungsbereich des rechtsgültigen Bebauungsplans Nr. 8a „Allgemeines Wohngebiet an der Klebendorfer / Sommerfelder Straße“**, der für das Netto-Areal ein **Mischgebiet nach § 6 BauNVO** festsetzt.

Da ein Markt mit einer Geschossfläche ab 1.200 m² bzw. einer Verkaufsfläche ab 800 m² als großflächig gilt, wird die **sog. Regelvermutung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO** ausgelöst. So wird bei Einzelhandelsvorhaben regelmäßig vermutet, dass ein großflächiges Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben negative Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung nach sich ziehen kann. Als Rechtsfolge hieraus wäre der Markt nur in einem Kerngebiet oder in einem ausgewiesenen Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel zulässig. Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO ist die **Regelvermutung widerlegbar**, wenn im konkreten Einzelfall Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass eine sog. atypische Fallgestaltung (Atypik) vorliegt.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage ist mit dem vorliegenden Bericht in einer ersten Prüfstufe zunächst im Sinne einer Widerlegung der Regelvermutung zu klären, ob aufgrund der siedlungsstrukturellen Situation am Planstandort in Taucha **Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik²** zu erkennen sind, so dass der Lebensmittelmarkt auch bei Überschreitung von 1.200 m² Geschossfläche nicht der Vermutungsregel unterworfen wäre (vgl. Kapitel II).

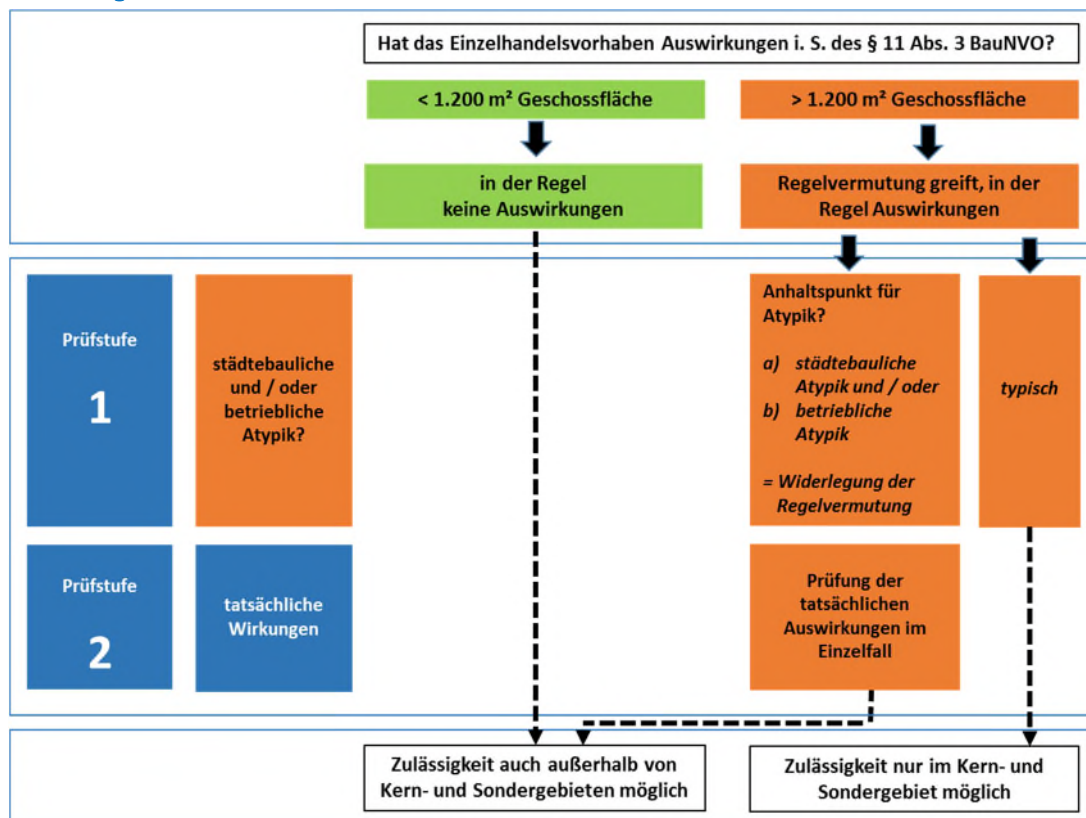
¹ Der Netto-Markt ist mit dem Lebensmittelkonzessionär als Funktionseinheit zu werten, so dass das Gesamtvorhaben bei der Auswirkungsanalyse zu berücksichtigen ist.

² Eine betriebliche Atypik liegt offensichtlich nicht vor, da es sich um einen „normalen“ Lebensmittelmarkt handelt.

Liegt eine atypische Fallgestaltung vor, sind in einem zweiten Schritt die zu erwartenden **versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens** entsprechend den Kriterien des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu prüfen (**Kapitel III**). Anhand dieser abzuarbeitenden Punkte orientiert sich die Gliederung des vorliegenden Gutachtens.

Sofern eine positive Beurteilung in beiden Prüfstufen erfolgt, wäre das Vorhaben nicht kern- bzw. sondergebietspflichtig. Hierzu sind v. a. die Nahversorgungswirkung, das kleinräumige Standortumfeld des Netto-Marktes sowie die Größe und Siedlungsstruktur der Stadt Taucha zu untersuchen. Eine raumordnerische Prüfung i. S. der Landes- und Regionalplanung ist hingegen aufgrund der Rechtslage nicht erforderlich.

Abbildung 1: Prüfschema nach § 11 Abs. 3 BauNVO



GMA-Zusammenstellung 2022

2. Rechtsrahmen - Baunutzungsverordnung

Der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:³

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, 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 Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

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 insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt i. S. d. § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO einzustufen ist, hat in einer **zweistufigen Prüfung** getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb. Dies ist bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall.⁴
 - ➔ **Der Neubau des Netto-Lebensmittelmarktes (inkl. Bäckereicafé) weist eine Verkaufsfläche von insgesamt bis zu 1.200 m² auf, so dass das Vorhaben als großflächig einzustufen ist.**
2. Die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung). Soweit Lebensmittelmärkte mehr als 800 m² Verkaufsfläche aufweisen, sind sie nach der eindeutigen Rechtsprechung des BVerwG als großflächige Einzelhandelsbetriebe anzusehen, für deren Ansiedlung und Erweiterung der § 11 Abs. 3 BauNVO von besonderer Bedeutung ist. Danach sind diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe einem bauplanungsrechtlichen Sonderregime unterstellt und grundsätzlich nur in Kerngebieten im Sinne des § 7 BauNVO oder in förmlich durch B-Plan festgesetzten Sondergebieten zulässig, soweit sie sich nicht nur unwesentlich auf städtebauliche Belange nachteilig auswirken können. Diese Regelvermutung kann aber nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO im konkreten Einzelfall widerlegt werden, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass solche Auswirkungen trotz Überschreitung der Großflächigkeit nicht vorliegen.
 - ➔ **Es ist im Folgenden zu prüfen, ob der Netto-Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von insg. bis zu 1.200 m² die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen auslöst. Kann die Regelvermutung widerlegt werden, ist das Vorhaben auch in der geplanten Größe ohne Ausweisung eines Sondergebietes zulässig.**

⁴ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.

Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere

- /// das Warenangebot des Betriebes (= Nahversorgungsfunktion) und / oder
- /// die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile und die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung (städtebauliche Atypik)

zu berücksichtigen. Bereits an dieser Stelle ist hervorzuheben, dass für Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels v. a. der **städtebaulichen Atypik** eine entscheidende Rolle zukommt.

In diesem Zusammenhang stellt das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 24. November 2004⁵ – in Rückgriff auf den Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vom 30.04.2002 – folgendes fest:

„Ob die Vermutung widerlegt werden kann, hängt maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb angelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hervorgerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr herauf beschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind. [...] Dabei kann allerdings die jeweilige Siedlungsstruktur nicht außer Betracht bleiben. Je größer die Gemeinde oder der Ortsteil ist, in dem der Einzelhandelsbetrieb angesiedelt werden soll, desto eher ist die Annahme gerechtfertigt, dass sich die potenziellen negativen städtebaulichen Folgen relativieren. Für den Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ist die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ zu dem Ergebnis gelangt, dass es insbesondere auf die Größe der Gemeinde / des Ortsteil, auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs ankommt. Bei der gebotenen Einzelfallprüfung könne es an negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und dem Verkehr insbesondere dann fehlen, wenn der Non-Food-Anteil weniger als 10 v.H. der Verkaufsfläche beträgt und der Standort verbrauchernah und hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich sowie städtebaulich integriert ist. [...]“

Dies wird im 2017 aufgelegten Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels im selben Wortlaut aufgegriffen.⁶ Bei der Widerlegung der Regelvermutung muss demnach eine differenzierende Betrachtungsweise erfolgen, die insbesondere das spezielle Warenangebot des zu überprüfenden Lebensmitteldiscounters bewertet, ebenso wie den Aspekt der verbrauchernahen Versorgung, d. h. es ist zu prüfen, ob es sich um einen integrierten Standort handelt.⁷

⁵ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁶ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels; beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28.09.2017.

⁷ vgl. Kuschnerus, U.; Bishopink, O. und Wirth: Der standortgerechte Einzelhandel, 2. Auflage, Bonn 2018, Seite 66.

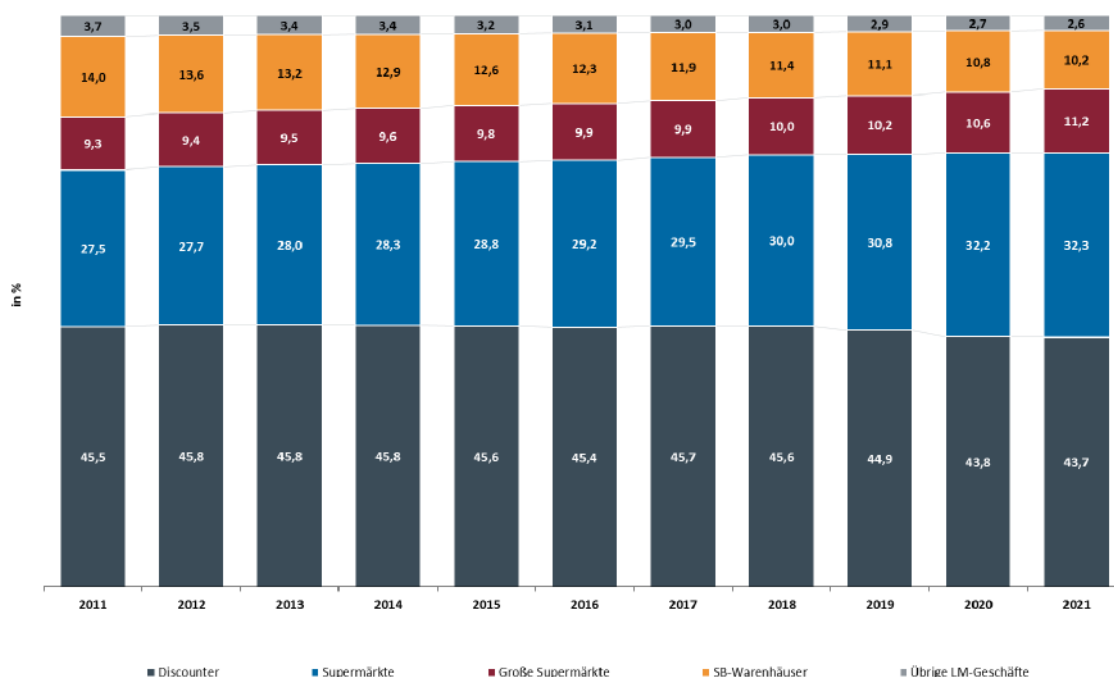
3. Aktuelle Marktentwicklungen und Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf (vgl. Abbildung 3). Er ist Umsatzgarant selbst in der sich aktuell vollziehenden Corona-Pandemie. Im Jahr 2019 sind die **Umsätze auf rd. 166,0 Mrd. € gestiegen**, was einem Anteil von etwa 31 % am gesamten Einzelhandelsumsatz entspricht.⁸

Die Umsatzentwicklung verläuft weiterhin deutlich positiv: In den Jahren 2009 bis 2019 verzeichnete die Branche einen Zuwachs um ca. 28 %.⁹ Hinter dem Wachstum steckt eine zunehmende Qualitätsorientierung der Konsumenten. Hinzu kommen immer **neue Ernährungstrends** (Superfoods, vegetarische, vegane, Gluten- und Laktose freie Produkte, nachhaltig produzierte und regionale Erzeugnisse, Fair Trade, Biolebensmittel etc.), für die der Kunde bereit ist mehr Geld auszugeben.

Auch die **Verschiebung von Marktanteilen** und unterschiedliche Entwicklung zwischen den einzelnen Betriebstypen ist prägendes Element im Lebensmittelhandel. Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 44 % den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 43 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 11 %.¹⁰ Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2011 – 2021



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2022, GMA-Darstellung 2022

⁸ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78.

⁹ Quelle: ebd., S. 64; GMA-Berechnungen 2022.

¹⁰ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 78; GMA-Berechnungen 2022.

Hinsichtlich der **Anzahl der Betriebsstätten**¹¹ belegen der EDEKA-Verbund (rd. 11.200 Märkte), die REWE Group (rd. 10.700 Märkte) und die Schwarz-Gruppe (Lidl mit rd. 3.200 Filialen, Kaufland mit ca. 670 Filialen) die ersten Plätze. Von den Discountern weist der zur EDEKA-Gruppe gehörende **Netto Marken-Discount mit rd. 4.270 bundesweit die meisten Filialen auf**, gefolgt von Lidl (rd. 3.200 Filialen), Aldi Nord (rd. 2.230 Filialen), Penny (rd. 2.180 Filialen), Aldi Süd (rd. 1.920 Filialen) und Norma (rd. 1.310 Filialen).

Die Firma **Netto Marken-Discount** verfügt in Deutschland zwar über das größte Discounter-netz, bleibt jedoch in Bezug auf den Umsatz deutlich hinter den beiden Marktführern, Lidl und Aldi, zurück. Als sog. „Softdiscounter“ profiliert sich Netto in der Discounter-Branche als Anbieter mit der größten Lebensmittelauswahl (rund 5.000 Artikel). Netto-Filialen erlösen im Durchschnitt einen Umsatz von ca. 3,6 – 3,7 Mio. € (brutto), die durchschnittliche Filialgröße liegt bei ca. 802 m² VK.¹²

Die Bedeutung des **Onlinehandels** ist im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor gering. Während alle Nonfood-Branchen zusammen mittlerweile einen Onlineanteil von knapp 16 % am gesamten Einzelhandel erreichen, bleibt der Onlinehandel im Lebensmittelbereich bislang ein Nischengeschäft. Nach Angaben des HDE lag der Onlineanteil am Gesamtumsatz mit Lebensmitteln 2019 bei lediglich 1,4 %.¹³

4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung des Netto-Marktes in Taucha an der Max-Liebermann-Straße und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden nachfolgend zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

- / Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutannahmen und Windfang.¹⁴ Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.
- / Für die Einordnung der verschiedenen **Betriebstypen** wird in vorliegender Untersuchung auf die Definitionen des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI) zurückgegriffen:¹⁵

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-

¹¹ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): handelsdaten.de (Onlinedatenbank; Stand 2019).

¹² Quelle: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2021 / 2022; GMA-Berechnungen 2022.

¹³ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland (2020): Online-Monitor 2020, S. 8. Der Marktanteil wird maßgeblich durch Wein- und Feinkostversender mitbestimmt.

¹⁴ Vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

¹⁵ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 361 f.

Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood-II-Artikel führt.

- Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt sogar rd. 25.000 Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 793 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.029 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.344 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

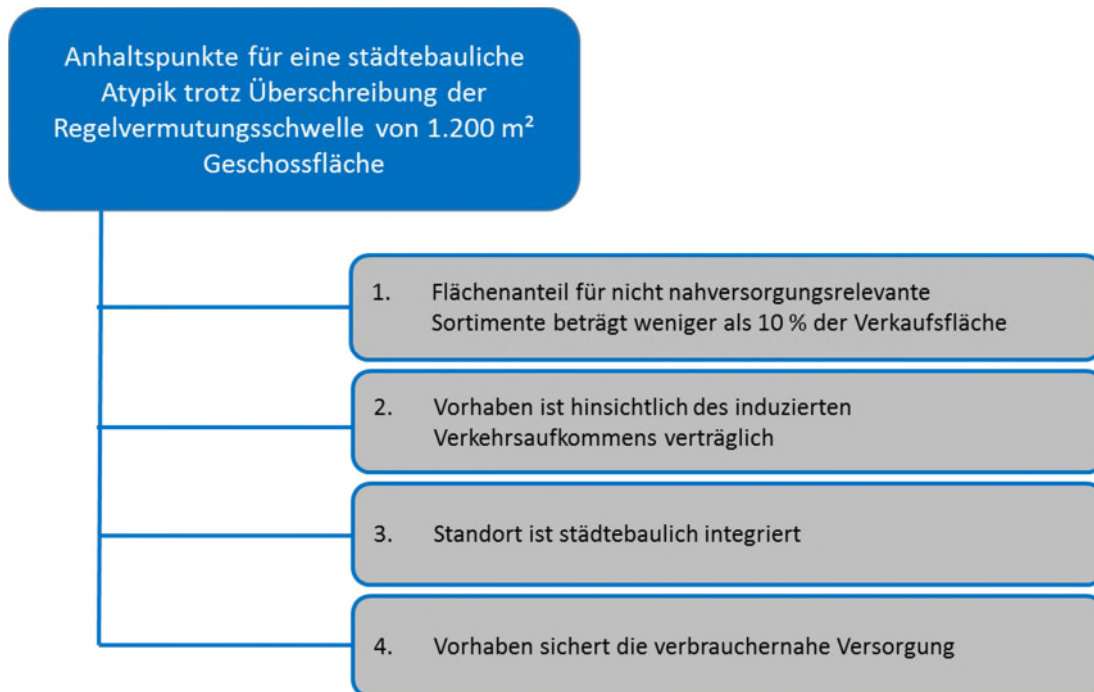
Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2021

- Lebensmitteldiscounter** weisen eine durchschnittliche Verkaufsfläche von knapp 800 m² auf. Bei Neuansiedlungen werden mittlerweile i. d. R. Größen zwischen 1.000 und 1.400 m² angesetzt. Auch wird angestrebt, bestehende Filialen auf diese Größenordnungen zu erweitern. Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze und modernisieren ihre Betriebseinheiten. Hauptursachen dafür sind neue Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demographischen Wandel und die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben. Die Corona-Pandemie gibt diesen Themen weiteren Schub.
- Bei dem zu untersuchenden **Netto-Markt handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter**. Discounter unterscheiden sich von Vollsortimentern durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie, einen hohen Anteil an Eigenmarken und ein straffes, standardisiertes Sortiment, das punktuell durch wechselnde Aktionsartikel ergänzt wird. Bei der sogenannten „Aktionsware“ handelt es sich einerseits um Lebensmittel, die nicht kontinuierlich geführt werden, zum anderen kommen unterschiedliche Nonfood-Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung/Sportartikeln, Haushalts- und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung sehr heterogen, eine permanente Verfügbarkeit einzelner Artikel ist nicht gegeben (vgl. Kapitel II.1).

II. Überprüfung des Vorliegens einer Atypik

In Anlehnung an den „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“¹⁶ ist folgendes Prüfschema abzuarbeiten:

Abbildung 3: Prüfschema städtebauliche Atypik bei Nahversorgern



GMA-Darstellung 2022; in Anlehnung an „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels“ 2017

1. Warenangebot des Netto-Lebensmittelmarktes als Nahversorger

Der **Anbieter Netto Marken-Discount** offeriert eine für Discounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, Frischeabteilung) und einen hohen Anteil an Handelsmarken. Das Netto-Angebot wird zumeist durch eine Bäckereifiliale ergänzt. Als sog. Soft-Discounter führt Netto bis zu 5.000 Standardartikel, liegt damit hinsichtlich der Artikelzahl an der Spitze der Discounter und weist bereits Merkmale eines Supermarktes auf.

Die **Sortimente des Netto-Marktes** sind wie folgt zu bewerten:

- // Das **Hauptsortiment** (Lebensmittel, Getränke) ist als Sortiment des täglichen kurzfristigen Bedarfs als nahversorgungsrelevant zu bewerten. Üblicherweise sind rd. 85 % der Verkaufsflächen in Netto-Märkten mit Nahrungs- und Genussmitteln belegt; hierzu zählen auch gelegentliche Aktionswaren mit Lebensmitteln und Getränken.
- // Die Artikel der Kategorie **Nonfood I** (Drogeriewaren, Kosmetikartikel, Putzmittel) sind ebenfalls zum größten Teil als nahversorgungsrelevant eingestuft. Diese gehören also gleichfalls zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung. In Netto-Märkten belegen Drogeriewaren etwa 5 – 10 % der Verkaufsflächen.
- // Der übrige Teil des Nonfood I-Bereichs (Tiernahrung) sowie die **Nonfood II**-Sortimente (bei Netto vorwiegend Zeitschriften, Blumen, Schreib- und Haushaltswaren) belegen bei

¹⁶ Beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017.

Netto-Märkten nur einen geringen Teil der Verkaufsflächen (ca. 5 – 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Aktionswaren mit Nonfood nehmen bei Netto einen deutlich geringeren Umfang ein als bei anderen Lebensmitteldiscountern. Insgesamt handelt es sich bei Netto bei diesen Nonfood II-Angeboten um ein dem Hauptsortiment deutlich untergeordnetes Randsortiment.

Festzuhalten ist also, dass bei **Netto deutlich mehr als 90 % der Verkaufsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten** belegt sind. Damit ist der Anbieter schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung.

Auch für die **Netto-Filiale in Taucha am Standort Max-Liebermann-Straße** ist die vorgenannte Einstufung zutreffend. Die Netto-Filiale ist seit Jahren mit einer Verkaufsfläche von rd. 748 m² ansässig. Dieser Markt soll nun im Zuge des Neubaus **auf ca. 1.200 m² VK** erweitert werden (inkl. Bäckerei / Fleischerei). Ziel der Erweiterung und Modernisierung der Netto-Filiale in Taucha ist es, durch eine optimierte Warenpräsentation und eine großzügige Gestaltung des Verkaufsraums einschließlich des Eingangsbereichs, die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Gegenüber den Filialen mit geringeren Verkaufsflächen können mehr Regalflächen in bequemer Greifhöhe, größere Verkehrs- und Gangflächen und mehr Übersichtlichkeit des Raumes geschaffen werden, was vor dem Hintergrund der allgemeinen demografischen Entwicklung zu sehen ist. Auch dem Personal erleichtern größere Verkehrs- und Gangflächen eine ökonomische Bewirtschaftung.

Wesentliche Sortimentserweiterungen sind mit diesem Schritt jedoch nicht verbunden. Diese verbieten sich schon aufgrund der überregionalen Beschickung und Werbung. Es bleibt bei dem Markt in Taucha bei dem betriebsüblichen Sortimentsspektrum, welches auch die anderen **Netto-Filialen in der Region** anbieten. Netto-Märkte sind Filialen, deren Ursache für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem **standardisierten Sortiment** und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch künftig wird es sich bei dem Markt in Taucha, Max-Liebermann-Straße also um eine für Netto typische Filiale handeln.

Anhand der obigen Daten kann der Netto-Markt in Taucha, Max-Liebermann-Straße als Anbieter eingeordnet werden, dessen Angebotsschwerpunkt – umsatz- und flächenbezogen – eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt.

2. Auswirkungen auf den Verkehr

Auswirkungen auf den Verkehr sind anzunehmen, wenn die vorhandenen Verkehrseinrichtungen durch den vom Vorhaben ausgehenden zusätzlichen Verkehr überlastet bzw. ihrer bestimmungsgemäßen Nutzung entzogen werden oder wenn Verkehrsbehinderungen auftreten. Dies ist etwa dann der Fall, wenn Wohnstraßen wesentlich zusätzlich belastet und dadurch zu Durchgangsstraßen werden, Straßenquerschnitte nicht mehr ausreichen, Linksabbieger den Geradeausverkehr behindern oder sich an Verkehrsknoten Staus entwickeln können.

Die Grundstückerschließung von Netto erfolgt derzeit über eine ausreichend leistungsfähig dimensionierte **Zufahrt von der Max-Liebermann-Straße** aus. Die Max-Liebermann-Straße stellt sich als Wohngebiets- und Erschließungsstraße dar, welche zum einen die Wohnsiedlungsbe-

reiche südlich und westlich (u. a. Otto-Dix-Straße, Paul-Klee-Straße) bzw. die östlich davon ansässigen Gewerbebetriebe um den Netto-Planstandort bzw. das Versorgungszentrum im Bereich Klebendorfer Straße erschließt. Die Max-Liebermann-Straße verbindet dabei die Klebendorfer Straße im Norden mit der Ernst-Barlach-Straße im Süden. Die weiträumigere Erschließung erfolgt über die Sommerfelder Straße, welche den Standort mit dem Tauchaer Stadtkern im Norden bzw. dem Stadtteil Sommerfeld der Stadt Leipzig im Süden verbindet. Grundsätzlich ist im Bereich der Zufahrt zur Netto-Liegenschaft nur eine schwache Frequentierung der Max-Liebermann-Straße zu verzeichnen, so dass keine Rückstauungen im Bereich der Netto-Zufahrt bestehen.

Die Einsehbarkeit des Standortes ist aus beiden Fahrtrichtungen problemlos möglich, wobei eine übersichtliche Verkehrssituation zu konstatieren ist. Auch geringe verkehrliche Einschränkungen konnten bei der Vor-Ort-Begehung nicht festgestellt werden. **Die Gesamtsituation stellt sich aktuell als nicht konfliktträchtig dar.**

In der geplanten Dimensionierung wird der erweiterte Netto-Markt nach gutachterlicher Einschätzung keine wesentlichen Wettbewerbsvorteile in Bezug auf seine Größe oder sein Angebotskonzept erzielen. Weder wird eine räumliche Ausweitung des betrieblichen Einzugsgebietes zu erwarten sein, noch werden wesentliche neue Kundenpotenziale erschlossen. Auch begrenzen die umliegenden Wettbewerbsstandorte in Taucha bzw. im Umland (u. a. Leipzig, Borsdorf) eine räumliche Ausdehnung des Kundeneinzugsgebietes.

Im Rahmen einer Erweiterung rechnet die GMA mit einem potentiellen Mehrumsatz am Standort von max. 0,8 Mio. € p. a. (vgl. Kapitel III.2). Unterstellt man rein rechnerisch einen durchschnittlichen Einkaufsbetrag von € 20,00, so werden durch das Erweiterungsvorhaben jährlich ca. 40.000 zusätzliche Kundenbewegungen am Standort ausgelöst; verteilt auf 290 Öffnungstage entspricht dies einem täglichen Zusatzaufkommen von ca. 138 Kunden pro Tag, oder ca. 11 – 12 Kunden je Stunde. Der Untersuchungsstandort wird auch zukünftig über eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt verfügen, die eine flüssige Abwicklung des Kunden- und Anlieferungsverkehrs ermöglicht. **Negative Auswirkungen des Vorhabens auf den Verkehr sind angesichts der nur geringen Belastung der Max-Liebermann-Straße insgesamt auszuschließen. Auch der Knotenpunkt mit der Klebendorfer Straße stellt sich als unproblematisch dar. Eine wesentliche Zunahme gebietsfremden Verkehrs, die zu verkehrsbedingten Beeinträchtigungen im Standortumfeld führt, ist nicht zu erwarten.**

Weiterhin ist der **Standort zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad** aus den umliegenden Wohngebieten gut zu erreichen. Straßenbegleitende Gehwege entlang der Max-Liebermann-Straße bzw. die umliegenden Wohngebietsstraßen ermöglichen den Bewohnern einen sicheren Zugang zum Standort. Ein **Anschluss an den ÖPNV** ist ca. 100 m nördlich des Planstandortes in der Klebendorfer Straße vorhanden (Haltestelle „Bogumils Garten“, Linien 173, 176, 176).

3. Städtebauliche Integration des Planstandortes

Der **Untersuchungsstandort** an der Max-Liebermann-Straße befindet sich im südlichen Siedlungsgebiet von Taucha. Das Standortareal wird nördlich durch den Parkplatz des Einkaufszentrums an der Klebendorfer Straße begrenzt. Östlich des Standortes verläuft die Sommerfelder Straße und westlich die Max-Liebermann-Straße. Südlich ist eine Tierarztpraxis etabliert (vgl. Abbildung 4):

Abbildung 4: Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2022

Das **Standortumfeld** ist wie folgt zu charakterisieren:

- // **Nördlich** befindet sich das Einkaufszentrum an der Klebendorfer Straße, welches sich als ein- bis zweigeschossiges Gewerbeobjekt mit einem zentral gelegenen Durchgang darstellt. Hier sind aktuell u. a. Apotheke, Schuh- und Schlüsseldienst, Restaurant, Blumenladen, Frisör, Physiotherapie, Fitnessstudio, ein Kursraum sowie Büronutzungen etabliert. Die Fläche des ehemaligen Konsum-Supermarktes steht leer bzw. wird zwischenzeitlich durch ein Corona-Testzentrum genutzt. Zum Objekt besteht ein direkter Fußwegedurchgang zum Netto-Grundstück. Hingegen sind die Parkplätze von Netto getrennt und separat anfahrbar. Weiterhin ist nördlich des Einkaufszentrums, jenseits der Klebendorfer Straße im Bereich Karl-Marx-Straße und Ernst-Moritz-Arndt-Straße, verdichtete Wohnbebauung vorhanden.
- // **Westlich** der Max-Liebermann-Straße sind zumeist kleinteilige Wohngrundstücke etabliert. Diese setzen sich südlich der Klebendorfer Straße bis zur Max-Klinger-Straße im Westen fort. Weiterhin ist nordwestlich von Netto eine Kindertagesstätte vorhanden.
- // **Südlich** von Netto ist hinter der Tierarztpraxis Liebmann inkl. Wohnhaus ein Grünstreifen zwischen Max-Liebermann-Straße und Sommerfelder Straße ausgeprägt.
- // **Östlich** der Sommerfelder Straße endet die zusammenhängende Wohnbebauung der Ortslage Taucha, wobei hier neben landwirtschaftlichen Nutzflächen auch ein Gehölzstreifen hin zur weiter östlich verlaufenden Kriekauer Straße verläuft.
- // **Nordöstlich** sind wiederum kleinteilige Wohnsiedlungsbereiche, u. a. an der Kantstraße und der Ludwig-Feuerbach-Straße, gelegen.



Planobjekt Netto, Max-Liebermann-Straße



EKZ Klebendorfer Straße nördlich



verdichtete Wohnbebauung nördlich der Klebendorfer Straße



Wohngebiet westlich der Max-Liebermann-Straße



Bushaltestelle „Bogumils Garten“ nördlich



Netto-Parkplatz mit Blick zum EKZ an der Klebendorfer Straße

GMA-Aufnahmen 2022

Insgesamt ist das **Standortumfeld** sowohl von Wohnnutzungen als auch gewerblichen und Einzelhandelsnutzungen geprägt. So schließt der Netto-Standort direkt an die zusammenhängenden Wohnsiedlungsbereiche der südlichen Tauchaer Kernstadt an und ist somit in das Siedlungsgefüge eingebunden. Ferner stellt das Einkaufszentrum an der Klebendorfer Straße eine städtebauliche Dominante dar, wobei das Netto-Objekt durch die Nachbarschaftslage die gemeinsame Handelslage nach Süden hin abrundet. Der Netto-Standort verfügt über einen ÖPNV-Anschluss in der Klebendorfer Straße und ist durch Gehwege aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen sehr gut zu erreichen.

In der Zusammenschau ist der gesamte Bereich von Netto und dem EKZ an der Klebendorfer Straße durch eine gewisse Multifunktionalität gekennzeichnet, wobei neben Einzelhandel u. a. auch Gastronomie und Dienstleister etabliert sind. Es bestehen somit Anhaltspunkte die den **Standortbereich Klebendorfer Straße / Max-Liebermann-Straße als zentralen Versorgungsbereich charakterisieren können**.¹⁷ In jedem Falle ist der **Standort als städtebaulich integriert einzustufen**, da er für die Wohnbevölkerung mit seinem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment hier die verbrauchernahe Grundversorgung der Bevölkerung sichert.

¹⁷ Gem. Nahversorgungskonzept Taucha 2019 ist der Bereich als „NVZ Sommerfelder Straße“ eingeordnet.

4. Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens

4.1 Rahmenbedingungen in Taucha

Die sächsische **Kleinstadt Taucha** mit rd. 15.733 Einwohnern¹⁸ liegt im Nordwesten des Freistaates Sachsen. Das Stadtgebiet grenzt im Nordosten an Leipzig, im Südwesten an Jesewitz und im Süden an Borsdorf. Taucha ist gemäß Regionalplan Leipzig-Westsachsen als Grundzentrum ausgewiesen und gehört zum Verdichtungsraum des Oberzentrums Leipzig. Neben der Kernstadt umfasst das Stadtgebiet die vier Ortsteile Merkwitz, Pönitz, Seegeritz und Sehlis, die dörflichen Charakter aufweisen. In der Innenstadt mit ihrem historischen Altstadtbereich ist eine Vielzahl von Angeboten der Daseinsvorsorge vorzufinden. Dazu zählen u. a. Grund- und Oberschule, Ärzte, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie verschiedene Versorgungsangebote des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Taucha für den Individualverkehr ist durch die Lage an der Bundesautobahn A 14 und der Bundesstraße B 87, die direkt durch das Stadtgebiet verläuft und eine wichtige regionale Verbindungsachse darstellt, als sehr gut einzustufen. Die ÖPNV-Erreichbarkeit wird durch S-Bahn- sowie Regionalbahnverbindungen u. a. nach Leipzig, Eilenburg, Cottbus und Hoyerswerda gewährleistet. Die Anbindung nach Leipzig ist ferner durch die Straßenbahnlinie 3 der Leipziger Verkehrsbetriebe gegeben. Zudem verbinden verschiedene Buslinien die Kernstadt mit den umliegenden Ortsteilen und Gemeinden.

Die **Bevölkerungsentwicklung** der Stadt Taucha verlief seit dem Zensus 2011 positiv. So stieg die Bevölkerung bis heute um rd. 1.605 Einwohner (11,4 %).¹⁹ Gemäß der 7. regionalisierten Bevölkerungsprognose des statistischen Landesamtes Sachsen wird bis zum Jahr 2030 ein Bevölkerungszuwachs von ca. 12,4 % (ca. 1.947 Einwohner) gegenüber dem Jahr 2021 erwartet.²⁰

Die **Einzelhandelsstruktur** in Taucha ist im Bereich der Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt. Lebensmittelmärkte sind hier nicht angesiedelt. Neben dem hier untersuchten Netto Lebensmitteldiscounter im Nahversorgungszentrum „Sommerfelder Straße“ wird die Nahversorgung durch weitere Lebensmittelmärkte (u. a. Aldi, Lidl, Kaufland) ergänzt. Weiterhin befinden sich nahe der Bundesautobahn A 14 und der Bundesstraße B 87 ein Dehner Garten-Center sowie das Möbelhaus Möbel Kraft.

4.2 Abgrenzung und Zonierung des zu versorgenden Bereichs

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den neu gebauten Netto-Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und

¹⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 31.12.2021.

¹⁹ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 09.05.2011: ca. 15.733 Einwohner.

²⁰ Quelle: 7. regionalisierte Bevölkerungsprognose, Statistisches Landesamt Sachsen, Prognose 2030 für die Stadt Taucha: rd. 17.680 Einwohner.

strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, städtebauliche und naturräumliche Zäsuren)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Geh- bzw. Fahrzeitisochronen
- /// Filialnetz des Betreibers, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Taucha und im Umland.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den neu aufgestellten Netto Lebensmittelmarkt am Standort Max-Liebermann-Straße folgendes **Einzugsgebiet** abgrenzen (vgl. Karte 1):

- /// Zone I: Naheinzugsgebiet ca. 2.670 Einwohner
- /// Zone II: erweitertes Einzugsgebiet ca. 2.920 Einwohner
- /// **Einzugsgebiet insgesamt:** **ca. 5.590 Einwohner.**²¹

Durch den erneuerten Netto-Markt am Standort Max-Liebermann-Straße wird ein **Einzugsgebiet** erschlossen, welches sich auf Teile des südlichen Stadtgebietes von Taucha erstreckt.

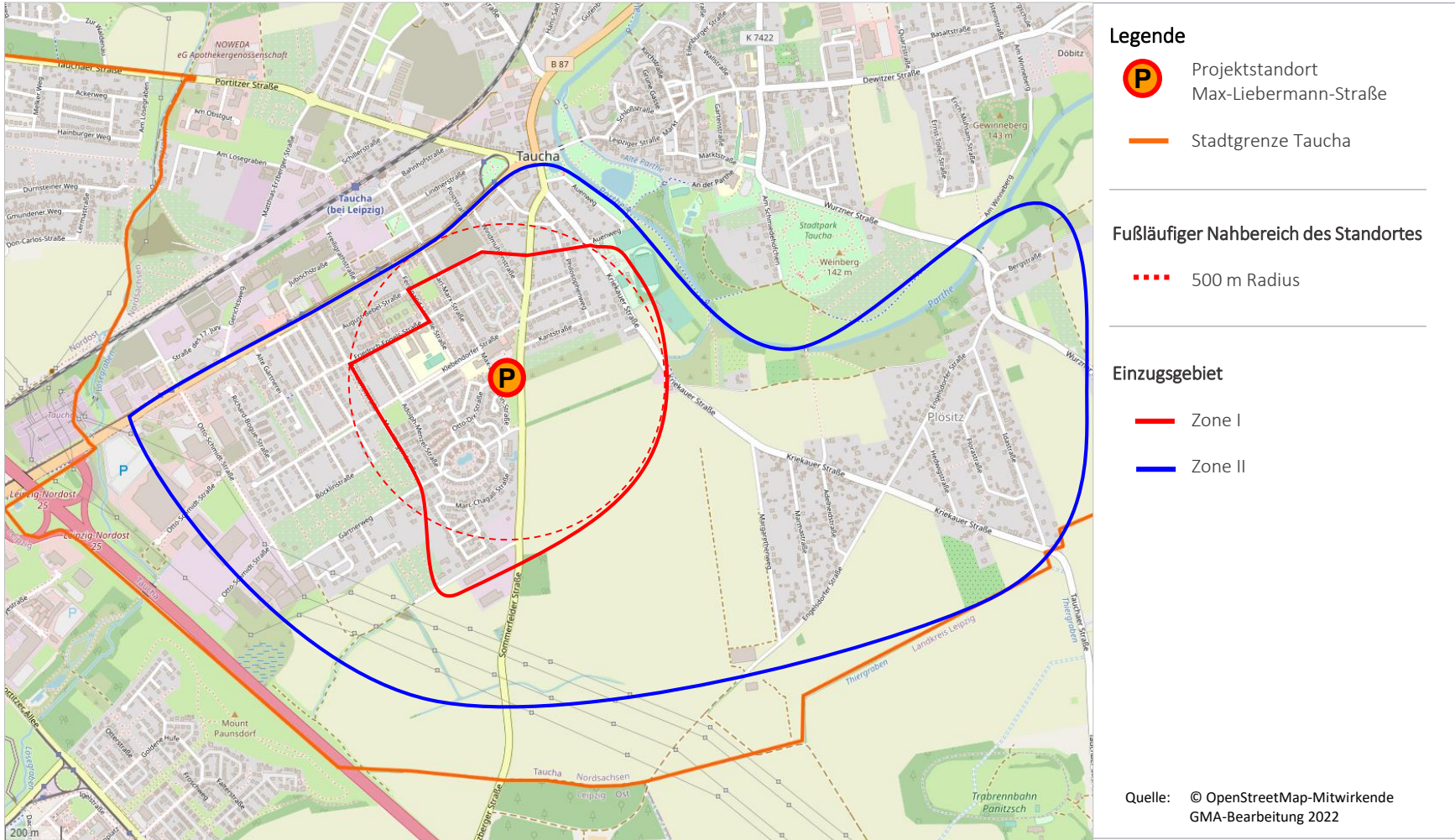
- /// **Zone I** umfasst zunächst die im unmittelbaren Standortumfeld liegenden Wohngebiete in einem modifizierten fußläufigen 500 m-Radius. Hier stellt der Planstandort Netto den einzigen strukturprägenden Lebensmittelmarkt dar, so dass eine entsprechend hohe Marktdurchdringung anzusetzen ist. Die Zone I wurde aufbauend auf der fußläufigen Erreichbarkeit anhand der begrenzenden Wirkung umliegender Wettbewerbsstandorte, den städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren (u. a. Flusslauf der Parthe) sowie der Verkehrsinfrastruktur (Straßen, Fußwege) modifiziert und festgelegt.
- /// **Zone II** umfasst auch weitere angrenzende Siedlungsbereiche der Kernstadt Taucha zwischen der Leipziger Straße im Nordwesten, der Stadtgrenze im Süden sowie der Parthe im Osten, wobei der Siedlungsbereich Plöszitz ebenfalls zur Zone II zählt.

Insgesamt weist der zur Erweiterung vorgesehene Netto Marken-Discount, Max-Liebermann-Straße u. a. durch die Einbettung in das fakt. „NVZ Sommerfelder Straße“ primär eine Nah- und Grundversorgungsbedeutung für das Einzugsgebiet auf. Auch nach seiner Erweiterung wird er nur das bestehende räumlich begrenzte Einzugsgebiet erschließen. Eine wesentliche Umorientierung von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes und somit ein weiträumiger Kaufkraftabzug wird nicht zu erwarten sein. Vielmehr wird eine stärkere Orientierung der Kunden innerhalb des Einzugsgebietes auf den Netto-Markt zu erwarten sein.

Durch die Wohngebietslage von Netto ist zudem nur ein geringer **Streukundenanteil** von ca. 7 % zu erwarten. Dies sind im Wesentlichen Pendler oder Zufallskunden, welche die Sommerfelder Straße passieren.

²¹ Quelle: Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene mit WIGeoGIS nach Geomarkets, Stand: 01.01.2020.

Karte 1: Nahbereich und Einzugsgebiet des Planstandortes Netto, Max-Liebermann-Straße



4.3 Vorhabenspezifisches Kaufkraftpotenzial

Bei der **Kaufkraftberechnung** gehen außer den Einwohnerzahlen auch aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte mit ein, die mit dem örtlichen Kaufkraftniveau gewichtet werden. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.370 €. Hiervon entfallen ca. 2.445 € auf Nahrungs- und Genussmittel. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Taucha liegt mit einem Wert von 101,5 leicht über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0).²²

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des Vorhabens ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 13,9 Mio. €**. Davon entfallen auf:

-  Zone I ca. 6,6 Mio. €
-  Zone II ca. 7,3 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 13 %.

4.4 Fazit zur Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens

Neben der betrieblichen Charakterisierung des Netto-Marktes als Nahversorger, welche sich in erster Linie auf das Warenangebot bezieht, wird deutlich, dass **Netto bereits heute einen strukturprägenden Betrieb im Angebotsgefüge zur Sicherung der Grundversorgung in Taucha bzw. im Einzugsgebiet darstellt.**

Für den **Netto-Markt an der Max-Liebermann-Straße** ist diesbezüglich eine Versorgungsfunktion für den **zugehörigen Nahbereich** zu konstatieren. Dieser ist in Anbetracht der durchmischten Siedlungsstruktur im Standortumfeld bzw. im südlichen Stadtgebiet von Taucha auf eine **Entfernung von (mindestens) 1.000 m** festzulegen.²³ Hier leben **aktuell rd. 6.250 Einwohner**.²⁴

Darauf aufbauend ist zu prüfen, ob durch die **Kaufkraftbindung des Lebensmittelmarktes** die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich gefährdet sein könnte. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass gemäß der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel“ unter städtebaulichen Gesichtspunkten diese Auswirkungen auf den Wettbewerb des Einzelhandels auch im Lebensmittelhandel dann keine Rolle spielen, wenn der Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb selbst der verbrauchernahen Versorgung dient. Dies ist der Fall, wenn – von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen – der voraussichtliche **Gesamtumsatz des geplanten Marktes 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt.**

²² Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

²³ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels; beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28.09.2017, S. 10 in Verbindung mit

Vgl. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel 2007, Rand Nr. 98: Demnach umfasst der Nahversorgungsradius in Abhängigkeit von der Einwohnerdichte eine Spannbreite von 1.000 m – 2.500 m. Somit stellt der Ansatz von 1.000 m den Mindestradius in Bezug auf die Ermittlung des zu versorgenden Nahbereiches dar.

²⁴ Quelle: Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene mit WIGeoGIS nach Geomarkets, Stand: 01.01.2020.

Für die aktuell rd. 5.930 Einwohner des Nahbereiches ist ein Kaufkraftvolumen von ca. 15,5 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich zu berechnen.²⁵ Die prognostizierte Umsatzleistung von Netto bei Nahrungs- und Genussmitteln liegt bei ca. 4,3 – 4,4 Mio. € (vgl. Kapitel III.2). Damit werden **rechnerisch rd. 27 - 29 % des vorhandenen Nachfragepotenzials** gebunden. **Entsprechend dient der Netto-Markt auch nach seiner Erweiterung der verbrauchernahen Versorgung.**

Aus **versorgungsstruktureller Sicht** können die wesentlichen Eigenschaften des Standortes wie folgt zusammengefasst werden:

- // Lage im Siedlungsbereich mit direktem Wohngebietsbezug im südlichen Kernstadtgebiet von Taucha
- // Standort ist bereits als Nahversorgungslage etabliert
- // das Standortumfeld weist nach gutachterlicher Einschätzung Merkmale eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches auf („NVZ Sommerfelder Straße“)
- // Erreichbarkeit zu Fuß durch Gehwege im Umfeld gewährleistet, Wohngebiete befinden sich in fußläufiger Distanz zum Netto-Markt
- // Anbindung an den ÖPNV gewährleistet (Bushaltestelle ca. 100 m nördlich in der Klebendorfer Straße)
- // verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw gewährleistet.





Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Netto-Markt an der Max-Liebermann-Straße bereits heute einen wichtigen Versorgungsstandort im Rahmen des Nahversorgungsnetzes von Taucha darstellt. In diesem Zusammenhang kommt ihm eine bedeutende Versorgungsaufgabe für Teile der Stadt zu. Diese Funktion soll durch den avisierten Neubau gesichert werden, indem der Netto-Markt modernisiert und erweitert wird und somit eine langfristige Perspektive des Betreibers Netto Marken-Discount am Standort ermöglicht.

5. Fazit zur Bewertung einer städtebaulichen Atypik

Angelehnt an das Prüfschema gemäß des durch die Fachkommission Städtebau beschlossenen Leitfadens zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmittelhandels, wird nachfolgend überprüft ob es sich bei dem Projekt von Netto in Taucha um ein städtebaulich atypisches Vorhaben handelt.

²⁵ Kaufkraftkennziffer (101,5) x Pro-Kopf-Ausgaben Nahrungs- und Genussmittel (ca. 2.445 €) x Einwohnerzahl (6.250 Einwohner) = Kaufkraftvolumen (15,5 Mio. €).

Tabelle 2: Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik

Anhaltspunkt	Ausprägung	Bewertung
Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt weniger 10 % der Verkaufsfläche	Der Verkaufsflächenanteil von nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt sowohl im Bestand als auch in der Planung weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche. Der Netto-Markt ist damit hinsichtlich seines Warenangebotes eindeutig als Nahversorger einzustufen (vgl. Kapitel II.1).	
Verträglichkeit hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens	Die Max-Liebermann-Straße, über die im Wesentlichen die Erschließung des Netto-Marktes erfolgt, ist als Wohngebiets- und Erschließungsstraße nur gering belastet. Der Untersuchungsstandort wird auch zukünftig über eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt verfügen, die eine unproblematische Abwicklung des Kunden- und Anlieferungsverkehrs ermöglicht. Negative Auswirkungen des Vorhabens auf den Verkehr sind insgesamt auszuschließen. Eine wesentliche Zunahme gebietsfremden Verkehrs, die zu verkehrsbedingten Beeinträchtigungen im Standortumfeld führt, ist nicht zu erwarten (vgl. Kapitel II.2).	
Standortrahmenbedingungen (städtebauliche Integration)	Der Netto-Markt befindet sich im südlichen Kernstadtgebiet von Taucha im baulichen Siedlungszusammenhang. Die Nutzungsstrukturen im Standortumfeld sind von Wohnnutzungen sowie gewerblichen Nutzungen geprägt. Über Fußwege ist der Standort aus den angrenzenden Wohnbereichen in kurzer Distanz zu erreichen. Für den Standortbereich Max-Liebermann-Straße liegen Anhaltspunkte vor, dass es sich um einen faktischen zentralen Versorgungsbereich handelt (vgl. Kapitel III.1.2). In jedem Falle ist der Standort als städtebaulich integriert einzustufen, da er für die Wohnbevölkerung mit seinem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment hier die verbrauchernahe Grundversorgung sichert. Die Lage direkt angrenzend auch an Wohnbebauung sowie der ÖPNV-Anschluss sprechen zudem für die Integration des Standortes (vgl. Kapitel II.3).	
Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens	Der Netto-Markt übernimmt bereits heute eine wichtige Versorgungsfunktion für Taucha. Diesbezüglich ist auf die Versorgungsfunktion für den Nahbereich hinzuweisen: So sind im 1.000 m-Radius aktuell rd. 6.250 Einwohner ansässig. Die Kaufkraftabschöpfung liegt rechnerisch bei ca. 27 - 29 %, und damit unterhalb des 35 % Orientierungswertes, weshalb der erweiterte Netto-Markt auch weiterhin der wohnortnahen Versorgung dient (vgl. Kapitel II.4.4). Die Planung (Erweiterung auf bis zu 1.200 m ² VK) dient der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit des Netto-Marktes. Mit der Umsetzung des Vorhabens wird der Netto-Markt an aktuelle Kunden- und betriebliche Anforderungen angepasst. Das Vorhaben dient somit v. a. der langfristigen Sicherung des für die Nahversorgung wichtigen Standortes. Eine Einzugsgebietsausweitung ist nicht zu erwarten.	

GMA-Zusammenstellung 2022

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Prüfkriterien einer städtebaulichen Atypik erfüllt werden. Den Vorgaben des Leitfadens der Fachkommission Städtebau wird damit Rechnung getragen.

III. Auswirkungsanalyse

1. Handelswirtschaftliche und städtebauliche Rahmenbedingungen

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die **Angebots- und Wettbewerbssituation** in Taucha bzw. Einzugsgebiet darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet wurde von der GMA im Juni 2022 durch eine aktuelle **Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe** untersucht. Als Wettbewerber für Netto gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder – ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser / Große Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Wettbewerbssituation in Taucha

Die **projektrelevante Angebotssituation** im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Taucha wird im Wesentlichen durch die hier ansässigen größeren Lebensmittelmärkte geprägt. Neben dem Planobjekt Netto Marken-Discount, Max-Liebermann-Straße, sind folgende Anbieter zu nennen (vgl. Karte 2):

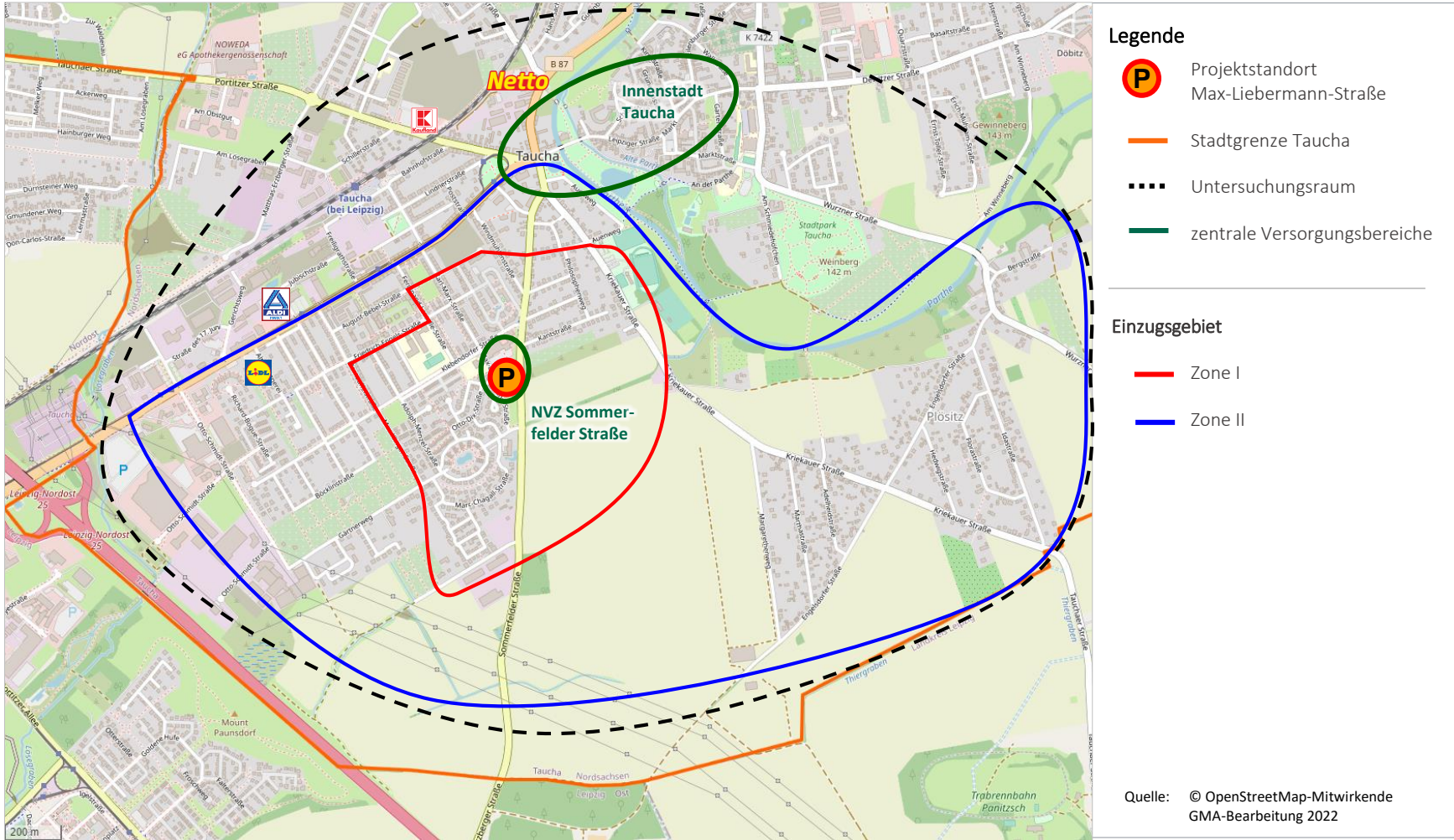
Netto, Graßdorfer Straße: durchschnittlich aufgestellter aber gut frequentierter Nahversorgungsstandort, i. W. Versorgungsfunktion für das nördliche Tauchaer Stadtgebiet bzw. z. T. auch gewisse gesamtstädtische bzw. ins nördliche Umland ausstrahlende Versorgungsfunktion; Distanz zum Planstandort ca. 1.200 m; durch Betreibergleichheit hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von Netto.



Lidl, Leipziger Straße: modernisierter und großflächig erweiterter leistungsfähiger Discountstandort ergänzt durch Bäcker, sowohl Nahversorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet als auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion; Distanz zum Planstandort ca. 1.100 m; hohe Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von Netto.



Karte 2: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



/// **Aldi**, Leipziger Straße: älterer, allenfalls durchschnittlicher kleinflächiger Discounter, überwiegend gesamtstädtische Versorgungsfunktion; Distanz zum Planstandort ca. 1.200 m; mittlere Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von Netto.



/// **Kaufland**, Portitzer Straße: in die Jahre gekommenes Objekt mit nur geringer Verkaufsflächengröße für Kaufland ergänzt um Shopzone, überwiegend gesamtstädtische Versorgungsfunktion; Distanz zum Planstandort ca. 1.500 m; mittlere Wettbewerbsrelevanz für das Planvorhaben von Netto.



Darüber hinaus sind **kleinteilige Lebensmittelbetriebe** (u. a. Bäckereien, Getränkemarkt, Bioläden, Tankstellenshop, Obst & Gemüse, Spezialanbieter) innerhalb des Einzugsgebietes vorhanden, welche die Nahversorgungsstrukturen in Taucha ergänzen.

In Ergänzung ist auf **geplante Einzelhandelsvorhaben im Tauchaer Lebensmitteleinzelhandel** hinzuweisen, wobei diese jeweils einen unterschiedlichen Planungsstand aufweisen. Da die nachfolgenden Vorhaben noch nicht in Umsetzung bzw. auch nicht marktwirksam sind, sind sie im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse noch nicht als Wettbewerber zu berücksichtigen. Folgende Vorhaben sind bekannt:

- /// Ansiedlung Rewe Supermarkt am Standort Klebendorfer Straße, ca. 1.950 m² VK
- /// Ansiedlung Edeka Supermarkt, Eilenburger Straße ca. 1.700 m² VK
- /// Ersatzneubau Kaufland-Markt, Portitzer Straße, ca. 3.400 m² VK zzgl. Konzessionäre
- /// Erweiterung Netto-Markt, Großdorfer Straße auf max. 1.200 m² VK

1.2 Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. in umliegenden Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen. Als Grundlage können hierfür Einzelhandels- und Zentrenkonzepte herangezogen werden.

Die Stadt Taucha verfügt über ein **Nahversorgungskonzept** aus dem Jahr 2019, welches das Einzelhandelskonzept 2015 inhaltlich fortschreibt. Hier werden neben dem **Innenstadtzentrum Taucha** auch das **Nahversorgungszentrum (NVZ) Sommerfelder Straße** als zentrale Versorgungsbereiche festgelegt.

Entsprechend ist gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen, ob vom Vorhaben schädliche Auswirkungen auf Funktion und Entwicklung dieser zentralen Versorgungsbereiche ausgehen (vgl. Kapitel III.3.4).

1.3 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

Insgesamt ist die Wettbewerbssituation für das Planvorhaben von Netto Marken-Discount in Taucha differenziert zu betrachten. So stellt Netto für den unmittelbaren Nahbereich (Zone I) den einzigen Nahversorger dar, so dass hier eine Alleinstellung festzuhalten ist, die sich in einem hohen Marktanteil widerspiegelt (vgl. Kapitel III.2). Allerdings bestehen im Bereich der Leipziger Straße bzw. an der Portitzer Straße und Graßdorfer Straße insgesamt vier weitere leistungsstarke strukturprägende Lebensmittelmärkte als Wettbewerber, u. a. auch des Betreibers Netto. Somit ist der erzielbare Marktanteil in Zone II des Einzugsgebietes bereits deutlich niedriger. Aufgrund der verkehrlich günstigen Lage bzw. der Erreichbarkeit dieser Anbieter ist somit außerhalb des Nahbereiches eine intensive Wettbewerbssituation zu attestieren, so dass die Ausstrahlungskraft des Planstandortes deutlich begrenzt wird.

Ungeachtet dessen kommt dem **Planstandort von Netto an der Max-Liebermann-Straße** durch seine städtebaulich integrierte Lage eine wichtige Versorgungsfunktion zu. Mit dem geplanten Marktneubau und der damit einhergehenden Modernisierung wird sich die fußläufige Nahversorgung insbesondere in Zone I des Einzugsgebietes spürbar verbessern, wobei Netto hier seinen Marktanteil wird steigern können.

Mit nachfolgender Tabelle wird die **Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet im Nahrungs- und Genussmittelbereich** dargestellt.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen

Lage	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)*	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Einzugsgebiet	1.190	20	5,0	21
<i>davon Zone I</i>	-	-	-	-
<i>davon Zone II (i. W. Lidl)</i>	1.190	20	5,0	21
Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes	4.620	80	18,8	79
<i>davon Innenstadt</i>	90	2	0,6	3
<i>davon sonstige Lagen (i. W. Kaufland, Aldi, Netto)</i>	4.530	78	18,3	77
Untersuchungsraum insg.	5.810	100	23,9	100

* Umsatz aufgeteilt: hier nur Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln

** ohne Netto-Bestandsmarkt, Max-Liebermann-Straße

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und -Berechnung 2022

2. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteil-konzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁶ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die **perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens** ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätze und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird nachfolgend ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den Ersatzneubau des Netto-Marktes mit rd. 1.200 m² VK (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁷

Tabelle 4: Umsatzerwartung des Netto-Vorhabens

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	6,6	34	2,2 – 2,3	0,3 – 0,4	2,6	60
Zone II	7,3	17	1,2 – 1,3	0,2	1,4 – 1,5	33
Einzugsgebiet	13,9	25	3,5	0,5 – 0,6	4,0 – 4,1	93
Streuumsätze			0,2 – 0,3	< 0,1	0,3	7
Insgesamt			3,7 – 3,8	0,5 – 0,6	4,3 – 4,4	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich beträgt beim Anbieter Netto ca. 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2022; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den neu gebauten und erweiterten Netto-Markt mit ca. 1.200 m² VK (inkl. Bäckerei) nach gutachterlicher Einschätzung eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 4,3 – 4,4 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,7 – 3,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich (v. a. Drogeriewaren und andere nahversorgungsrelevante Sortimente).

Mit einem **Marktanteil** von ca. 34 % in Zone I kommt dem neu gebauten Netto-Markt eine bedeutende Grund- und Nahversorgungsfunktion zu, wobei dennoch keine beherrschende Marktposition erreicht wird. Im weiteren Einzugsgebiet ist in Zone II nur noch ein geringerer Marktanteil von ca. 17 % zu erwarten. Hier ist aufgrund der größeren räumlichen Entfernung

²⁶ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁷ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

bzw. der Straßenanbindung davon auszugehen, dass verstärkt auch andere Einkaufsstandorte in Taucha bzw. im Untersuchungsraum aufgesucht werden.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2021 / 2022 liegt die durchschnittliche Filialleistung von Netto bei ca. 3,6 – 3,7 Mio. €.

Damit läge der Netto-Markt an der Max-Liebermann-Straße auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei) auch über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Netto-Märkten (Ø VK 802 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 3.600 € / m² VK wird dagegen nur eine unterdurchschnittliche Flächenleistung für Netto-Märkte erreicht.²⁸ Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet sowie den bestehenden Wettbewerbsstandorten in Taucha nicht zu erwarten. Die prognostizierte Umsatzleistung stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens dar (**worst-case-Ansatz**).

3. Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO

3.1 Kaufkraftbewegungen

Mit der Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// Die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen durch die Erweiterung des Netto-Lebensmittelmarkts erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in dieser

²⁸ Gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 liegt der Durchschnittswert für Netto-Märkte bei rd. 4.260 € / m² VK.

Auswirkungsanalyse das Vorhaben des neu gebauten Netto-Marktes mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei) bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen ist jedoch der bereits bestehende Markt (ca. 748 m² VK) zu berücksichtigen, **d. h. der Bestandumsatz ist wettbewerbsneutral**. So ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen des langjährig ansässigen Bestandmarktes bereits abgearbeitet sind bzw. die Einzelhandelssituation sich also darauf eingestellt hat.

Für die Bewertung des Erweiterungsvorhabens des Netto-Marktes in Taucha werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der **Netto-Markt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² (inkl. Bäckerei) eine **Umsatzleistung von ca. 4,3 – 4,4 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 3,7 – 3,8 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der **Netto-Markt bereits langjährig am Standort Max-Liebermann-Straße etabliert** ist. Derzeit erwirtschaftet der Markt nach gutachterlicher Einschätzung eine Umsatzleistung von ca. 3,5 – 3,6 Mio. €. Davon entfallen ca. 3,0 – 3,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,4 – 0,5 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden. **Daraus folgt, dass die bereits heute bestehende Verkaufsfläche vom Markt absorbiert bzw. der Bestandumsatz als umverteilungsneutral einzustufen ist.**
- /// Nach Abzug der bestehenden Umsätze des Netto-Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von max. 0,8 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Einzugsgebiet umverteilungswirksam werden kann. **Davon entfallen ca. 0,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,1 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.**
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von **Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten** betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte und erst nachgeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).

Im Detail sind für den erweiterten Netto-Markt im Einzugsgebiet folgende Umsatzumlenkungen zu erwarten:

Tabelle 5: Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €* in Mio. €*	Umsatzum- verteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %	
Lebensmittelbereich	Umsatz bestehender Netto-Markt inkl. Streuumsätze	-	3,0 – 3,1	-	
	Umsatzumverteilungen	Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	5,0	0,3	6
		• davon Zone I	-	-	-
		• davon Zone II (i. W. Lidl)	5,0	0,3	6
		Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum	18,9	0,4	2
		• davon Innenstadt	0,6	< 0,1	n. n.
		• davon sonstige Lagen (i. W. Kaufland, Aldi, Netto)	18,3	0,4	2
		Umsatzumverteilungen insgesamt	23,9	0,7	3
Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	-	3,7 – 3,8	-		
Nichtlebens- mittelbereich	Umsatz bestehender Netto-Markt	-	0,4 – 0,5	-	
	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	-	0,1	n. n.	
	Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	-	0,5 – 0,6	-	
Umsatz erweiterter Netto-Markt insgesamt		-	4,3 – 4,4	-	



* ohne Bestandsumsatz des Netto-Marktes am Max-Liebermann-Straße

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2022; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

3.2 Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzzumlenkungen im Untersuchungsraum sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch das Vorhaben von Netto zu erwarten:

- 
 Durch die im Zuge des Ersatzneubaus geplante Erweiterung des Anbieters Netto am Standort Max-Liebermann-Straße in Taucha werden bei einem derzeitigen Umsatz der betroffenen Wettbewerber im **gesamten Untersuchungsraum** i. H. von ca. 23,9 Mio. €²⁹ ca. 0,7 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln umverteilt, was einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von ca. 3 % entspricht³⁰. Dabei sind die Umsätze der geplanten Bäckerei und der Fleischerei bereits inkludiert.
- 
Innerhalb des Einzugsgebietes sind in Zone I keine weiteren Wettbewerber im Nahrungs- und Genussmittel ansässig. Entsprechend treten hier keine wettbewerblichen Effekte auf. In Zone II ist i. W. auf den Lidl-Markt, Leipziger Straße als Wettbewerber

²⁹ Bereinigte Umsatzeleistung, d. h. ohne Nonfood-Randsortimente bei Lebensmittelmärkten; ohne Umsatz des Netto-Bestandsmarktes, Max-Liebermann-Straße.

³⁰ Ca. 0,7 Mio. € entsprechen dem umverteilungswirksamen Mehrumsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln, der durch das Vorhaben zu erwarten ist. Dagegen ist der Bestandsumsatz des schon heute etablierten Netto-Marktes (inkl. Backshop) als umverteilungsneutral anzurechnen.

hinzuweisen. Die Umsatzumverteilung liegt hier bei ca. 0,3 Mio. € (Quote von ca. 6 %), womit der Maximalwert der Auswirkungen erreicht wird. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der erst jüngst erfolgten Modernisierung dieses Anbieters ist aber keine substantielle Betriebschwächung zu vermuten, so dass eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe sicher auszuschließen ist.

- Gegenüber Anbietern **im Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes werden nur rd. 0,4 Mio. € des Vorhabenumsatzes umverteilt, was einer Verdrängungsquote von ca. 2 % entspricht. Entsprechend werden die betroffenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte nicht nachweislich tangiert. Hier sind im Wesentlichen Netto (Graßdorfer Straße), Kaufland (Portitzer Straße) und Aldi (Leipziger Straße) zu nennen. Entsprechend sind keine nachhaltig schädigenden Effekte, die zu einer Betriebschließung führen, zu attestieren.
- Gegenüber dem **Innenstadtbereich Taucha** werden deutlich weniger als 0,1 Mio. € Umsatzumverteilung auftreten, so dass die hier etablierten Lebensmittelfachgeschäfte keine nachweisbaren Auswirkungen spüren werden. Eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe ist auch im Einzelfall auszuschließen.
- Mit Bezug auf das geplante **Bäckereicafé** im Netto-Markt ist schon heute ein Backshop vorhanden. Entsprechend ist davon auszugehen, dass durch das neue Bäckereicafé keine wesentlichen Umsatzumverteilungen im Einzelhandel ausgelöst werden, v. a. da die zusätzliche Fläche im Wesentlichen dem Cafébereich zugutekommt. Diese gastronomischen Umsätze sind nicht umverteilungsrelevant i. S. möglicher Auswirkungen.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.
- Grundsätzlich ist auf geplante **Entwicklungsabsichten im Lebensmitteleinzelhandel** in Taucha hinzuweisen (vgl. Kapitel III.1.1). So sind zukünftig deutliche Veränderungen im Nahversorgungsnetz der Stadt zu erwarten, die auch Einfluss auf den Versorgungsstandort von Netto im NVZ Sommerfelder Straße haben werden. Hier ist der Schutzstatus von Netto, Max-Liebermann-Straße hervorzuheben, wobei das aktuelle Neubauvorhaben der Sicherung dieses für die wohnortnahe Versorgung wichtigen Standortes dient.

3.3 Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgungsstruktur

Die vorangegangene Analyse der Umverteilungswirkungen bei bestehenden Wettbewerbern hat deutlich gemacht, dass das Vorhaben am Standort Max-Liebermann-Straße in **Taucha keine erheblichen Auswirkungen auf den örtlichen Anbieterbestand und die Nahversorgungsstrukturen** nach sich ziehen wird. Zwar werden die in Taucha ansässigen Anbieter Kaufland, Netto (Graßdorfer Straße), Aldi und Lidl geringe Umsatzeinbußen verzeichnen, jedoch ist nicht

mit negativen betrieblichen Auswirkungen zu rechnen.³¹ Betriebliche Auswirkungen bzw. eine Existenzgefährdung eines dieser Anbieter sind durch das Vorhaben von Netto, Max-Liebermann-Straße wie dargelegt auszuschließen.

Der Netto-Markt an der Max-Liebermann-Straße stellt einen wichtigen Versorgungsstandort im Rahmen des Nahversorgungsnetzes von Taucha dar. In diesem Zusammenhang kommt ihm eine bedeutende Versorgungsaufgabe für die Siedlungsbereiche im zentralen Stadtgebiet zu (vgl. Kapitel II. 4.4). Die Erweiterung des Netto-Lebensmittelmarktes im Zuge des Ersatzneubaus dient dabei dem langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit dieses Anbieters. Gleichzeitig werden andere Nahversorgungsstandorte in Taucha bzw. auch im Umland nicht gefährdet. **Insofern wirkt sich das Vorhaben nicht negativ auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich bzw. darüber hinaus aus.**

Ein weiträumiger Kaufkraftabzug ist in Anbetracht der geringen Höhe des zusätzlich zu erwartenden Umsatzes im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel von ca. 0,7 Mio. € nicht zu erwarten. So speist sich der zusätzliche Umsatz i. W. aus einer Erhöhung der Marktdurchdringung im Einzugsgebiet. Die Auswirkungen gehen dabei v. a. zu Lasten der größeren Lebensmittelmärkte. Die Umsatzrückgänge liegen bei max. 6 %, so dass Betriebsaufgaben in Folge der Netto-Erweiterung sicher auszuschließen sind. Der Nachweis wurde erbracht. **Damit ist zu verneinen, dass auch weniger mobile Bevölkerungsgruppen Einschränkungen bei einer auch nicht motorisierten Erreichbarkeit von Nahversorgern hinnehmen werden müssen. Eine Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen innerhalb als auch außerhalb des Einzugsgebietes ist sicher auszuschließen.**

3.4 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Mit Blick auf eine mögliche Betroffenheit zentraler Versorgungsbereiche ist diese nicht erkennbar. Der relevante zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt Taucha** wird **nicht nachweislich tangiert**. Die hier vorhandenen kleinteiligen Fachgeschäfte sind nicht bestandsbedroht, so dass schädliche städtebauliche Effekte vollkommen auszuschließen sind. Dies trifft sowohl auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel als auch auf sonstige Randsortimente von Netto zu. **Schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO sind damit nicht zu erwarten.**

Auswirkungen auf das faktische **NVZ Sommerfelder Straße** sind per se auszuschließen, da der Planstandort integraler Bestandteil dieser Handlungslage ist und die geplante Investition von Netto dem langfristigen Erhalt und Verbleib am Standort dient. Zentrale Versorgungsbereiche in weiter entfernten Kommunen (z. B. Leipzig) können zudem gänzlich ausgeschlossen werden.

3.5 Sonstige Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO

Außer den bereits dargelegten Auswirkungen des Vorhabens auf die Nahversorgung und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sind gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO eventuelle schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, den Verkehr, das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt zu prüfen.

³¹ Negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung wären dann zu erwarten, wenn durch das Planvorhaben ein strukturprägender Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Sortimentschwerpunkt derart im Bestand gefährdet ist, dass im Falle eines Marktaustrittes eine räumliche Versorgungslücke bei der fußläufigen wohnortnahen Versorgung entsteht.

Da der Netto-Lebensmittelmarkt bereits langjährig am Standort an der Max-Liebermann-Straße ansässig ist und das Grundstück bereits überwiegend durch das Verkaufsgebäude bzw. die dazugehörigen Parkieranlagen überbaut ist, sind durch das Vorhaben **keine schädlichen Umweltwirkungen, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt** zu erwarten. In Bezug auf die Stellplatzsituation wird auch weiterhin gewährleistet, dass ein ausreichendes Angebot für die Kunden zur Verfügung steht. Weiterhin werden die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse gewahrt, da der Markt als Einzelhandelsbetrieb ohnehin keine erheblichen Emissionen ausstrahlen dürfte.

Zusätzliche infrastrukturelle Anforderungen sind mit dem Vorhaben nicht verbunden. Die Erschließung des Grundstücks bleibt unverändert gesichert. Eine ausreichend leistungsfähige Zufahrt zum Netto-Markt sowie eine problemlose Möglichkeit zur Anlieferung sind weiterhin gewährleistet. Mit Auswirkungen auf den Verkehr im Sinne einer steigenden Verkehrsbelastung oder mit Beeinträchtigungen des Standortumfelds ist im vorliegenden Fall nicht zu rechnen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Erhöhung der Verkaufsfläche mit Sicherheit nicht zu einer proportionalen Erhöhung des Kundenverkehrs führen wird. Eine wesentliche Ausdehnung des Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten. Von dem Vorhaben werden daher auch **keine negativen Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung und auf den Verkehr** ausgehen (vgl. Kapitel II.2).

Abschließend bleibt festzuhalten, dass der Netto-Markt bereits heute aus den umliegenden Wohngebieten auch zu Fuß erreichbar ist und auch ein Anschluss an den ÖPNV besteht. Die langfristige Sicherung des Netto-Marktes dient daher auch der Verkehrsvermeidung und ist im Sinne einer wohnortnahen Nahversorgung positiv zu bewerten.

4. Fazit der Auswirkungsanalyse

Durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Netto-Lebensmittelmarktes bzw. den geplanten Neubau (inkl. Bäckerei und Fleischerei) am Standort Max-Liebermann-Straße in Taucha werden **keine schädlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit integrierter Versorgungslagen in Taucha ausgelöst. Auch werden keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO auftreten.**

Der Netto-Markt ist in der Tauchaer Versorgungsstruktur langjährig etabliert. Der geplante Ersatzneubau mit ca. 1.200 m² VK (inkl. Bäckerei und Fleischerei) dient der Anpassung an aktuelle Kunden- und Logistikanforderungen und damit auch einer langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des für die Nahversorgung wichtigen Anbieters. Zudem werden bei dem Erweiterungsvorhaben die Sortimentsbreite und -struktur des Anbieters nicht wesentlich verändert. Der Lebensmittelmarkt weist hinsichtlich seines Sortimentes eine hohe Nahversorgungsfunktion auf. Der Großteil des Sortimentes ist als Nahversorgungsgüter für den täglichen Bedarf einzustufen.

Aus dem Vorhaben sind insgesamt nur geringfügige Auswirkungen auf andere Anbieter abzuleiten. Versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Folgen sind nicht absehbar. Es werden keine bodenrechtlichen Spannungen ausgelöst.

Die Umverteilungsquote liegt im Einzugsbereich deutlich unterhalb des 10 %-Schwellenwertes, der als Orientierungswert für schädliche städtebauliche Auswirkungen herangezogen werden kann. Die Funktionsfähigkeit der örtlichen Einzelhändler und insbesondere der Nahversorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung in Taucha werden nicht beeinträchtigt. Vielmehr wird der Standort, der v. a. Versorgungsfunktion für das zentrale Kernstadtgebiet von Taucha erfüllt, zukunftsfähig aufgestellt. Insgesamt sind somit keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen oder des zentralen Versorgungsbereichs Alte Baumwolle absehbar. Auswirkungen außerhalb von Taucha sind darüber hinaus sicher auszuschließen.

Ferner sind schädliche Umwelteinwirkungen oder negative Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt bei dem Vorhaben ebenfalls nicht zu erwarten.

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Einzugsgebiet des Netto-Marktes in Taucha, Max-Liebermann-Straße	18
Karte 2:	Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2:	Anhaltspunkte einer städtebaulichen Atypik	21
Tabelle 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	25
Tabelle 4:	Umsatzerwartung des Netto-Vorhabens	26
Tabelle 5:	Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben	29

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Prüfschema nach § 11 Abs. 3 BauNVO	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2011 – 2021	8
Abbildung 3:	Prüfschema städtebauliche Atypik bei Nahversorgern	11
Abbildung 4:	Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen	14