

# Auswirkungsanalyse

## Verlagerung des Penny-Lebensmittelmarktes in 37345 Bischofferode in die Weißenborner Straße

---

Auftraggeber:

IBO Consult Projektentwicklung & Vermietungs GmbH  
Hainaer Mühlgasse 1  
98630 Römhild

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon +49 361 7780660

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Berlin · Köln · Stuttgart · Leipzig · Erfurt

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangssituation / Projektdaten .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Standortrahmendaten Landgemeinde Am Ohmberg .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Einzelhandelsstrukturen Am Ohmberg.....</b>	<b>8</b>
3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung .....	8
3.2. Zentrale Versorgungsbereiche .....	11
<b>4. Projektstandort.....</b>	<b>13</b>
<b>5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse .....</b>	<b>16</b>
5.1. Einzugsgebiet .....	16
5.2. Marktpotenzial .....	19
5.3. Angebot .....	20
<b>6. Städtebauliche Bewertung des Penny-Vorhabens .....</b>	<b>23</b>
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	23
6.2. Umsatzprognose.....	25
6.3. Umsatzherkunft.....	28
6.4. Wirkungsprognose.....	29
6.4.1. Methodische Vorgehensweise .....	29
6.4.2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Einzugsgebiet .....	30
6.4.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets .....	35
6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen bei Wiederbelegung des Penny-Altstandortes .....	38
<b>7. Zusammenfassung.....</b>	<b>41</b>

## 1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette Penny betreibt in der thüringischen Landgemeinde Am Ohmberg und hier im Ortsteil **Bischofferode** langjährig einen Lebensmittelmarkt; die Filiale wurde bereits im November 1998 eröffnet. Penny stellt arbeitsteilig mit einem Edeka-Markt im Ortsteil Großbodungen einen wichtigen Träger der lokalen Grundversorgung für die Landgemeinde dar.

Der Penny-Markt erfüllt auf Grund seiner unattraktiven Außen- und Innengestaltung nicht die qualitativen Ansprüche an einen modernen Lebensmittelmarkt. Darüber hinaus entspricht die Filiale auch hinsichtlich ihrer Flächengröße mit rd. 554 m<sup>2</sup> nicht den quantitativen Anforderungen an einen **marktüblichen Discounter** bzw. den aktuellen vertriebsseitigen Maßgaben des Betreibers.

Am Bestandsstandort ist nach einer Prüfung der Penny-Handelskette eine Erweiterung bezüglich des fehlenden Flächenangebots nicht möglich, daher plant Penny eine Verlagerung des Marktes auf eine naheliegende Potenzialfläche **östlich der Weißenborner Straße**; etwa 300 Meter vom Bestandsstandort entfernt. Das Areal ist durch eine Grünfläche belegt und unterliegt keiner qualifizierten Nutzung.

**Abbildung 1: Objektsituation auf dem Baugrundstück an der Weißenborner Straße in Bischofferode**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Rahmen des Marktneubaus können die aktuellen betreiberspezifischen, vor allem auch die energetischen Maßgaben von Penny umgesetzt werden, ebenso kann das **flächenseitige Layout** des Marktes auf eine konzeptübliche Flächendimensionierung von knapp 800 m<sup>2</sup> angehoben werden. Der Backshop (rd. 82 m<sup>2</sup>; inkl. Außensitzbereich<sup>1</sup>) wird an der Außenfront des Penny-Marktes – im Bereich des Marktzugangs – installiert. Der summierte Flächenaufwuchs beträgt rd. 285 m<sup>2</sup>.

**Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des Penny-Marktes in Bischofferode**

	IST-Fläche m <sup>2</sup>	PLAN-Fläche m <sup>2</sup>	Veränderung m <sup>2</sup>
Penny (inkl. Windfang, Vorraum Leergutannahme)	554	799	+245
Backshop (inkl. Sitzbereich innen/außen)	42	82	+40
<b>Gesamt</b>	<b>596</b>	<b>881</b>	<b>+285</b>

Quelle: Architekturbüro Schüler (Bad Hersfeld)

<sup>1</sup> Zur Verkaufsfläche eines Lebensmittelmarktes zählt auch die anliegende Fläche für einen Backshop mit Sitzbereich; die Außenverzehrfäche ist ebenfalls mit zu berücksichtigen. Bei den Verzehrfächen steht nicht eine gastronomische Nutzung im Vordergrund, sondern die Vermarktung der im Markt und Backshop angebotenen Produkte.  
vgl. Urteil VGH München [1 N 21.22] vom 07.02.2023 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1144/11\*] vom 29.05.2013.  
Die Verkaufsfläche des Backshops setzt sich aus der Innenfläche (rd. 47 m<sup>2</sup>) und der Außenfläche (rd. 35 m<sup>2</sup>) zusammen. Beide Flächen sind als Verkaufsfläche zu zählen und addieren sich zu der Fläche des Penny-Marktes. Das Gesamtvorhaben überschreitet folglich die Schwelle zur Großflächigkeit.

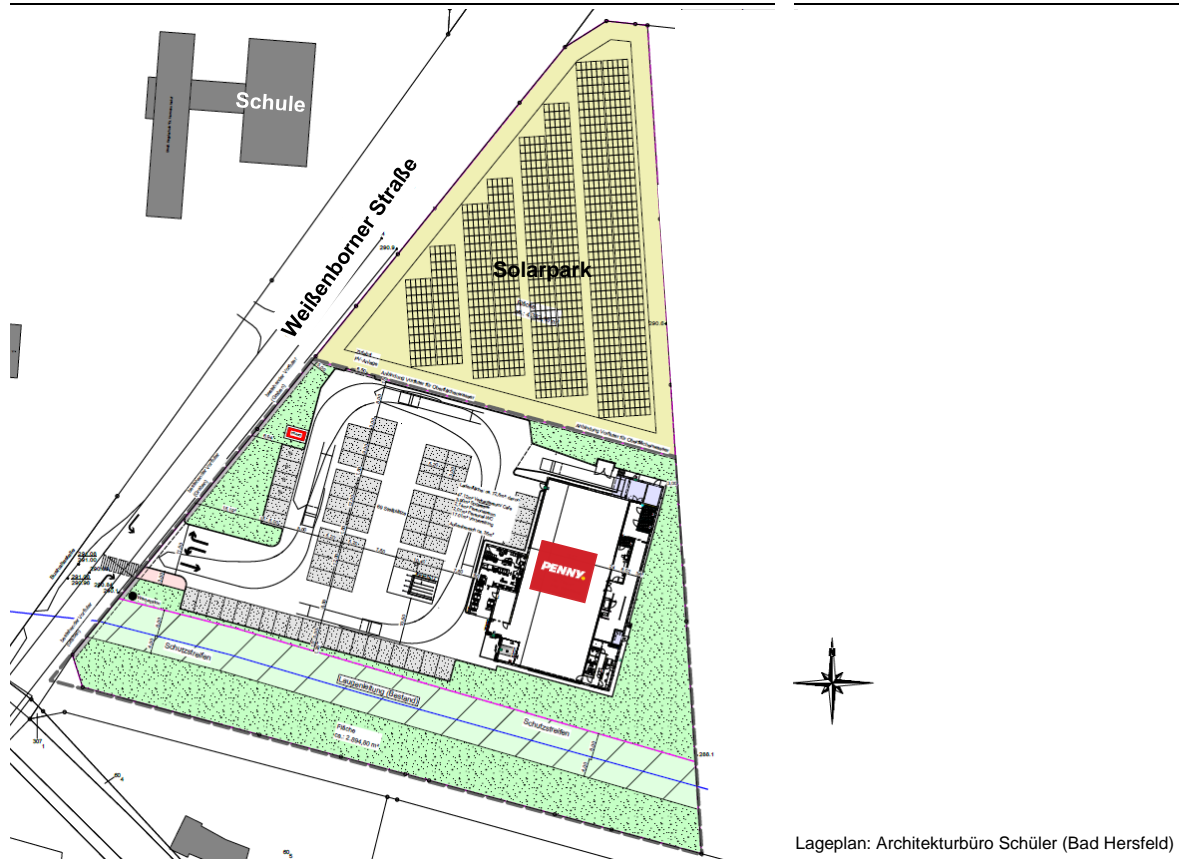
Mit der erweiterten Verkaufsfläche des Penny-Marktes sollen die **Kundenattraktivität** und die **Einkaufsqualität** – z.B. übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche, größere Laufwege, breitere Gänge – erhöht werden. Die Flächenvergrößerung bezieht sich auch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

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

Nach der Erweiterung wird seitens des Betreibers kein zur Fläche gleichlaufender bzw. proportionaler Umsatzzuwachs erwartet, da die Artikelanzahl in dem Penny-Markt nicht erhöht wird.<sup>2</sup> Die Maßnahme zielt hauptsächlich auf eine optische Ertüchtigung des Marktes und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die Wettbewerbsfähigkeit dieser Filiale in Bischofferode dauerhaft zu erhalten. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Der nachstehende objektbezogene **Lageplan** stellt die neu positionierte Penny-Filiale im räumlichen Kontext dar. Der Baukörper soll im hinteren Bereich des Vorhabengrundstücks platziert werden, die Parkplatzanlage – dem Eingangsbereich des Marktes vorgelagert – wird zur Weißenborner Straße ausgerichtet.

**Abbildung 2: Lageplan des verlagerten Penny-Marktes in der Weißenborner Straße in Bischofferode**



<sup>2</sup> Grundsätzlich verfügen filialisierte Lebensmittelmärkte über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine wesentliche Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

Für das Bauvorhaben soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden, um die planungsrechtlichen Voraussetzungen für den Neubau des Lebensmittelmarktes zu schaffen. Ein entsprechender Aufstellungsbeschluss für einen **vorhabenbezogenen Bebauungsplan**<sup>3</sup> wurde seitens des Gemeinderates der Landgemeinde Am Ohmberg am 08.12.2020 gefasst.

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

- die Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>4</sup>

in der Landgemeinde Am Ohmberg oder in anderen Orten im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Die **Nachbelegung des Penny-Marktes** am Bestandsstandort Neue Straße 2 durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung für den Markt mit der angedachten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird; die Baugenehmigung bleibt durch den Auszug unangetastet. Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes möglich. Daher sind die Auswirkungen bei Nachbelegung des Penny-Marktes am Bestandsstandort Neue Straße 2 zu prüfen.<sup>5</sup>

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im November 2024 durchgeführt wurde, werden im Folgenden dargestellt und beschrieben. Das Gutachten soll als **Entscheidungsgrundlage für Gremien und Behörden** sowie als Abwägungsgrundlage in dem eingeleiteten Planungs- und Genehmigungsverfahren dienen.

---

3 vgl. Landgemeinde Am Ohmberg, Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 9 „Neubau eines Penny Marktes mit Bäckereifiliale, Café und Imbiss/ Außenbereich und Photovoltaik-Freiflächenanlage“ im Ortsteil Bischofferode.

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

5 Eine verbindliche Aussage zur Nachnutzung des Bestandsmarktes kann von Penny nicht getroffen werden, da es sich um ein Mietobjekt handelt. Der Eigentümer hat sich jedoch bereits schriftlich bei der Gemeinde gemeldet und eine einzelhandelsfremde Nutzung avisiert. Laut einem Schreiben des Eigentümers vom 08.08.2024 ist die Nutzung durch Betreutes Wohnen geplant.

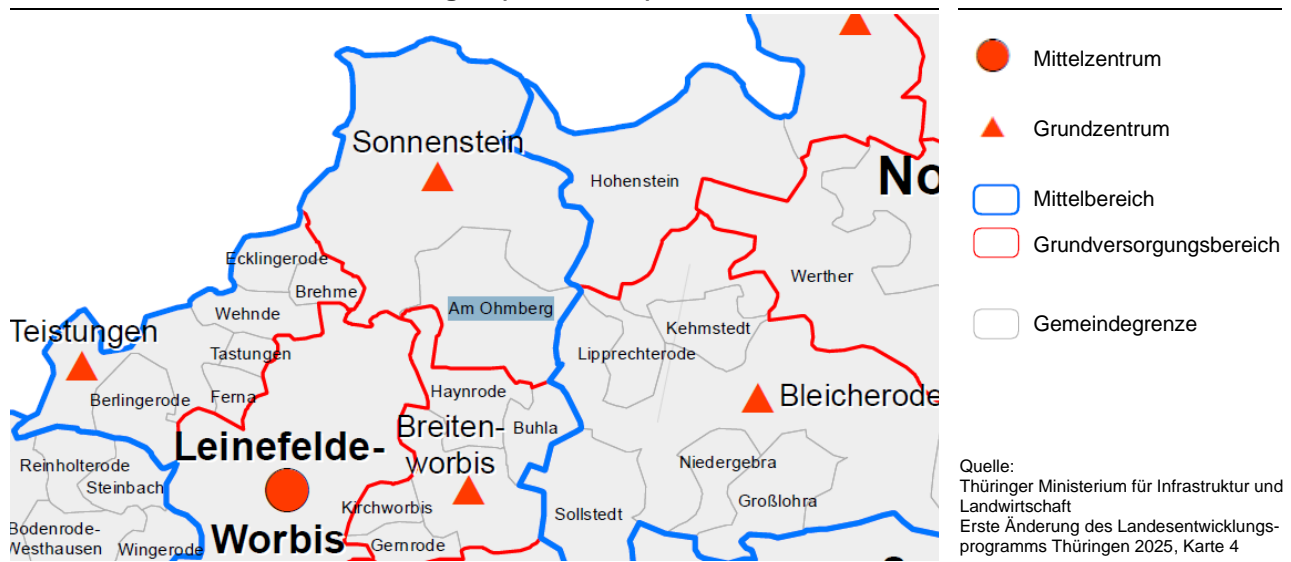
## 2. Standortrahmendaten Landgemeinde Am Ohmberg

Die Landgemeinde Am Ohmberg (rd. 3.600 Einwohner) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nördlichen Teil des Freistaats Thüringen und hier im Landkreis Eichsfeld verortet. Die Gemeinde liegt in einem ländlich geprägten Raum, im näheren Umland befinden sich ausschließlich einwohnerseitig kleine Orte. Größere Städte im regionalen Umfeld sind Leinefelde-Worbis und Bleicherode sowie Bad Sachsa und Duderstadt in Niedersachsen.

Die Gemeinde Am Ohmberg weist eine polyzentrische **Siedlungsstruktur** auf, die sich aus den Ortschaften Bischofferode, Hauröden, Großbodungen, Wallrode, Neustadt und Neubleicherode zusammensetzt. Die einwohnerseitigen größten Ortsteile sind Bischofferode (rd. 1.300 Ew.) und Großbodungen (rd. 1.200 Ew.).

Am Ohmberg besitzt gemäß dem Landesentwicklungsprogramm keine **zentralörtliche Einstufung**, so dass die Landgemeinde aus raumordnerischer Sicht keine Versorgungsaufgabe über die Eigenversorgung hinaus erfüllen muss. Die Gemeinde liegt im grundzentralen Verflechtungsbereich von Sonnenstein.

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



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Gemeinde Am Ohmberg erfolgt über verschiedene Landes- und Kreisstraßen, welche die einzelnen Ortsteile miteinander verbinden und die Erreichbarkeit umliegender Gemeinden gewährleisten. Für die Landgemeinde ist eine gute infrastrukturelle Anbindung aus dem regionalen Umland zu konstatieren, mangels einer direkten Autobahn- und auch Bundesstraßenanbindung zeigt sich jedoch eine eingeschränkte überregionale Erreichbarkeit.

Die Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbuslinien sichergestellt. Die Regionalbusse fahren verschiedene innerörtliche Haltepunkte innerhalb der einzelnen Ortsteile an und gewährleisten die Anbindung an umliegende Orte. Die Regionalbusse sind die einzigen öffentlichen Verkehrsmittel, da Am Ohmberg seit dem Jahr 2001 (Stilllegung der Bahntrasse Bleicherode-Herzberg) nicht mehr an das Schienennetz der Deutschen Bahn angeschlossen ist.

In der Gemeinde Am Ohmberg wohnen derzeit rd. 3.600 Einwohner. Die **Bevölkerungsentwicklung** der Landgemeinde war in der letzten Dekade mit -3,6 % negativ und lag über dem Landesdurchschnitt (-1,8 %). Entgegengesetzt zu dieser rückläufigen Entwicklung war im Landkreis Eichsfeld ein Bevölkerungsaufwuchs von +2,5 % zu verzeichnen.

In Zukunft soll sich die Bevölkerungszahl der Landgemeinde weiter rückläufig entwickeln; die **prognostizierte Einwohnerzahl** soll laut Statischem Landesamt im Jahr 2030 etwa 3.100 Personen betragen. Der Rückgang von -15,1 % wird über der Bevölkerungsabnahme im Landkreis Eichsfeld (-6,8 %) und dem

Landestrend in Thüringen (-3,5 %) liegen. Aus der vorgenannten Entwicklung lassen sich keine **nachfrage-seitigen** Impulse für den örtlichen Einzelhandel ableiten.

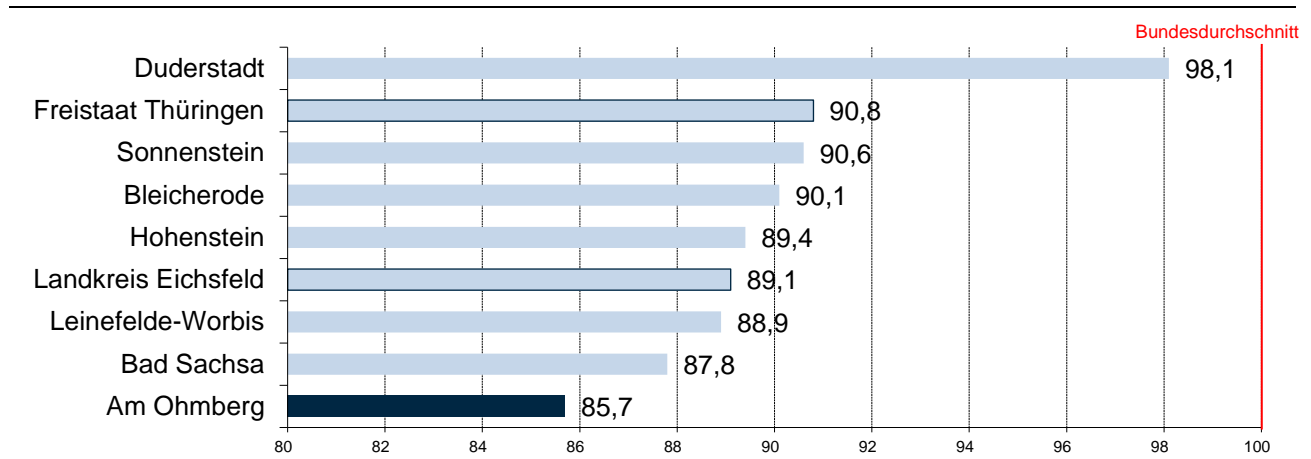
**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Landgemeinde Am Ohmberg im Vergleich**

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2013	2023		2030		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Am Ohmberg	3.775	3.638	-3,6	3.090	-15,1	
Landkreis Eichsfeld	100.951	103.441	+2,5	96.410	-6,8	
Freistaat Thüringen	2.160.840	2.122.335	-1,8	2.047.970	-3,5	

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2013 + 31.12.2023  
3. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Für den Handel stellt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** einen wichtigen Faktor dar, der durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt wird. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist. Im nationalen Vergleich weist Am Ohmberg eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 85,7 % deutlich unter dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in der Landgemeinde ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

**Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex der Gemeinde Am Ohmberg fällt auch im regionalen Vergleich unterdurchschnittlich aus, da die lokale Kaufkraft sowohl unterhalb des Durchschnittswerts des Landkreises Eichsfeld (89,1 %) als auch des thüringischem Landesdurchschnitts (90,8 %) liegt.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -534 Personen<sup>6</sup> besitzt Am Ohmberg weniger Ein- als Auspendler, so dass auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten sind.

6 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2023.

### 3. Einzelhandelsstrukturen Am Ohmberg

#### 3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im November 2024 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in der Landgemeinde Am Ohmberg erfasst<sup>7</sup> und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Angebot** der 15 lokalen Handelsbetriebe beläuft sich auf rd. 3.600 m<sup>2</sup>, was einer Verkaufsflächendichte 1,0 m<sup>2</sup> je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung liegt – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – unter dem bundesdeutschen Ausstattungswert<sup>8</sup> von rd. 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner.

**Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Landgemeinde Am Ohmberg**

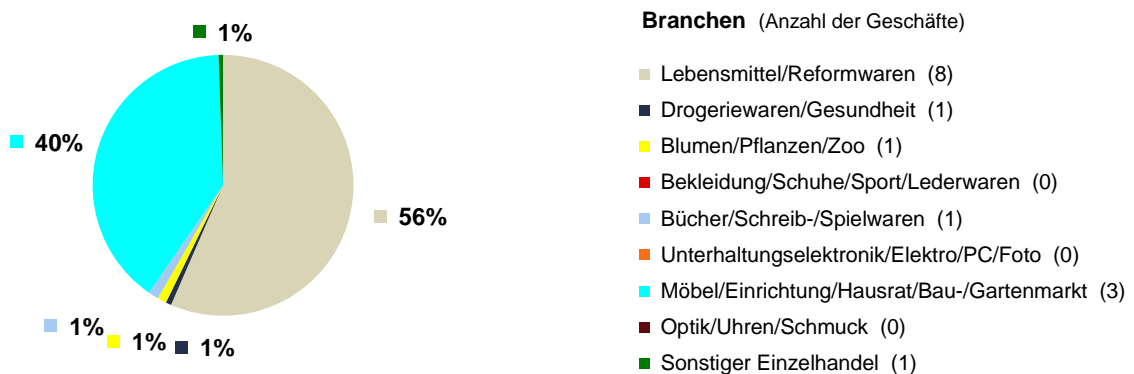
	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m <sup>2</sup>	abs.	m <sup>2</sup> /Betrieb	m <sup>2</sup> /Einwohner
Am Ohmberg	3.610	15	~240	1,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, November 2024 / Einwohner Am Ohmberg 3.638 Personen

Unter Beachtung der Flächendichte ist für die Landgemeinde Am Ohmberg keine nennenswerte **gemeindeübergreifende Ausstrahlung** des örtlichen Einzelhandels erkennbar, wenngleich einzelne Handelsbetriebe auch Verbraucher von außerhalb der Gemeinde ansprechen.

Die **Einzelhandelsstruktur** zeigt eine – für kleinere Kommunen übliche – flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels (ca. 2.000 m<sup>2</sup> VK); in Bischofferode und in Großbodungen ist jeweils ein größerer Lebensmittelmarkt ansässig. Einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet mit rd. 1.400 m<sup>2</sup> die Einrichtungsbranche, deren Besatz u.a. durch einen Baumarkt und ein Küchenstudio geprägt wird. Die restlichen Branchen nehmen jeweils einen sehr geringen Anteil an der gesamtörtlich gemessenen Verkaufsfläche ein; eine umfangliche Grundversorgung ist in der Landgemeinde nicht möglich.

**Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Am Ohmberg**



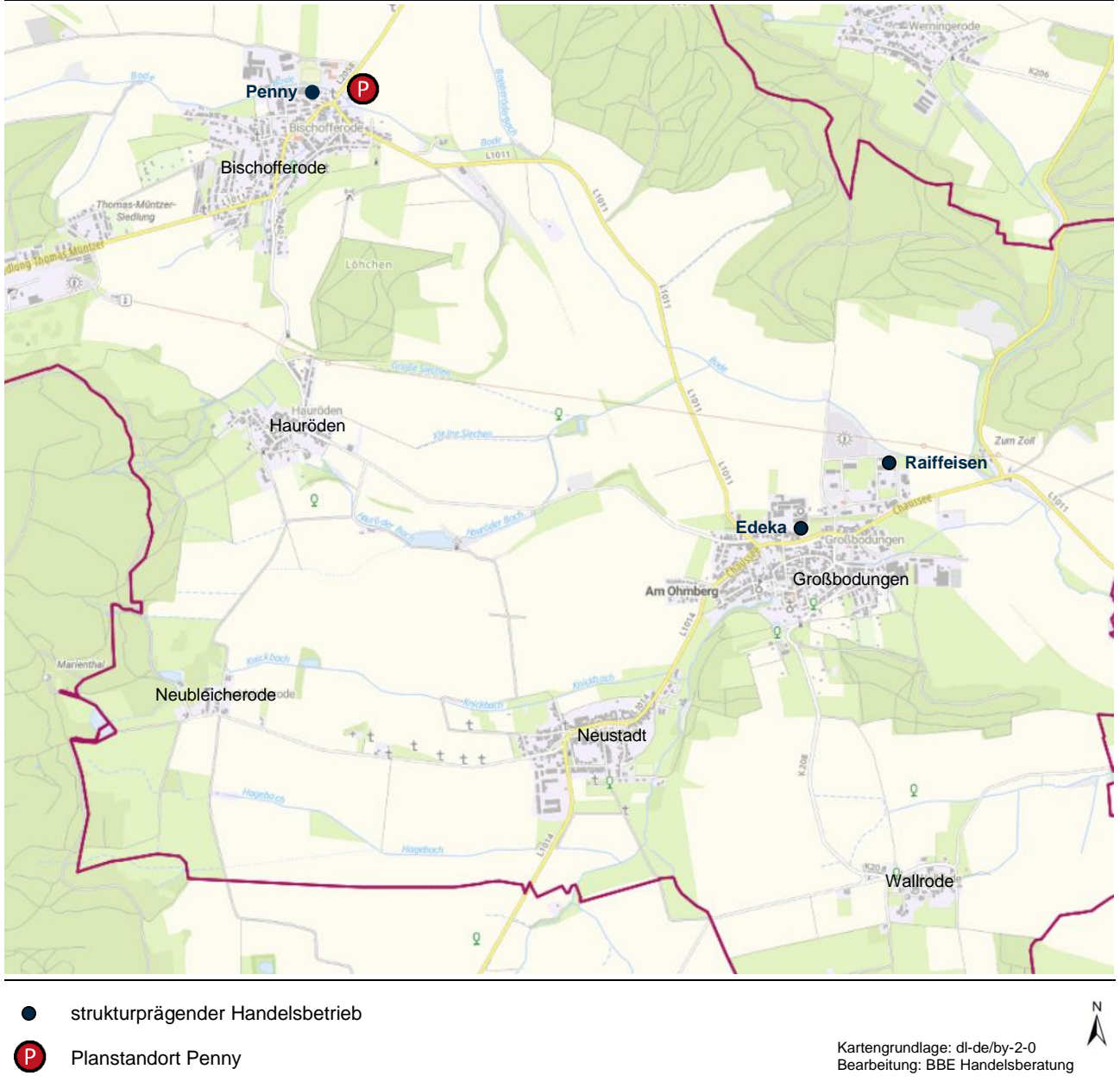
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2024

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

8 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2022.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestandes in der Gemeinde Am Ohmberg.

**Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in der Landgemeinde Am Ohmberg**



Mit Blick auf die **räumliche Verteilung** des lokalen Einzelhandels sind in Bischofferode sieben Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m<sup>2</sup> ansässig. Das Angebot wird durch den Penny-Markt (rd. 550 m<sup>2</sup>) geprägt, weitere (ausschließlich kleinformatische) Geschäfte ergänzen dieses Angebot. In der Ortsmitte von Bischofferode – dies ist der Bereich der Bischofferöder Hauptstraße – ist kein Handelsbesatz vorzufinden. In diesem Bereich sind lediglich vereinzelte komplementäre Angebote adressiert.

In Großbodungen agieren ebenfalls sieben Handelsbetriebe, der Angebotsbesatz wird durch einen großflächigen Lebensmittelmarkt (rd. 1.100 m<sup>2</sup>) geprägt. Darüber hinaus sind in Großbodungen ein Baumarkt und vereinzelte kleinformatische Geschäfte ansässig. In der Ortsmitte von Großbodungen, die das städtebaulich attraktive Ensemble verschiedener Fachwerkgebäude in der westlichen Fleckenstraße umfasst, gibt es keinen Handelsbetrieb.

Außerhalb der beiden einwohnerseitig größten Ortsteile ist lediglich in Neustadt mit einem Küchenstudio (inkl. Elektroinstallation) ein weiterer Handelsbetrieb verortet.

Abschließend wird in der Tabelle 4 synoptisch die **Standortstruktur des Einzelhandels** der Landgemeinde Am Ohmberg abgebildet.

**Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Landgemeinde Am Ohmberg**

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m <sup>2</sup>	%	abs.	%	m <sup>2</sup> /Betrieb
Bischofferode	850	23	7	47	~120
Großbodungen	2.340	65	7	47	~330
Sonstige Ortsteile	420	12	1	6	~420
<b>Gesamt</b>	<b>3.610</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>~240</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2024

### 3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

Die Landgemeinde Am Ohmberg besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kommune zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen.

Bei **zentralen Versorgungsbereichen** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine maßgebliche Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.<sup>9</sup>

Einem zentralen Versorgungsbereich muss ferner die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die kompetente Versorgung des Gemeindegebiets oder zumindest eines größeren räumlichen Teilbereichs mit einem umfassenden Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

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

Mit Blick auf den **Handelsbesatz** ist in der Ortsmitte von Bischofferode (Bereich der Bischofferöder Hauptstraße) und von Großbodungen (westliche Fleckenstraße), wie auch in allen anderen einwohnerseitig noch kleineren Ortsteilen, kein einziger Handelsbetrieb aktiv. Folglich können diese Bereiche keine Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung übernehmen; allenfalls sind hier vereinzelte komplementäre Betriebe (z.T. Dienstleistungsangebote) vorzufinden.

In beiden Ortskernen fehlen – wie auch in vergleichbar großen Gemeinden – größere profilbildende Magnetbetriebe, die üblicherweise prägend für eine Einkaufsinnenstadt sind (z.B. der Branchen Drogeriewaren, Mode, Schuhe, Sport, Haushaltwaren, Schreibwaren, Spielwaren, Bücher). Unter versorgungsstrukturellen Aspekten ist kein umfänglicher und innenstadttypischer Handelsbesatz bzw. überhaupt keine Einkaufslage<sup>10</sup> ausgeprägt. Zusammengefasst besitzen die Ortskerne von Bischofferode und von Großbodungen **nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches**.

Die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs** ist aus gutachterlicher Sicht faktisch nicht möglich. Eine überwiegende Belegung der Erdgeschosszonen in den skizzierten Bereichen mit Handelsbetrieben ist nicht umsetzbar, da der Großteil der Immobilien in den beiden Ortskernen einer Wohnnutzung unterliegt. Eine prospektive Verwertung mit Einzelhandel ist daher bei vielen Häusern objektiv nicht möglich, so dass keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden kann.

In Bezug auf Potenzialflächen stehen in beiden Ortskernen auf Grund der überwiegend geschlossenen Gebäudekante sowohl der Bischofferöder Hauptstraße (Bischofferode) als auch der westlichen Fleckenstraße (Großbodungen) und auch der verdichteten Bebauung angrenzender Straßenzüge augenscheinlich keine Baulücken oder Freiflächen für eine Neubebauung und Nutzung mit Einzelhandel zur Verfügung. Es ist eine fast durchgehende Bestandsbebauung mit Wohnhäusern vorhanden, so dass die Errichtung von größeren Handelsbetrieben faktisch nicht möglich ist.

<sup>9</sup> vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007, vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

<sup>10</sup> Eine zusammenhängende Einkaufslage wäre gegeben, wenn sich beispielsweise Handels- und Dienstleistungsbetriebe um einen zentralen Platz gruppieren oder beidseitig an einer Einkaufsstraße verortet wären und eine durchgängige Schaufensterfront bilden; eine solch verdichtete Handelslage ist jedoch nicht ausgeprägt. Zudem sind innerhalb der beiden Ortskerne die Erdgeschosslagen meist durch Wohnraum belegt, eine durchgehende gewerbliche Nutzung ist somit nicht möglich.

In der skizzierten Ortsmitte stehen nur vereinzelte Gewerbeflächen leer, eine Nutzung dieser Einheiten mit Handel ist jedoch nicht realistisch, da die meisten Wohn- und Geschäftshäuser nur über kleine Grundflächen verfügen. Dementsprechend bestehen keine größeren Angebotsreserven – speziell für großformatige Handelsbetriebe – im Bestand.

Eine zukünftige Innenentwicklung mit Handel sowohl in Bischofferode als auch in Großbodungen erscheint zudem unter Berücksichtigung der Nachfrageseite nur schwerlich möglich, da die geringe Mantelbevölkerung in beiden Ortsteilen – auch unter Einschluss umliegender Gemeinden – und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor darstellt. Die Nachfrageplattform reicht in fast allen Branchen nicht aus, einen existenzsichernden Umsatz zu erwirtschaften. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben deutliche Grenzen gesetzt.

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

- des bereits fehlenden Bestands an Handelsbetrieben,
- des kleinteiligen und überwiegend geschlossenen Immobilienbesatzes sowie fehlender größerer Leerstands- bzw. Potenzial- oder Freiflächen,
- der bestehenden Nutzung vieler Erdgeschosslagen durch Wohnungen und
- hauptsächlich auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren Nachfrageplattform

praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Bischofferode und in Großbodungen auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe, zentral liegende Versorgung stattfinden können.<sup>11</sup>

Neben dem Vorhandensein eines innerörtlichen Versorgungsbereiches (Hauptzentrum) wurde die Existenz von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass im gesamten Gemeindegebiet kein Nahversorgungszentrum vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, wengleich mit Edeka und mit Penny zwei Lebensmittelmärkte vorzufinden sind. Diese Betriebe stellen jedoch hinsichtlich ihres eingeschränkten und monofunktionalen Handelsbesatzes kein sog. Nahversorgungszentrum<sup>12</sup> dar, wengleich diese Märkte eine wichtige Grundversorgungsfunktion übernehmen.

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

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

Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

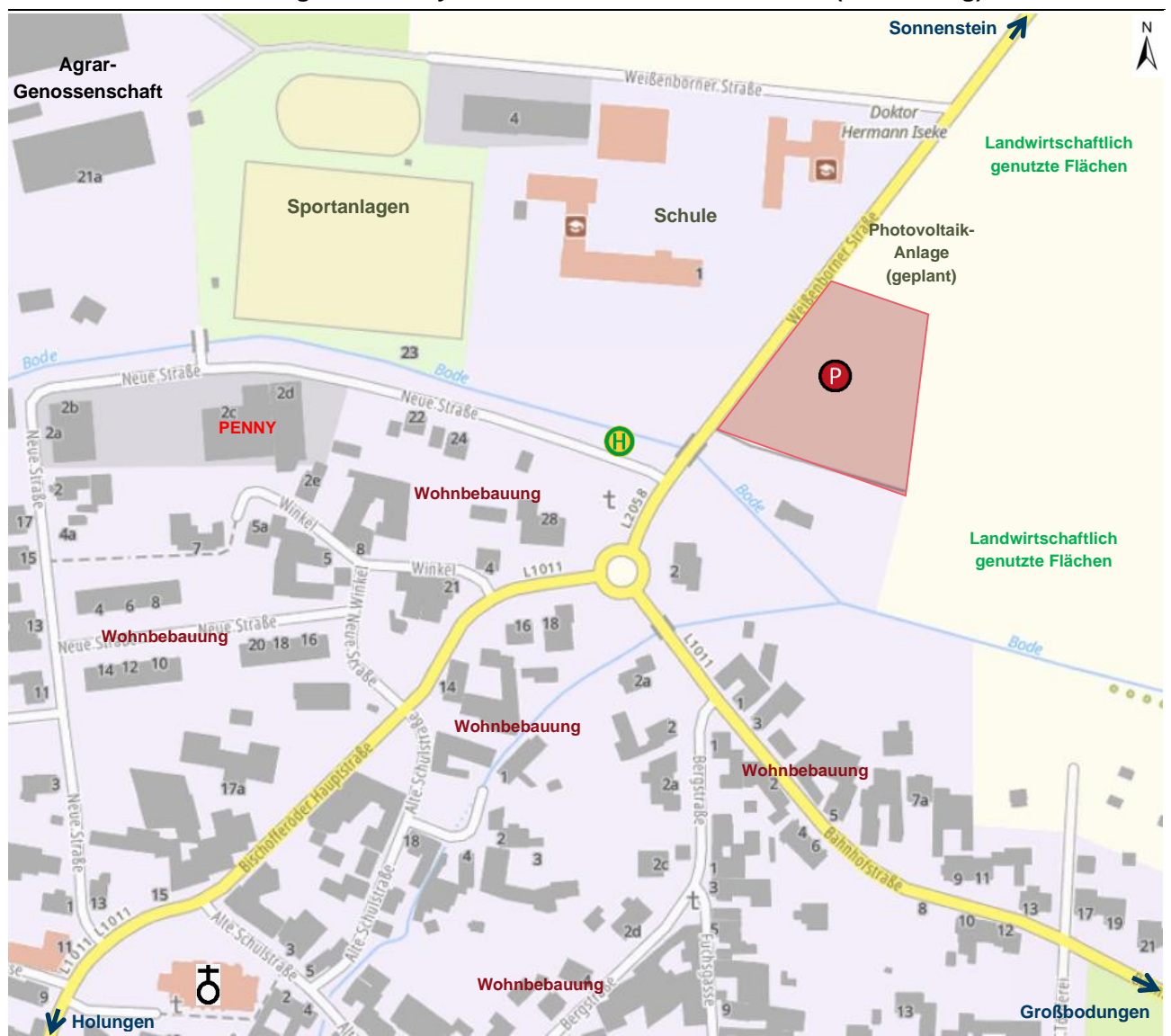
## 4. Projektstandort

Der **Penny-Planstandort** ist im nordöstlichen Gemeindegebiet von Bischofferode (vgl. auch Karte 2) adressiert, das Baugrundstück ist derzeit durch eine Grünfläche belegt. Der Laufweg zur Ortsmitte (Kirche Maria Geburt) beträgt etwa 400 Meter, der Penny-Bestandsmarkt ist rd. 300 Metern entfernt.

Das **Standortumfeld** ist in nördlicher und in östlicher Richtung durch Ackerflächen geprägt. Südlich verläuft das Flüsschen Bode, in Folge beginnt – auch in südwestlicher Richtung – der Siedlungskörper von Bischofferode mit einer verdichteten Wohnbebauung.

Östlich des Penny-Baugrundstücks befindet sich eine Regelschule, hieran grenzen Sportanlagen an. In Folge breiten sich die Produktionsstätten der Agrargenossenschaft Am Ohmberg aus.

**Karte 3: Mikroörtliche Lage des Penny-Planstandortes in Bischofferode (Skizzierung)**



Kartengrundlage: dl-de/by-2-0 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Der Projektstandort ist auf Grund der Lage an der Weißenborner Straße – als Landesstraße (L2058) ausgewiesen – durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** geprägt. Die Anfahrt des Marktstandortes ist sowohl aus dem gesamten Siedlungsgebiet von Bischofferode als auch aus Umlandgemeinden zügig möglich.

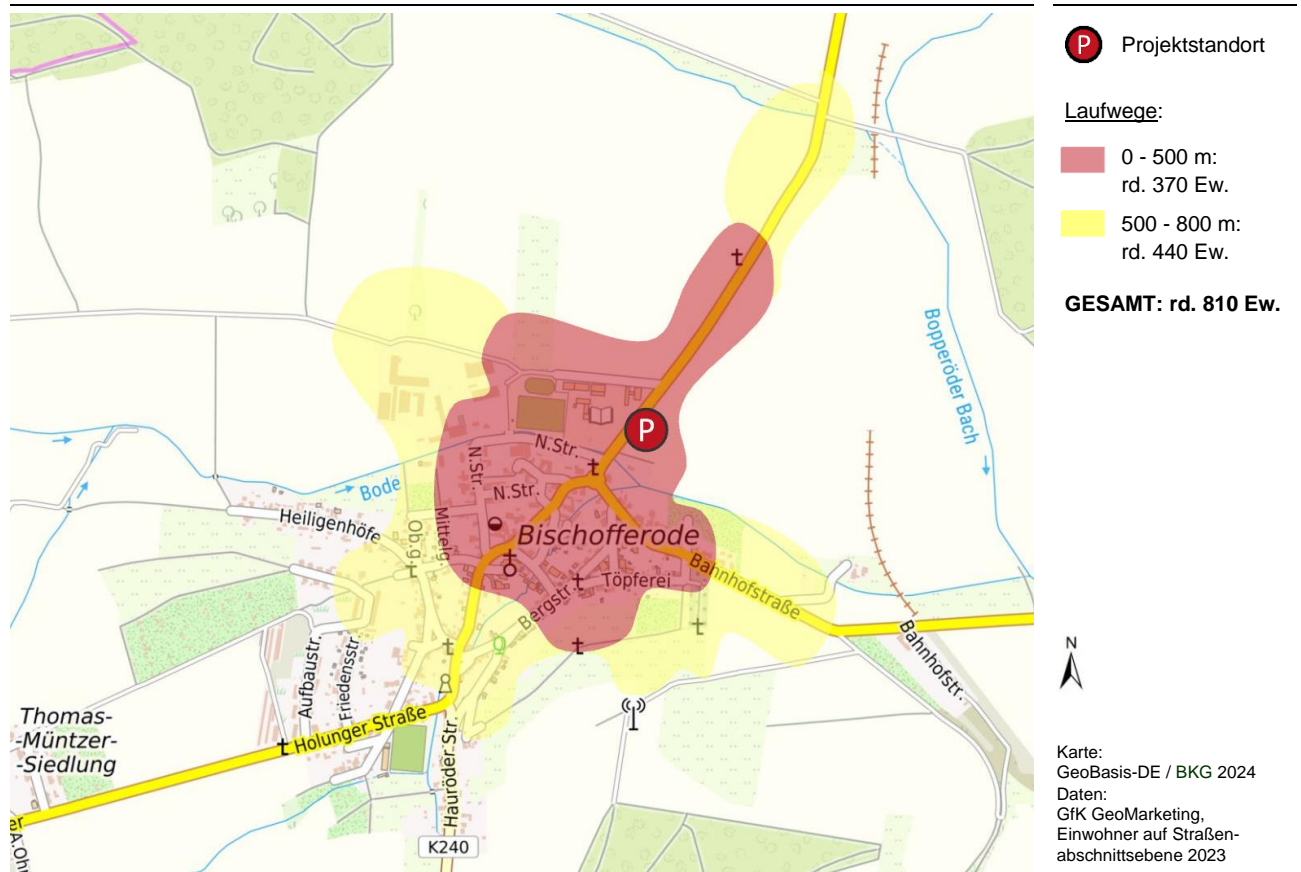
Die Zu- und Abfahrt auf die **Parkplatzanlage** des avisierten Marktstandortes erfolgt direkt von der Weißenborner Straße (vgl. Abb. 2); die betriebseigene Parkplatzanlage weist mit 69 Stellplätzen eine der Verkaufsfläche angepasste Dimensionierung auf.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Penny-Standortes erfolgt über eine Bushaltestelle, die westlich des Marktgrundstückes in der Neuen Straße eingerichtet ist. Die Haltestelle („Bischofferode, Schule“) wird von Regionalbuslinien angefahren, so dass der geplante Marktstandort über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss verfügt.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des neuen Penny-Marktes erfolgt über die Weißenborner Straße, die nach einer Brücke in einen Kreisverkehr mündet. Aus den angrenzenden Siedlungsbereichen ist der Penny-Standort fußläufig gut erreichbar.

Der angefragte Marktstandort kann in seinem **fußläufigen Nahbereich**<sup>13</sup> auf das Bevölkerungspotenzial eines großen Teils von Bischofferode zurückgreifen. Dieses Gebiet ist durch eine verdichtete und oft auch mehrgeschossige Wohnbebauung geprägt.

#### Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Penny-Planstandortes in Bischofferode



Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des Penny-Planstandortes leben etwa 400 Einwohner, im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 800 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 62 % der Bewohner<sup>14</sup> von Bischofferode. Somit kann der Lebensmittelmarkt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für einen nicht unwesentlichen Teil der örtlichen Bevölkerung eine qualifizierte Nahversorgung anbieten.

<sup>13</sup> Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten können bis 1.000 Meter unterstellt werden.

<sup>14</sup> In Bischofferode wohnen rd. 1.300 Personen (vgl. Seite 6).

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** kann der Penny-Markt eine Nahversorgung für Bischofferode sicherstellen und besitzt – wie bereits bisher – eine Grundversorgungsfunktion. Dieser Fakt leitet sich u.a. aus der Einstufung des Sortimentes ab, da Penny Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit führt; das Kernsortiment des Discounters setzt sich größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammen und belegt den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („tägliches Bedarf“), so dass das Angebot des Penny-Marktes der Grundversorgung<sup>15</sup> der Bevölkerung dient.

Neben der Fristigkeit des Sortimentes ist die räumliche Dimension zu beachten. Die Nahversorgungsfunktion des Penny-Marktes erstreckt sich über große Teile von Bischofferode. Der Penny-Standort verfügt in seinem Nahbereich mit rd. 800 Einwohnern – für die Ortsgröße von Bischofferode – über ein hohes Konsumentenpotenzial und kann für die umliegend wohnenden Verbraucher eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten. Demzufolge ist dem Penny-Markt – trotz seiner Lage außerhalb des unmittelbaren Ortskerns – eine verbrauchernahe Grundversorgungsfunktion zuzusprechen.<sup>16</sup>

Der Vorhabenstandort ist unter Berücksichtigung der Umfeldnutzungen im Sinne des LEP Thüringen als **städtebaulich nicht-integriert**<sup>17</sup> einzustufen; der Planstandort befindet sich in einer städtebaulichen Randlage. Dennoch kann der in Rede stehende Markt auf Grund der fußläufigen Anbindung an den Siedlungskörper von Bischofferode eine qualifizierte Lebensmittelversorgung für die örtliche Bevölkerung übernehmen.

15 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 - 2.6.4.

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

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

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

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

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

Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Seite 25.

## 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

### 5.1. Einzugsgebiet

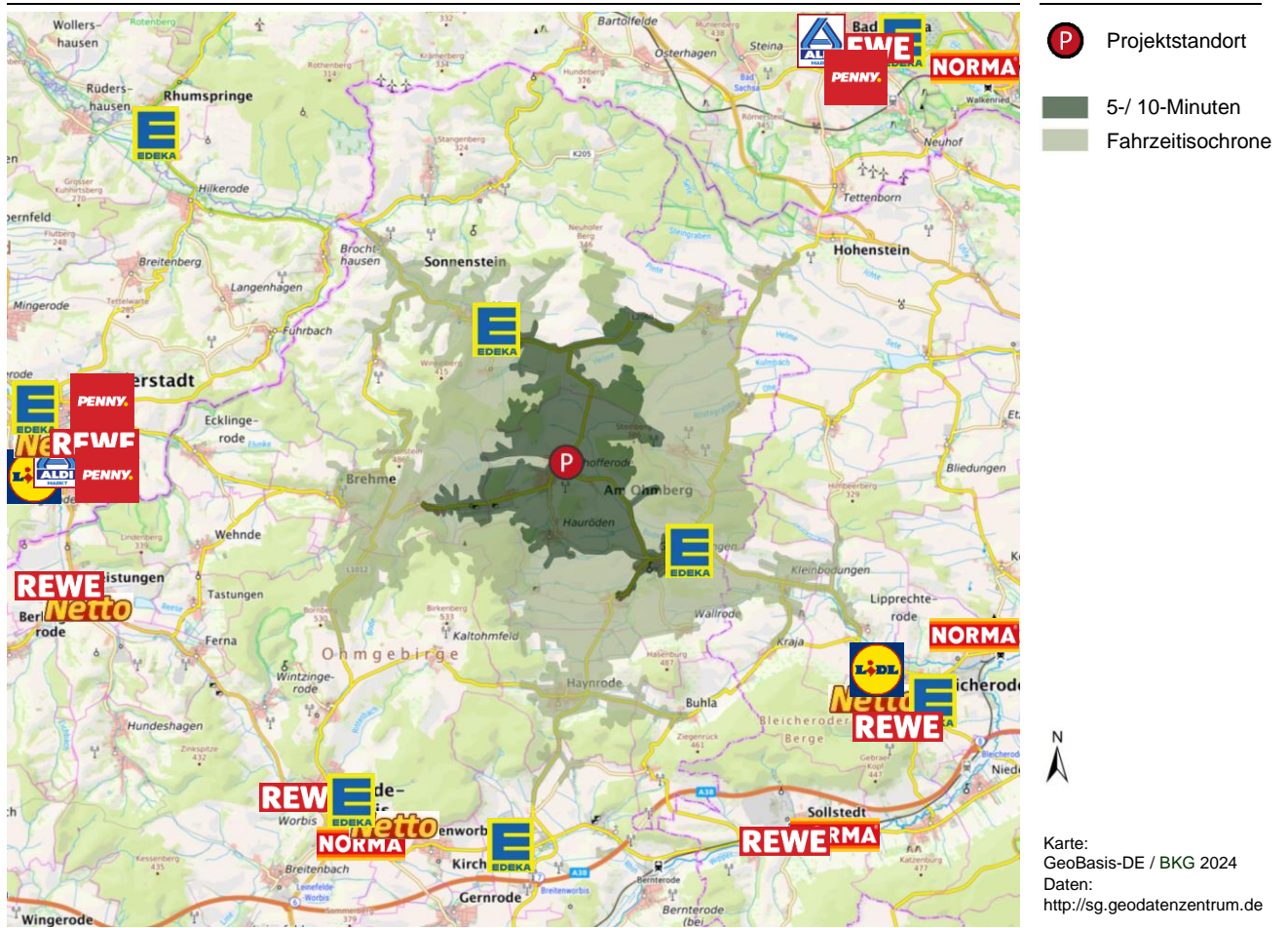
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nur zu einem Handelsunternehmen auszugehen, da sich Verbraucher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

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

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,<sup>18</sup>
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Penny-Standortes und die Verkehrsanbindung,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des Penny-Marktes,
- bereits bestehende Kundenverflechtungen des Penny-Marktes und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Bischofferode.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im Umland von Bischofferode. Die aufgezeigten Anbieter stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des prüfungsrelevanten Penny-Marktes dar.

**Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umland von Bischofferode und 5-/ 10-Minuten-Fahrzeitzone**



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

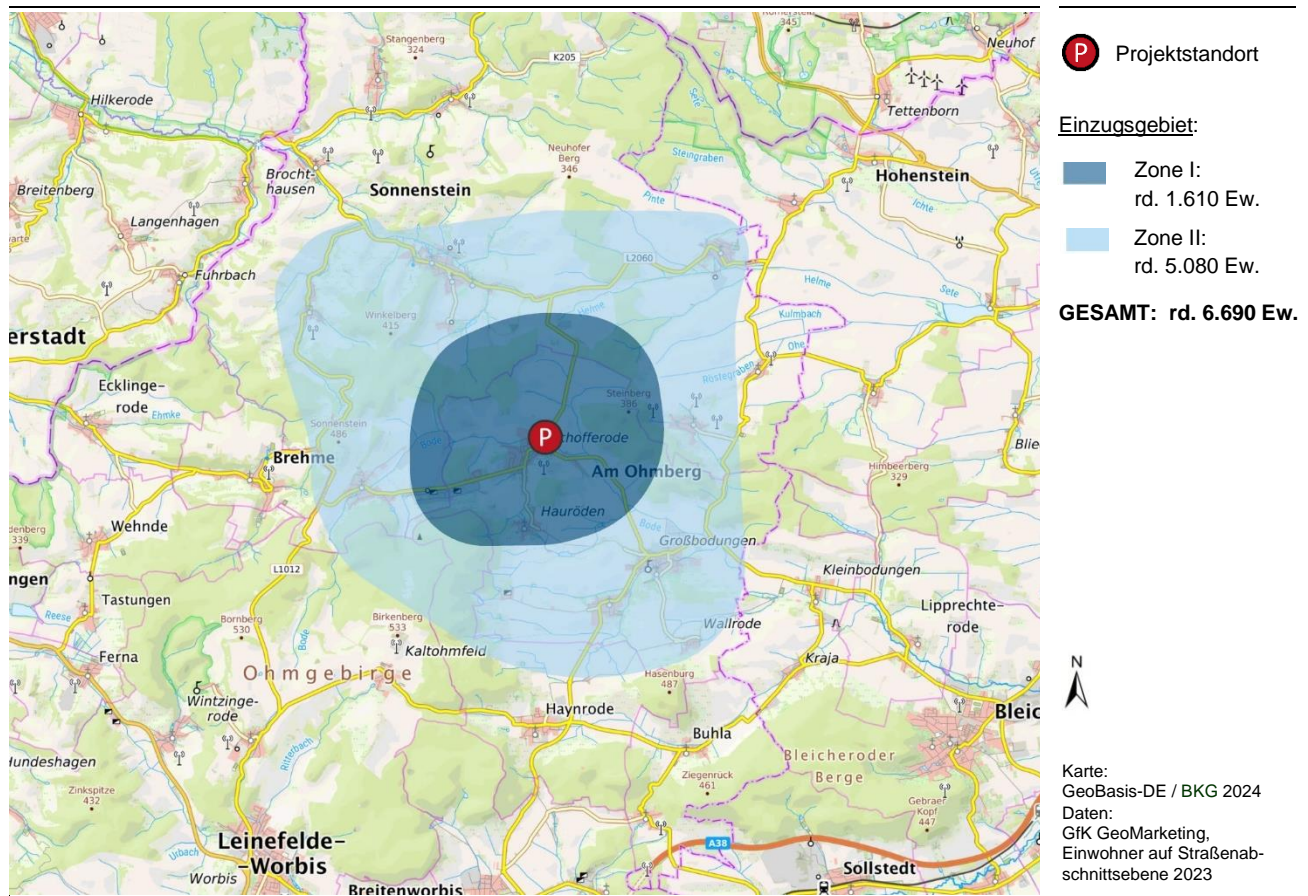
Als **Wettbewerbsstandorte** – die das Einzugsgebiet des Penny-Marktes in Bischofferode auch bereits heute limitieren – sind umliegende Kommunen einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Orte mit einem angebotsaffinen Discounter oder einem Supermarkt.

Wesentliche Konkurrenzorte sind die Städte Worbis und Bleicherode sowie Bad Sachsa und Duderstadt in Niedersachsen, die jeweils über ein umfassendes Lebensmittelangebot verfügen. Der Lebensmittelhandel in diesen Orten ist nicht nur auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung ausgerichtet, sondern fokussiert auch auf Verbraucher aus deren Umfeld.

Maßgeblich wird der Einzugsbereich des prüfungsrelevanten Penny-Marktes auch durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) angesichts des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Penny-Planstandortes und der skizzierten regionalen Angebotssituation wird in Folge das **Einzugsgebiet** des Penny-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

**Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des verlagerten Penny-Marktes**



Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) des zu prüfenden Penny-Marktes bezieht sich auf Bischofferode und das südlich liegende Hauröden, aus diesem Gebiet ist der Penny-Markt – aus großen Teilen von Bischofferode auch fußläufig – gut erreichbar. In diesem Marktbereich leben etwa 1.600 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die restlichen Ortsteile der Gemeinde Am Ohmberg. Zu diesem Marktgebiet sind auch Ortsteile der Landgemeinde Sonnenstein<sup>19</sup> zu zählen, die unmittelbar an Bischofferode angrenzen.<sup>20</sup> In diesen Ortsteilen sind – mit Ausnahme eines Edeka SB-Marktes in Weißenborn-Lüderode – keine größeren Lebensmittelanbieter ansässig, so dass die Konsumenten aus diesem Bereich bereits auch heute zu dem Penny-Markt tendieren. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen rd. 5.100 Personen, dementsprechend kann Penny in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von etwa 6.700 Personen zurückgreifen.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache; der aufgezeigte Marktbereich der Penny-Filiale endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Für den Lebensmittelmarkt ist mit weiteren Erlösen zu rechnen, die aus sog. **Streumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren.

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder aperiodisch einkaufenden Verbrauchern. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind nicht zum festen Marktgebiet des Penny-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität signifikant nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten im Umfeld von Bischofferode (vgl. Karte 5) zu rechnen ist.

---

19 Dies sind die Ortsteile Weißenborn-Lüderode, Gerode, Stöckey, Werningerode, Holungen und Jützenbach.

20 Mit Blick auf das Gesamtangebot im Lebensmittelhandel in der Gemeinde Sonnenstein (rd. 4.300 Ew.) kann der benannte Edeka-Markt (rd. 650 m<sup>2</sup> VK) auch im Zusammenspiel mit einem kleineren Getränkemarkt und vereinzelt kleinteiligen Ladenhandwerkern bei Weitem die örtliche Nachfrage der Gemeinde nach Lebensmitteln nicht abdecken, der Großteil der Nachfrage fließt an umliegende Angebotsstandorte ab. Hierbei bindet u.a. auch der Penny-Markt in Bischofferode als nächstliegender Angebotsstandort bereits heute Konsumenten aus der Gemeinde Sonnenstein; ferner fließt Kaufkraft – auch zukünftig – vor allem nach Duderstadt, Bad Lauterberg und Bad Sachsa in Niedersachsen ab. Mit der Verlagerung und Attraktivierung des Penny-Marktes geht keine Erschließung neuer Marktgebiete einher, der Einzugsbereich von Penny bleibt unverändert.

## 5.2. Marktpotenzial

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

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Gemeinde für spezielle Sortimente im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.<sup>21</sup>

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

**Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet**

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentspez. Kaufkraftindex <sup>22</sup>	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	1.610	2.748	88,9	3,93
Zone II	5.080	2.748	90,8	12,68
<b>Summe</b>	<b>6.690</b>			<b>16,61</b>

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2023

MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern 2023 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Bischofferode und Sonnenstein

Basierend auf dem Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich in dem Marktbereich des Penny-Marktes eine jährliche **Nachfrageplattform nach Lebensmitteln** in Höhe von rd. 16,6 Mio. EUR.

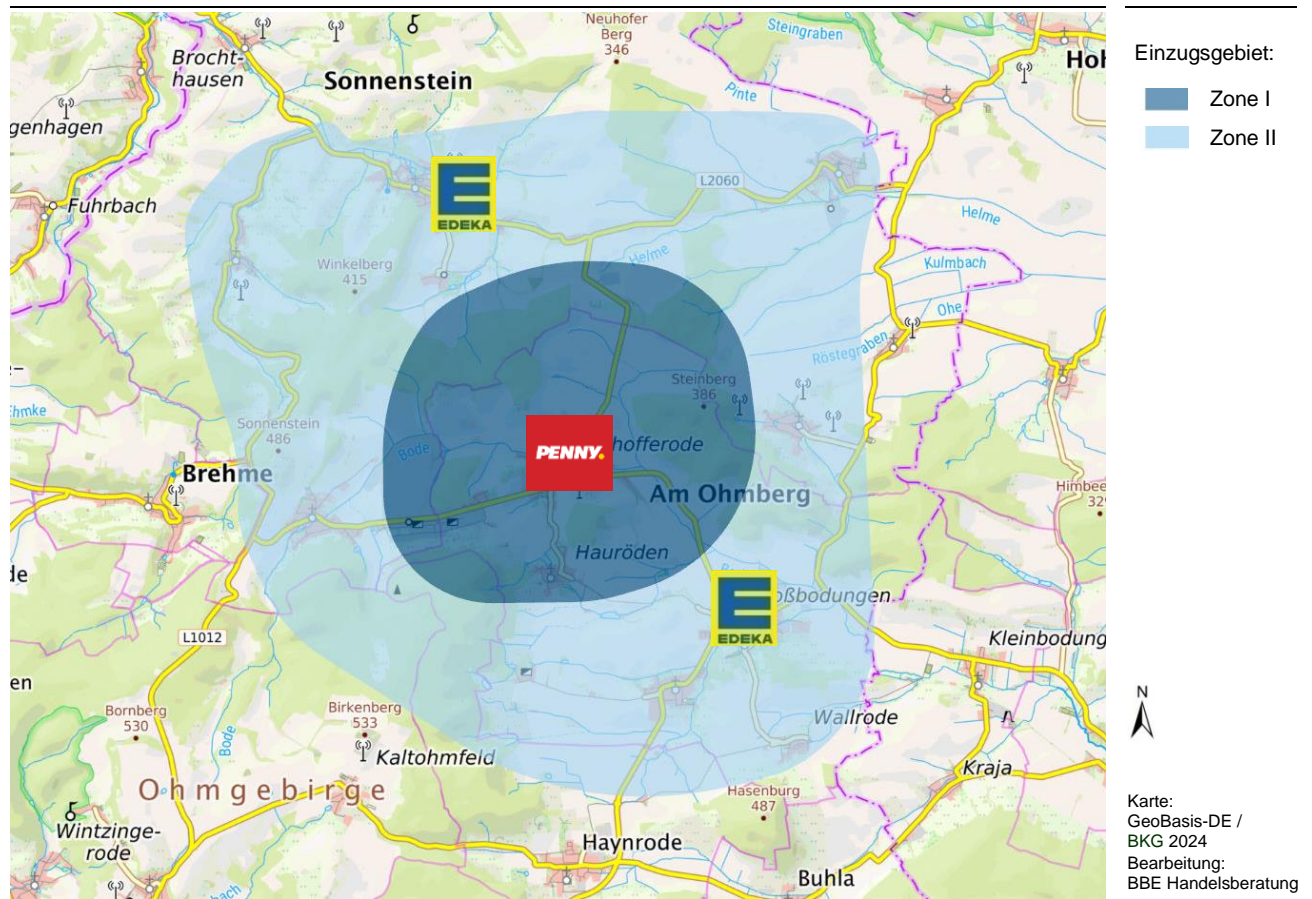
21 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Kommune oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt die sortimentspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln in der Gemeinde Am Ohmberg mit 88,9 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 85,7 % (vgl. Abb. 3).

22 Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II des Einzugsgebietes wurde aus den mit der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Orte gebildet.

### 5.3. Angebot

Im November 2024 wurden im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung alle Lebensmittelanbieter und deren Verkaufsflächen in dem zonierten Einzugsgebiet erfasst. Nachstehend werden kartographisch die **strukturprägenden Lebensmittelmärkte**<sup>23</sup> abgebildet.

**Karte 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in dem zonierten Einzugsgebiet**



In der Landgemeinde Am Ohmberg sind aktuell acht Lebensmittelanbieter auf einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 2.000 m<sup>2</sup> aktiv, darunter mit Edeka und Penny zwei größere Lebensmittelmärkte. Im Verhältnis zur lokalen Bevölkerungszahl errechnet sich eine **einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte** von 0,56 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner, die im interkommunalen Vergleich bzw. für die Ortsgröße<sup>24</sup> als üblich einzustufen ist. Ein flächenseitiger Überbesatz zeigt sich für die Landgemeinde Am Ohmberg folglich nicht. In der Gemeinde Sonnenstein (nur die zum Einzugsgebiet zugehörigen Gemeindeteile) sind fünf Betriebe vorzufinden; ein Edeka-Markt ist der einzige größere Anbieter in Sonnenstein.

Die flächenseitige **Betriebstypenstruktur** (vgl. Anlage 1) wird in dem Einzugsgebiet durch die Betriebsform Supermarkt geprägt, da die Edeka-Märkte in Großbodungen und in Weißenborn-Lüderode auf einer Verkaufsfläche von knapp 1.800 m<sup>2</sup> präsent sind. Beide Betriebe offerieren ein kundenattraktives und qualitativ höherwertiges Lebensmittelsortiment, ferner zeigen beide inhabergeführten Märkte im Frischesegment eine

<sup>23</sup> Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, die Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe des zu prüfenden Supermarktes stehen jedoch flächenseitig vergleichbar große Betriebe im Fokus, nur diese Betriebe wurden in der Karte 7 abgebildet.

<sup>24</sup> Die bundesdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt bei ca. 0,43 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Kleinstädten bei ca. 0,55 bis 0,70 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

hohe Kompetenz. Die Edeka-Märkte stellen mit Blick auf ihren Vollsortimentsanspruch<sup>25</sup> einen wichtigen qualitativen Baustein der örtlichen Grundversorgung dar, ferner sind beide Märkte die einzigen größeren Anbieter in ihrem jeweiligen Ortsteil.

Mit dem Penny-Markt in Bischofferode ist ein Discounter ansässig. Der Discountmarkt deckt auf etwa 550 m<sup>2</sup> ein preisorientiertes Warenssegment ab, die standardisierte Angebotspalette ist im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt. Mit Blick auf die Verkaufsfläche rangiert die Penny-Filiale unter der üblichen Marktzutrittsgröße des Betreibers.

#### Abbildung 5: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den genannten Unternehmen sind in dem Einzugsgebiet insgesamt sechs Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) aktiv, welche die Lebensmittelversorgung im Frischebereich komplettieren. Insgesamt präsentieren sich die Ladenhandwerker attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp über 200 m<sup>2</sup>.

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben sonstige Lebensmittelanbieter, die ausgewählte bzw. spezialisierte Lebensmittelteilsortimente anbieten; hierzu zählen u.a. zwei Tankstellenshops. Darüber hinaus sind in Großbodungen und in Weißenborn-Lüderode jeweils Getränkemärkte ansässig, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke auf einer Verkaufsfläche von zusammen rd. 350 m<sup>2</sup> abdecken.

#### Abbildung 6: Sonstige Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit ist die Struktur des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet durch eine Bandbreite von zwei Supermärkten und einem Discounter gekennzeichnet. Dieses Angebot wird durch kleinformige Betriebe arrondiert, so dass – mit Blick auf die jeweiligen Ortsgrößen – für die lokalen Einwohner eine Grundversorgung existiert.

<sup>25</sup> Ein Vollsortimentsmarkt deckt nahezu alle Warengruppen innerhalb des Lebensmittelsortiments ab, er ermöglicht eine fast lückenlose Versorgung. Als Ergänzungssortimente werden auch Drogeriewaren und Tiernahrung geführt. Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten deutlich über der durchschnittlichen Auswahlbreite von Discountern, die vor allem ausgewählte und schnelldrehende Waren führen.

In der Tabelle 6 wird das Lebensmittelangebot in dem untersuchten Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz<sup>26</sup> – nach **Versorgungslagen** synoptisch dargestellt. In der Ortsmitte von Bischofferode und von Großbodungen ist ebenso wie in den einzelnen Gemeinden des überörtlichen Einzugsgebiets kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet, so dass keine Unterscheidung zwischen diesen schutzwürdigen Lagen und sonstigen Versorgungslagen erfolgen kann.

**Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet**

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m <sup>2</sup>	Mio. EUR	EUR/m <sup>2</sup>
Am Ohmberg	8	2.040	10,08	4.940
Sonnenstein (nur Einzugsgebiet)	5	990	3,71	3.750
<b>Gesamt</b>	<b>13</b>	<b>3.030</b>	<b>13,79</b>	<b>4.550</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die Raumleistung<sup>27</sup> innerhalb der einzelnen Handelslagen zeigt sich eine übliche lagebedingte Differenz, wobei z.B. Kleinbetriebsformen oder auch Discounter im Vergleich zu anderen Betriebstypen grundsätzlich eine höhere Flächenleistung generieren.

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Kaufkraftbindungsquote) drückt das Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen mit Lebensmitteln<sup>28</sup> und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 5) aus. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (>100 %) oder Kaufkraftabflüsse (<100 %) im Lebensmittelhandel aus dem Einzugsgebiet existieren.

**Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial	Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet	16,61	12,64	<b>76</b>	<b>-3,97</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des sortimentspezifischen Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln – ohne Non-Food – errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet eine Zentralität von 76 %. Demnach können die Lebensmittelanbieter nur anteilig die lokale Kaufkraft binden, es zeigt sich ein **Kaufkraftabfluss von ca. 4,0 Mio. EUR** an andere Angebotsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets.

- 26 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelanbieters erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.
- 27 Die Raumleistung errechnet sich aus dem Verhältnis des Umsatzes und der Verkaufsfläche und kennzeichnet die Flächenauslastung eines Handelsbetriebes. Im Lebensmittelhandel sind deutliche Abweichungen innerhalb einzelner Betriebsformen zu beobachten (vgl. Anlage 3).
- 28 Hier wird nur der Umsatz mit Lebensmitteln betrachtet, d.h. die Erlöse mit Non-Food-Waren werden herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe des Lebensmittelhandels (vgl. Tab. 6) mit deren ausschließlichen Lebensmittelumsätzen (vgl. Tab. 7) nicht überein.

## 6. Städtebauliche Bewertung des Penny-Vorhabens

### 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Areal des angefragten Penny-Marktes soll ein **vorhabenbezogener Bebauungsplan**<sup>29</sup> aufgestellt werden, um so die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung dieses Lebensmittelmarktes zu schaffen. Ein Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Gemeinderates am 08.12.2020 gefasst.

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

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

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

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.<sup>30</sup> In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich – abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB – als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.<sup>31</sup>

**Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben**

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)<sup>32</sup>

29 vgl. Landgemeinde Am Ohmberg, Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 9 „Neubau eines Penny Marktes mit Bäckereifiliale, Café und Imbiss/ Außenbereich und Photovoltaik-Freiflächenanlage“ im Ortsteil Bischofferode.

30 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“  
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

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

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

Unter Berücksichtigung des Gebots der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB kommt es jedoch nicht auf die in vorstehender Tabelle 8 benannten Schädlichkeitswerte an, sondern dass unter Beachtung des „Entwicklungsaspekts“ eine Umsatsumverlagerung auch unterhalb der zitierten Schädlichkeitsschwelle von 10 % abwägungsrelevant ist. Der benannte Richtwert ist daher schematisch und beachtet nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit ist auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.<sup>33</sup>

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

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und sind nachvollziehbar<sup>34</sup> an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort zu identifizieren. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Im vorliegenden Fall besitzt die Gemeinde **Am Ohmberg** kein Einzelhandelskonzept, so dass in Ermangelung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Solche Versorgungsbereiche konnten auch nach einer Ortsbegehung (vgl. Pkt. 3.2) nicht identifiziert werden, so dass Auswirkungen auf solche schutzwürdigen Bereiche auf Grund des Nichtvorhandenseins nicht möglich sind.

In den einzelnen **Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet** ist ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich erkennbar. In den Ortsteilen der Landgemeinde Sonnenstein ist lediglich ein limitiertes Einzelhandelsangebot vorzufinden, das auf die Lebensmittelversorgung fokussiert. Darüber hinausgehende Angebote bzw. eine umfassende und komplexe Versorgung ist speziell in Weißenborn-Lüderode – dem größten Ortsteil – nicht ausgebildet. Im Ergebnis sind daher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des Fehlens auch in den Orten im überörtlichen Einzugsgebiet bereits an dieser Stelle auszuschließen.

33 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzenverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

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

## 6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Handelsbetriebs ist der Umsatz relevant, da dieser in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. Nachfolgend wird für den flächenseitig erweiterten Lebensmittelmarkt an dem neuen Planstandort eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilkonzept**<sup>35</sup>) erstellt. Auf Grundlage

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

ist für den angefragten Lebensmittelmarkt mit einem jährlichen Zielumsatz zwischen 4,5 und 4,9 Mio. EUR zu kalkulieren. Die folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 5) des Penny-Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weiteren Berechnungen im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

**Tabelle 9: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Penny-Filiale**

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil <sup>36</sup>		Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.	
Food	Zone I	3,93	~44 / ~46		1,73	<b>1,81</b>
	Zone II	12,68	~16 / ~18		2,08	<b>2,33</b>
	<i>Zwischensumme</i>	<i>16,61</i>	<i>~23 / ~25</i>		<i>3,81</i>	<i><b>4,14</b></i>
Non-Food					0,47	<b>0,51</b>
	<i>Zwischensumme</i>				<i>4,28</i>	<i><b>4,65</b></i>
Streuumsätze					0,23	<b>0,23</b>
<b>Gesamt</b>					4,51	<b>4,88</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Discounters (**Zone I**) ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 46 % des Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen; der hier generierte Lebensmittelumsatz wird rd. 1,8 Mio. EUR betragen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da sich Konsumenten nicht ausschließlich in einem Discounter<sup>37</sup> bzw. in der Penny-Filiale versorgen, sondern auch andere Betriebe zur Deckung ihrer Nachfrage aufsuchen.

35 „Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d.h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.“

vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 143.

„Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird mit Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.“

vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 145.

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

37 Der Marktanteil des Penny-Marktes orientiert sich an dem durchschnittlichen Umsatzanteil von Discountern in Deutschland, die eine Marktdurchdringung von rd. 46 % erreichen. Supermärkte erzielen einen Marktanteil von rd. 32 %, SB-Warenhäuser von rd. 9 %, Verbrauchermärkte von rd. 11 % und sonstige Lebensmittelanbieter von rd. 2 %.

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2024; Umsatz, Anzahl und Verkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland 2023.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer deutlich nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da in diesem Bereich zwei weitere Lebensmittelmärkte (Edeka) tätig sind und die Konsumenten aus diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten im regionalen Umfeld von Bischofferode tendieren (vgl. Karte 5); eine Erhöhung des Penny-Marktanteils ist daher objektiv nicht möglich. In dem skizzierten Marktbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 18 % zu rechnen, dies entspricht einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von rd. 2,3 Mio. EUR.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 4,1 Mio. EUR werden von dem Discounter weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert; die jährlichen Erträge werden bei rd. 0,5 Mio. EUR liegen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren Penny-Märkten durchschnittlich ca. 11 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung, ca. 6 %) zu einem weiteren Teil aus Angeboten verschiedenster Sortimente des Non-Food II (ca. 5 %) zusammen, wobei der Flächenanteil der Non-Food I-Abteilung überwiegt. Damit belegen

- die *nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) rd. 95 % der Verkaufsfläche und
- die *nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Non-Food II) rd. 5 % der Verkaufsfläche.

Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich bei Penny um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und der Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll ist. Die Artikel des Non-Food II stellen zudem nur eine Ergänzung des Kernsortiments Lebensmittel dar, da dieses Segment innerhalb eines Penny-Marktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsätzen ist mit Erlösen von rd. 0,2 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze<sup>38</sup> (rd. 5 % des Gesamtumsatzes) resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind auf Zufallskunden oder aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen) zurückzuführen.

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

**Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des Penny-Marktes**

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m <sup>2</sup>	EUR/m <sup>2</sup>
Lebensmittel	Discounter	4,88	799	6.110

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Penny-Marktes von etwa 6.100 EUR/m<sup>2</sup> bewegt sich im mittleren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Discounter i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 4.500 bis 7.500 EUR/m<sup>2</sup> erzielen.<sup>39</sup> Ein höherer Umsatz ist für diese Filiale u.a. auf Grund

- der im Bundesvergleich deutlich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Gemeinde Am Ohmberg (85,7 %, vgl. Abb. 3) und des daraus folgenden geringeren absoluten Nachfragepotenzials,
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets,
- des Wettbewerbsdrucks durch zwei weitere lokale Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet und

<sup>38</sup> Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden.

<sup>39</sup> Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 - vgl. Anlage 3.

- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils<sup>40</sup> des Penny-Marktes

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Lebensmittelanbieter bereits den sog. Worst-Case darstellen.

Bezüglich der Raumleistung ist unter betreiberspezifischer Sicht zu konstatieren, dass Penny bundesweit einen Raumleistungswert<sup>41</sup> von ca. 6.580 EUR/m<sup>2</sup> erzielt. Demnach liegt der Planwert für diesen Markt in Bischofferode um 7 % unterhalb der bundesüblichen Raumleistung des Betreibers. Dies ist vor allem durch die unterdurchschnittliche Kaufkraft in Bischofferode bedingt, die mit 85,7 % (vgl. Abb. 3) um etwa 14 %-Punkte unterhalb des Bundesdurchschnitts rangiert. Folglich kann der Markt auf Grund der geringeren Nachfrageplattform vor Ort keine bundesübliche Flächenleistung erzielen.

Die geringere Raumleistung ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer gleichbleibenden Artikelanzahl<sup>42</sup> anbieten; somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung. Ein durchschnittlicher Vergleichswert der Raumleistung kann daher nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden, da zudem im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung – wie auch in der Rechtsprechung anerkannt<sup>43</sup> – nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt.

Mit Blick auf die Gesamtumsatzleistung des Penny-Marktes ist auf Grund der bereits genannten Faktoren keine weitere Umsatzerhöhung zu erwarten, zumal der Plan-Umsatz des Marktes bereits im Rahmen des bundesweiten **Filialumsatzes** von Penny liegt. Die Handelskette erzielt über alle Märkte hinweg einen durchschnittlichen Jahresumsatz von rd. 4,9 Mio. EUR je Filiale.<sup>44</sup> Somit ist für die vorstehende Umsatzprognose von ebenfalls knapp 4,9 Mio. EUR bereits ein hoher Umsatzwert zu reklamieren.

Abschließend wird die Umsatzschätzung für den **Backshop** vorgenommen. Die Gesamtverkaufsfläche wird ca. 82 m<sup>2</sup> (vgl. Tab. 1) betragen, wobei in dieser Fläche ein Außensitzbereich (ca. 35 m<sup>2</sup>) enthalten ist. Daher wird lediglich die umsatzrelevante Innenverkaufsfläche von rd. 47 m<sup>2</sup> angesetzt, wengleich die gesamte Fläche des Backshops als Verkaufsfläche zu klassifizieren ist.<sup>45</sup> Unter Berücksichtigung einer marktüblichen Raumleistung von rd. 6.000 EUR/m<sup>2</sup> (vgl. Anlage 3) ist mit Erlösen von rd. 0,3 Mio. EUR p.a. zu rechnen.

**Tabelle 11: Umsatzplanung des Backshops**

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche	Raumleistung	Umsatzprognose
		m <sup>2</sup>	EUR/m <sup>2</sup>	Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	47	6.000	0,28

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

40 Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird beispielsweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend in Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf oft bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt.

Die Marktdurchdringung eines Discounters bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils der zu prüfenden Penny-Filiale – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar.

41 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Lebensmittelhandel in Deutschland 2023.

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

43 Eine in erster Linie zum Zwecke einer großzügigeren Warenpräsentation, verbesserten Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe angedachte Verkaufsflächenvergrößerung bedingt regelmäßig keine zum Flächenzuwachs proportionale Umsatzsteigerung. Mit einer vergrößerten Verkaufsfläche werden auch nicht nennenswerte Veränderungen der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

44 Bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 748 m<sup>2</sup> und einer Raumleistung von rd. 6.580 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche errechnet sich ein bundesweit durchschnittlicher Umsatz je Penny-Filiale von rd. 4,92 Mio. EUR p.a.

Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale im Lebensmittelhandel in Deutschland 2023 / Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Lebensmittelhandel in Deutschland 2023.

45 Zur Verkaufsfläche eines Backshops zählen auch der Sitzbereich, die Außenverzehrfäche oder Freiflächen, die für die Kunden des Marktes zugänglich sind.

vgl. Urteil VGH München [1 N 21.22] vom 07.02.2023.

### 6.3. Umsatzherkunft

Für die Betrachtung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt zu prüfen. Im vorliegenden Fall ist jedoch zu berücksichtigen, dass der bestandskräftig genehmigte Penny-Markt bereits **Teil des lokalen Einzelhandelsangebots** innerhalb seines Marktgebietes ist; dementsprechend ist der mit Abstand überwiegende Anteil der zu betrachtenden Penny-Fläche am Markt etabliert und hat sich sowohl in der handelswirtschaftlichen als auch städtebaulichen Realität niedergeschlagen. Folglich hat sich der Wettbewerb auf diesen Betrieb eingestellt; neue absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind durch den bestehenden Markt auszuschließen.

Als Prüfmaßstab ist demzufolge nur der durch die Mehrverkaufsfläche induzierte **Zusatzumsatz** anzusetzen, so dass im Rahmen einer Delta-Betrachtung von dem prognostizierten Gesamtumsatz des Discounters (rd. 5,2 Mio. EUR) der aktuelle Bestandsumsatz (rd. 4,1 Mio. EUR, jeweils inkl. Bäcker) subtrahiert wird.

**Tabelle 12: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Penny-Filiale**

	Umsatzherkunft Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 9/11)	5,16
davon aus:	
Umsatz Penny-Bestandsbetrieb (inkl. Backshop)	4,10
<b>Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet</b>	<b>0,56</b>
<b>Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets</b>	<b>0,50</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzumlenkungseffekte für die im Einzugsgebiet ansässigen Betriebe** relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu beziffernde Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern im Einzugsgebiet umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzumverlagerungen von knapp 0,6 Mio. EUR werden unter Punkt 6.4.2 diskutiert.

Bei einem unter dem Nachfragepotenzial liegenden Angebot resultiert i.d.R. ein Umsatzanteil auch aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur dort durch die Verbraucher erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen. Diese Erlöse gehen **Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets** verloren.

Auf Grund des limitierten Lebensmittelangebots in den Orten des Einzugsgebietes und der hieraus resultierenden niedrigen Zentralität des Lebensmittelhandels können von den örtlichen Lebensmittelanbietern lediglich rd. 76 % der Nachfrage gebunden werden (vgl. Tab. 7). Demnach geht auf Grund der zu erwartenden Kaufkraftrückholung auch ein Teil des generierten Mehrumsatzes zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes (rd. 0,5 Mio. EUR), da auf Grund des attraktivierten Angebots eine höhere Kaufkraftbindung vor Ort zu erwarten ist.

## 6.4. Wirkungsprognose

### 6.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der handelswirtschaftlichen Effekte einer Einzelhandelsansiedlung auf die städtebauliche Situation und die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist die Überprüfung möglicher **Umsatzumverlagerungsprozesse** – die im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO aus zentralen Versorgungsbereichen und aus Nahversorgungslagen induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung.

Die Ermittlung der Umsatzabgabe erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells<sup>46</sup>, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind

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

Mit der Erweiterung des angezeigten Discounters wird sich das **räumliche Angebotsgefüge** in dem Einzugsgebiet nicht verändern, da Penny bereits langjährig in Bischofferode situiert ist. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden sich jedoch in Folge Umsatzumverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben in dem Einzugsgebiet ergeben, die auf maximal 0,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zu quantifizieren sind. Für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes ist infolge einer partiellen Kundenrückholung mit einer Umsatzabgabe von rd. 0,5 Mio. EUR zu rechnen.

Das eingesetzte Gravitationsmodell<sup>47</sup> liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden. Auf Basis der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Penny-Vorhabens.

Die **Nachbelegung des Penny-Marktes** am Altstandort Neue Straße 2 durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wird daher in einer separaten Darstellung (vgl. Punkt 6.4.4) untersucht, welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen bei einer Weiternutzung des derzeitigen Penny-Marktes durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt zu erwarten wären.

46 Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 9) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 13/14) nicht identisch.

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

#### 6.4.2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkung<sup>48</sup> von ca. 0,6 Mio. EUR errechnet sich für die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet eine **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von rd. 6 %** ihres Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem Penny-Markt und
- der Betriebstypenzugehörigkeit

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

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

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

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

**Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Penny-Marktes im Einzugsgebiet**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Am Ohmberg	5,98	0,38	<b>6,4</b>
Sonnenstein (nur Einzugsgebiet)	3,71	0,18	<b>4,9</b>
<b>Gesamt</b>	<b>9,69</b>	<b>0,56</b>	<b>5,8</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

\* Anmerkung: Bei dem Umsatz „Am Ohmberg“ wurde der von Penny getätigte Umsatz (rd. 4,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 12) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

Die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet werden einen annualisierten Umsatzverlust von durchschnittlich knapp 6 % zu verkraften haben, somit ist von einer **Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt jedoch mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten; ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen

<sup>48</sup> In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Discounters inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmittel Einzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittel Sortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden.

Die Umverteilungseffekte des erweiterten Penny-Lebensmittelmarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der unterschiedlichen Sortimente und der geringen Größenordnung des zusätzlichen Umsatzes auf Non-Food-Anbieter außerhalb des Lebensmittelhandels städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig untergeordnet, da diese bei Penny lediglich rd. 5 % der Verkaufsfläche einnehmen (vgl. Seite 26).

Des Weiteren stellen diese Waren bei Penny nur einen marginalen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginal bzw. anteilig erweiterten Non-Food-Verkaufsfläche auf andere Non-Food-Anbieter auszuschließen. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wurden diese Umsatzverluste ebenfalls zu Lasten der anderen Lebensmittelmärkte angesetzt.

Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) oder negative Effekte auf bestehende Versorgungsstrukturen sind nicht anzunehmen.

### **Auswirkungen auf die Landgemeinde Am Ohmberg**

Für die absatzwirtschaftlich betroffenen Handelsbetriebe im **Ortsteil Bischofferode** ergeben sich infolge der Penny-Verlagerung keine messbaren Umsatzrückgänge. Dies resultiert aus der Tatsache, dass in Bischofferode kein angebotsgleicher Lebensmittelmarkt – der ein möglicher Konkurrenzbetrieb für Penny wäre – vorzufinden ist; die Wettbewerbsadressaten des Penny-Marktes liegen außerhalb von Bischofferode.

Das Lebensmittelangebot in Bischofferode wird lediglich durch einen Tankstellenshop und einen Fleischer repräsentiert. Der bestehende Fleischer der örtlichen Agrargenossenschaft wird von der Penny-Verlagerung dabei absatzwirtschaftlich nicht messbar betroffen. Die unterschiedliche konzeptionelle Ausrichtung wird in der Angebotsdarstellung deutlich, da die Agrargenossenschaft qualitativ höherwertige und frei portionierbare Frischewaren – aus regionaler Produktion – in Form einer Bedienungstheke führt; im Gegensatz dazu offeriert der Penny-Markt nur verpackte Fleisch- und Wurstwaren in einem discountorientierten Segment. Eine Beeinträchtigung dieses Betriebes ist auszuschließen.

Für die Tankstelle in Bischofferode sind keine messbaren Umsatzverluste zu sehen. Der Betrieb bietet neben Kraftstoffen vor allem Getränke und Tabakwaren und ein Minisortiment an Lebensmitteln an. Eine Beeinträchtigung ergibt sich für diesen Anbieter – der im Vergleich zu dem Penny-Markt eine andere Zielkundschaft anspricht – nicht, da der Hauptteil seiner Erlöse aus dem Kraftstoffverkauf stammt.

Die Umsatzumverlagerungen im **Ortsteil Großbodungen** werden vor allem den bestehenden Edeka-Markt tangieren. Die Edeka-Filiale ist auf Grund der Lage an der Straße Chaussee – der einzigen innerörtlichen Durchfahrtsstraße durch Großbodungen – durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt, der Markt ist sowohl aus dem gesamten Ortsgebiet als auch aus umliegenden Gemeinden zügig erreichbar. Dem Markteingang ist konzeptkonform eine kostenfreie Parkplatzanlage vorgelagert, die direkt von der Chaussee angefahren werden kann.

Auf Grund der direkten Lage an der Chaussee – als Landesstraße (L1011) ausgewiesen – besitzt der Edeka-Markt eine barrierefreie Sichtachse zu diesem Straßenzug und somit eine hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr. Ferner kann Edeka auf Grund seiner zentralen Lage in seinem fußläufigen Nahbereich auf das gesamte Bevölkerungspotenzial von Großbodungen zurückgreifen und verfügt bereits im näheren Umfeld über ein hohes Kunden- und auch Nachfragepotenzial.

Der Edeka-Markt befindet sich in einem guten baulichen Zustand und besitzt einen marktüblichen Filialauftritt; der Markt wurde bereits in der Vergangenheit auf eine ortsangepasste Verkaufsfläche von knapp 1.200 m<sup>2</sup> erweitert. Im Ausgangsbereich des inhabergeführten Marktes ist ein Bäcker eingemietet, so dass an dem Standort eine umfängliche Lebensmittelversorgung möglich ist. Die Frequenz bei Edeka deutet auf eine hohe Kundenakzeptanz hin.

Für den Edeka-Markt ist mit Blick auf seine gute Standortqualität mit einer verkraftbaren Umsatzabgabe zu rechnen, was auch auf der konzeptionellen Ausrichtung dieses Supermarktes im Vergleich zu dem Penny-Discountmarkt beruht. Ein Discounter wie Penny fokussiert auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an; das Angebot ist auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelteilsortimente und vorwiegend auf sogenannte Schnelldreher begrenzt. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt wie Edeka ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment)<sup>49</sup>, welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt.

Beide Betriebsformen stehen grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, sprechen aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen an bzw. lösen verschiedene Kauf-

---

49 Ein Vollsortimentsmarkt deckt nahezu alle Warengruppen innerhalb des Lebensmittelsortiments ab, er ermöglicht eine fast lückenlose Versorgung. Als Ergänzungssortimente werden auch Drogeriewaren und Tiernahrung geführt. Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei 12.000 bis 15.000 Artikeln und somit deutlich über der Auswahlbreite in Discountern mit 2.000 bis 4.000 Artikeln.

impulse aus. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt meist Frischeprodukte (inkl. Convenience) und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiger und serviceorientierter Supermarkt mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten Anbietern in Konkurrenz tritt.<sup>50</sup> Auf Grund der benannten Betriebstypencharakteristika sind daher für den Edeka-Markt verkraftbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu reklamieren.

In der Vorkassenzone des Edeka-Marktes ist ein Bäcker eingemietet. Dieser Ladenhandwerker führt kein der Penny-Filiale vergleichbares Lebensmittelangebot. Penny bietet bei Backwaren ausschließlich preisgünstige SB-Ware aus seiner Bake-off-Station (Prebake-Station)<sup>51</sup> an und unterscheidet sich konzeptionell von einem „klassischen“ Bäcker. Der benannte Bäcker wird somit absatzwirtschaftlich von dem Penny-Planvorhaben nicht tangiert, da dieser Anbieter vor allem durch seine spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Discountmarkt darstellt.

Eine Absiedlung des Bäckers aus Großbodungen ist infolge der Penny-Erweiterung auszuschließen, zumal im Rahmen der Verlagerung des Discounters kein zusätzlicher Bäcker installiert wird. Bei der Penny-Verlagerung wird wiederum der bestehende Backshop angesiedelt, folglich entsteht für andere Anbieter keine neuartige Konkurrenz. Der Backshop wird in seiner Verkaufsfläche<sup>52</sup> um rd. 5 m<sup>2</sup> (vgl. Fußnote 1) marginal erweitert, wobei unter Berücksichtigung der nur geringfügig erhöhten Umsätze keine negativen Auswirkungen auf den Bäcker in Großbodungen zu erwarten sind.

Für einen Getränkemarkt im Gewerbegebiet Am Ölgraben sind nur marginale Umsatzrückgänge zu erwarten. Penny führt nur einen Teilausschnitt aus diesem Sortiment; Getränkemarkte heben sich durch ihr umfassenderes und breiteres Angebot unverkennbar von einem Discounter ab und weisen eine höhere Spezialisierung auf. Eine Schließung dieses Getränkemarktes als Folge der Vergrößerung der Penny-Fläche ist auf Grund der unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung beider Betriebstypen unrealistisch.<sup>53</sup>

Der Ortskern sowohl in Bischofferode als auch in Großbodungen ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren (vgl. Pkt. 3.2), durch das Projektvorhaben wird auch einer möglichen **Entwicklung der Ortsmitte hin zu einem zentralen Versorgungsbereich** nicht entgegen gewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren oder eines bereits geplanten Ansiedlungsvorhabens in dem Ortskern von Bischofferode bzw. Großbodungen gefährdet wäre.

Innerhalb beider Ortskerne fehlen die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen großformatigen Lebensmittelmarkt. Der Immobilienbestand setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen, wobei keine Leerstandsfläche in der von Penny benötigten Größenordnung vorzufinden ist. Es besteht keine großflächige Angebotsreserve, da ausschließlich vereinzelte kleine Gewerbeflächen leer stehen. Die Nachnutzung dieser Flächen durch einen Lebensmittelmarkt ist objektiv nicht möglich.

Darüber hinaus sind in der Ortsmitte der beiden Gemeindeteile augenscheinlich keine Potenzial- oder Freiflächen (auch keine größeren Baulücken) sichtbar, die für eine Bebauung mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt<sup>54</sup> infrage kommen würden. Beide Ortskerne weisen eine überwiegend geschlossene Gebäudekante auf. Die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes ist demnach in diesen Bereichen objektiv nicht möglich. Daher wird durch die Verlagerung und die Erweiterung des Penny-Marktes eine potenzielle

50 Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopplungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind.

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

52 Die Verkaufsfläche des Bäckers wird von derzeit rd. 42 m<sup>2</sup> auf dann rd. 47 m<sup>2</sup> erhöht. An der Außenfront wird ein Sitzbereich installiert, der saisonal von Konsumenten genutzt werden kann. Messbar erhöhte Erlöse kann der Backshop hierbei nicht generieren.

53 Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopplungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind.

54 Dies zeigt sich auch in dem Fakt, dass sich Lebensmittel- und Getränkemarkte oft in räumlicher Nähe zueinander ansiedeln. Getränkemarkte ergänzen hierbei das Sortiment eines Lebensmittelmarktes, was zu einer höheren Angebotskompetenz eines solchen Kombinationsstandortes führt.

Entwicklung der jeweiligen Ortsmitte nicht konterkariert, diesen Bereichen werden keine Entwicklungspotenziale entzogen.

Fazit: Mit der Inbetriebnahme der erweiterten Penny-Fläche sind keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf bestehende Lebensmittelanbieter in der Landgemeinde Am Ohmberg zu reklamieren, die marginalen Umsatzverluste bleiben ohne städtebauliche Relevanz. Die Ortskerne von Bischofferode und Großbodungen stellen gemäß der Rechtsprechung keinen zentralen Versorgungsbereich dar, eine Schädigung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ist folglich auszuschließen.

### **Auswirkungen auf die Landgemeinde Sonnenstein**

In der Gemeinde Sonnenstein – nur die zum Einzugsgebiet zählenden Ortsteile – ist ein Angebot von einem Edeka-Markt, drei Nahrungsmittelhandwerkern und einem Getränkemarkt vorzufinden. Die Umsatzabgabe der genannten Betriebe wird bei durchschnittlich etwa 5 % (vgl. Tab. 13) und somit deutlich unter dem Schwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8) liegen. Dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen dieser Lebensmittelanbieter abzuleiten.

Für den Edeka-Markt in Weißenborn-Lüderode (vgl. Abb. 5 rechts) zeigen sich marktgerechte Standortbedingungen. Der inhabergeführte Markt ist direkt an der einzigen Durchfahrtsstraße durch diesen Gemeindeteil gelegen und weist auf Grund der Anbindung an eine Landesstraße (L2060) eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit auf. Dem Markteingang vorgelagert befindet sich die Parkplatzanlage des Betriebes, die von der vorbeilaufenden Hauptstraße direkt anfahrbar ist. Edeka besitzt eine direkte Sichtachse auf den passierenden Verkehr und folglich eine hohe Werbewirksamkeit. Darüber hinaus befindet sich der Markt in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage und kann in seinem fußläufigen Nahbereich auf fast das gesamte Einwohnerpotenzial von Weißenborn-Lüderode zurückgreifen.

Unter Berücksichtigung der Standortqualität und der konzeptionellen Ausrichtung sind für diesen inhabergeführten Supermarkt keine Absiedlungstendenzen sichtbar, zumal die Werte der Umsatzabgabe deutlich unterhalb der sog. Unverträglichkeitsschwelle (rd. 10 %) rangieren. Ein Rückzug dieses Marktes infolge der Penny-Erweiterung ist auszuschließen.

Die fehlenden Auswirkungen auf Ladenhandwerker wurden bereits vorstehend thematisiert und treffen auch auf die beiden Bäcker und einen Fleischer in Sonnenstein zu. Da bei der Erweiterung des Penny-Marktes kein zusätzlicher Bäcker oder Fleischer geplant ist, wird keine neuartige Konkurrenzlage zu den bestehenden Betrieben in Sonnenstein aufgebaut.

Für einen Getränkemarkt im westlichen Ortsgebiet von Weißenborn-Lüderode sind keine messbaren Auswirkungen zu erwarten. Der Betrieb wird als Getränkiefachgroßhandel geführt und bietet auch alkoholische und nicht-alkoholische Getränke in seinem betriebseigenen Markt mit an. Auf Grund der konzeptionellen Ausrichtung des Marktes im Vergleich zu dem Discounter Penny sind keine wesentlichen Sortimentsüberschneidungen zu sehen.

Fazit: Für die Lebensmittelanbieter im überörtlichen Einzugsgebiet ergeben sich infolge der Penny-Markterweiterung keine negativen Auswirkungen; eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung ist nicht erkennbar. Zentrale Versorgungsbereich sind in der Landgemeinde Sonnenstein nicht ausgebildet.

### **Zusammenfassung**

Für die Lebensmittelanbieter in dem untersuchten Einzugsgebiet sind negative Auswirkungen infolge der Penny-Verlagerung auszuschließen. Dies beruht auf den verkräftbaren zusätzlichen Erlösen des Penny-Marktes, die dadurch ausgelösten Umsatzverluste von durchschnittlich ca. 6 % können nicht zu einer schädlichen Beeinträchtigung von anderen Lebensmittelanbietern führen.

Die avisierte Verlagerung und Erweiterung von Penny wird nicht zu einem nennenswerten Wechsel der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme innerhalb des Einzugsgebiets führen. Die Penny-Filiale ist seit Jahren in Bischofferode etabliert; somit haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen und damit auch die

Einkaufsorientierungen der lokalen Verbraucher langfristig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der überschaubar erhöhten Verkaufsfläche unrealistisch ist. In Bischofferode und in den Gemeinden des überörtlichen Einzugsgebiets sind keine zentralen Versorgungsbereiche ausgebildet, eine Schädigung dieser schutzwürdigen Bereiche ist folglich nicht möglich. Darüber hinaus geht mit dem Penny-Vorhaben kein Abbau von verbrauchernaher Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO einher, zumal Penny selbst eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion für Bischofferode übernimmt.

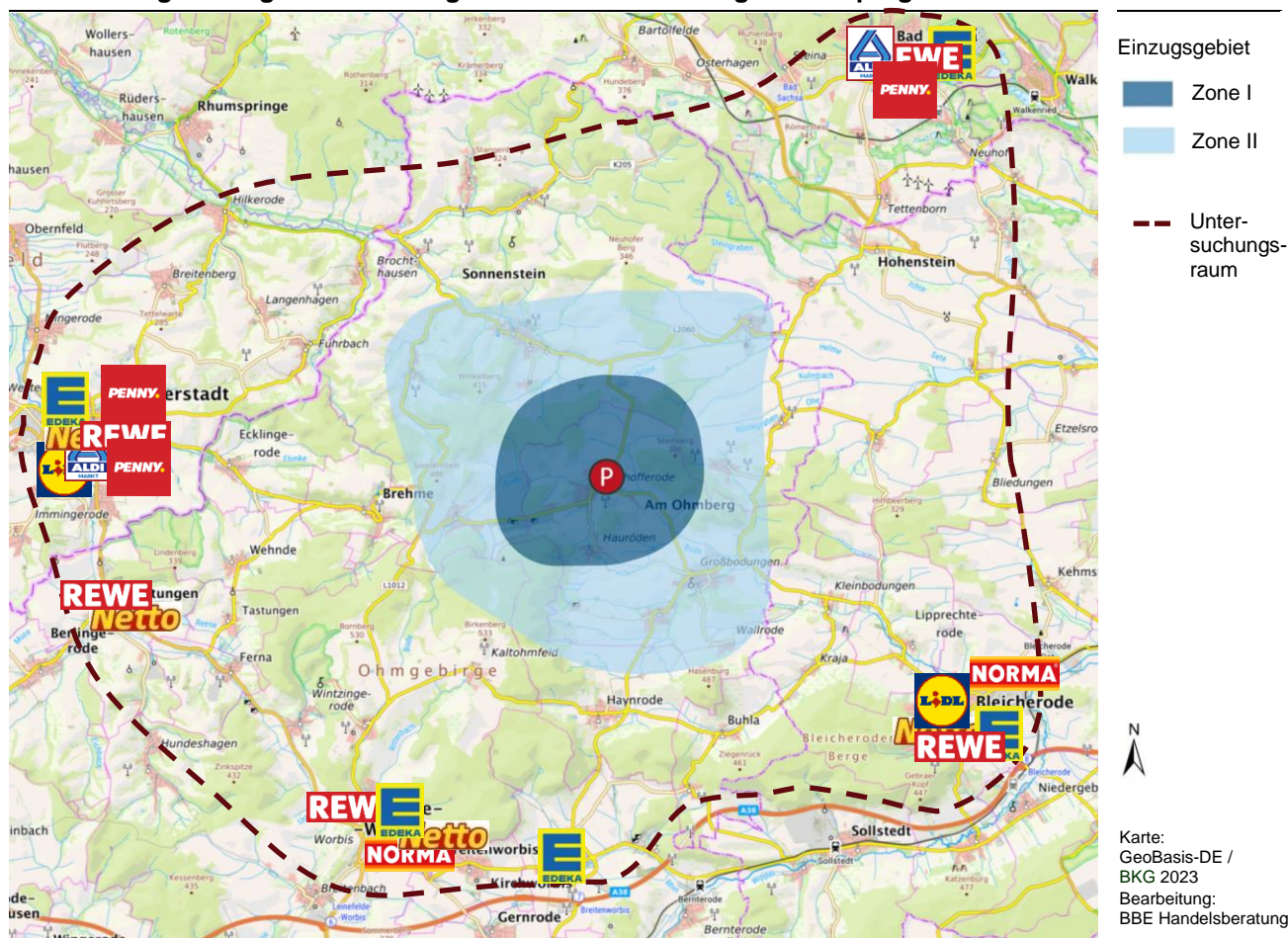
### 6.4.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Das Marktgebiet des aufgezeigten Penny-Marktes erstreckt sich über den zonierten Einzugsbereich, welcher die Gemeinde Am Ohmberg und Teile der Landgemeinde Sonnenstein umfasst (vgl. Karte 6). Eine Ausweitung des Einzugsgebiets scheidet aus, da zahlreiche Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten (vgl. Karte 5) über ein attraktives und vor allem auch ein betriebstypengleiches Angebot verfügen, so dass Kunden- und Kaufkraftabflüsse aus diesen Kommunen und aus deren Umfeld nach Bischofferode unrealistisch sind.<sup>55</sup>

Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Lebensmitteln, so dass verschiedene Kundenverflechtungen zu Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten bestehen; dies betrifft insbesondere Verbraucher in den Randbereichen des Einzugsgebietes.<sup>56</sup> Die abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet ist auf ca. 4,0 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) zu quantifizieren, der lokale Lebensmittelhandel kann derzeit lediglich rd. 76 % der Lebensmittelkaufkraft vor Ort binden.

Der Kaufkraftabfluss erfolgt vor allem zu attraktiven Lebensmittelanbietern im näheren Umfeld von Bischofferode, die eine **qualifizierte und ansprechende Einkaufsalternative** für die eigenen Bewohner darstellen. Hierbei kommen maßgeblich Märkte in Duderstadt, Bad Sachsa, Bleicherode, Breitenworbis, Worbis und in Teistungen in Frage.

**Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte**



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

56 Es steht auch zu erwarten, dass Verbraucher auch auf dem Rückweg von ihrer Arbeitsstätte (z.B. weisen Duderstadt oder Leinefelde-Worbis einen positiven Pendlersaldo auf) Lebensmittel auf dem Arbeitsweg einkaufen.

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

Die Lebensmittelanbieter außerhalb des zonierten Einzugsgebietes werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von rd. 0,5 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zu verkraften haben. Auf Basis der Erlöse der betroffenen Lebensmittelmärkte errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von deutlich unter 1 %, so dass von einer äußerst geringfügigen bzw. **nicht-spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt dabei mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten.

**Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebietes**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Duderstadt (REWE, Edeka, Aldi, Lidl, Penny [2x], Netto)	51,56	0,22	<b>0,4</b>
Bad Sachsa (REWE, Edeka, Aldi, Penny)	24,49	0,07	<b>n.n.</b>
Bleicherode (REWE, Edeka, Lidl, Netto, Norma)	27,67	0,11	<b>0,4</b>
Breitenworbis (Edeka)	4,19	0,01	<b>n.n.</b>
Worbis (REWE, Edeka, Netto, Norma)	23,53	0,08	<b>n.n.</b>
Teistungen (REWE, Netto)	11,79	0,01	<b>n.n.</b>
<b>Gesamt</b>	<b>143,23</b>	<b>0,50</b>	<b>0,3</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Erhebung der einzelnen Lebensmittelmärkte im November 2024 / n.n. = nicht nachweisbar

Für alle Lebensmittelmärkte außerhalb des Einzugsgebietes, die partiell auch von Kunden aus diesem Bereich aufgesucht werden, sind auf Basis der eintretenden Kundenrückholung jeweils Umsatzverluste unter 1 % zu erwarten. Folglich ist eine Absiedlung dieser Betriebe infolge der Erweiterung des Penny-Marktes in Bischofferode auszuschließen.

Hierbei ist zu beachten, dass auf Basis der Zahl der betroffenen Märkte die jeweiligen einzelbetrieblichen Umsatzverluste deutlich unterhalb der sog. **Nachweisbarkeitsgrenze** von 0,10 Mio. EUR<sup>57</sup> liegen werden. Folglich werden die Umsatzrückgänge auf Grund der geringen Höhe für die einzelnen Märkte nicht spürbar sein. Im Ergebnis ist eine Absiedlung von Lebensmittelmärkten im weiteren Umfeld des betrachteten Einzugsgebietes daher auszuschließen; Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung können nicht eintreten.

Die ausgewiesenen Kunden- und auch Umsatzrückholungen sind prinzipiell als „legitim“ einzustufen, da die wirtschaftliche Auslastung sowohl der neu geplanten Lebensmittelverkaufsfläche als auch der bestehenden Lebensmittelanbieter vollständig durch die lokale Nachfrage in dem Einzugsgebiet abgedeckt ist. Dies verdeutlicht die **prospektive Zentralität**, die sich in Anbetracht der zusätzlich zu erwartenden Lebensmittel-

<sup>57</sup> Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

erlöse von knapp 0,5 Mio. EUR<sup>58</sup> von 76 % (vgl. Tab. 7) auf dann 79 % erhöhen wird. Somit ist selbst nach der Inbetriebnahme des erweiterten Penny-Marktes keine vollständige Bindung der lokalen Lebensmittelnachfrage vor Ort möglich, eine Überbuchung der örtlichen Lebensmittelkaufkraft ist nicht zu erkennen.

**Tabelle 15: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet (IST - PLAN)**

	Marktpotenzial	realisierte Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/ -abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet – IST		12,64	<b>76</b>	<b>-3,97</b>
	16,61			
Einzugsgebiet – PLAN		13,11	<b>79</b>	<b>-3,50</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der Nachfrage nach Lebensmitteln (rd. 16,6 Mio. EUR) und der zu erwartenden Lebensmittelumsätze (rd. 13,1 Mio. EUR) sind zum wirtschaftlichen Betrieb der Lebensmittelflächen in dem Einzugsgebiet **keine zusätzlichen Kundenzuflüsse** von außerhalb dieses Bereiches notwendig. Rein rechnerisch gesehen strahlt der Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet ausschließlich auf diesen Bereich aus bzw. kann von dem lokalen Konsumentenpotenzial vollständig „leben“.

Nach der Umsetzung des Penny-Vorhabens ist weiterhin ein „**offenes**“ **Nachfragepotenzial** vorhanden, das von dem lokalen Lebensmittelhandel nicht gebunden werden kann und an umliegende Standorte in der Region abfließt. Dennoch geht mit der Attraktivierung des Penny-Marktes eine – wenn auch geringe – Stärkung der Eigenversorgungsquote innerhalb des Einzugsgebiets auf rd. 79 % einher.

**Fazit:** Durch die Neupositionierung des Penny-Marktes und der daraus resultierenden verstärkten Kaufkraftbindung werden Umsatzrückholeffekte ausgelöst; diese haben auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten und der geringen Höhe keinerlei schädliche Auswirkungen.

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

58 Zuzüglich zu den aktuell generierten Lebensmittelumsätzen in Einzugsgebiet (rd. 12,64 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) addieren sich die „zurückgeholten“ Lebensmittelumsätze des erweiterten Penny-Marktes (rd. 0,50 Mio. EUR, vgl. Tab. 12; abzgl. Non-Food-Umsätze von rd. 0,03 Mio. EUR = rd. 0,47 Mio. EUR); diese Erlöse stammen aus der Kaufkraftrückholung.

#### 6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen bei Wiederbelegung des Penny-Altstandortes

Nachstehend werden die städtebaulichen Auswirkungen des Penny-Verlagerungsvorhabens ermittelt, sofern eine **Wiederbelegung des bestehenden Penny-Marktes** am Standort Neue Straße 2 mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt erfolgen würde. Die Nachbelegung der Penny-Filiale durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung mit der avisierten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird; die Baugenehmigung bleibt durch den Vorgang unangetastet.

Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die **Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes** möglich.<sup>59</sup> Auf Grund der umseitig aufgeführten Punkte ist jedoch eine solche Nachnutzung nicht realistisch, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen mit hoher Sicherheit nicht eintreten werden.

In der folgenden Modellrechnung wird die Verlagerung des Penny-Marktes **methodisch als Neuansiedlung** angenommen. Für die Berechnung werden folgende Prämissen unterstellt:

- Die Penny-Filiale am Standort Neue Straße 2 wird mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt weiter genutzt. Es wird für diesen Markt ein fiktiver Betreiber unterstellt, der die aktuell von Penny generierten Umsätze bindet.
- Der Planumsatz von Penny an dem Verlagerungsstandort wird nicht mit 4,9 Mio. EUR (vgl. Tab. 9) angesetzt. Da sich durch die theoretische Weiterbelegung des Standortes Neue Straße 2 eine veränderte Wettbewerbslage ergibt, würde der verlagerte Penny-Markt geringere Erlöse generieren. Bei einer maximal realisierbaren Marktdurchdringung von knapp 19 % (vormals rd. 25 %) im Einzugsgebiet ergibt sich ein Ziel-Umsatz von rd. 3,7 Mio. EUR<sup>60</sup>, zuzüglich der Erlöse des Backshops (rd. 0,3 Mio. EUR, vgl. Tab. 11) errechnet sich ein Gesamtumsatz von rd. 4,0 Mio. EUR.
- Die maßgebliche Umsatzherkunft des verlagerten Penny-Marktes resultiert nicht aus der Umsatzmitnahme von seinem Altstandort (vgl. Tab. 12), sondern wird vollständig von anderen Lebensmittelanbietern – auch von dem theoretisch nachbelegten Markt in der Neuen Straße 2 – rekrutiert. Die Umsatzumverteilungen liegen demnach bei ca. 4,0 Mio. EUR.
- Die Umsätze des neuen Penny-Lebensmittelmarktes gehen einerseits zu Lasten von Anbietern im Einzugsgebiet (rd. 2,1 Mio. EUR), andererseits werden durch die zu erwartenden Kaufkraftrückholungen Umsatzabflüsse von Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes von rd. 1,9 Mio. EUR ausgelöst.

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die einzelnen **Lagen im Einzugsgebiet** (vgl. Tab. 6) bei Nachbelegung der bestehenden Penny-Fläche am Standort Neue Straße 2 mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt.

**Tabelle 16: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes im Einzugsgebiet**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Am Ohmberg	10,08	1,75	17,4
Sonnenstein (nur Einzugsgebiet)	3,71	0,33	8,9
<b>Gesamt</b>	<b>13,79</b>	<b>2,08</b>	<b>15,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

<sup>59</sup> Der Penny-Markt liegt im sog. unbeplanten Innenbereich, so dass auch eine Zulässigkeit nach § 34 BauGB möglich ist.

<sup>60</sup> Im Einzugsgebiet Zone I ist eine Umsatzbindung von maximal rd. 34 % (rd. 1,34 Mio. EUR), in der Zone II von durchschnittlich rd. 14 % (rd. 1,78 Mio. EUR) zu erwarten. Zuzüglich der Non-Food-Umsätze in Höhe von rd. 0,38 Mio. EUR und Streuumsätzen (rd. 0,23 Mio. EUR) errechnet sich für den neuen Penny-Markt am Standort Weißenborner Straße ein Umsatz von rd. 3,73 Mio. EUR (vgl. Methodik in Tab. 9). Hierzu addieren sich die Erlöse des Backshops von rd. 0,28 Mio. EUR, so dass sich ein Gesamtumsatz von rd. 4,01 Mio. EUR ergibt.

In der vorstehenden Modellrechnung wird deutlich, dass sich im Falle einer Nachnutzung des Penny-Marktes in der Neuen Straße 2 die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet bei durchschnittlich rd. 15 % bewegen würden. Folglich wären – auf Grund der Überschreitung der sog. 10 %-Schwelle der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 8) – schädliche Auswirkungen auf den bestehenden Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet nicht auszuschließen.

Der Wert der Umsatzumverlagerung weist mit rd. 17 % für die Lebensmittelanbieter in der **Landgemeinde Am Ohmberg** auf negative Auswirkungen hin, wobei die Umsatzabgabe vor allen den fiktiven Lebensmittel-discounter am Penny-Altstandort Neue Straße 2 treffen würde. Ein fiktiver Betrieb hätte eigens auf Grund der Nähe zu dem neuen und ansprechenden Penny-Markt, der baulich unattraktiven und vor allem der zu geringen Verkaufsfläche sowie der daraus folgenden unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit einen sehr hohen Umsatzverlust zu erwarten. Eine Nachbelegung der Penny-Fläche durch einen neuen Discounter ist demnach auf Grund der limitierten Umsatzchancen unrealistisch.

In der **Landgemeinde Sonnenstein** ist ein durchschnittlicher Erlösrückgang von rd. 9 % zu sehen, eine Absiedlung von hier bestehenden Lebensmittelanbietern wäre somit nicht zu erwarten. Der prognostizierte Umsatzrückgang wird jedoch nicht eintreten, da von der Penny-Verlagerung primär der fiktive Markt in der Neuen Straße 2 in Bischofferode betroffen ist und hier unzweifelhaft eine Absiedlung dieses Betriebes zu erwarten wäre.

Die zu erwartenden Kaufkraftrückholungen (rd. 1,9 Mio. EUR) und die damit ausgelösten Umsatzverluste in **Orten außerhalb des Einzugsgebiets** (vgl. Tab. 14) würden bei etwa einem Prozent liegen. Folglich sind für Lebensmittelmärkte in umliegenden Kommunen keine spürbaren Umsatzverluste zu erwarten. Dies ergibt sich aus der breiten räumlichen Streuung über zahlreiche Märkte und aus der geringen einzelbetrieblichen Höhe der Umsatzverluste.

**Tabelle 17: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes außerhalb des Einzugsgebiets**

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Orte außerhalb des Einzugsgebiets	143,23		1,93	<b>1,3</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die vorstehende Berechnung zeigt, dass eine Nachbelegung des Penny-Altstandortes mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt unwahrscheinlich ist. Die zu generierenden Erlöse reichen aus gutachterlicher Sicht nicht aus, hier einen neuen Lebensmittelmarkt dauerhaft rentabel zu betreiben. Weiterhin sprechen folgende standort- und objektseitigen **Fakten gegen eine Nachbelegung** des Penny-Altstandortes durch einen neuen Lebensmittelmarkt:

- Der Discounter Penny wird einen modernen Markt errichten und wird sein aktuelles Vertriebskonzept ausrollen; perspektivisch ist von einem ansprechenden und leistungsfähigen Penny-Markt auszugehen. Gerade durch diese Konkurrenz ist der Betrieb eines weiteren Discountmarktes in unmittelbarer Nachbarschaft nur schwer möglich.
- Die Marktzutrittsgröße für einen Discounter liegt i.d.R. bei minimal 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (vgl. Anlage 1). Die Nutzung der Penny-Altfläche (rd. 550 m<sup>2</sup>) ist auf Grund der zu geringen Verkaufsfläche demnach auszuschließen, da ein neu hinzutretender Discounter auf der bestehenden Fläche keine optimale und konzeptkonforme Warenpräsentation umsetzen kann.
- In die bestehende Marktimmobilie sind umfängliche Investitionen notwendig, da sich speziell der technische und auch energetische Zustand nicht mehr zeitgemäß darstellen. Im Vergleich zu dem attraktivierten bzw. neuen Penny-Markt müsste das Niveau des Bestandsmarktes deutlich angehoben werden, wozu hohe finanzielle Investitionen speziell in Technik bei Neubezug durch einen neuen Discounter notwendig wären.

- Mit Blick auf den Bauzustand wäre ein Abriss / Neubau mit entsprechend hohen Kosten notwendig. Die Grundfläche an dem Bestandsstandort fällt für einen Neubau mit einer ausreichend dimensionierten Parkplatzanlage jedoch zu gering aus.
- Eine Nachnutzung des Penny-Standortes durch einen Supermarkt ist grundsätzlich nicht möglich, da die Marktzutrittsgröße für diese Konzepte bei minimal 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (vgl. Anlage 1) liegt; aktuell entwickeln Betreiber i.d.R. Flächen ab 1.800 m<sup>2</sup>. Die Nutzung der Penny-Altfläche durch einen Vollsortimentsmarkt ist auf Grund der zu geringen Verkaufsfläche demnach auszuschließen.
- Das Marktvolumen in der Gemeinde Am Ohmberg – auch zuzüglich der Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet – ist für den Betrieb des Penny-Marktes und des Edeka-Marktes ausreichend. Für einen weiteren Lebensmittelmarkt ist die Nachfrageplattform zu gering und reicht für den langfristig wirtschaftlichen Betrieb nicht aus. Vor allem aus diesem Grund kann eine Nachnutzung der Penny-Altfläche durch einen Lebensmittelmarkt fast kategorisch ausgeschlossen werden.

Die Nachbelegung des Penny-Altstandortes durch einen neuen Lebensmittelmarkt ist bezüglich der objekt- und der standortseitigen Einschränkungen und auf Grund der wenigen potenziellen Betreiber nicht wahrscheinlich. Somit ist eine **Nachnutzung außerhalb des Lebensmittelhandels** realistisch.<sup>61</sup>

Mit Blick auf das Nachfragevolumen in den einzelnen Handelsbranchen erscheint die Nachbelegung durch einen **Non-Food-Fachmarkt** wenig erfolgsversprechend, da das Marktpotenzial bezüglich der limitierten Einwohnerzahl in fast allen Handelsbranchen sehr niedrig ausfällt; der rentable Betrieb eines Handelsunternehmens erscheint unrealistisch. Folglich würde eine einzelhandelsfremde Nutzung in Frage kommen.

In diesem Zusammenhang hat die Gemeinde bereits Kontakt mit dem Eigentümer der Penny-Immobilie aufgenommen, der eine einzelhandelsfremde Nutzung präferiert. Gemäß einem Schreiben des Immobilieninhabers ist eine Nutzung durch **Betreutes Wohnen** geplant, wobei die Gemeinde dem Eigentümer bereits Unterstützung für dieses Projekt zugesagt hat.

Fazit: Bei einer unterstellten Nachbelegung des Penny-Altstandortes mit einem neuen Lebensmittelmarkt müssten von einem potenziellen Betreiber deutliche Umsatzeinbußen in Kauf genommen werden; der wirtschaftliche Weiterbetrieb dieser Fläche ist faktisch nicht möglich.

Auf Grund des limitierten Nachfragepotenzials ist eine Nachnutzung des Penny-Altstandortes durch Handel fraglich, jedoch ist die Fläche für einzelhandelsfremde Nutzungen prädestiniert und wird seitens des Eigentümers auch favorisiert.

61 Dies belegt auch eine Studie der Universität Hamburg und des Instituts für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg:

"Als Ergebnis der Kommunalbefragung und der Expertengespräche kann in der Tendenz festgehalten werden:

- Tritt trotz einer gewissen Handeldynamik dennoch ein Leerstand oder ein Nutzungswechsel ein, dann lässt sich dieser meist auf veränderte Standortanforderungen und/oder einen nicht zeitgemäßen Verkaufsflächenzuschnitt der aufgegebenen Immobilie zurückführen.
- Meist dominiert hierbei der Leerstand, d.h. vor allem für „zu klein“ gewordene Supermärkte und Discounter konnte selten eine gleichwertige Nachnutzung durch Lebensmittelmärkte gefunden werden.
- Die Flexibilität des Standortes sowie des Gebäudes sind ein wichtiger Faktor für die langfristige Nutzung eines Lebensmittelmarktes, wobei dies für Discounter ebenso wie für Supermärkte gilt.
- Nachnutzungen zeichnen sich in der Regel durch Trading-Down-Nutzungen aus, d. h. die nachfolgende Nutzung führt in der Tendenz – im Vergleich zur vorherigen Nutzung durch einen Lebensmittelmarkt – eher zu einer Abwertung des Standortes. Als relevante Nachnutzungen kommen je nach Standort verschiedene Handelsnutzungen, vor allem Fachmärkte für Tiernahrung, Drogeriemärkte oder Sonderpostenmärkte, aber auch Spielcasinos in Frage. Die erfolgreiche Suche von Nachnutzern wird betriebsformenübergreifend vor allem bei „Stand-Alone“ Standorten als besonders schwierig angesehen.
- Ebenso hängt die Möglichkeit der Nachnutzung vor allem von der Siedlungsstruktur (Kreistyp) und der Größenklasse der Standortgemeinde ab: Für kleinere Gemeinden und Städte im Ländlichen Raum (die nicht in Wachstumsregionen bzw. in Gebieten mit positiver Bevölkerungsentwicklung liegen) ist das Leerstandsrisiko besonders groß, wohingegen in Verdichtungsräumen bzw. in Wachstumsregionen genügend Folgenutzungen zur Verfügung stehen."

Quelle: Universität Hamburg / Institut für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg, Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel - Endbericht. Studie im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL), Hamburg/Regensburg, 26. März 2013.

## 7. Zusammenfassung

Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

- Die Landgemeinde **Am Ohmberg** (rd. 3.600 Einwohner) ist im Nordthüringer Raum und hier im Landkreis Eichsfeld verortet. Die Gemeinde weist eine polyzentrische Siedlungsstruktur auf, Bischofferode (rd. 1.300 Ew.) und Großbodungen (rd. 1.200 Ew.) sind die größten Ortsteile. Die Landgemeinde übt keine zentralörtliche Einstufung aus und ist dem Grundversorgungsbereich der Gemeinde Sonnenstein zugeordnet.
- In der Gemeinde Am Ohmberg agieren 15 Handelsbetriebe auf einer **Verkaufsfläche** von ca. 3.600 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsflächendichte von 1,0 m<sup>2</sup> je Einwohner deutet nicht auf eine gemeindeübergreifende Ausstrahlung des örtlichen Handels hin; es zeigt sich – wie in vergleichbar großen Kommunen – lediglich ein lückenhaftes Einzelhandelsangebot, das auf den Lebensmittelhandel fokussiert.
- In der Ortsmitte von Bischofferode und Großbodungen ist keine verdichtete Handelslage vorzufinden, die als ein **zentraler Versorgungsbereich** zu klassifizieren wäre. Auf Grund der geringen Mantelbevölkerung ist auch zukünftig die Ausprägung eines solchen schutzwürdigen Bereichs unrealistisch.
- Das **Lebensmittelangebot** ist in der Gemeinde Am Ohmberg auf rd. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche organisiert. Als Träger der Grundversorgung fungieren ein Edeka-Supermarkt in Großbodungen und der Discounter Penny in Bischofferode; ergänzt durch vereinzelte kleinformatische Anbieter. Die Flächendichte von 0,56 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner deutet nicht auf eine wesentliche überörtliche Strahlkraft hin, wenngleich auch Konsumenten aus umliegenden Orten zum Lebensmitteleinkauf nach Bischofferode und Großbodungen tendieren.
- Die Handelskette **Penny** betreibt im nördlichen Ortsgebiet von Bischofferode einen Lebensmittelmarkt mit rd. 550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; die Bausubstanz des Marktes wirkt verschlissen, die Filiale entspricht nicht den Maßgaben an einen modernen Discountmarkt. Penny möchte den Markt zukunftsfähig aufstellen und plant auf einer naheliegenden Potenzialfläche einen Neubau. Im Rahmen der Verlagerung können die aktuellen Betreiberanforderungen umgesetzt und eine marktfähige Verkaufsfläche von knapp 800 m<sup>2</sup> (zzgl. Bäcker) entwickelt werden.
- Der Penny-Planstandort befindet sich im nordöstlichen Ortsgebiet und umfasst eine Grünfläche. Im **fußläufigen Nahbereich** (800 m-Laufweg) des Planstandortes leben rd. 800 Einwohner, somit kann der Markt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für den Großteil der Bewohner von Bischofferode eine fußläufige Grundversorgung anbieten.
- Mit der Neupositionierung von Penny werden tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, das Vorhaben ist als bestands- und **zukunftssichernde Maßnahme** für diesen Markt zu werten. Mit der Ertüchtigung der Filiale wird die Eigenversorgungsquote von Bischofferode gesichert. Mit Blick auf die Marktfläche von knapp 800 m<sup>2</sup> handelt es sich um eine standortangepasste Verkaufsfläche.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von Penny erstreckt sich auch nach der angestrebten Verlagerung über die Gemeinde Am Ohmberg und umfasst auch – wie heute bereits – unmittelbar an Bischofferode angrenzende Ortsteile der Gemeinde Sonnenstein. Mit der Neupositionierung des Penny-Marktes geht keine Erweiterung des Marktbereiches einher. Der Betrieb kann auf ein Einwohnerpotenzial von rd. 6.700 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 16,6 Mio. EUR verfügen.
- Der projektierte Discounter wird in seiner Konfiguration von ca. 799 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen durchschnittlichen **Marktanteil** von maximal rd. 25 % erzielen. Der jährliche Umsatz des Penny-Marktes wird bei rd. 4,9 Mio. EUR liegen; mit einer Flächenleistung von ca. 6.100 EUR/m<sup>2</sup> wird – unter Berücksichtigung der lokalen Kaufkraftsituation – ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht.

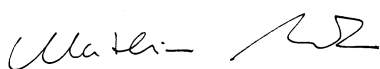
- Der Großteil der Erlöse des verlagerten Penny-Marktes resultiert aus der Umsatzmitnahme von seinem Altstandort. Der zusätzliche Umsatz des neuen Penny-Marktes wird naturgemäß aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld des Penny-Standortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Betriebe in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 6 % und erreichen einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Dies trifft sowohl auf zwei Edeka-Lebensmittelmärkte als auch auf kleinteilige Lebensmittelanbieter in dem Einzugsbereich zu.
- Die **Nachbelegung** des Penny-Altstandortes durch einen neuen Lebensmittelmarkt ist unrealistisch, was sich aus der unattraktiven Bausubstanz des Marktes und der notwendigen Investitionen, vor allem aber der geringen Verkaufsfläche ableitet; zudem lässt die limitierten Mantelbevölkerung der Gemeinde Am Ohmberg die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes objektiv nicht zu. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wurde eine Nachnutzung des Penny-Altstandortes durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt untersucht, wobei für einen solchen fiktiven Markt kein tragfähiger Standortumsatz zu erwarten wäre. Seitens des Inhabers wurde zudem bereits eine einzelhandelsfremde Nachnutzung durch Betreutes Wohnen angekündigt.
- Die Umsatz-Kaufkraft-Relation des Lebensmittelhandels weist in dem betrachteten Einzugsgebiet mit ca. 76 % auf einen Kaufkraftabfluss hin, dieser beträgt rd. 4,0 Mio. EUR. Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund des verbesserten Angebots verstärkt ihre Nachfrage vor Ort in dem attraktivierten Penny-Markt tätigen, so dass mit einer **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen ist. Die Umsätze, die Lebensmittelmärkten außerhalb des Einzugsgebietes verloren gehen, werden bezüglich ihrer sehr geringen Höhe von weit unter 1 % und der breiten räumlichen Streuung nicht zu einer Absiedlung von Lebensmittelmärkten in umliegenden Orten führen.
- Für die **baurechtliche Bewertung** des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind.
  - In den Gemeinden des Einzugsgebietes sind keine zentralen Versorgungsbereiche ausgebildet, folglich sind Auswirkungen auf Grund des Fehlens eines solchen schutzwürdigen Bereiches auszuschließen.
  - Nach Umsetzung des Penny-Vorhabens wird kein Abbau von verbrauchernaher Versorgung ausgelöst, da keine vorhabeninduzierte Absiedlung von Lebensmittelanbietern in wohnortnahen Versorgungslagen sowohl in der Gemeinde Am Ohmberg als auch in den Orten des überörtlichen Einzugsgebietes anzunehmen ist; zumal der Penny-Markt selbst als ein wichtiger Träger der wohnortnahen Versorgung in Bischofferode fungiert.

Im Fazit gehen von dem Vorhaben keine im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** formulierten Auswirkungen einher.

---

Das vorstehende Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens sowie als Abwägungsgrundlage im Bebauungsplanverfahren.

**BBE Handelsberatung GmbH**



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

Erfurt, 28. November 2024

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

### Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m<sup>2</sup>
- eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto-Toto, Reinigung, Postservice)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

### Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

### Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 800 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 1.000 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

### Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m<sup>2</sup>, aktuelle Konzepte ab 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m<sup>2</sup>
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

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

**Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)**

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

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

**SB-Warenhaus**

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf

**Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH****Non-Food I**

---

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

---

**Non-Food II**

---

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

---

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

**Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen****Raumleistung (brutto) in € / m<sup>2</sup> p.a.**

	Min.	Durchschnitt	Max.
<b>SB-Warenhaus</b>			
nur Food-Abteilung	6.000	6.700	7.500
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
<b>Verbrauchermarkt</b>			
nur Food-Abteilung	5.000	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
<b>Großer Supermarkt</b> (ab 2.500 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	4.200	4.800	5.400
<b>Supermarkt</b> (bis 2.500 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	4.200	4.600	5.200
<b>Discounter</b>	4.500	6.000	7.500
<b>SB-Markt</b>	4.300	4.800	5.300
<b>City-Supermarkt</b>	4.500	5.000	5.500
<b>Getränkemarkt</b>	1.600	1.800	2.000
<b>Metzgerei*</b>	8.500	9.200	10.000
<b>Bäckerei*</b>	5.400	6.000	6.500

\* ohne Verzehrflächen

Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des Penny-Marktes in Bischofferode .....	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Landgemeinde Am Ohmberg im Vergleich .....	7
Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in der Landgemeinde Am Ohmberg .....	8
Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Landgemeinde Am Ohmberg .....	10
Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet .....	19
Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet .....	22
Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet .....	22
Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben .....	23
Tabelle 9: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Penny-Filiale .....	25
Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des Penny-Marktes .....	26
Tabelle 11: Umsatzplanung des Backshops .....	27
Tabelle 12: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Penny-Filiale .....	28
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Penny-Marktes im Einzugsgebiet .....	30
Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets .....	36
Tabelle 15: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in Einzugsgebiet (IST - PLAN) .....	37
Tabelle 16: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes im Einzugsgebiet .....	38
Tabelle 17: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes außerhalb des Einzugsgebiets .....	39

**Kartenverzeichnis**

Karte 1: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt) .....	6
Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in der Landgemeinde Am Ohmberg .....	9
Karte 3: Mikroörtliche Lage des Penny-Planstandortes in Bischofferode (Skizzierung) .....	13
Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des Penny-Planstandortes in Bischofferode .....	14
Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umland von Bischofferode und 5-/ 10-Minuten-Fahrzeitzone .....	16
Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des verlagerten Penny-Marktes .....	17
Karte 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in dem zonierten Einzugsgebiet .....	20
Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte .....	35

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Baugrundstück an der Weißenborner Straße in Bischofferode .....	3
Abbildung 2: Lageplan des verlagerten Penny-Marktes in der Weißenborner Straße in Bischofferode .....	4
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern .....	7
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Am Ohmberg .....	8
Abbildung 5: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl) .....	21
Abbildung 6: Sonstige Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet (Auswahl) .....	21

**Anlageverzeichnis**

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) .....	43
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH .....	45
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen .....	46

