



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines EDEKA-Lebensmittelmarktes in **Märkische Heide**, Bahnhofstraße

Auftraggeber: R. G. Lehmann / Co. Immobilienverwaltung & Projektentwicklung, Erfurt

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer
Dipl.-Geogr. Franziska Haase

Dresden, im August 2020

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 2167273
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
2. Rechtsrahmen	7
2.1. Baurechtliche Vorgaben	7
2.2. Bauleitplanung – BauNVO	8
2.3. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	8
2.4. Regionalplan und Einzelhandelserlass	9
2.5. Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Märkische Heide 2020	10
3. Nahversorgung – Definitionen und Entwicklungstrends	11
3.1. Angebotsstrukturen und Entwicklungen	12
3.2. Sicherung der Nahversorgung als kommunale Aufgabe	15
3.3. Zukünftige Entwicklungen	17
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	19
1. Makrostandort Märkische-Heide	19
2. Mikrostandort „Bahnhofstraße“	21
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	25
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	25
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	28
IV. Projektrelevante Wettbewerbssituation	29
1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	29
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiet im Untersuchungsraum	29
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	31
3.1. Märkische Heide	31
3.2. Beeskow	32
3.3. Lübben (Spreewald)	33
4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation	34
V. Auswirkungsanalyse	36
1. Umsatzprognose für den geplanten EDEKA-Markt	36
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	37
2.1. Methodik	37

2.2.	Umsatzumverteilungen	38
2.3.	Prüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen	39
VI.	Kompatibilität mit den Zielen der Raumordnung	42
1.	Bewertung des Konzentrationsgebotes	42
2.	Bewertung des Kongruenzgebotes	42
3.	Bewertung des Integrationsgebots	43
4.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	43
5.	Bewertung von Ziel 5.2 – Anschluss neuer Siedlungsflächen	44
VII.	Zusammenfassung	45

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

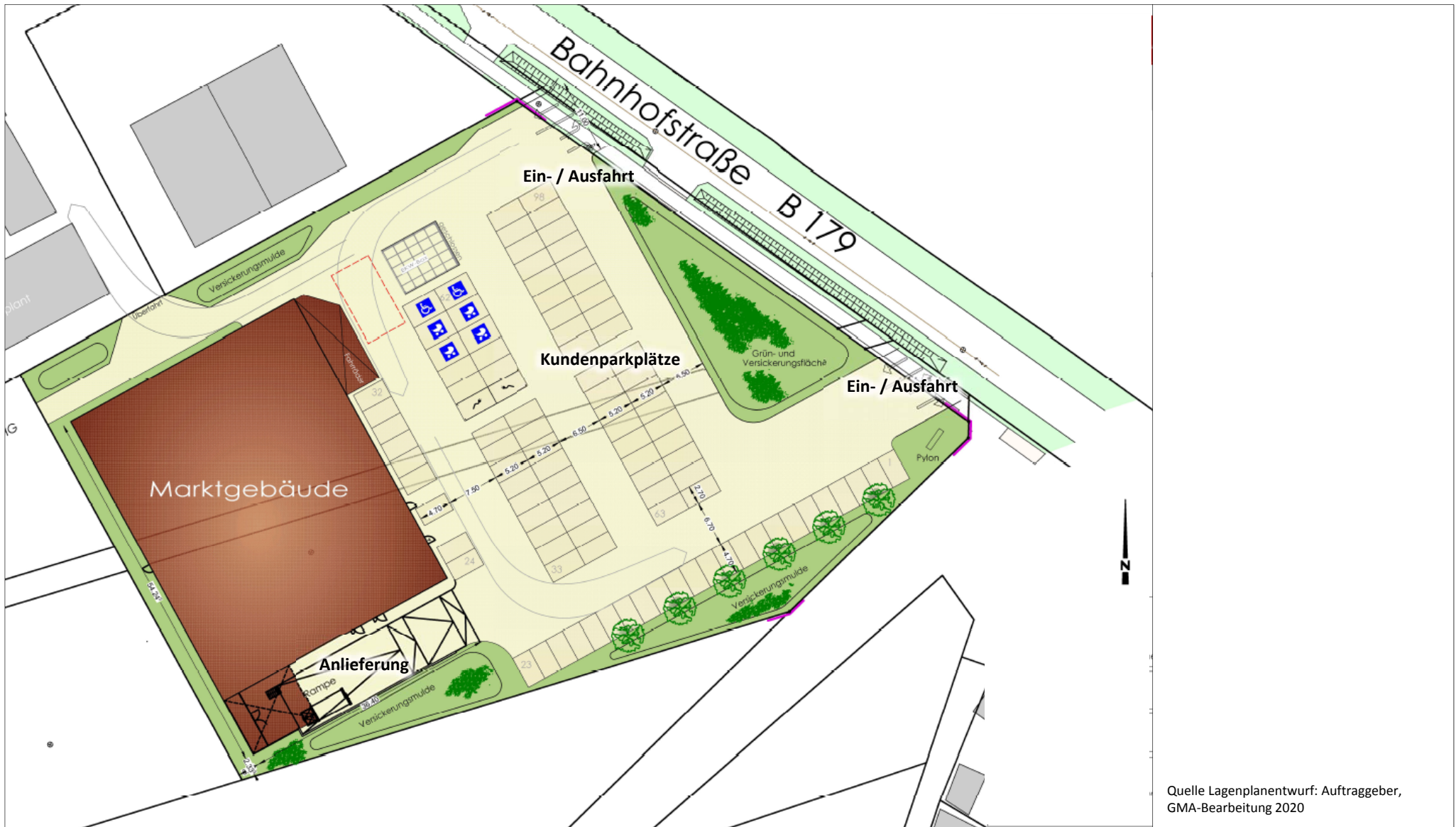
Im Juli 2020 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, von der R. G. Lehmann & Co. Immobilienverwaltung & Projektentwicklung, Erfurt den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse bezüglich der geplanten Ansiedlung eines EDEKA-Lebensmittelmarktes in Märkische Heide OT Groß Leuthen, Bahnhofstraße. Auf einer Fläche südlich der Bahnhofstraße (Bundesstraße B 179) soll die Einzelhandelsimmobilie errichtet werden, in der neben dem EDEKA-Markt auch eine Bäckereifiliale mit zugehörigem Sitzbereich projektiert ist. Das EDEKA-Objekt soll im westlichen Grundstücksteil entstehen, während die Parkplätze östlich des Marktes zur Bahnhofstraße hin geplant sind (vgl. Karte 1).

Der Planstandort Bahnhofstraße in Märkische Heide soll im Zuge der **Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans** entwickelt werden. Das Plangebiet umfasst den Standort des zu errichtenden EDEKA-Marktes. Um das Vorhaben in einem gesamtörtlichen Rahmen zu fassen, wurde durch die GMA parallel das **Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Märkische Heide** erstellt. Wichtiges Entwicklungsziel im Sinne der Nahversorgung der Gemeinde ist die Etablierung eines leistungsfähigen Lebensmittelmarktes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum (NVZ) Bahnhofstraße. Das Planvorhaben von EDEKA am Standort Bahnhofstraße steht somit im Einklang mit den städtebaulichen Zielen der Gemeinde Märkische Heide.

Zur Klärung der städtebaulichen Verträglichkeit dieser Baumaßnahme wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden mit einer Auswirkungsanalyse beauftragt. Da die Verkaufsfläche des geplanten EDEKA-Marktes mit rd. 1.200 m² (inkl. Bäckerei) oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (> 800 m² VK) liegt, hat eine **Bewertung des Vorhabens auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO** zu erfolgen.

Die vorliegende Analyse hat die Aufgabe, mögliche städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte des Vorhabens zu untersuchen. Im Vordergrund stehen dabei mögliche Auswirkungen auf die Nahversorgung und die zentralen Versorgungsbereiche in den umliegenden Gemeinden bzw. Zentralen Orten. Auch die raumordnerischen Belange, insbesondere die Ziele 2.12, 2.7 und 5.2, sind zu beachten.

Karte 1: Lageplanentwurf, Planstandort Bahnhofstraße, Märkische Heide



Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im **Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte** zu bearbeiten:

- /// Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und Marktentwicklungen
- /// Beschreibung des Makrostandortes Märkische Heide und des Mikrostandortes Bahnhofstraße
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation und Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Darstellung und Bewertung potenzieller Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblicher Auswirkungen des Vorhabens
- /// Prüfung möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung im Untersuchungsraum
- /// Prüfung der raumordnerischen Belange i. S. der Landes- und Regionalplanung

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im **August 2020 eine Erhebung des relevanten Einzelhandels** im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum durchgeführt. Zudem erfolgte eine Begehung des Planstandortes Bahnhofstraße und weiterer relevanter Einzelhandelslagen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen

2.1. Baurechtliche Vorgaben

Die enge Verflechtung von Einzelhandels- und Stadtentwicklung und der dynamische Strukturwandel im Handel werden durch **zahlreiche Rechtsvorschriften und Vorgaben der Bauleitplanung** flankiert. Zur Beurteilung des vorliegenden Projekts sind insbesondere folgende wesentliche Vorschriften zu beachten:

- /// Baunutzungsverordnung (BauNVO)
- /// Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)
- /// Regionalplan Lausitz-Spreewald
- /// Einzelhandelserlass 2014
- /// Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Märkische Heide 2020.

2.2. Bauleitplanung – BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche¹ in der Regel die **Festsetzung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes** erforderlich. **Im Vordergrund stehen dabei mögliche Auswirkungen auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.**

2.3. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Mit Beschluss der Landesregierungen im April 2019 ist die Rechtsverordnung für den **Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** (LEP HR) am 01. Juli 2019 in Kraft getreten. Damit wird der bisherige LEP B-B 2009 abgelöst. Der LEP HR konkretisiert als überörtliche und zusammenfassende Planung die Grundsätze der Raumordnung des am 01. Februar 2008 in Kraft getretenen Landesentwicklungsprogramms 2007 (LEPro 2007) und setzt einen Rahmen für die künftige räumliche Entwicklung in der Hauptstadtregion. Der LEP HR führt zu großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in den Ziffern 2.6 bis 2.14 folgendes aus:

„Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

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

Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren

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

G 2.8 Angemessene Dimensionierung

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

Z 2.9/10 [...]

G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

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

Z 2.12 Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte

¹ Gemäß aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

- (1) Die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Z 2.6 auch außerhalb der Zentralen Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der **Standort in einem zentralen Versorgungsbereich** befindet. Ein Vorhaben dient überwiegend der Nahversorgung, wenn die **gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 500 Quadratmeter** nicht überschreitet und auf **mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche** nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 1 Nummer 1.1 angeboten werden. **Soweit die Kaufkraft in einer Gemeinde eine Nachfrage für größere Verkaufsflächen im Bereich der Nahversorgung schafft, sind diese unter Beachtung des Kaufkraftpotenzials in der Gemeinde mit der oben genannten Sortimentsbeschränkung entwickelbar.**
- (2) In den gemäß **Z 3.3 festgelegten Grundfunktionalen Schwerpunkten** ist die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen über die in Absatz 1 getroffenen Festlegungen hinaus zulässig, wenn die **zusätzliche vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 000 Quadratmeter** nicht überschreitet, wobei für diese keine Sortimentsbeschränkung zu beachten ist.

Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte [...]

Z 2.14 Einzelhandelsagglomeration

Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**).²

Für die Großflächigkeit von Einzelhandelseinrichtungen i. S. § 11 Abs. 1 BauNVO, die überwiegend der Nahversorgung dienen, wird **außerhalb Zentraler Orte somit zunächst eine Verkaufsflächengröße von 1.500 m² als zulässig** genannt (Z 2.12 (1)). Diesbezüglich kann angemerkt werden, dass das Vorhaben als Nahversorgungsvorhaben eingestuft werden kann, da rd. 75 % der geplanten Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt werden wird. Zudem befindet sich der Planstandort Bahnhofstraße im NVZ Bahnhofstraße (siehe Kapitel IV. 3).

Weiterhin gibt der LEP HR eine **Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente** vor, die sich an den Gruppen/Klassen gemäß „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes orientiert.

2.4. Regionalplan und Einzelhandelserlass

Der **integrierte Regionalplan** der Region Lausitz-Spreewald liegt bisher nur im Entwurf aus dem Jahre 1999 vor. Am 28.11.2018 wurde die inhaltliche Gliederung als Handlungsauftrag zur Erarbeitung des Integrierten Regionalplanes von der Regionalversammlung beschlossen. Bis zur Fertigstellung dieses Regionalplanes sind mit Bezug auf den Einzelhandel keine über den LEP HR hinausgehenden Erkenntnisse zu gewinnen. Die Festlegungen des **sachlichen**

² Der Planstandort von Lidl ist als Solitärojekt einzustufen. Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben liegt nicht vor.

Teilplanes zur zentralörtlichen Gliederung (genehmigt am 28.04.1997) wurden durch den LEP B-B verdrängt und neu definiert und nunmehr im LEP HR weiterentwickelt.

Der **Einzelhandelserlass** (Runderlass vom 17.06.2014) des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung des Landes Brandenburg weist darauf hin, dass die jeweils geltenden Raumordnungspläne maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind. Des Weiteren führt er aus:

„Die raumordnerische Steuerung bezieht sich auf Bauleitplanungen zur Errichtung oder zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO einschließlich der Erweiterung kleinerer Betriebe zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind die in den Raumordnungsplänen (zurzeit Landesentwicklungsprogramm und Landesentwicklungspläne) in der jeweils geltenden Fassung festgelegten Ziele und Grundsätze der Raumordnung. Hinweise für die Anwendung sind den jeweiligen Begründungen zu den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung zu entnehmen.“

2.5. **Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Märkische Heide 2020**

Neben den landes- und regionalplanerischen Regelungen zur Steuerung der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind auch **kommunale Einzelhandelskonzepte** und deren Aussagen zu räumlichen Schwerpunktsetzungen im Einzelhandel und zur Zulässigkeit bzw. zum Ausschluss bestimmter Sortimente an bestimmten Lagen von Belang.

In der Gemeinde Märkische Heide wird zurzeit ein kommunales Einzelhandelskonzept erstellt.³ Mit dem Beschluss des Konzeptes durch die Gemeinde sind die darin getroffenen Festlegungen als Orientierungsrahmen für die weitere Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Märkische Heide zu berücksichtigen und als Grundlage für die zukünftige Bauleitplanung heranzuziehen.

Als wesentliche **Konzeptbausteine des Strategiepapiers zur Einzelhandelsentwicklung** von Märkische Heide sind hierbei zu nennen und zu berücksichtigen:

- /// Städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung
 - Herstellung einer Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich für die Gemeinde
 - Etablierung, Schutz und Erhalt des zentralen Versorgungsbereiches „Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße“
- /// Festlegung der Standortstruktur / Abgrenzung und Definition des zentralen Versorgungsbereiches „Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße“

³ Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Märkische Heide 2020.

- /// Sortimentsliste der Gemeinde Märkische Heide
- /// Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung.

Für die vorliegende Auswirkungsanalyse sind insbesondere die Aussagen zum zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße“ sowie die Sortimentsliste der zentren-/ nahversorgungsrelevanten- bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente zu beachten. Demnach ist der geplante EDEKA-Markt essentieller Bestandteil des Nahversorgungszentrums Bahnhofstraße. Das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel des EDEKA-Marktes in Märkische Heide ist als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant einzustufen.

3. Nahversorgung – Definitionen und Entwicklungstrends

Der Begriff „**Nahversorgung**“ ist nicht feststehend definiert. Zumeist wird darunter eine Mischung aus Einzelhandelsbetrieben des täglichen Bedarfs, personennahen Dienstleistern, Gastronomiebetrieben sowie Einrichtungen zur sozialen und gesundheitlichen Grundversorgung verstanden, die in fußläufiger Nähe zum Wohnstandort ansässig sind.

Zu den **nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsgütern** gehören üblicherweise

- /// Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Tabak, Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren)
- /// Drogeriewaren, Kosmetik, Wasch- und Putzmittel
- /// Apothekenwaren
- /// Schnittblumen
- /// Zeitungen und Zeitschriften, Toto-Lotto
- /// Papier- und Schreibwaren (inkl. Bastelbedarf).

Abbildung 1: Facetten der Nahversorgung



Das 1 x 1 der Nahversorgung; GMA Ludwigsburg 2012, GMA-Bearbeitung 2020

Ergänzt werden die o. g. Einzelhandelsangebote durch Dienstleistungen und andere Komplementäreinrichtungen (z. B. Bankfiliale, Postagentur, Ärzte, Reinigungsannahme, Bücherei, Geldautomat, Briefkasten, Bistro, Kindergarten, Grundschule). Wesentlich für eine funktionierende Nahversorgung ist aber die Existenz hinreichend leistungsfähiger (d. h. heutzutage großflächiger) Lebensmittelangebote.

3.1. Angebotsstrukturen und Entwicklungen

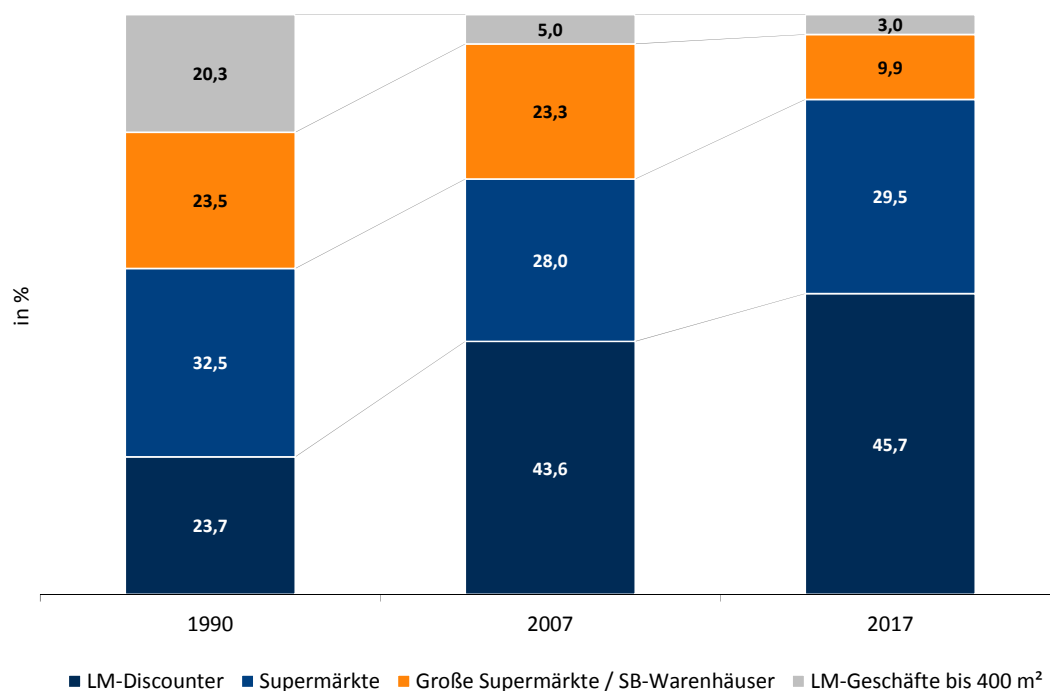
Was früher der Tante-Emma-Laden war, wird heute von unterschiedlichen Anbietern und **Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels** abgedeckt. Wesentliche Unterschiede zwischen den Betriebstypen zeigen sich in Sortiment, Betriebsgröße, Bedienprinzip, Preisgestaltung, Kundenkreis und Standortverhalten. Nicht alle Angebotsformen kommen für jeden Standort gleichermaßen in Frage.

Anbieter wie Kommunen müssen sich mit den Rahmenbedingungen und Zielvorstellungen für den jeweiligen Standort auseinander setzen; während der **Supermarkt** mit seinem Vollsortiment und einer Vielzahl an Produkten eine zentrale Rolle in der kurz- und mittelfristigen Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Drogerie- / Haushaltswaren einnimmt, verfügt z. B. der **Lebensmitteldiscounter**, mit einer im Vergleich zu Supermärkten geringeren Artikelanzahl, über

eine andere Rolle in der Nahversorgung. Das **Lebensmittelhandwerk** (Bäckerei, Metzgerei) wiederum stellt vielerorts eine Ergänzung zu Voll- und Teilsortimentern dar und kann v. a. in einwohnerschwachen Räumen mit ergänzenden Warenangeboten (Kaffee, Frühstücksortiment etc.) zumindest die rudimentäre Grundversorgung sicherstellen. **Kleinflächenkonzepte** und **Dorfläden** wiederum konzentrieren sich mit ausgewählten Lebensmittelsortimenten auf einer kleinen Verkaufsfläche. Sie sind oftmals bereits langjährig etabliert und ergänzen das Nahversorgungsnetz bzw. stellen ausschnittsweise eine Grundversorgung her, um so das Defizit an Nahversorgung „in der Fläche“ auszugleichen.⁴ Im Einzelfall existieren auch „**mobile Läden**“, die eine Grundversorgung mit Lebensmitteln auch in abgelegenen Siedlungsgebieten bewerkstelligen.

Auch die **Verschiebung der Marktanteile und unterschiedliche Entwicklung** der einzelnen Betriebstypen ist ein prägendes Element im Lebensmittelhandel. Nach einer längeren Konsolidierungsphase der Supermärkte zugunsten der Lebensmitteldiscounter scheint sich der Supermarkt als Vollsortimenter aktuell wieder stärker zu etablieren. Dennoch hat sich auch der Discounter mit einem Marktanteil von 45 – 46 % neben dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Nahversorgung etabliert.

Abbildung 2: Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: GMA-Darstellung 2020 nach EHI 2018 und Vorjahre; inkl. neue Länder.

⁴ In der Praxis haben sich unterschiedliche Betreibermodelle (v. a. Genossenschaft, Verein etc.) und Angebotsschwerpunkte (Frischeprodukte wie Obst, Gemüse, Wurst / Fleisch, Käse, Backwaren; regionale Produkte etc.) bewährt.

Die **Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2019. GMA Berechnung 2020

Das **Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich** ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfood-Sektor verringern. So werden z. B. die Artikelanzahlen der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Biolebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten).

Weiterhin bewegen sich die **Vollsortimenter** z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.). Supermärkte weisen i. d. R. eine Verkaufsfläche von mindestens 1.000 m² auf, wobei **bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen von z. T. über 1.800 m² angestrebt** werden. Ebenso existieren bedarfsangepasste Verkaufsflächen von < 1.800 m², welche die örtlichen Gegebenheiten berücksichtigen. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

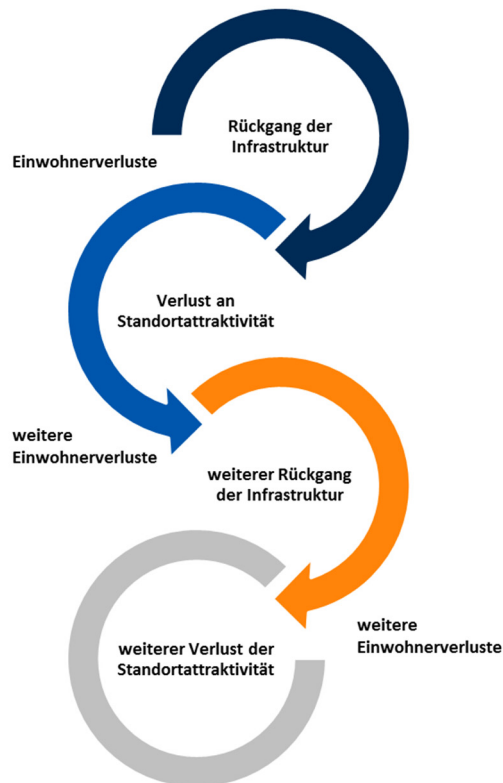
3.2. Sicherung der Nahversorgung als kommunale Aufgabe

Die **primäre Aufgabe der Nahversorgung** ist es, die kurzfristigen, täglichen Bedarfe (i. d. R. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apothekerwaren sowie Ergänzungssortimente) der Bevölkerung abzudecken. Dazu gehören all jene Güter, die vom Verbraucher nahezu unmittelbar nach dem Kauf verwendet oder verbraucht werden. Neben der Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs spielen solche Versorgungseinrichtungen auch eine besondere Rolle im kommunalen und damit auch sozialen Alltag der Bewohner.

Nahversorgung schafft Kundenfrequenz, die u. a. für Kopplungseffekte nutzbar gemacht werden kann. Diese Frequenz trägt maßgeblich zur Belebung einer Kommune bei. Angebote an Dienstleistungen und Gastronomie, öffentlichen und kulturellen Einrichtungen sowie Angebote der medizinischen und gesundheitlichen Versorgung können von der zusätzlichen Frequenz profitieren und so auch die sonstige Infrastruktur innerhalb einer Kommune stabil halten.

Neben der besonderen Rolle des Einzelhandels als Arbeitgeber ist zudem zu berücksichtigen, dass ein Teil der Ausgaben für die Grundversorgung in die lokale Wirtschaft zurückfließt. V. a. Lebensmittelvollsortimenter beziehen regelmäßig Waren auch aus der Region und unterstützen damit regionale kleinräumige Wirtschaftskreisläufe.

Darüber hinaus ist eine attraktive Ausgestaltung der Nahversorgung ebenfalls eine Messgröße für die **Bewertung der Standort- und Lebensqualität**. Zahlreiche Untersuchungen belegen, dass dort, wo die Lebensmittelversorgung fehlt oder nicht zeitgemäß aufgestellt ist, die örtliche Kaufkraftbindung (in allen Bereichen der Daseinsvorsorge) äußerst gering ist. Ein gutes Angebot im Lebensmitteleinzelhandel ist eine wichtige Voraussetzung für die Zufriedenheit der Bürger und ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wohnortsuche. Dies gilt sowohl für die jüngere Bevölkerung als auch v. a. für Familien und ältere Bevölkerungsgruppen. Letztlich sind selbst die Immobilienwerte in einer Gemeinde eng mit der Sicherung der Grundversorgung verknüpft.

Abbildung 3: Abwärtsspirale der Standortattraktivität


GMA-Darstellung 2020

Neben Baulandverfügbarkeit und -preisen sind v. a. das Angebot an Versorgungsinfrastruktur, öffentlichen und kulturellen Einrichtungen sowie auch die medizinische Versorgung **wichtige Faktoren in der Entscheidung für einen Wohnstandort**. Nur durch passende Angebote im Bereich Versorgung, Medizin, Kultur, Datennetze, Bildung, Kinderbetreuung etc. können mobile (v. a. jüngere) Bevölkerungsschichten in der Kommune gehalten werden. Andernfalls drohen Abwanderung und damit der Beginn der Abwärtsspirale.

Auch für **Unternehmen** spielt bei ihrer Ansiedlungsentscheidung der Wohnstandort eine wichtige Rolle. Nur bei einer ausreichend hohen Qualität kann es gelingen, auch qualifizierte Mitarbeiter für den Standort zu gewinnen.

Ein Mangel oder Fehlen von Angeboten in einer Kommune hat direkte **Auswirkungen auf die Standortqualität** und damit auch auf die Stabilität der Kommune insgesamt. Fehlende oder wenig attraktive Angebote führen dazu, dass die Standortattraktivität für Unternehmen und Privatpersonen sinkt und Zuzug ausbleibt. Ergänzend kann ein fehlendes Angebot – insbesondere der Lebensmittelversorgung – dazu führen, dass Haushalte und ausgewählte Bevölkerungsgruppen ihren gegenwärtigen Wohnstandort überdenken und einen Fortzug erwägen.

Die Sicherstellung der Nahversorgung ist damit neben der Arbeitsplatzausstattung, sozialer und öffentlicher Infrastruktur sowie Kultur- und Bildungsangeboten letztlich eine **wichtige Stellenschraube für die Wohn- und Standortqualität**.

3.3. Zukünftige Entwicklungen

Für die Nahversorgung sind der demografische und technologische Wandel die bestimmenden Faktoren. Während der technologische Wandel (Stichpunkt: Onlinehandel) für den Handel insgesamt maßgeblich werden wird, spielt für die Sortimente der Nahversorgung (Lebensmittel / Drogeriewaren) der demografische Wandel mit all seinen Konsequenzen⁵ die wichtigste Rolle. Mit folgenden Veränderungen auf der Anbieterseite ist zu rechnen:

- /// Alle Betreiber im Lebensmittel- und Drogeriehandel werden ihre **Standortnetze optimieren und modernisieren** (bei fortsetzenden **Konzentrations- und Übernahmetendenzen**). Priorität haben integrierte Standorte mit ausreichender Mantelbevölkerung in den Ballungsräumen. Im ländlichen Raum werden nur sehr gute Standorte mit passender Kaufkraft belegt.
- /// **Regionale Disparitäten** gewinnen weiter an Bedeutung. Die bestehenden Regelungsmechanismen bei der Ansiedlung von Handel und Grundversorgern haben diesem Umstand zunehmend Rechnung zu tragen. Die für alle Räume gleichen Vorschriften werden der Lösung der Herausforderungen vor Ort oft nicht mehr gerecht. Hier ist Fingerpitzengefühl und Kreativität im Rahmen der Abwägung nötig, um auch im ländlichen Raum moderne und leistungsfähige Nahversorgungskonzepte vorhalten zu können und weite Fahrstrecken für die Wohnbevölkerung zu vermeiden.
- /// Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio, regionale Produkte, internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. Waren diese Produktgruppen lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten zunehmend alle Betreiber entsprechende Sortimente an. Gleichzeitig hat sich bereits der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ herausgebildet, der zumindest mittelfristig zur Reduzierung kleinflächiger „Bioläden“ führen wird. Darüber hinaus werden **kleinere Verpackungsgrößen** und die Weiterentwicklung von **Convenience** ihren Beitrag zur Flächenentwicklung haben, ergänzt um **breitere Gänge** und **niedrigere Regalhöhen** (Stichwort: Barrierefreiheit, demografischer Wandel).
- /// Die Ausdehnung **sog. Eigenmarken**, insbesondere im Supermarktbereich, bzw. von Markenartikeln im Discountsegment, nimmt weiteren Platz in Anspruch. Dabei ist bereits heute eine zunehmende Auflösung der bisher harten Grenzen zwischen Discounter und Supermarkt festzustellen (Stichworte: Preiseinstieg, Upgrading).
- /// In der Konsequenz wird es **Verkaufsflächenentwicklungen** und **Verschiebungen zwischen den Betriebstypen** geben, wobei die beiden Betriebstypen Discounter und Supermarkt im Fokus der Entwicklung stehen: Wesentliche Veränderungen bei den **Discountern** sind aktuell die Ausweitung des Sortiments im Food-Segment bei gleichzeitiger Reduzierung des Nonfood-Segmentes (hier: Aktionswaren), die flächendeckende

⁵ Stichworte v. a. bunter und ältere Gesellschaft, heterogene Lebens- und Familienbilder, Zunahme der regionalen Disparitäten zwischen sich entleerenden ländlichen Regionen und überlasteten, erfolgreichen städtischen Regionen.

Einführung von Backstationen, die Auslagerung der Pfandrückgaben, die Erhöhung der Artikelanzahl v. a. im Bereich Bio, Frischfleisch, Markenartikel. In diesem Zuge werden kleinflächige und schwächere Standorte modernisiert, angepasst und entsprechend erweitert.

Tabelle 2: Standortanforderungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

mögliche / typische Angebots-elemente	benötigte Mindest-einwohnerzahl im Einzugsgebiet	angestrebte Verkaufsfläche	sonstige Standortbe-dingungen
Supermarkt	ca. 5.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 800 – 2.000 m²	gute Sichtbarkeit mind. 80 Stellplätze
Lebensmitteldiscounter	ca. 4.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 800 – 1.200 m ²	gute Sichtbarkeit mind. 80 Stellplätze
Getränkemarkt	ca. 10.000	ca. 300 – 500 m ²	gute Sichtbarkeit mind. 10 Stellplätze
Drogeriefachmarkt	ca. 8.000 – 10.000 (je nach Betreiber)	ca. 600 – 800 m ²	gute Sichtbarkeit mind. 40 Stellplätze
Bäckereifiliale	ca. 2.000 – 3.000	ca. 50 – 80 m ² (inkl. Verzehr-bereich)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Metzgereifiliale	ca. 10.000 – 15.000	ca. 20 – 50 m ² (ggf. inkl. Stehtische)	gute Sichtbarkeit oder Vorkassenzone des Lebensmittelmarktes
Apotheke	ca. 5.000 – 10.000	ca. 80 – 120 m ²	Arztpraxen im Umfeld mind. 6 Stellplätze
sonst. Fachgeschäfte (z. B. Schreibwaren, Blumen, Feinkost)	ca. 5.000 – 10.000	ca. 50 – 120 m ²	Nähe zum Magnetbetrieb

Quelle: GMA-Standortforschung 2020

- / Strukturveränderungen zieht letztlich auch der **Onlinehandel** nach sich. Allerdings war der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen) konzentriert. Über den gesamten Lebensmittelhandel machte dieses noch einen Umsatzanteil von 2 % aus. Aktuell haben sich viele Händler des Themas angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice (z. B. rewe.de) dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgchancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe, real).⁶
- / Die aktuellen Diskussionen um Feinstaubbelastung und die Folgen der Mobilität sind deutliche Hinweise darauf, dass sich mittel- bis langfristig die Kosten für Mobilität deutlich erhöhen werden. Damit geht mit einer möglichst umfassenden Grundversorgung vor Ort auch die **Verkehrsvermeidung im Raum** einher.

⁶ Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile verschieben werden, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland.

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Märkische-Heide

Die **Gemeinde Märkische Heide** (rd. 3.930 Einwohner⁷) ist im Südosten des Bundeslandes Brandenburg, im Landkreis Dahme-Spreewald gelegen und besitzt derzeit keinen zentralörtlichen Status. Demnach hat die Gemeinde die wohnortnahe Versorgung sowie die gemeindliche Eigenversorgung der Bevölkerung im Sinne der Daseinsvorsorge bereitzustellen. Das nächstgelegene Mittelzentrum Lübben (Spreewald) grenzt südlich an das Gemeindegebiet an (vgl. Karte 2).

Siedlungsstrukturell gliedert sich die Gemeinde Märkische Heide in insg. 17 Ortsteile, die bis zum Zusammenschluss im Oktober 2003 als selbständige Gemeinden fungierten. Die einwohnerstärksten Ortsteile Groß Leuthen (rd. 540 Einwohner), Gröditsch (rd. 400 Einwohner) und Kuschkow (rd. 360 Einwohner) reihen sich entlang der Bundesstraße B 179 auf.⁸ Der Ortsteil Groß Leuthen kann aufgrund seiner Ausstattung an Einzelhandel, ergänzenden Dienstleistungen und weiterer Funktionen (u. a. Gemeindeverwaltung, Gastronomie, Beherbergung, Kindertagesstätte, Pflegeheim) als Hauptort bezeichnet werden. Die übrigen Ortsteile weisen zumeist dörfliche Strukturen auf. Abseits der Siedlungsbereiche dominieren agrarisch genutzte Flächen, Seen und Waldgebiete. Als Besonderheit ist auf die Flächengröße der Gemeinde von rd. 210 km² hinzuweisen.

In den vergangenen 10 Jahren verzeichnete die Gemeinde Märkische Heide eine negative **Bevölkerungsentwicklung**. So nahm die Bevölkerung um rd. 340 Einwohner ab (ca. - 8 %).⁹ Zukünftig wird für die Gemeinde gemäß der amtlichen **Bevölkerungsprognose** ein weiterer Einwohnerrückgang auf ca. 3.440 Einwohner im Jahr 2030 prognostiziert (ca.- 12 % gegenüber dem Basisjahr der Prognose 2016).¹⁰

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Märkische Heide kann als durchschnittlich eingestuft werden. So verlaufen die Bundesstraße B 179 (Königs Wusterhausen – Märkische Heide), B 87 (Frankfurt/Oder – Luckau) und die B 320 (Märkische Heide – Guben) durch das Gemeindegebiet. Die Anbindung an die Bundesautobahn A 13 (Dresden – Schönefelder Kreuz) ist vom OT Groß Leuthen erst in ca. 25 km gegeben. Mehrere Landes-, Kreis- und Gemeindestraßen binden darüber hinaus Märkische Heide an die umliegenden Gemeinden an bzw. stellen die Erreichbarkeit der Ortsteile sicher. Im **ÖPNV** verfügt die Gemeinde über mehrere Busverbindungen die sowohl die Ortsteile erschließen als auch die überörtliche Erreichbarkeit u. a. nach Lübben (Spreewald) und Schönewalde gewährleisten.

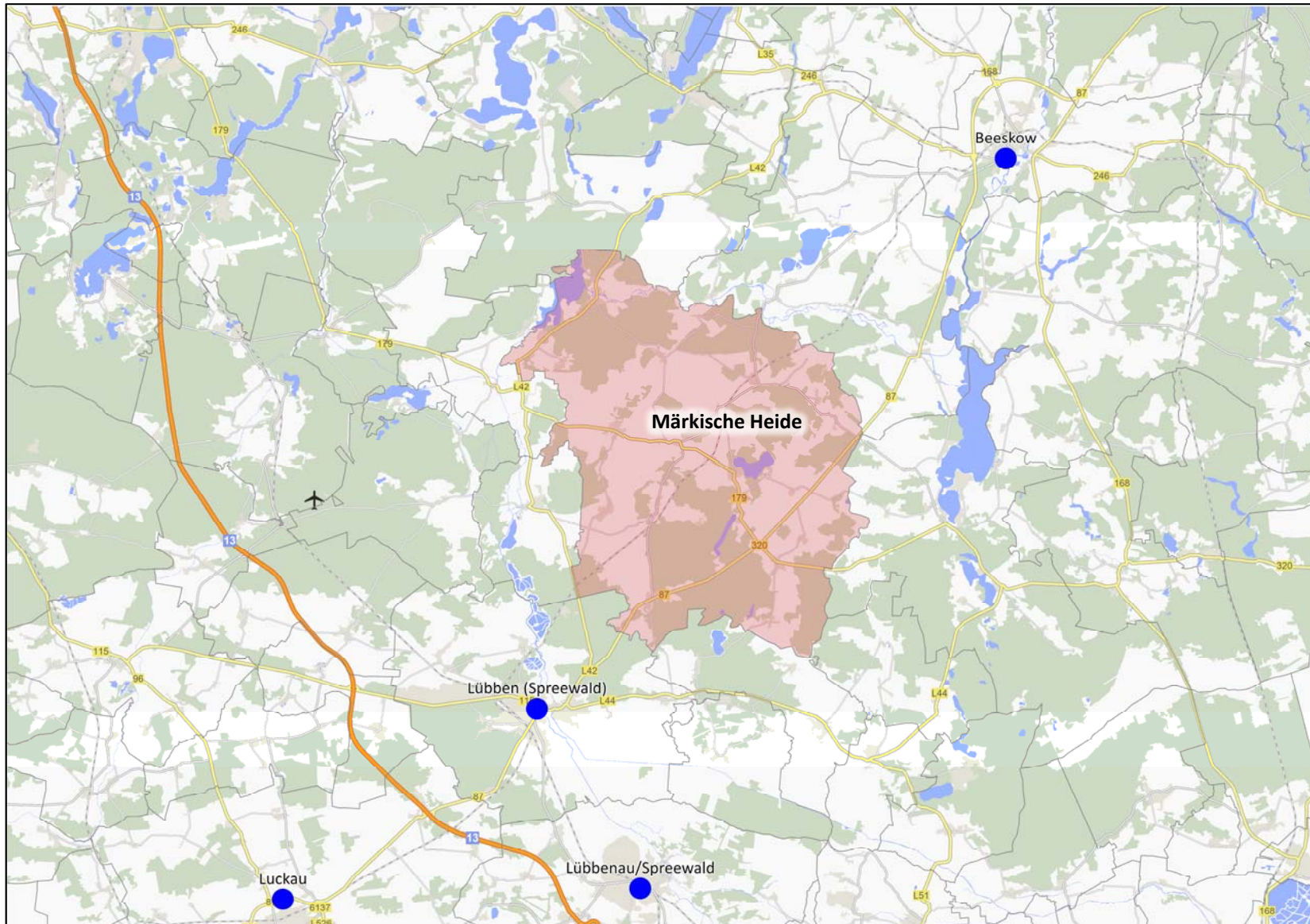
⁷ Quelle: Gemeinde Märkische Heide, Einwohnerzahlen nach Ortsteilen, Stand: 31.12.2019.

⁸ Quelle: Gemeinde Märkische Heide, Einwohnerzahlen nach Ortsteilen, Stand: 31.12.2019.

⁹ Quelle: ebd, Stand: 31.12.2009.

¹⁰ Quelle: Bevölkerungsvorausschätzung 2017 – 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg, Landesamt für Bauen und Verkehr.

Karte 2: Lage von Märkische Heide und zentralörtliche Struktur der Region



Legende

- Mittelzentrum

erstellt mit RegioGraph Planung,
GMA-Bearbeitung 2020

Die **Einzelhandelsstruktur** von Märkische Heide ist aufgrund des Fehlens eines größeren Lebensmittelbetriebs lediglich von einzelnen kleinteiligen Anbietern des Lebensmittelsegments (u. a. Lebensmittelhandwerk, Hofläden) geprägt. Für die dort lebende Bevölkerung ist demnach im Bereich der Grund- und Nahversorgung keine adäquate Versorgung gegeben. Grund hierfür ist u. a. die disperse Siedlungsstruktur der Gemeinde mit ihren 17 Ortsteilen, die zwischen rd. 60 und 600 Einwohner aufweisen. Da in der Flächengemeinde teilweise große Distanz zwischen den Ortsteilen bestehen, ist die Etablierung einer ausgewogenen Versorgungsstruktur erschwert. Aufgrund des Fehlens eines Lebensmittelanbieters ist eine ausgeprägte Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarf auf die umliegenden Orte mit größeren Nahversorgungsanbietern zu konstatieren. Mit der geplanten Ansiedlung des EDEKA-Supermarktes wird ein qualifiziertes Angebot im Nahversorgungssegment geschaffen und somit die eigenkommunale Grundversorgung von Märkische Heide gestärkt.

2. Mikrostandort „Bahnhofstraße“

Der **Planstandort** des EDEKA-Neubauvorhabens liegt zentral im Gemeindegebiet der Flächengemeinde Märkische Heide im OT Groß Leuthen. Der Standort befindet sich ca. 1.000 m nordwestlich abgesetzt vom Siedlungsbereich Groß Leuthen am ehemaligen Bahnhof. Dieser liegt somit in „Scharnierlage“ zwischen den Siedlungskernen von Groß Leuthen im Südosten und Gröditsch im Nordwesten.

Der Verlauf der Bahnhofstraße begrenzt das **Projektgrundstück von EDEKA** in nordöstlicher Richtung. Im Süden begrenzen die ehemaligen Gleisanlagen des Bahnhofs Groß Leuthen das Areal. Im Westen liegen die Verkaufsgebäude und Außenflächen des BHG Baustoffhandels sowie ein Betrieb für den Verkauf und die Verlegung von Fußbodenbelägen. Eine Kfz-Werkstatt befindet sich im Norden des Grundstückes (vgl. Karte 3).

Das **Standortumfeld** ist durch heterogene Nutzungen zu charakterisieren. So ist nordöstlich der Bahnhofstraße auf eine Grünfläche, vereinzelte Wohnhäuser sowie Gewerbehallen hinzuweisen. Der Bahnhofstraße weiter Richtung Südosten folgend, sind eine Gaststätte sowie mehrere Wohngebäude in Zeilenbauweise vorzufinden. Im Süden und Westen erstreckt sich im Anschluss an die BHG-Markt ebenfalls landwirtschaftliche Grünflächen. Der Bahnhofstraße Richtung Nordwesten folgend, sind vereinzelte Wohngebäude und im Anschluss daran Logistikflächen und Agrarflächen verortet.

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen



Foto 1: Planstandort Bahnhofstraße



Foto 2: Kfz-Werkstatt nördlich des Planstandortes



Foto 3: Wohnbebauung an der Bahnhofstraße mit Bushaltestelle südöstlich des Planstandortes



Foto 4: BHG-Markt und Fußboden-Betrieb im Nordwesten



GMA-Aufnahmen 2020

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Projektstandortes wird über die bereits genannte Bahnhofstraße (Bundesstraße B 179) hergestellt, welche u. a. der innergemeindliche Erschließung bzw. als Verbindungsstraße zwischen den OT Groß Leuthen und Gröditsch dient. Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** wird durch die Bushaltestelle „Groß Leuthen - Bahnhofstraße“, ca. 250 m südöstlich des Planstandorts gesichert, die von zwei Buslinien bedient wird. Somit besteht auch für Personen, die den Standort nicht mit dem PKW anfahren, eine grundsätzliche Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den angrenzenden Wohnbereichen der Bahnhofstraße (westlicher Siedlungsbereich des OT Groß Leuthen) ist über Fußwege entlang der Bahnhofstraße gewährleistet, gleichwohl der Standort i. d. R. mit dem PKW angefahren werden wird. Durch die zentrale Lage im Gemeindegebiet ist der Standort aus allen Ortsteilen binnen max. 10 Minuten zu erreichen.¹¹

Für den Planstandort ist eine **Grundversorgungsfunktion** für die gesamte Gemeinde Märkische Heide zu konstatieren. Da die Gemeinde derzeit über keinen größeren Lebensmittelanbieter verfügt, ist eine Unterversorgung festzuhalten, die mit dem Ansiedlungsvorhaben von EDEKA behoben werden kann. Für den Planstandort Bahnhofstraße ist durch seine Lage abseits der zusammenhängenden Siedlungsgebiete von Groß Leuthen nur eine untergeordnete fußläufige Versorgungsfunktion zu konstatieren. Dennoch kann er durch die zentrale Lage im Gemeindegebiet und sein Scharnierlage an der Bundesstraße B 179 zwischen den Groß Leuthen und Gröditsch die

¹¹ Fahrzeiten ermittelt mit Google Maps.

Grundversorgung für die gesamte Flächengemeinde sichern. Mit der **Ausweisung als zentral gelegenes Nahversorgungszentrum gem. Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung** wird dem kommunalpolitischen Wille entsprochen, einen Lebensmittelmarkt innerhalb der Gemeinde zu etablieren, der als einziger großflächiger Anbieter die Grundversorgung der Gemeinde sicherstellen soll.

Auch die OT Kuschkow, Pretschen, Wittmannsdorf-Bückchen, Dollgen und Krugau sind vom Standort aus in ca. 5 Fahrminuten erreichbar, was die gemeindebezogene Versorgungsfunktion verdeutlicht.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den geplanten EDEKA-Markt am Standort Bahnhofstraße kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten sind. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- /// **wesentliche Strukturdaten** und Rahmenbedingungen im Einzugsgebiet (z. B. Topografie, räumliche Zäsuren, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen)
- /// **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// **Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur** des Vorhabens
- /// **Wettbewerbssituation** und Einkaufsalternativen in der Region (vgl. Kapitel IV.)
- /// Ergebnisse aus **anderen GMA-Untersuchungen** in der Region (u. a. Lübben (Spreewald)).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den neu errichteten EDEKA Lebensmittelmarkt am Standort Bahnhofstraße folgendes Einzugsgebiet abgrenzen (siehe Karte 4):

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	OT Groß Leuthen, Grödtisch, Kuschkow, Pretschen, Wittmannsdorf-Bückchen, Dollgen, Krugau	2.150
Zone II	übriges Gemeindegebiet	1.780
Einzugsgebiet insgesamt		3.930

Quelle: Gemeinde Märkische Heide, Einwohnerzahlen nach Ortsteilen, Stand: 31.12.2019.

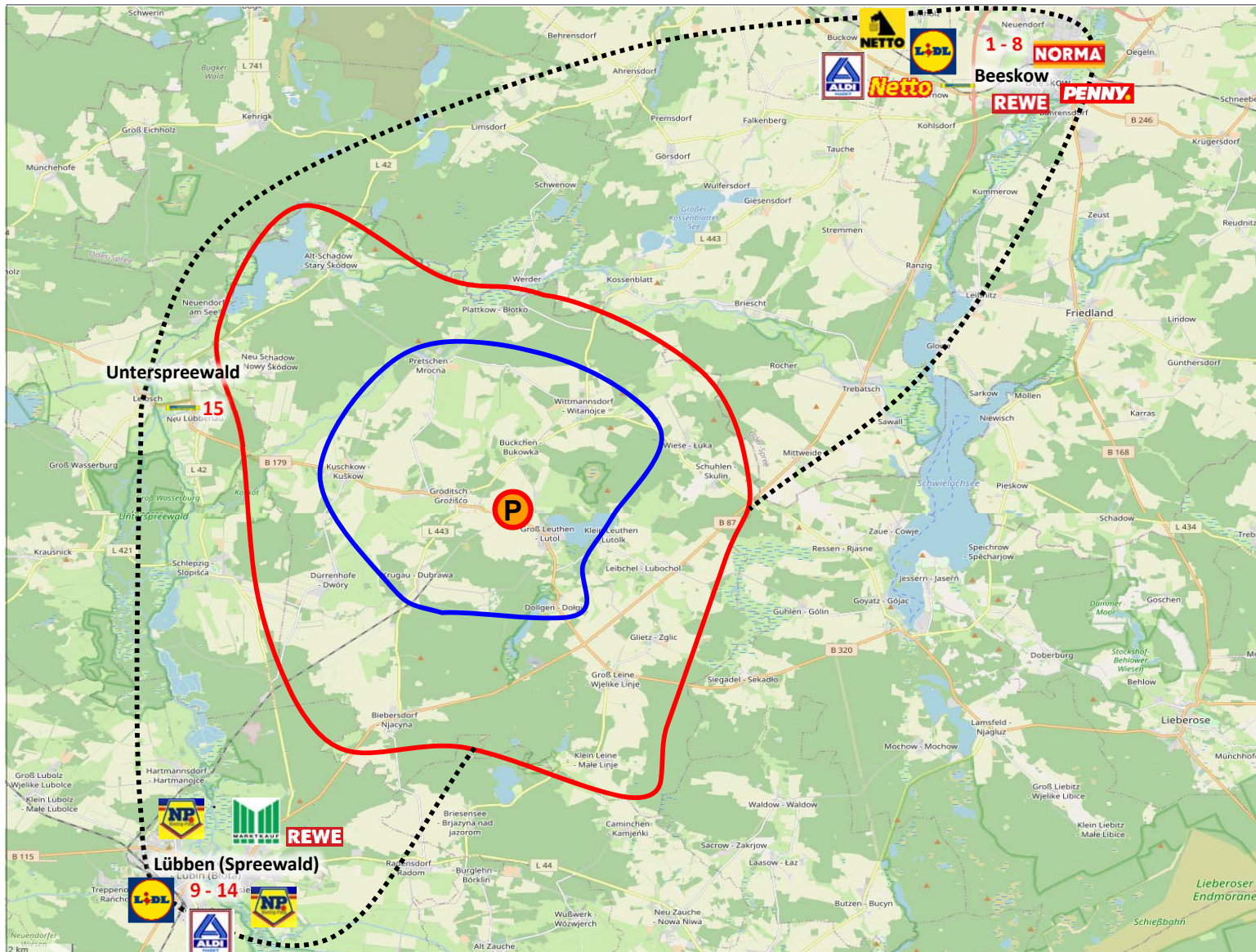
GMA-Berechnungen 2020

Das Planvorhaben wird ein Einzugsgebiet erschließen, welches sich im Kern (**Zone I**) auf die Ortsteile des zentralen Gemeindegebiets von Märkische Heide erstreckt. Hier wird die höchste Marktdurchdringung erzielt. Dies ist v. a. auf die gute Erreichbarkeit des Standortes (an der Bundesstraße B 179) innerhalb der Gemeinde Märkische Heide zurückzuführen. Zudem kann der Standort aus den Ortsteilen Wittmannsdorf-Bückchen, Krugau und Pretschen zügig über die L 443 bzw. K 6117 erreicht werden. Ferner ist der Standort mit dem ÖPNV und für Teile des westlichen Siedlungsbereiches von Groß Leuthen grundsätzlich zu Fuß gut zu erreichen, wenngleich die PKW-Erreichbarkeit entscheidend ist. Zudem ist kein weiterer strukturprägender Lebensmittelmarkt in Zone I ansässig, so dass dem geplanten EDEKA-Markt hier eine Alleinstellung als Nahversorger zukommt.

Das weitere Gemeindegebiet ist als erweitertes Einzugsgebiet (**Zone II**) zu definieren. Aufgrund der zunehmenden Distanz zum Planstandort und der Überlagerung durch die Einzugsgebiete von anderen Einzelhandelsstandorten im Umland bzw. im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel IV.2) wird hier ein geringer Marktanteil zu erwarten sein. Zu nennen ist hier die Nähe zu den jeweiligen Wettbewerbsstandorten Beeskow im Nordosten, Lübben (Spreewald) im Süden bzw. Unterspreewald / Neu Lübbenau im Nord-Westen, die für die Kundenorientierung ausschlaggebend ist. Auch in Zone II ist kein weiterer Wettbewerber ansässig, so dass auch hier der EDEKA-Markt eine Alleinstellung innehat.

Ein weiteres Ausgreifen des regelmäßigen betrieblichen Einzugsgebietes vom Standort Bahnhofstraße ins Umland über Zone II hinaus, ist nicht anzunehmen. Der Wettbewerb in den umliegenden Städten und Ortschaften mit eigenen Lebensmittelmärkten begrenzt diesbezüglich das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes in Märkische Heide. So verfügen u. a. die Städte Beeskow und Lübben (Spreewald) und die Gemeinde Unterspreewald über eigene leistungsfähige Lebensmittelmärkte und begrenzen so das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes (vgl. Karte 4 und Kapitel IV.2).

Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Legende

- P** Projektstandort EDEKA, Bahnhofstraße
- Zone I (Naheinzugsgebiet)
- Zone II (erweitertes Einzugsgebiet)
- Untersuchungsraum

Hauptwettbewerber

Die Nummerierung der Wettbewerbsbetriebe im Einzugsgebiet entspricht der Nummerierung im Gutachten (vgl. Kapitel IV)

erstellt mit RegioGraph Planung, GMA-Bearbeitung 2020

In geringem Umfang sind auch unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten, v. a. durch die Besucher des Campingplatzes (Eurocamp Spreewaldtor) mit rd. 37.000 Übernachtungen pro Jahr. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streuumsätze i. H. v. ca. 10 % des Umsatzes** berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.210.¹²

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Märkische Heide, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

ca. 2.285 €.¹³

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹⁴ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Märkische Heide bei 88,5 damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf **ca. 7,9 Mio. €**. Davon entfallen auf:

/// Zone I ca. 4,3 Mio. €

/// Zone II ca. 3,6 Mio. €.

¹² Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹³ ohne Randsortimente (Nonfood I und II) wie Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁴ Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Planvorhabens ist zunächst die projektrelevante **Angebots- und Wettbewerbssituation** im Einzugsgebiet darzustellen und zu bewerten. Davon ausgehend lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln. Dazu wurde im August 2020 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in Märkische Heide und im Untersuchungsraum von der GMA durchgeführt.

Als Wettbewerber für den geplanten EDEKA-Markt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengrößen bzw. der Betriebstypen und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypenähnliche Betriebe (v. a. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, große Supermärkte / SB-Warenhäuser) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bzw. in Märkische Heide ist aktuell kein strukturprägender Lebensmittelmarkt (VK > 400 m²) vorhanden. Es sind lediglich rudimentäre ergänzende Nahversorgungsangebote (u. a. Bäckerei, Fleischerei, Fischgeschäft, Hofläden) in den Ortsteilen Alt Schadow, Biebersdorf, Dürrenhofe, Grödtisch, Groß Leuthen, Kushckow und Pretschen vorhanden. Diese stellen allerdings keine adäquate Nahversorgungsstruktur für eine Gemeinde dar. Die Grundbedarfsdeckung der Gemeindebewohner erfolgt vorrangig im Umland.

Im Wesentlichen wird der geplante EDEKA-Lebensmittelmarkt somit zukünftig die Grundversorgungsfunktion für die Gemeinde Märkische Heide übernehmen. Der geplante Markt trifft somit innerhalb des Einzugsgebietes auf keinen Systemwettbewerb, so dass davon auszugehen ist, dass durch das verbesserte Angebot eine deutliche Erhöhung der Kaufkraftbindung in der Gemeinde erfolgt. Diese Kaufkraftrückholung von aktuell aus Märkische Heide abfließender Kaufkraft wird sich v. a. in Umsatzrückgängen bei Systemwettbewerbern außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes niederschlagen (vgl. Kapitel IV.2).

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiet im Untersuchungsraum

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen auch noch wettbewerbliche Wirkungen von den Lebensmittelanbietern außerhalb des Einzugsgebietes im **Untersuchungsraum** aus. Dies ist insbesondere auf die aktuelle Angebotsschwäche im Lebensmitteleinzelhandel in-

nerhalb des Einzugsgebietes zurückzuführen. So ist aktuell kein größerer Nahversorger in Märkische Heide ansässig. Somit existiert derzeit keine adäquate Grundversorgung für die ortsansässige Bevölkerung.

Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen mit umliegenden Stadtteilen, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Einzugsgebiete sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens überschneiden.

Diesbezüglich konnten aufgrund der räumlichen Nähe und Erreichbarkeit und des Einzelhandelsbesatzes die Gemeinde Unterspreewald OT Neu Lübbenau sowie die Städte Beeskow und Lübben (Spreewald) identifiziert werden, die im Weiteren als Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes definiert werden. Diese verfügen über eigene leistungsfähige Lebensmittelmärkte.

In Karte 4 sind daher auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte > 400 m² VK (Hauptwettbewerber) des Untersuchungsraums außerhalb des Einzugsgebietes (Nr. 1 - 15) dargestellt. Diese sind:

Beeskow¹⁵

- (1) **Rewe**, Ringstraße
- (2) **EDEKA**, Fürstenwalder Straße
- (3) **Lidl**, Fürstenwalder Straße
- (4) **Norma**, Am Reitplatz
- (5) **Netto**, Krügersdorfer Chaussee
- (6) **Penny**, Breitscheidstraße, ZVB Beeskow
- (7) **Aldi**, Fürstenwalder Straße
- (8) **Netto (dansk)**, Luchstraße.

Lübben (Spreewald)

- (9) **Marktkauf**, Postbautenstraße
- (10) **Rewe**, Weinbergstraße
- (11) **NP Markt**, Berliner Chaussee
- (12) **Lidl**, Berliner Chaussee
- (13) **Aldi**, Parkstraße
- (14) **NP**, An der Kupka.

¹⁵ Die Ausführungen zu den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) erfolgt im folgenden Kapitel IV. 3.

Unterspreewald – OT Neu Lübbenau

(15) **EDEKA**, Hauptstraße.

Im Sinne des Wort-Case-Ansatzes werden nur die genannten Hauptwettbewerber (Nr. 1 - 15) bei den späteren Umsatzumverteilungen einbezogen, nicht aber sonstige kleinteilige Anbieter (z. B. Lebensmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) außerhalb des Einzugsgebietes¹⁶, da diese keine wesentlichen Konzept- bzw. Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planvorhaben von EDEKA aufweisen und daher nicht nachweislich betroffen sein werden.

Ergänzend ist auf die räumlichen Kundenverflechtungen mit den umliegenden Einkaufsorten hinzuweisen. Aufgrund seiner räumlichen Nähe wird der Wettbewerbsstandort Beeskow eher von Kunden aus dem nordöstlichen Gemeindegebiet aufgesucht. Der Standort Lübben (Spreewald) wird tendenziell von den Bewohnern des südlichen Gemeindegebietes angefahren. Kunden, die im Nordosten der Gemeinde wohnen, bevorzugen aufgrund ihrer Nahlage eher den OT Neu Lübbenau der Gemeinde Unterspreewald. Zudem kann festgehalten werden, dass Kunden vermehrt die dezentralen Einkaufsstandorte anfahren und weniger die integrierten Nahversorgungslagen z. B. in Lübben (Spreewald).

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) in der Standortgemeinde bzw. ggf. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst für **Märkische Heide** zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen.

Aufgrund möglicher Wettbewerbswirkungen gegenüber Lebensmittelanbietern außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum, ist auch für die umliegenden Städte zu prüfen, ob potenzielle Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auftreten. Diesbezüglich ist zunächst festzuhalten, dass für die **Städte Beeskow und Lübben (Spreewald)** jeweils Zentrenkonzepte vorliegen. Für die Gemeinde Unterspreewald liegt kein gemeindliches Einzelhandelskonzept vor. Anhand der Vor-Ort-Begehungen konnte auch kein Bereich identifiziert werden, der den Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches entspricht.

3.1. Märkische Heide

Die **Gemeinde Märkische Heide** erarbeitet derzeit das Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung als gemeindliches Einzelhandelskonzept. Mit der Beschlussfassung des Konzeptes, welches bereits im Entwurf vorliegt, wird das **Nahversorgungszentrum (NVZ) Bahnhofstraße** im OT Groß Leuthen als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Dieser befindet sich im OT Groß Leuthen

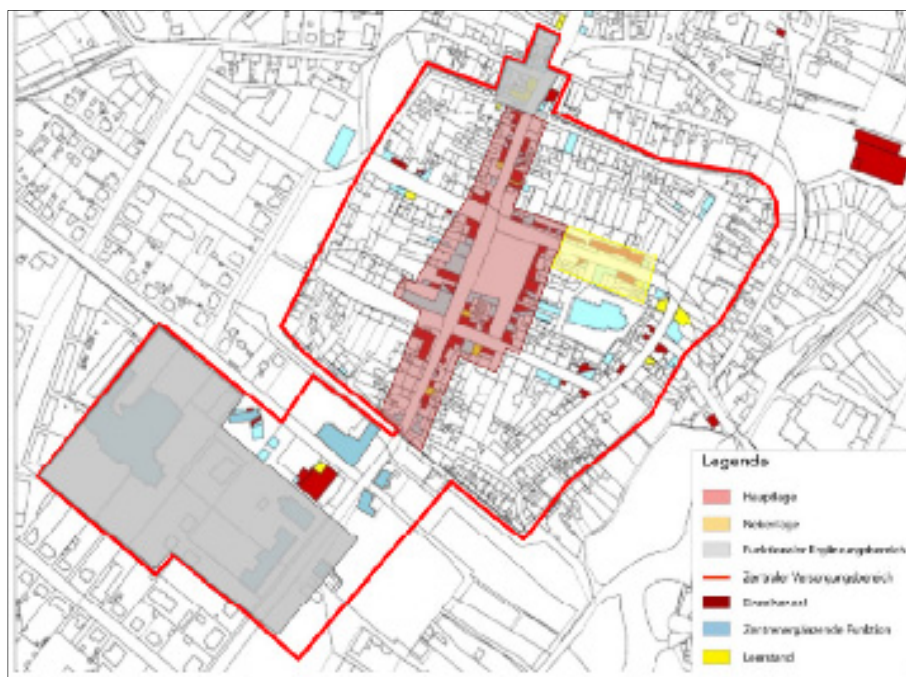
¹⁶ Ausnahme bilden die betroffenen projektrelevanten zentralen Versorgungsbereiche. Hier werden alle Betriebe aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit einbezogen um eine ganzheitliche Bewertung potenzieller Auswirkungen vornehmen zu können (vgl. Kapitel IV. 3).

südlich der Bahnhofstraße (B 179). Es handelt sich um eine derzeitige Brachfläche der ehemaligen Bahnanlagen auf welcher der Bau des EDEKA-Marktes mit Bäckerei (Planstandort) realisiert werden soll. Dieser Betrieb wird als Magnetbetrieb des NVZ fungieren. Ergänzende Nutzungen sind derzeit nicht geplant. Da es sich um einen Marktneubau handelt, wird er den Anforderungen eines modernen Lebensmittelmarktes entsprechen, der seine Versorgungsfunktion für die Gemeinde Märkische Heide erfüllen kann.

3.2. Beeskow

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Beeskow aus dem Jahr 2011¹⁷ weist den **Zentralen Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt** aus, der im Wesentlichen die historische Innenstadt rund um den Marktplatz sowie die angrenzenden Straßen (Maurerstraße, Breite Straße, Bodelschwingstraße, Brandstraße) umfasst (siehe Abb. 2). Als Magnetbetrieb im Lebensmitteleinzelhandel ist der Penny-Markt im südlichen Bereich zu nennen. Das Angebot wird durch kleinteiligen Einzelhandel, Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen sowie u. a. Touristinformation und Rathaus ergänzt. Der ZVB Innenstadt wirkt i. W. durch seine Multifunktionalität aus kleinteiligen Fachgeschäften sowie den o. g. ergänzenden Nicht-Einzelhandelsfunktionen. Für den ZVB Innenstadt kann eine **stabile städtebauliche Situation** konstatiert werden, die primär durch den Fachgeschäftecharakter verbunden mit den komplementären Funktionen getragen wird.

Abbildung 4: Abgrenzung des ZVB Innenstadt – Beeskow



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Beeskow 2011.

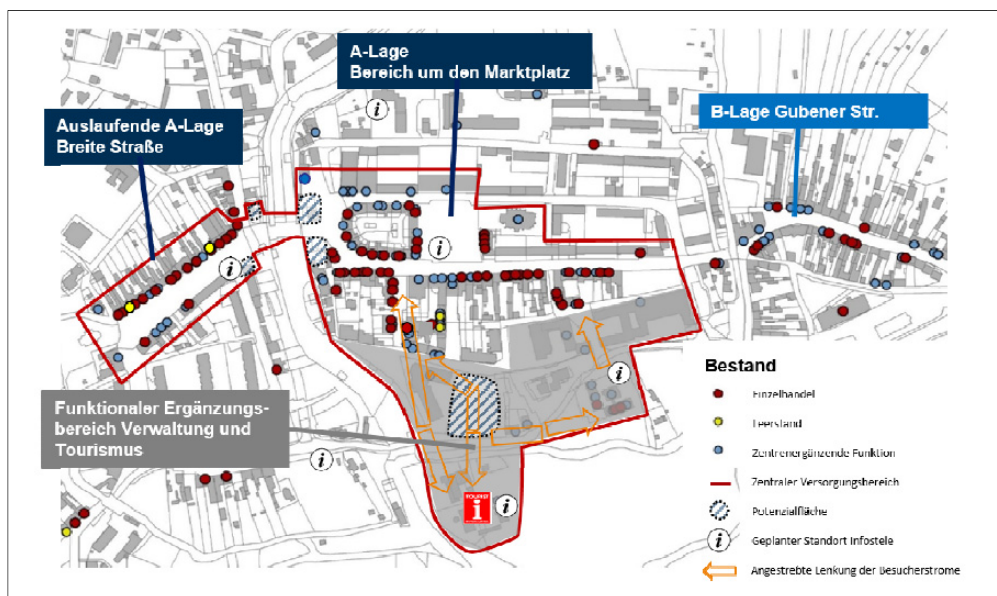
¹⁷ Einzelhandels- und Zentrenkonzept Beeskow 2011.

3.3. Lübben (Spreewald)

Lübben verfügt über ein kommunales Einzelhandelskonzept¹⁸, das als räumliche Festsetzung eines zentralen Versorgungsbereiches die Innenstadt Lübben als einzigen zentralen Versorgungsbereich der Stadt ausweist. Darüber hinaus werden sog. zentrenrelevante Sortimente differenziert, die „zur Stärkung und Differenzierung der Bestandsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich“ von Lübben Bedeutung haben.¹⁹ Der **Zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt** umfasst im Wesentlichen Bereiche der historischen Altstadt mit dem Markt als Zentrum (siehe Abb. 3). Auch die bereits westlich der Hauptspreewie liegende Breite Straße weist zusammenhängenden Geschäfts- und Komplementärbesatz auf und ist daher dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Lübben zuzuordnen. Das Einzelhandelsangebot ist vorwiegend durch eine kleinteilige Betriebsstruktur aus dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich geprägt. Neben Einzelhandel sind ergänzende Nutzungen wie Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und Gastronomiebetriebe angesiedelt. Die Innenstadt weist sich als touristischer Anziehungspunkt aus. Negativ ist auf das Fehlen von größeren Magnetbetrieben hinzuweisen.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** sind zwar vereinzelte Leerstände vorzufinden, jedoch kann der zentrale Versorgungsbereich in Lübben (Spreewald) als funktional stabil eingestuft werden, obwohl die gesamtstädtische Versorgungsfunktion aufgrund des Fehlens von Magnetbetrieben nur eingeschränkt ausgeübt werden kann.

Abbildung 5: Abgrenzung des ZVB Innenstadt – Lübben (Spreewald)



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Lübben (Spreewald) 2015.

¹⁸ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Lübben (Spreewald) 2015, Beschluss in der Stadtverordnetenversammlung am 29.10.2015

¹⁹ Vgl. ebd., S. 88 ff.

4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation

In der Gesamtbetrachtung ist zu konstatieren, dass es im Einzugsgebiet bzw. im Gemeindegebiet von Märkische Heide lediglich rudimentäre Strukturen der Grundversorgung gibt. So ist derzeit kein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig, der die gesamtgemeindliche Grundversorgungsfunktion übernimmt. Es ist demnach davon auszugehen, dass der überwiegende Teil der Kaufkraft aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel an Standorte außerhalb der Gemeinde abfließt.

Der Vergleich der **Ausstattungskennziffern** bei der Verkaufsfläche von Nahrungs- und Genussmitteln je Einwohner zeigt, dass in der Gemeinde Märkische Heide mit ca. 0,12 m² VK je Einwohner demnach ein deutlich unterdurchschnittlicher Wert zu konstatieren ist.²⁰ Mit der der Ansiedlung des EDEKA-Marktes inkl. Bäckerei erhöht sich die Kennziffer auf ca. 0,42 m² VK je Einwohner, was die Kennziffer knapp unter den Durchschnittswert anheben würde. Somit ist aktuell ein deutliches Ausstattungsdefizit in der Gemeinde Märkische Heide festzuhalten, welches mit dem Planvorhaben i. S. der kommunalen Selbstversorgung behoben werden kann. Die geplante Verkaufsfläche von EDEKA mit ca. 1.200 m² (inkl. Bäckerei) ist somit als bedarfsangepasst i. S. der kommunalen Eigenversorgung einzustufen.

Außerhalb des Einzugsgebietes sind **im Untersuchungsraum** insg. 15 Lebensmittelmärkte verortet. Diese begrenzen zum einen das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes und weisen zum anderen partielle Einzugsgebietsüberschneidungen auf und sind daher von Wettbewerbswirkungen betroffen. Derzeit profitieren diese Standorte von Kaufkraftzuflüssen aus der Gemeinde Märkische Heide.

Im Sinne eines worst-case Szenarios und zur Überprüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum wurde weiterhin auch der projektrelevante kleinteilige Wettbewerb innerhalb der identifizierten zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche werden dagegen nur die o. g. Hauptwettbewerber bzw. die größeren Magnetbetriebe (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) bei den nachfolgenden Umsatzumverteilungsberechnungen einbezogen.

Nachfolgende Tabelle stellt zusammenfassend die projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nach Lagen dar.

²⁰ Bundesdurchschnitt ca. 0,43 m² VK je Einwohner, Quelle: Verkaufsfläche Lebensmittelgeschäfte 2018: EHI Retail Institut, Einwohnerzahl Deutschland 31.12.2019: Statistisches Bundesamt. Eigene Berechnung

Tabelle 3: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)*	
	in m ²	in %	In Mio. €	in %
Anbieter im Einzugsgebiet (Märkische Heide)	475	3	1,8	3
<i>davon Anbieter im NVZ Bahnhofstraße</i>	**	--	**	--
Anbieter im Untersuchungsraum	18.520	97	68,3	97
<i>davon Anbieter im ZVB Innenstadt – Lübben (Spree-wald)</i>	170	1	1,5	2
<i>davon Anbieter in ZVB Innenstadt - Beeskow</i>	900	5	3,6	5
<i>davon Hauptwettbewerber in sonstigen Lagen (in Beeskow, Lübben (Spreewald), Unterspreewald)</i>	17.450	91	63,2	90
projektrelevante Anbieter insgesamt	18.995	100	70,1	100

* Umsatz um Nonfood-Anteile bereinigt

** kein Angebot neben dem anzusiedelnden EDEKA-Markt inkl. Bäckerei

GMA-Erhebung und Berechnung 2020; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

V. Auswirkungsanalyse

1. Umsatzprognose für den geplanten EDEKA-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteil-konzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet.²¹ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den im Einzugsgebiet generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V. 2. ausführlich behandelt.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den geplanten EDEKA Lebensmittelmarkt mit ca. 1.200 m² VK (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²²

Tabelle 4: Umsatzprognose EDEKA mit ca. 1.200 m² VK

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	4,3	47 – 48	2,0	0,4	2,4	56
Zone II	3,6	34 – 36	1,3	0,2	1,5	34
Einzugsgebiet	7,9	41 – 42	3,3	0,6	3,9	90
Streumsätze			0,3 – 0,4	< 0,1	0,4	10
Insgesamt			3,6 – 3,7	0,6 – 0,7	4,3	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter EDEKA ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Foodbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

²¹ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²² Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für den geplanten EDEKA-Markt (inkl. Bäckerei) mit ca. 1.200 m² VK **Gesamtumsatzleistung von ca. 4,3 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,6 – 3,7 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,6 – 0,7 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

Mit einem Marktanteil von ca. 47 – 48 % in Zone I wird die besondere Versorgungsbedeutung des Marktes für die Ortsteile im zentralen Gemeindegebiet deutlich, die bis dato über keinen eigenen Lebensmittelmarkt verfügen. Auch im übrigen Gemeindegebiet von Märkische Heide (Zone II) ist kein Wettbewerber verortet, jedoch überlagern hier stärker als in Zone I die Marktgebiete der umliegenden Standorte von Lebensmittelmärkten in anderen Gemeinden das Einzugsgebiet des Planvorhabens. Somit ist auch hier noch ein Marktanteil von rd. 34 – 36 % zu erwarten, was für eine bedeutende Nah- und Grundversorgungsfunktion spricht. Zusätzlich wird für den EDEKA-Markt ein **Streuumsatzanteil** von außerhalb des Einzugsgebietes von ca. 10 % angesetzt. Diese Streuumsätze werden u. a. durch Übernachtungsgäste des Campingplatzes sowie Zufallskunden generiert.

Zur **Bewertung** der **wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020 liegt die durchschnittliche Filialleistung von EDEKA bei ca. 5,5 Mio. €. Damit läge der Markt in Märkische Heide (inkl. Bäckerei) auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Eine höhere Umsatzleistung ist angesichts der nur eingeschränkten Nachfragebasis und des größtenteils unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus am Ort nicht realistisch.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

2.1. Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

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

Darüber hinaus sind auch folgende Kriterien zu berücksichtigen:

- /// die **aktuelle Einzelhandelsausstattung** im Einzugsgebiet bzw. Untersuchungsraum und den zentralen Versorgungsbereichen und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Ansiedlungsvorhaben
- /// die **Wettbewerbssituation in der Umgebung** inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- /// die aktuellen Kaufkraftströme bzw. **Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse**.

2.2. Umsatzumverteilungen

Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen (d. h. Umsatzumverteilungen) ist die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Für die Bewertung des neu errichteten **EDEKA-Marktes** am Standort Bahnhofstraße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der **EDEKA-Markt (inkl. Bäckerei)** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.200 m² eine Umsatzleistung von ca. 4,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,6 – 3,7 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,6 – 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Der Umsatz des geplanten Marktes (inkl. Bäckerei, Fleischerei und Getränkemarkt) wird hauptsächlich gegenüber Anbietern im definierten Untersuchungsraum umverteilt. Aufgrund des rudimentären Angebots im Lebensmittelbereich ist davon auszugehen, dass derzeit ein Großteil der Kaufkraft im Lebensmittelbereich an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets abfließt. Mit der Etablierung des EDEKA-Marktes in Märkische Heide kann Kaufkraft zurück in die Gemeinde geholt werden. Die Umverteilungen im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes entsprechen demnach einer **Kaufkraftrückholung**.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von **Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten** betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte und erst nachgeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemarkte, Lebensmittelhandwerker).

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von EDEKA mit ca. 1.200 m² VK** (inkl. Bäckerei) zu erwarten:

Tabelle 5: Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet (Märkische Heide)	1,8	< 0,1	n. n.
	▪ davon ggü. Anbietern im NVZ Bahnhofstraße	--	--	--
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum (Kaufkraftrückholung)	68,3	3,6 – 3,7	5
	▪ davon ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald)	1,5	< 0,1	n. n.
	▪ davon ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Beeskow	3,6	0,1	3
	▪ davon ggü. Hauptwettbewerbern in sonstigen Lagen	63,2	3,5	5 – 6
	▪ Umsatz des Vorhabens im Lebensmittelbereich	–	3,6 – 3,7	–
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	–	0,6 – 0,7	n. n.
	▪ Umsatz geplanter Markt im Nichtlebensmittelbereich	–	0,6 – 0,7	–
Umsatz geplanter Markt insgesamt		–	4,3	–

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2020, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

2.3. Prüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche Auswirkungen durch das Ansiedlungsvorhaben von EDEKA zu erwarten:

- / Durch die geplante Ansiedlung des **EDEKA-Marktes** (inkl. Bäckerei) **auf rd. 1.200 m² VK** am Standort Bahnhofstraße liegen die Umsatzumverteilungsquote im Einzugsgebiet bzw. in der Gemeinde Märkische Heide (Zone I+II) unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit (unter 0,1 Mio. €), da hier kein direkter Hauptwettbewerber ansässig ist. Die kleinteiligen Fachanbieter, insbesondere die Lebensmittelgeschäfte (Lebensmittelhandwerk, Spezialgeschäfte) in Märkische Heide werden nicht spürbar betroffen sein. EDEKA steht vorrangig mit Systemwettbewerbern und nur untergeordnet mit dem

kleinteiligen Fachhandel in direktem Wettbewerb. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung durch das Planvorhaben ist zu verneinen.

Im **NVZ Bahnhofstraße**²³ befindet sich neben den zu etablierenden Märkten (EDEKA und Bäckerei) kein weiterer Betrieb aus dem Lebensmittelbereich. Demnach findet hier keine Umsatzumverteilung statt.

Im **Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes wird gegenüber den dortigen Wettbewerbern der komplette für EDEKA (inkl. Bäckerei) prognostizierte Umsatz von rd. 3,6 – 3,7 Mio. € umverteilt. Dies entspricht der Rückholung von derzeit aus Märkische Heide abfließender Kaufkraft aufgrund der momentanen Angebotschwäche im Lebensmittelbereich. Besonders betroffen sind hierbei v. a. die leistungsstarken, i. d. R. großflächigen Lebensmittelmärkte v. a. an dezentralen Standorten. Diese erschließen jeweils ein überörtliches Einzugsgebiet wobei auch Märkische Heide dazu zählt. Dagegen werden die kleineren Lebensmittelmärkte mit zumeist wohngebietsbezogener Versorgungsfunktion kaum tangiert (z. B. beide NP-Märkte in Lübben).

- Innerhalb des **ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald)** liegen die Umsatzumverteilungseffekte unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €). Dies ist v. a. darauf zurückzuführen, dass hier kein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig ist. Die kleinteiligen Fachgeschäfte (u. a. Bäckerei, Fleischerei) werden nicht nachweislich betroffen. Schädliche städtebauliche Effekte auf den ZVB in Lübben (Spreewald) sind zu verneinen.
- Gegenüber Anbietern im **ZVB Innenstadt Beeskow** werden ca. 0,1 Mio. € umverteilt, was einer Umverteilungsquote von ca. 3 % entspricht. Hier ist der Penny-Markt zu nennen, der moderate Umsatzrückgänge zu erwarten hat, wobei die Anbieter i. W. als wirtschaftlich solider Nahversorger in der Beeskower Innenstadt fungiert. Diese Marktposition wird er in jedem Falle weiter innehaben, so dass für Penny trotz zukünftig verminderter Kaufkraftzuflüsse aus Märkische Heide nicht von einer Bestandsgefährdung aufgrund des Planvorhabens von EDEKA auszugehen ist. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt Beeskow sind nicht zu erwarten.
- In **sonstigen Lagen des Untersuchungsraums** werden ca. 3,5 Mio. € umverteilt. Mit einer Umverteilungsquote von 5 - 6 % liegen die wettbewerblichen Effekte auf einem moderaten Niveau. Zudem verteilen sich diese auf insg. 14 Betriebe in den Städten Lübben (Spreewald) und Beeskow bzw. auf die Gemeinde Unterspreewald

²³ Der Beschluss des Strategiepapiers zur Einzelhandelsentwicklung samt des NVZ Bahnhofstraße steht noch aus. Anschließend soll der B-Plan für die Ansiedlung des EDEKA-Marktes beschlossen werden.

OT Neu Lübbenau. Stärker betroffene Betriebe sind aufgrund der Konzeptüberschneidung u. a. die EDEKA-Märkte in Unterspreewald – Neu Lübbenau bzw. in Beeskow sowie die Rewe-Märkte in Beeskow bzw. Lübben (Spreewald). Von den Umverteilungen sind verstärkt die Betriebe in nicht integrierten bzw. verkehrlich gut erreichbaren Solitärlagen betroffen. Eine Aufgabe von einem der betroffenen Märkte ist aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungen auszuschließen. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung ist demnach zu verneinen.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,6 – 0,7 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie z. B. Fachmärkten v. a. außerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfalle nicht zu erwarten.

Bei einer **Einordnung der im Einzugsgebiet bzw. Untersuchungsraum ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte** lässt sich festhalten, dass geringe Umsatzverluste insbesondere bei den bestehenden Lebensmittelmärkten zu erwarten sind, wobei nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist. Negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche außerhalb des Einzugsgebietes sind zudem auszuschließen. Auch wird die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum nicht gefährdet. **Insgesamt sind negative Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen.**

VI. Kompatibilität mit den Zielen der Raumordnung

Ergänzend zur Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO wird in diesem Kapitel eine Bewertung des Vorhabens in unter Zugrundelegung der **Prüfkriterien des LEP Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2019** vorgenommen (vgl. Kapitel I.2.2).

1. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Es ist zu bewerten, ob das Vorhaben am Standort Märkische Heide dem sog. **Konzentrationsgebot des LEP HR** entspricht. Demnach ist die Errichtung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen abweichend von Z 2.6 auch außerhalb der Zentralen Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Dabei darf die Verkaufsfläche 1.500 m² nicht überschreiten wobei mind. 75 % der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Sortimente entfallen muss.

Der geplante Neubau des EDEKA-Marktes mit ca. 1.200 m² VK überschreitet die Maximalgröße von 1.500 m² VK demnach nicht. Zunächst ist festzuhalten, dass auf mind. 75 % der Verkaufsfläche des erweiterten EDEKA-Marktes nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten werden (vgl. Kapitel I.3). Ferner liegt der Standort im zentralen Versorgungsbereich NVZ Bahnhofstraße (vgl. Kapitel IV.3)

Insgesamt wird das Konzentrationsgebot gemäß LEP HR erfüllt.

2. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das **Kongruenzgebot lt. LEP HR** ist als Grundsatz (G 2.8) der Raumordnung ausgeführt und dient dem Schutz der zentralörtlich gegliederten Versorgungsstruktur sowie der verbrauchernahen Versorgung. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen demnach der zentralörtlichen Funktion entsprechen. Weiterhin soll durch ein Vorhaben max. 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum (Zone I+II) gebunden werden (G 2.11).

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das regelmäßige Einzugsgebiet (Zone I+II) des Vorhabens umfasst lediglich das Gemeindegebiet von Märkische Heide.
- /// Etwa 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes stammen aus dem Einzugsgebiet. Die restlichen rd. 10 % des Umsatzes werden durch Streukunden von außerhalb

des Einzugsgebietes (u. a. Touristen) generiert. Damit stammt der deutlich überwiegende Teil des Umsatzes aus dem Einzugsgebiet bzw. der Standortgemeinde Märkische Heide.

- /// Das Vorhaben dient damit i. W. der Grund- und Nahversorgung der Gemeinde Märkische Heide.
- /// Durch den geplanten EDEKA-Markt werden max. 41 % der Kaufkraft in Märkische Heide gebunden (vgl. Kapitel V.1). Somit wird der Wert von rd. 25 % überschritten. Hierbei ist jedoch die Sondersituation anzumerken, dass der geplante EDEKA-Markt als einziger Anbieter die Nahversorgung der Gemeinde sichern wird und um wirtschaftlich tragbar zu sein eine gewisse Umsatzbasis benötigt. Weiterhin wird dieser Umsatz nicht zu Lasten anderer potentieller Betriebe gebunden, da für eine Gemeinde mit rd. 3.930 Einwohnern keine wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen weiteren Lebensmittelmarkt abgeleitet werden kann.

Das Kongruenzgebot gemäß LEP HR wird eingehalten.

3. Bewertung des Integrationsgebots

Das Integrationsgebot des LEP HR (Z 2.12) sieht für großflächige Vorhaben außerhalb Zentraler Orte die Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches vor.

Im Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Märkische Heide wird das Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße als zentraler Versorgungsbereich definiert, innerhalb dessen sich der geplante EDEKA-Markt befinden wird.

Das Integrationsgebot gemäß LEP HR 2019 wird eingehalten.

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Während es beim kommunalen Beeinträchtigungsverbot i. S. des Baugesetzbuches u. a. um nachhaltig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune bzw. in umliegenden Gemeinden geht, zielt die Einhaltung des **raumordnerischen Beeinträchtigungsverbotes gem. LEP HR Z 2.7** vor allem auf die „Wahrung der raumstrukturellen und funktionalen Bedeutung Zentraler Orte in ihrer Funktion als Handelsstandorte“ ab. Der LEP HR stellt dabei in Hinsicht auf den Schutz der Entwicklung und Funktion Zentraler Orte besonders die bestehenden oder geplanten zentralen Versorgungsbereiche heraus.

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das

Vorhaben hinsichtlich des **raumordnerischen Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:**

- /// Mit dem geplanten Neubau von EDEKA in Märkische Heide liegt die Umsatzumverteilungsquote im gesamten Untersuchungsraum bei Nahrungs- und Genussmitteln bei max. 5 - 6 %. Eine Bestandsgefährdung von Nahversorgungsbetrieben ist daraus nicht abzuleiten. Die verbrauchernahe Versorgung wird weder in Märkische Heide noch in den Umlandkommunen negativ beeinträchtigt. Die vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche werden nicht in ihrer Funktion beeinträchtigt.
- /// Insgesamt werden weder die Funktion noch die Entwicklung benachbarter Zentraler Orte oder zentraler Versorgungsbereiche u. a. in Beeskow und Lübben (Spreewald) beeinträchtigt. Das zentralörtliche Versorgungssystem wird nicht geschädigt. Das Vorhaben dient grundsätzlich der Grund- und Nahversorgung in Märkische Heide.

Das raumordnerische Beeinträchtigungsverbot gem. LEP HR, Ziel 2.7 wird eingehalten.

5. Bewertung von Ziel 5.2 – Anschluss neuer Siedlungsflächen

Die Gemeinsame Landesplanung Berlin Brandenburg sieht in einem Schreiben vom 12.03.2020 ebenfalls Ziel 5.2 als maßgeblich für vorliegende Planungen an. Ziel 5.2 sieht vor, dass neue Siedlungsflächen an vorhandene Siedlungsgebiete anzuschließen sind. Ausnahmen sind für Gewerbe- und Industrieflächen zulässig, wenn „besondere Erfordernisse [...] der Verkehrserschließung ein unmittelbares Angrenzen neuer Flächen an vorhandene Siedlungsgebiete ausschließen.“

- /// Hierbei ist anzumerken, dass sich der geplante Neubau von EDEKA an der Bahnhofstraße an einem Standort befindet, der sowohl Wohn- als auch Gewerbe- bzw. Einzelhandelsnutzung im direkten Umfeld aufweist (siehe Kapitel II.2). Somit schließt sich der Standort an vorhandene Siedlungsflächen an und ist nicht als Solitärstandort einzustufen.

Dem Ziel 5.2 gem. LEP HR wird demnach entsprochen.

VII. Zusammenfassung

Grundlagen													
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines EDEKA Lebensmittelmarktes mit ca. 1.200 m² VK (inkl. Bäckerei) in Märkische Heide, Bahnhofstraße ▪ Lage im zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße“ ▪ ÖPNV Anschluss gewährleistet 												
Rechts- und Planungsrahmen der Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO ▪ Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung: Ausweisung des „NVZ Bahnhofstraße“ sowie Festlegung nahversorgungsrelevanter bzw. zentrenrelevanter Sortimente 												
Standortrahmenbedingungen Märkische Heide	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Gemeinde Märkische Heide mit rd. 3.930 Einwohnern, Grund- und Nahversorgungsfunktion des Einzelhandels für die Einwohner im Gemeindegebiet. ▪ Einzelhandelsstrukturen: rudimentär ausgeprägt, Versorgungsdefizit im Bereich Nahversorgung 												
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet: Gemeindegebiet Märkische Heide mit rd. 3.930 Einwohnern ▪ Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 7,9 Mio. € 												
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung EDEKA-Markt mit ca. 1.200 m² VK ca. 4,3 Mio. €; davon ca. 3,6 - 3,7 Mio. € Food und ca. 0,6 - 0,7 Mio. € Nonfood-Sortimente 												
Umsatzumverteilungseffekte in %	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 70%;">▪ innerhalb des Einzugsgebietes (Märkische Heide)</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ ggü. Anbietern im NVZ Bahnhofstraße</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> <tr> <td>▪ im Untersuchungsraum (außerhalb des Einzugsgebietes)</td> <td style="text-align: right;">max. 5 - 6</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald)</td> <td style="text-align: right;">nicht nachweisbar</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Beeskow</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td style="padding-left: 20px;">▪ ggü. Anbietern in sonstigen Lagen</td> <td style="text-align: right;">max. 5 - 6</td> </tr> </tbody> </table>	▪ innerhalb des Einzugsgebietes (Märkische Heide)	nicht nachweisbar	▪ ggü. Anbietern im NVZ Bahnhofstraße	nicht nachweisbar	▪ im Untersuchungsraum (außerhalb des Einzugsgebietes)	max. 5 - 6	▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald)	nicht nachweisbar	▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Beeskow	3	▪ ggü. Anbietern in sonstigen Lagen	max. 5 - 6
▪ innerhalb des Einzugsgebietes (Märkische Heide)	nicht nachweisbar												
▪ ggü. Anbietern im NVZ Bahnhofstraße	nicht nachweisbar												
▪ im Untersuchungsraum (außerhalb des Einzugsgebietes)	max. 5 - 6												
▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald)	nicht nachweisbar												
▪ ggü. Anbietern im ZVB Innenstadt Beeskow	3												
▪ ggü. Anbietern in sonstigen Lagen	max. 5 - 6												
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die durch das Planvorhaben von EDEKA ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte liegen im Einzugsgebiet (Märkische Heide) sowie im NVZ Bahnhofstraße unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeitsschwelle. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wird demnach nicht beeinträchtigt. ▪ Außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum liegen die Umsatzumverteilungsquoten bei max. 5 - 6 %. Aufgrund des Fehlens eines Hauptwettbewerbers liegt die Umverteilungsquote im ZVB Innenstadt Lübben (Spreewald) unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Im betroffenen ZVB Innenstadt Beeskow liegt die Umverteilung bei ca. 3 % und damit deutlich unterhalb des Anhaltswerts von 10 %. Bei Betrieben in sonstigen Lagen liegt die Umverteilungsquote mit max. 5 – 6 % auf einem moderaten Niveau. Städtebaulichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung bzw. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Einzugsgebietes sind auszuschließen. <p>Nachhaltig schädliche Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung der Versorgungslagen bzw. zentralen Versorgungsbereiche i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO, sowohl in Märkische Heide als auch in anderen Gemeinden sind nicht zu erwarten. Auch wird die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Märkische Heide oder im Umland nicht beeinträchtigt.</p>												
Bewertung der Ziele der Raumordnung	<p>Das Konzentrationsgebot wird eingehalten, da der geplante Neubau des EDEKA-Marktes mit ca. 1.200 m² VK die Maximalgröße von 1.500 m² VK nicht überschreitet. Zudem werden auf mind. 90 – 95 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten.</p> <p>Das Kongruenzgebot wird ebenfalls eingehalten. So umfasst das regelmäßige Einzugsgebiet (Zone I+II) des Vorhabens lediglich das Gemeindegebiet von Märkische Heide. Rd. 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes stammen aus dem Einzugsgebiet. Der geplante Markt bindet zwar etwa 41 % der Kaufkraft in Märkische Heide, jedoch ist hierbei auf die Sondersituation hinzuweisen, da EDEKA als einziger Anbieter</p>												

die Nahversorgung der Gemeinde sichergestellt wird und wirtschaftlich tragbar zu sein eine gewisse Umsatzbasis benötigt.

Das **Integrationsgebot** des LEP HR (Z 2.12) sieht für großflächige Vorhaben außerhalb Zentraler Orte die Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches vor. Das Strategiepapier zur Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Märkische Heide sieht das Nahversorgungszentrum Bahnhofstraße als zentralen Versorgungsbereich vor, innerhalb dessen sich der geplante EDEKA-Markt befinden wird. Mit Beschluss des Konzeptes durch die Gemeindevertretung wird das Nahversorgungszentrum festgelegt. Das **Integrationsgebot** gilt demnach als erfüllt.

Dem **Beeinträchtungsverbot** wird entsprochen, da die Umsatzumverteilungsquote im gesamten Untersuchungsraum bei Nahrungs- und Genussmitteln bei max. 5 - 6 % liegt. Eine Bestandsgefährdung von Nahversorgungsbetrieben ist daraus nicht abzuleiten. Die verbrauchernahe Versorgung wird weder in Märkische Heide noch in den Umlandkommunen negativ beeinträchtigt. Die vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche werden nicht in ihrer Funktion beeinträchtigt.

Ziel 5.2 wird aufgrund der Nahlage des Planstandortes zu Wohn-, Gewerbe- bzw. Einzelhandelsnutzung im direkten Umfeld entsprochen. Mit dem Marktneubau entsteht kein solitärer Standort, da er sich an vorhandene Siedlungsflächen anschließt.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lageplanentwurf, Planstandort Bahnhofstraße, Märkische Heide	6
Karte 2: Lage von Märkische Heide und zentralörtliche Struktur der Region	20
Karte 3: Lage des Projektstandortes und Umfeldnutzungen	22
Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	27
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelmärkten	14
Tabelle 2: Standortanforderungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	18
Tabelle 3: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung	35
Tabelle 4: Umsatzprognose EDEKA mit ca. 1.200 m ² VK	36
Tabelle 5: Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	39
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Facetten der Nahversorgung	12
Abbildung 2: Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	13
Abbildung 3: Abwärtsspirale der Standortattraktivität	16
Abbildung 4: Abgrenzung des ZVB Innenstadt – Beeskow	32
Abbildung 5: Abgrenzung des ZVB Innenstadt – Lübben (Spreewald)	33
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Planstandort Bahnhofstraße	23
Foto 2: Kfz-Werkstatt nördlich des Planstandortes	23
Foto 3: Wohnbebauung an der Bahnhofstraße mit Bushaltestelle südöstlich des Planstandortes	23
Foto 4: BHG-Markt und Fußboden-Betrieb im Nordwesten	23