

Auswirkungsanalyse

zum Ersatzneubau des EDEKA-Marktes in der Gemeinde Mühlenbecker Land

für die
Industriebau Haldensleben GmbH
Herr Bernd Deumeland
Industriestraße 3
39340 Haldensleben

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)
Richard Engel, Humangeographie M.Sc. (Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

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

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 5. August 2020

Inhaltsverzeichnis

- 1. Ausgangssituation und Zielsetzung4**
- 2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... 5**
 - 2.1. Entwicklungstrends 5
 - 2.2. Distributionsstrukturen 6
 - 2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln 9
- 3. Projektplanung und Projektdaten..... 10**
- 4. Makrostandort Mühlenbecker Land 12**
- 5. Mikrostandortanalyse 18**
- 6. Wettbewerbssituation in der Gemeinde Mühlenbecker Land.....21**
- 7. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial25**
- 8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....29**
 - 8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 329
 - 8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) 30
 - 8.3. Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land 32
- 9. Auswirkungsanalyse..... 34**
 - 9.1. Umsatzprognose..... 34
 - 9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen..... 37
 - 9.3. Auswirkungen durch das resultierende Verkehrsaufkommen 39
 - 9.4. Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept / Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung / städtebauliche Auswirkungen 41
 - 9.5. Landesplanerische Beurteilung des Projektvorhabens 43
- 10. Fazit45**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	5
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	6
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	7
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	8
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel.....	9
Abbildung 6: Fotoaufnahmen des aktuellen EDEKA-Marktes in der Gemeinde Mühlenbecker Land	10
Abbildung 7: Projektskizze Planvorhaben in der Hermann-Grüneberg-Straße in der Gemeinde Mühlenbecker Land	11
Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)	15
Abbildung 9: Zentren- und Standortkonzept der Gemeinde Mühlenbecker Land	16
Abbildung 10: Standortumfeld des Projektstandortes	18
Abbildung 11: Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Schildow.....	23
Abbildung 12: Anbieter Nahversorgungslage Stieleichenstraße	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenstruktur Projektvorhaben	10
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Mühlenbecker Land und Bevölkerungsvorausschätzung im regionalen Vergleich bis 2030	14
Tabelle 3: Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land nach Betriebsformen	22
Tabelle 4: Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land nach Standorten	22
Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet.....	27
Tabelle 6: Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet	27
Tabelle 7: Veränderung des Umsatzes bei Ersatzneubau auf Basis von Flächenproduktivitäten	34
Tabelle 8: Umsatzprognose des Ersatzneubaus auf Basis der Abschöpfungsquote	35
Tabelle 9: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe.....	37
Tabelle 10: Berechnung des induzierten Verkehrsaufkommens	39

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einbindung der Gemeinde Mühlenbecker Land in die zentralörtliche Gliederung	13
Karte 2: Lage des Projektstandortes im Ortsteil Mühlenbeck.....	19
Karte 3: Übersicht Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land	21
Karte 4: Einzugsgebiet des EDEKA-Ersatzneubaus in der Gemeinde Mühlenbecker Land	26

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Fa. Industriebau Haldensleben GmbH als Projektträger plant einen Ersatzneubau der EDEKA-Filiale in der Gemeinde Mühlenbecker Land und in diesem Zuge eine Erweiterung von derzeit 547 m² auf zukünftig ca. 1.522 m² (incl. Backshop mit Café). Da Teile der Fläche als Cafébereich des Bäckers genutzt werden, erhöht sich die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche um 916 m² auf 1.463 m². Der Projektstandort liegt im Zentrum des Ortsteils Mühlenbeck an der Hermann-Grüneberg-Straße.

Die Gemeinde Mühlenbecker Land übernimmt nach den Vorgaben des Landesentwicklungsplans keine zentralörtliche Funktion, jedoch wichtige Grundversorgungsfunktionen. Sie verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016, in welchem ein vergleichbares EDEKA-Vorhaben bereits diskutiert wurde. Gemäß diesem Konzept liegt der Vorhabenstandort im ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich „Zentrum Ortsteil Mühlenbeck“. Das aktuelle Vorhaben erfordert diesbezüglich eine Neubewertung.

Für den Projektstandort wird der Bebauungsplanes GML 42 „Neubau eines Verbrauchermarktes Hermann-Grüneberg-Straße“ aufgestellt, die Zulässigkeit bemisst sich folglich nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO. In diesem Kontext ist in einer Auswirkungsanalyse der Nachweis zu führen, dass mit dem Planvorhaben keine schädlichen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Die Frage von potenziell schädlichen Auswirkungen einer Einzelhandelsentwicklung kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Vorhabens, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche bewertet werden.

Die Analyse umfasst die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Mühlenbecker Land, die Standortbetrachtung hinsichtlich den Anforderungen an eine integrierte Lage sowie die spezifische Wettbewerbssituation einschließlich funktionaler Verflechtungen. Auf dieser Grundlage werden Einschätzungen zu den Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstrukturen im potenziellen Einzugsgebiet des Lebensmittelmarktes vorgenommen.

Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen liegen in der Gemeinde Mühlenbecker Land vor (Soziodemographie, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Projektstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

2.1. Entwicklungstrends

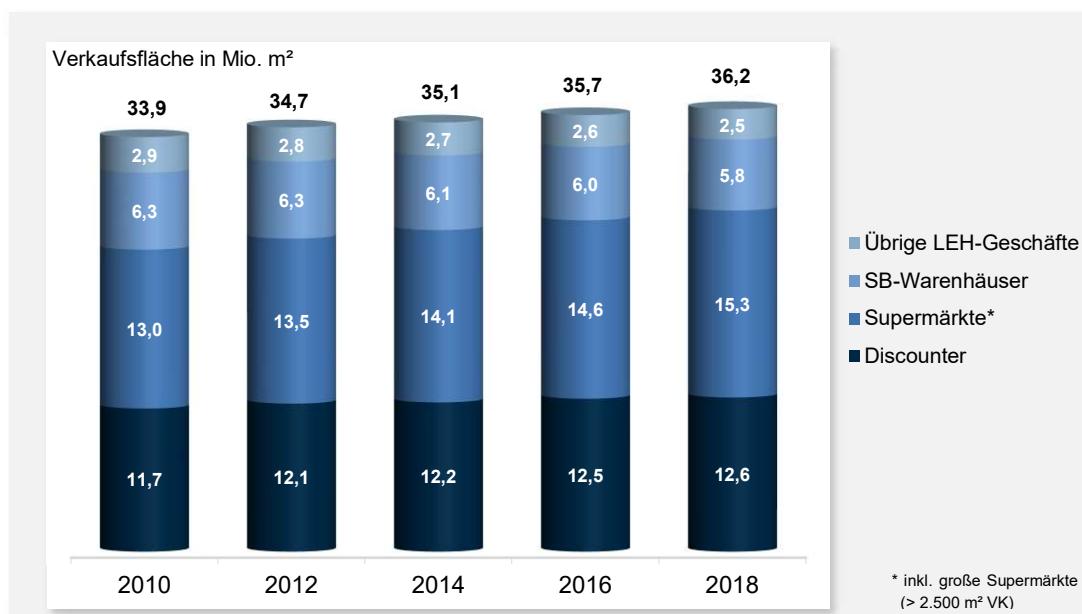
Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere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

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

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44% auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).¹

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,41 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

¹ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen 2020

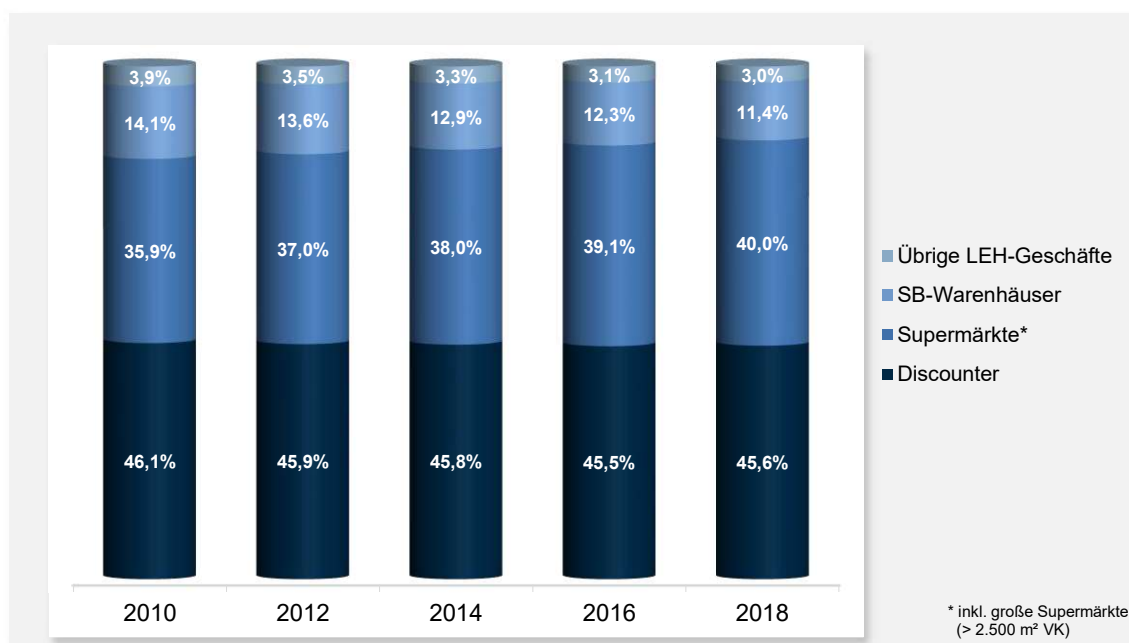
Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (+ 18%) und Discountmärkte (+ 8%), während die SB-Warenhäuser (- 8%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14%) Verkaufsflächen verloren haben.

2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und Discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

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

² Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

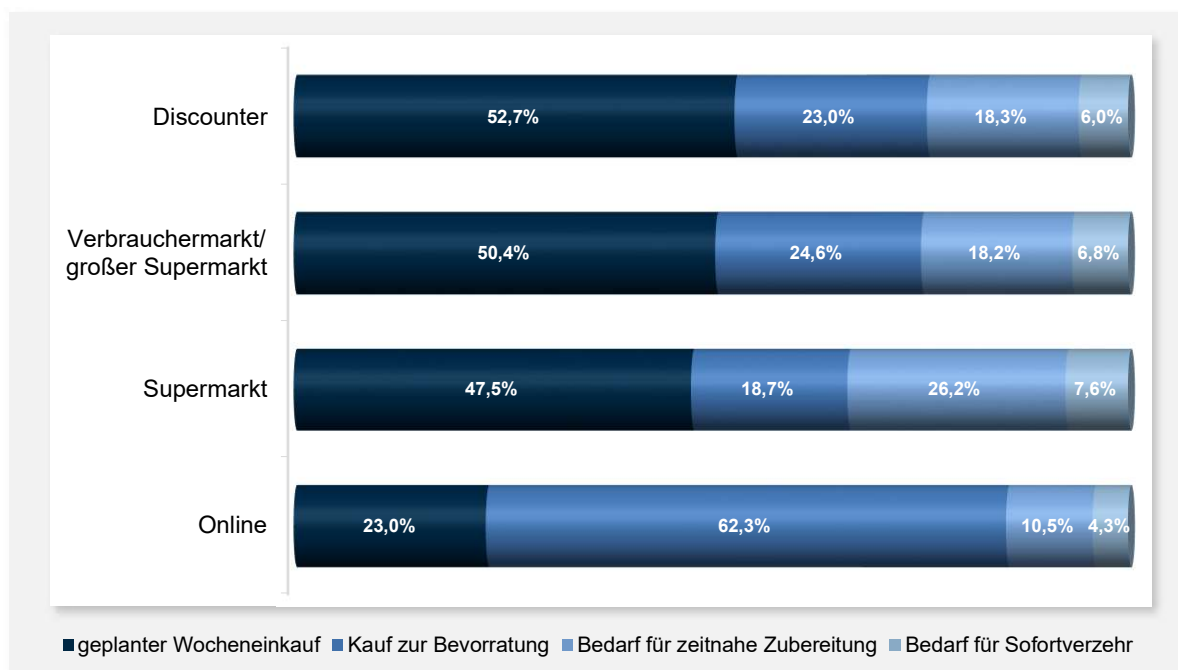
³ Ebenda, Stand: 2016

Auswirkungen - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

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

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

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen

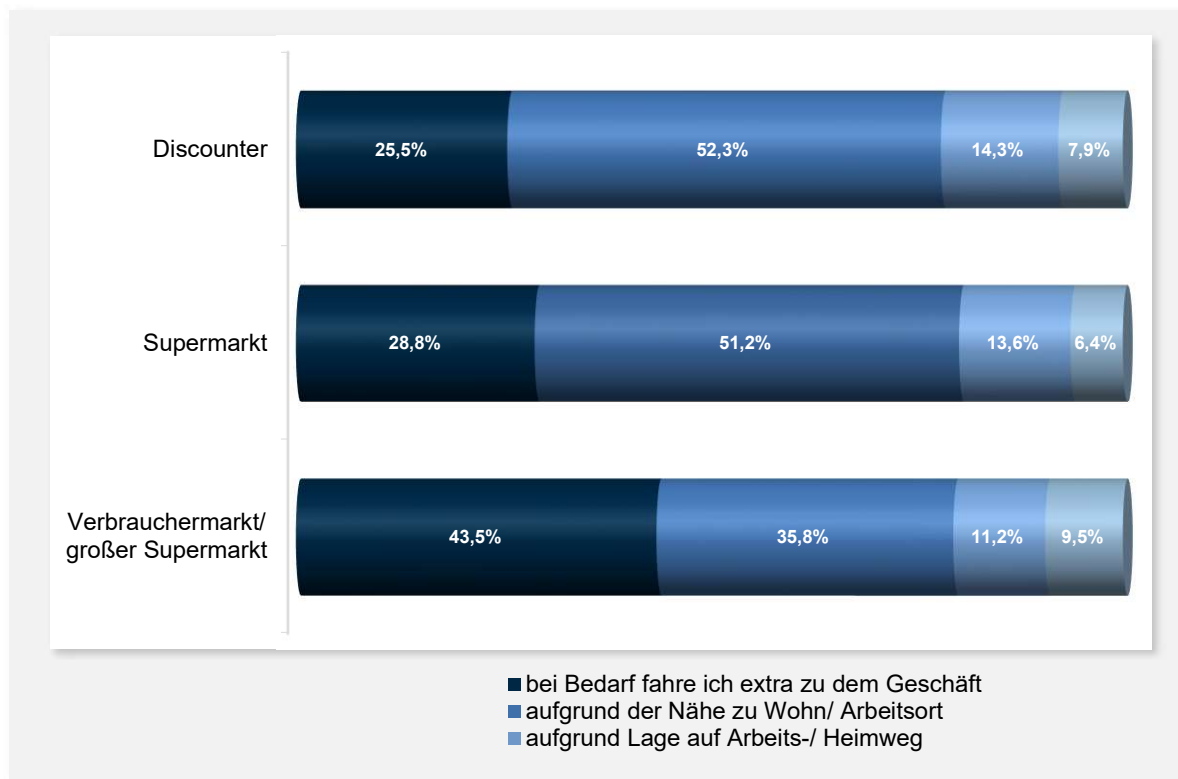


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

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

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



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

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

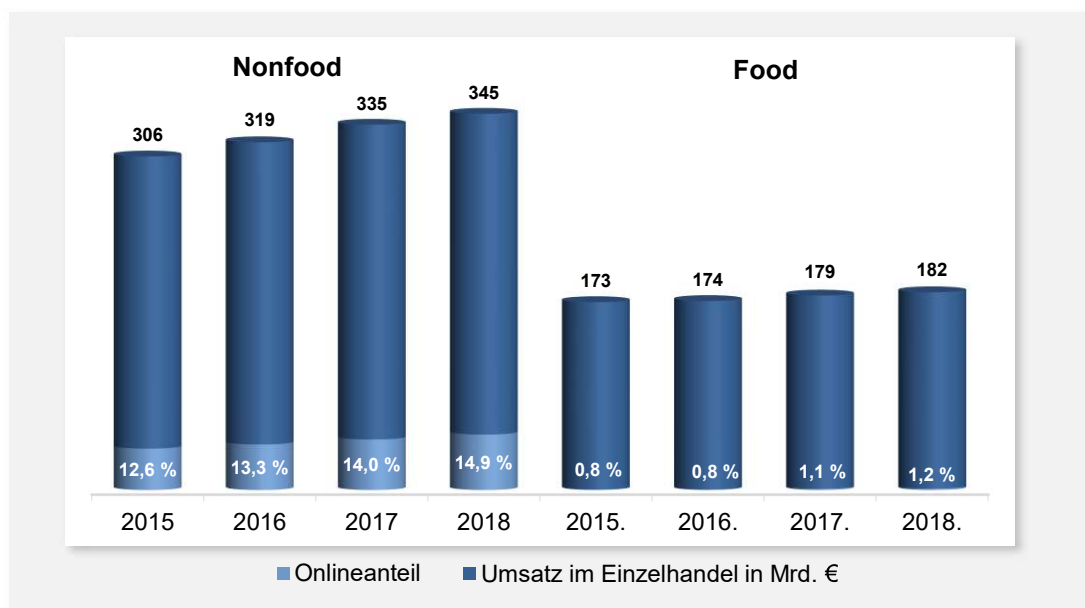
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende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

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

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2% des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16% erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2%).⁴

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2020

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

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.⁵

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

⁴ Vgl. HDE-Online-Monitor 2020

⁵ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019

3. Projektplanung und Projektdaten

Aktuell erfüllt der Vollsortimenter EDEKA in der Gemeinde Mühlenbäcker Land hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung, der unübersichtlichen Anordnung der Parkplätze und der veralteten Immobilie nicht die Voraussetzungen für eine mittel- bis langfristige Betreuung. Deshalb soll der bestehende Markt abgerissen und durch einen Ersatzneubau am Standort erneuert werden.

Die Gesamtfläche des Vorhabens soll sich dabei von derzeit 547 m² auf ca. 1.522 m² vergrößern, wobei 59 m² als Gastronomiefläche des Bäckers zu bewerten sind. Die Verkaufsfläche beträgt damit insgesamt 1.463 m² und erhöht sich um 916 m².

Tabelle 1: Flächenstruktur Projektvorhaben

Vorhaben	Fläche
in m ²	
Verkaufsfläche Supermarkt	1.427
Verkaufsfläche Backshop	36
Verkaufsfläche gesamt	1.463
Sitzbereich Backshop innen	32
Sitzbereich Backshop außen	27
Gastronomiefläche gesamt	59
Vorhaben gesamt	1.522

Quelle: EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH

Nach Angaben des Auftraggebers soll das Angebotskonzept des Lebensmittelvollsortimenters auch nach der Verkaufsflächenerweiterung vorrangig auf Lebensmittel sowie die Non-Food I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet sein, weshalb der Anteil an Non-Food II-Artikeln deutlich unterhalb von 10% der Verkaufsfläche liegen wird.

Im Gegensatz zur aktuell unübersichtlichen Parkplatzsituation mit einzelnen Parkplätzen neben dem Gebäude und einem Parkplatz hinter der Immobilie werden die geplanten 82 Stellplätze vor der Immobilie angeordnet sein und damit die Erreichbarkeit mit dem Pkw verbessern. Einen Überblick zum Vorhaben geben die folgende Projektskizze und die Fotos vom Standort:

Abbildung 6: Fotoaufnahmen des aktuellen EDEKA-Marktes in der Gemeinde Mühlenbecker Land



Quelle: Eigene Aufnahmen, Juli 2020

Abbildung 7: Projektskizze Planvorhaben in der Hermann-Grüneberg-Straße in der Gemeinde Mühlenbecker Land


Quelle: ST Stadt- und Regionalplanung: Konzept A zum Bebauungsplan GML 42 "Neubau eines Verbrauchermarktes Hermann-Grüneberg-Straße"

Es ist festzuhalten, dass mit der im Zuge des Ersatzneubaus einhergehenden Erweiterung des Lebensmittelmarktes einerseits einer allgemeinen Entwicklung mit technologischen und hygienischen Anforderungen des Gesetzgebers Rechnung getragen wird, andererseits soll die geplante Erweiterung der Verkaufsfläche des Lebensmittelvollsortimenters zur Anpassung an marktfähige Konzepte genutzt werden. Im Vordergrund stehen eine bessere Warenpräsentation, großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, die zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen beitragen (siehe hierzu Abschnitt 2). Zudem sollen sich die Aufenthaltsqualität und Produktvielfalt mit einer größeren Immobilie verbessern.

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

- Umsatzbindung und -herkunft des Vorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Erweiterung des Lebensmittelmarktes,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen der Gemeinde Mühlenbecker Land.

4. Makrostandort Mühlenbecker Land

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

Lage und Siedlungsstruktur

Die amtsfreie Gemeinde Mühlenbecker Land liegt am nördlichen Stadtrand von Berlin und ist dem Landkreis Oberhavel zugehörig. Das Gemeindegebiet grenzt im Süden an Berlin, im Westen an Hohen Neuendorf und Birkenwerder, im Norden an Oranienburg und im Osten an Wandlitz. Aktuell verfügt die Gemeinde laut Amt für Statistik Berlin-Brandenburg über 15.308 Einwohner (Stand 31.12.2019).⁶

Die Gemeinde Mühlenbecker Land ist in vier Ortsteile gegliedert, dazu zählen: Mühlenbeck, Schildow, Schönfließ und Zühlsdorf. Die ehemals selbstständigen Gemeinden haben sich im Jahr 2003 freiwillig zur jetzigen Gemeinde Mühlenbecker Land zusammengeschlossen. In den bevölkerungsreichsten Ortsteilen Schildow mit ca. 6.550 Einwohnern und Mühlenbeck mit ca. 4.200 Einwohnern haben sich räumlich, konzentrierte Einzelhandelsschwerpunkte herausgebildet, die sich um die gewachsenen Ortskerne schwerpunktmäßig gruppieren. Während in diesen beiden Ortsteilen die ehemaligen Dorfstrukturen kaum noch prägend sind, weisen die Ortsteile Schönfließ und Zühlsdorf mit jeweils ca. 2.250 Einwohnern (kommunale Einwohnerzahl Stand 01.01.2019)⁷ dagegen noch immer eine typische Dorfstruktur mit nur geringem Einzelhandelsbesatz auf.

Landesplanung und Zentralität

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten und hat den Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) abgelöst. Im Gegensatz zum Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg werden im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion keine definierten Mittelbereiche mehr ausgewiesen, die Gemeinde Mühlenbecker Land wird gemäß des LEP HR daher nicht mehr dem Mittelbereich Oranienburg zugeordnet. Sie übernimmt nach den Vorgaben des Landesentwicklungsplans keine zentralörtliche Funktion (siehe Karte 1), besitzt aufgrund der räumlichen Lage zwischen den Mittelzentren Bernau bei Berlin, Oranienburg und Hennigsdorf jedoch eine wichtige Grundversorgungsfunktion.

„Die Gemeinden, die keine zentralörtliche Funktionszuweisung erhalten, bilden unter Berücksichtigung ihrer unterschiedlichen verfassungsrechtlichen und administrativen Verfasstheit die räumliche Kulisse zur Sicherung der Grundversorgung.“⁸

Als Einzelhandelsstandort besitzt die Gemeinde Mühlenbecker Land eine aktuelle Zentralitätskennziffer von 35,6⁹. Im Saldo von Zu- und Abflüssen resultiert für die Gemeinde folglich ein starker Kaufkraftabfluss in umliegende Gemeinden und Städte, wie bspw. Oranienburg oder Berlin. Angesichts der begrenzten Eigenbindung der örtlichen Kaufkraft ist vor allem die langfristige Sicherung der Grundversorgung ein wichtiges, kommunales Entwicklungsziel.

⁶ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: Statistische Berichte, Bevölkerungsentwicklung und Bevölkerungsstand im Land Brandenburg 2019

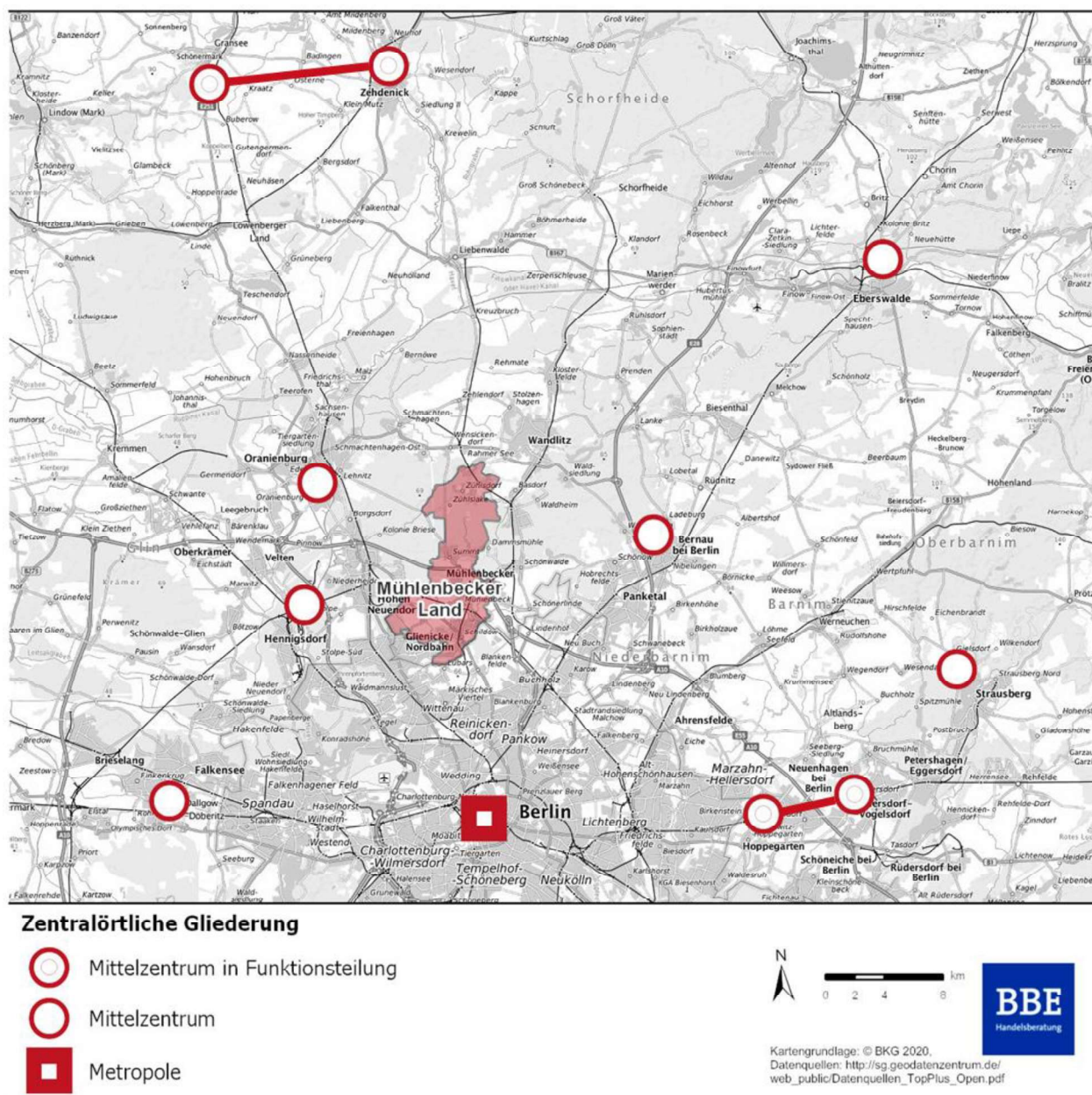
⁷ Gemeinde Mühlenbecker Land: aktuelle Einwohnerdaten nach Ortsteilen zum Stand 01.01.2019

⁸ Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP-HR) 2019, Grundsatz 3.2, S. 16

⁹ BBE!CIMA!MB-Research: Einzelhandelszentralität 2020 in Deutschland nach Gemeinden

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Karte 1: Einbindung der Gemeinde Mühlenbecker Land in die zentralörtliche Gliederung



Quelle: Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP-HR) 2019, Zentrale Orte (Ausschnitt)

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung

Die überregionale Verkehrsanbindung der Gemeinde Mühlenbecker Land wird durch die Autobahn BAB10 (Berliner Ring) bestimmt, die durch das Gemeindegebiet führt. Die Anbindung erfolgt über die Anschlussstelle Mühlenbeck. Weiterhin verläuft die Bundesstraße B96a durch das südliche Gemeindegebiet, so dass eine direkte Verbindung in das Berliner Zentrum besteht. Mit der B96 südlich, der B109 östlich und der B273 nördlich des Gemeindegebietes gibt es weitere Verkehrsachsen, die eine regionale Erreichbarkeit herstellen. Das Gemeindegebiet Mühlenbecker Land ist in Nord-Süd-Richtung durch die L21 und in Ost-West-Richtung von der L30 erschlossen, weshalb eine sehr gute innerörtliche Erreichbarkeit gegeben ist.

Der nördliche Teil der Gemeinde Mühlenbecker Land ist an das Regionalbahnnetz der Deutschen Bahn und das größere südliche Gebiet an das Berliner S-Bahn-Netz angebunden. Vom Ortsteil Zühlsdorf wird somit

Auswirkungenanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

durch die Regionalbahn RB 27 eine Verbindung nach Berlin hergestellt. Die S-Bahn S8 hält an den beiden Stationen Schönfließ und Mühlenbeck-Mönchmühle und führt ebenfalls nach Berlin sowie nach Birkenwerder.

Der Öffentliche Personennahverkehr wird weiterhin durch Regionalbuslinien der Oberhavel Verkehrsgesellschaft mbH gewährleistet. Die Linien 806 und 810 verbinden die Ortsteile im Mühlenbecker Land untereinander.

Einwohnerentwicklung und Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die nachfolgenden Berechnungen im Gutachten basieren auf den aktuellen Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg. Gemäß den Daten weist die Gemeinde zum Stichtag 31.12.2019 insgesamt 15.308 Einwohner aus.

Die Bevölkerungsentwicklung in den vergangenen Jahren ist durch eine starke Bevölkerungszunahme gekennzeichnet. Wie aus der nachstehenden Tabelle hervorgeht, verzeichnet die Gemeinde im Zeitraum seit Ende 2011 einen Bevölkerungsanstieg um insgesamt 8,8%. Die positive Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde Mühlenbecker Land hebt sich durch die Nähe zu Berlin noch einmal deutlich von der generell positiven Entwicklung des Landkreises Oberhavel im Zeitraum zwischen 2011 und 2019 ab. Dieser verzeichnet ebenfalls einen Bevölkerungsanstieg, der jedoch mit 5,8% zwischen 2011 und 2019 geringer ausfällt. Daraus wird ersichtlich, dass die Gemeinde als Wohnstandort im direkten Umfeld zu Berlin sehr attraktiv ist.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Mühlenbecker Land und Bevölkerungsvorausschätzung im regionalen Vergleich bis 2030

Einwohnerentwicklung	Mühlenbecker Land		Landkreis Oberhavel	
	abs.	Index	abs.	Index
31.12.2011	14.075	100,0%	201.199	100,0%
31.12.2012	14.293	101,5%	202.162	100,5%
31.12.2013	14.455	102,7%	203.012	100,9%
31.12.2014	14.588	103,6%	204.699	101,7%
31.12.2015	14.795	105,1%	207.524	103,1%
31.12.2016	14.823	105,3%	208.639	103,7%
31.12.2017	14.996	106,5%	209.893	104,3%
31.12.2018	15.126	107,5%	211.249	105,0%
31.12.2019	15.308	108,8%	212.914	105,8%
Prognose Landesamt für Bauen und Verkehr				
2025	15.171	107,8%	210.472	104,6%
2030	15.252	108,4%	208.213	103,5%

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: Statistische Berichte, Bevölkerungsentwicklung und Bevölkerungsstand im Land Brandenburg 2011-2019, Landesamt für Bauen und Verkehr: Bevölkerungsvorausschätzung 2017 bis 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg, 2018

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

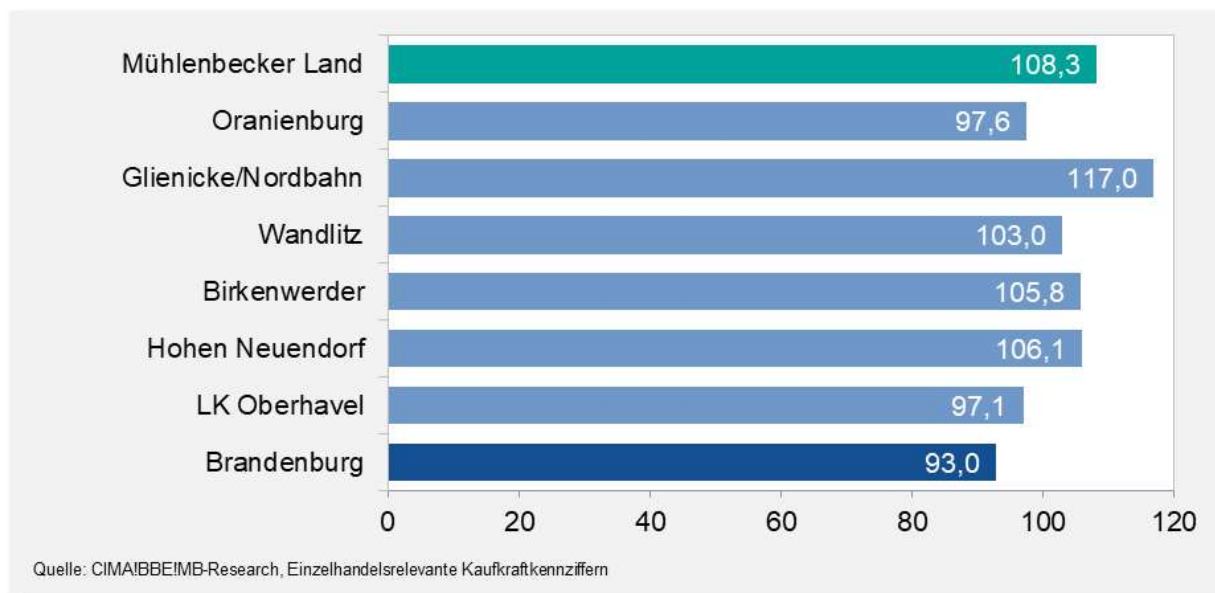
In Bezug auf die aktuelle Bevölkerungsvorausschätzung von 2017 bis 2030 rechnet auch das Landesamt für Bauen und Verkehr mit einer leicht positiven Bevölkerungsentwicklung für die Gemeinde Mühlenbecker Land. Im Vergleich zum Basisjahr der Prognose 2016 wurde für die Gemeinde Mühlenbecker Land mit einem Bevölkerungswachstum von 2,3% bis zum Jahr 2025 und bis 2030 mit 2,9% gerechnet. Allerdings hat die zwischenzeitliche Bevölkerungsentwicklung die Prognose bereits überholt. Gegenüber dem heutigen Stand entspräche dies einer unwahrscheinlichen Abnahme, da der prognostizierte Wert für 2030 bereits zum aktuellen Zeitpunkt erreicht wurde und die absehbare Entwicklung weitaus positiver verläuft. So wurde für das Jahr 2020 eine Einwohnerzahl von lediglich 15.029 prognostiziert.

Im Vergleich zum Landkreis Oberhavel ist die Bevölkerungsprognose des Landesamtes für Bauen und Verkehr in der Gemeinde Mühlenbecker Land positiver. Für den Landkreis Oberhavel wird lediglich von einer stabilen Einwohnerentwicklung im Vergleich zum Basisjahr 2016 ausgegangen.

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

Die Region weist eine hohe Spannweite in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aus. Die Gemeinde Mühlenbecker Land erzielt mit 108,3 ein Niveau deutlich über dem Durchschnittswert des Landes Brandenburg sowie gegenüber dem Vergleichswert des Landkreises Oberhavel. Auch übertrifft das Kaufkraftniveau der Gemeinde den bundesdeutschen Durchschnittswert (= 100). Nur die Gemeinde Glienicke / Nordbahn weist mit 117,0 im regionalen Vergleich eine noch höhere Kaufkraft aus.

Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)



Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmittelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Gemeinde Mühlenbecker Land beträgt 2.238,

demgegenüber sind 5.661 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein negativer Pendlersaldo von 3.423.¹⁰ Vor dem Hintergrund des negativen Pendlersaldos ist mit Kaufkraftabflüssen in die umliegenden Gemeinden und Städte, insbesondere nach Berlin, zu rechnen.

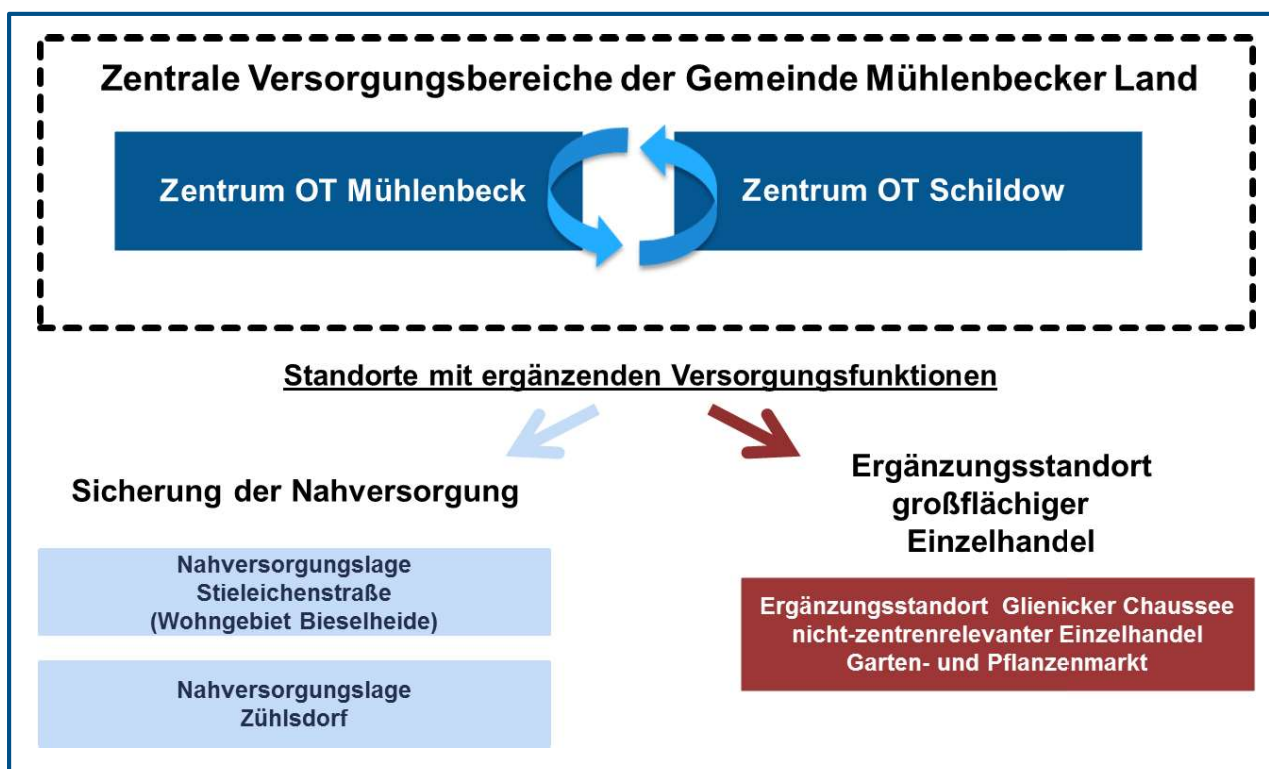
Bevölkerungsentwicklung und Pendlerbeziehungen verdeutlichen eine Attraktivität der Gemeinde als Wohnstandort im Berliner Umfeld.

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land

Die Gemeinde Mühlenbecker Land verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016. Das Konzept wurde am 08.05.2017 von der Gemeindevertretung beschlossen und ist als städtebauliches Entwicklungskonzept zu berücksichtigen.

Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete und in der folgenden Abbildung dargestellte Standortkonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land legt ein hierarchisches Zentrensystem ergänzt durch Nahversorgungslagen und einen Ergänzungsstandort fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht. Den Nahversorgungslagen kommt dabei eine ergänzende Funktion in der Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung zu. Für den Ortsteil Zühlsdorf wurden im Konzept drei Potenzialstandorte als Nahversorgungslage ausgewiesen, aktuell gibt es noch keinen Lebensmittelmarkt in Zühlsdorf.

Abbildung 9: Zentren- und Standortkonzept der Gemeinde Mühlenbecker Land



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH (2016): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land, S. 43.

Gemäß des bestehenden Einzelhandelskonzeptes liegt der Vorhabenstandort im ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereich „Zentrum Ortsteil Mühlenbeck“. ¹¹ Gemeinsam mit den weiteren Anbietern im zentralen Versorgungsbereich hat der Standort wichtige Grundversorgungsfunktionen.

¹⁰ Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort, Ein- und Auspendler, 30.06.2019, Bundesagentur für Arbeit

Fazit zum Makrostandort Mühlenbecker Land:

- Die Gemeinde Mühlenbecker Land ist gemäß dem Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) kein zentraler Ort, hat allerdings Grundversorgungsfunktionen für die eigene Bevölkerung zu erfüllen.
- Im Zeitraum zwischen den Jahren 2011 bis 2019 ist in der Gemeinde Mühlenbecker Land eine wachsende Bevölkerungszahl von insgesamt 8,8% zu konstatieren, perspektivisch ist mit einer mindestens stabilen, wahrscheinlich aber weiter steigenden Bevölkerungsentwicklung zu rechnen. Die amtliche Bevölkerungsvorausschätzung wurde zwischenzeitlich überholt.
- Die Gemeinde Mühlenbecker Land stellt einen attraktiven Wohnstandort dar und verfügt mit 108,3 über ein Kaufkraftniveau, das weit über den Durchschnittswerten des Landkreises Oberhavel und des Landes Brandenburg liegt.
- Hohe Auspendlerzahlen und eine geringe Zentralitätskennziffer lassen Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Gemeinde und Städte erwarten. Ziel sollte es sein, Nahversorgungsfunktionen, gerade vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung, zu sichern und zu qualifizieren.

¹¹ Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land, 2016, S. 46

5. Mikrostandortanalyse

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

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Planstandort liegt im Zentrum des Ortsteils Mühlenbeck an der Kreuzung der Hermann-Grüneberg-Straße, Alten Schildower Straße und Berliner-/Hauptstraße. Durch die Lage im Zentrum von Mühlenbeck wird das weitere Umfeld von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie öffentlichen Gebäuden geprägt. Der im Einzelhandelskonzept abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich verläuft dabei entlang der Hauptstraße mit einer nördlichen Ausdehnung bis zum ALDI-Lebensmitteldiscounter und in südlicher Richtung bis zum Vollsortimenter EDEKA sowie zum Getränkemarkt Hoffmann in der Schönfließener Straße. Neben dem Vollsortimenter EDEKA gibt es mit dem Lebensmitteldiscounter ALDI, dem Getränkemarkt Hoffmann, der Bäckerei Franke und einem Zoofachhandelsgeschäft vier weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandelsgeschäfte. Eine Sparkasse, ein Friseur, eine Apotheke, ein Zeitschriftengeschäft und die Dorfkirche sorgen für einen attraktiven Ortskern von Mühlenbeck.

Abbildung 10: Standortumfeld des Projektstandortes



Getränke Hoffmann, Schönfließener Straße



Zoofachgeschäft & Friseur, Hauptstraße



Bäckerei Franke, Hauptstraße



Dorfkirche Mühlenbeck, Hauptstraße



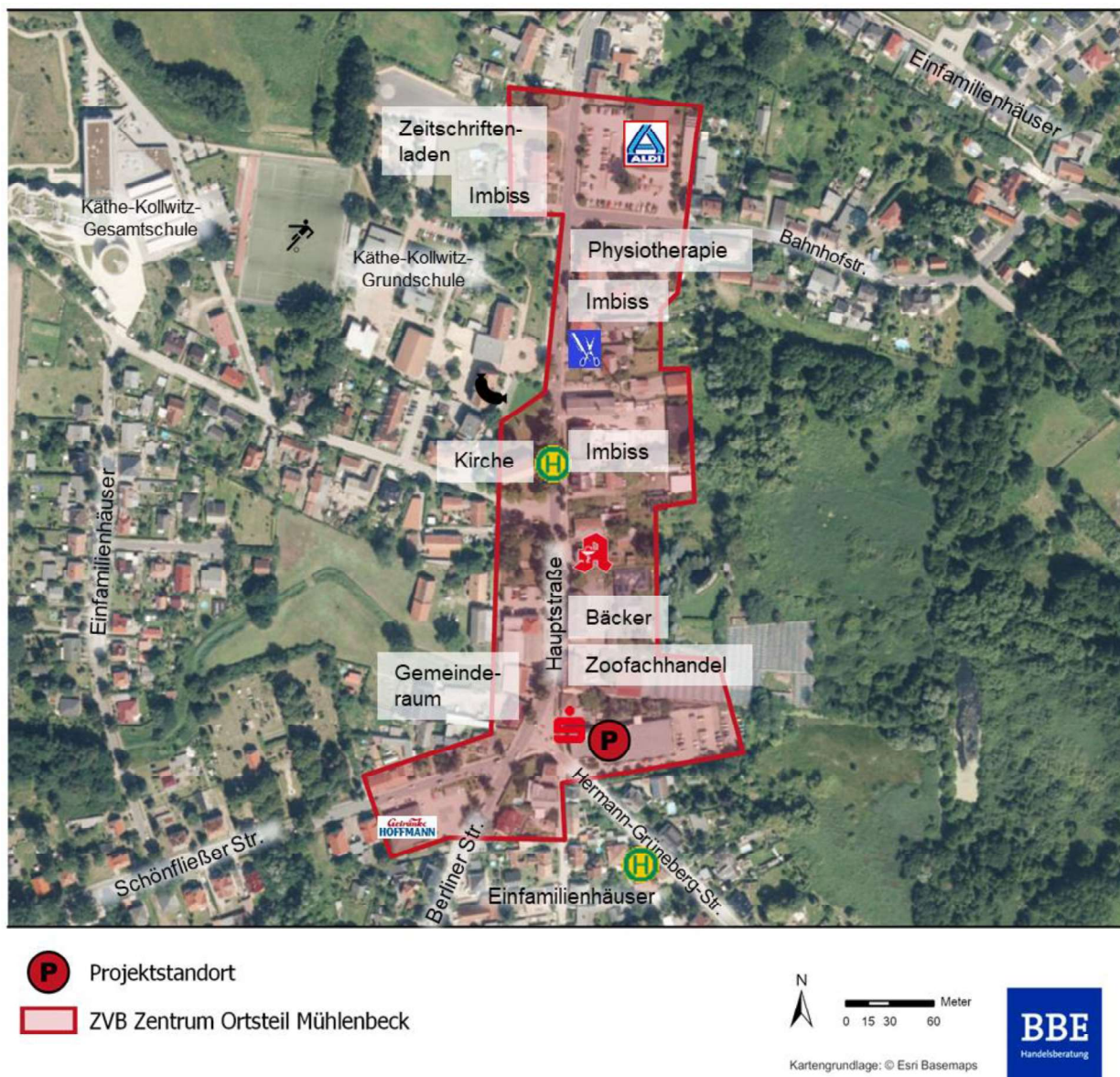
Imbiss & Zeitschriftenladen, Hauptstr.



ALDI, Hauptstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, Juli 2020

Karte 2: Lage des Projektstandortes im Ortsteil Mühlenbeck



Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Der Vollsortimenter EDEKA ist mit dem ALDI-Lebensmitteldiscounter einer der beiden Magnetbetriebe des zentralen Versorgungsbereiches Zentrum Ortsteil Mühlenbeck. Als Vollsortimenter kann der Anbieter wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Mühlenbeck, aber auch gemeinsam mit den weiteren Anbietern wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das weitere Gemeindegebiet von Mühlenbecker Land übernehmen. Mit dem Ersatzneubau ist eine deutliche Qualifizierung der Nahversorgung verbunden. Von der Aufwertung des Magnetanbieters können auch die weiteren inhabergeführten Geschäfte im Ortskern profitieren.

Verkehrliche Situation

Der Standort ist über die Hermann-Grüneberg-Straße mit dem Pkw anfahrbar. Im Gegensatz zur aktuellen Situation befinden sich die Parkplätze zukünftig vor der Immobilie, so dass die Anfahrbarkeit für Kunden verbessert wird. Die 82 vorgesehenen Stellplätze werden die Erreichbarkeit absichern.

Durch die zentrale Lage im Ortsteil Mühlenbeck ist der Standort über Fußwege an den umliegenden Straßen für Fußgänger sehr gut zu erreichen.

Die Haltestelle „Mühlenbeck, H.-Grüneberg-Str.“ ist rd. 100 m in südlicher Richtung entfernt und die Haltestelle „Mühlenbeck, Kirche“ in 200 m nördlicher Richtung. Beide Haltestellen werden von den Buslinien 806 und 810 angefahren, welche eine Verbindung zwischen Zühlsdorf und der S-Bahnhaltestelle Hermsdorf in Berlin (Linie 806) sowie zwischen Mühlenbeck, Schönfließ, Glienicke und Schildow (Linie 810) herstellen.

Planungsrechtliche Situation

Für den Projektstandort wird der Bebauungsplanes GML 42 „Neubau eines Verbrauchermarktes Hermann-Grüneberg-Straße“ aufgestellt, die Zulässigkeit bemisst sich folglich nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO. In diesem Kontext ist der Nachweis zu führen, dass mit dem Planvorhaben keine schädlichen städtebaulichen oder raumordnerischen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Fazit zum Mikrostandort an der Hermann-Grüneberg-Straße in der Gemeinde Mühlenbecker Land

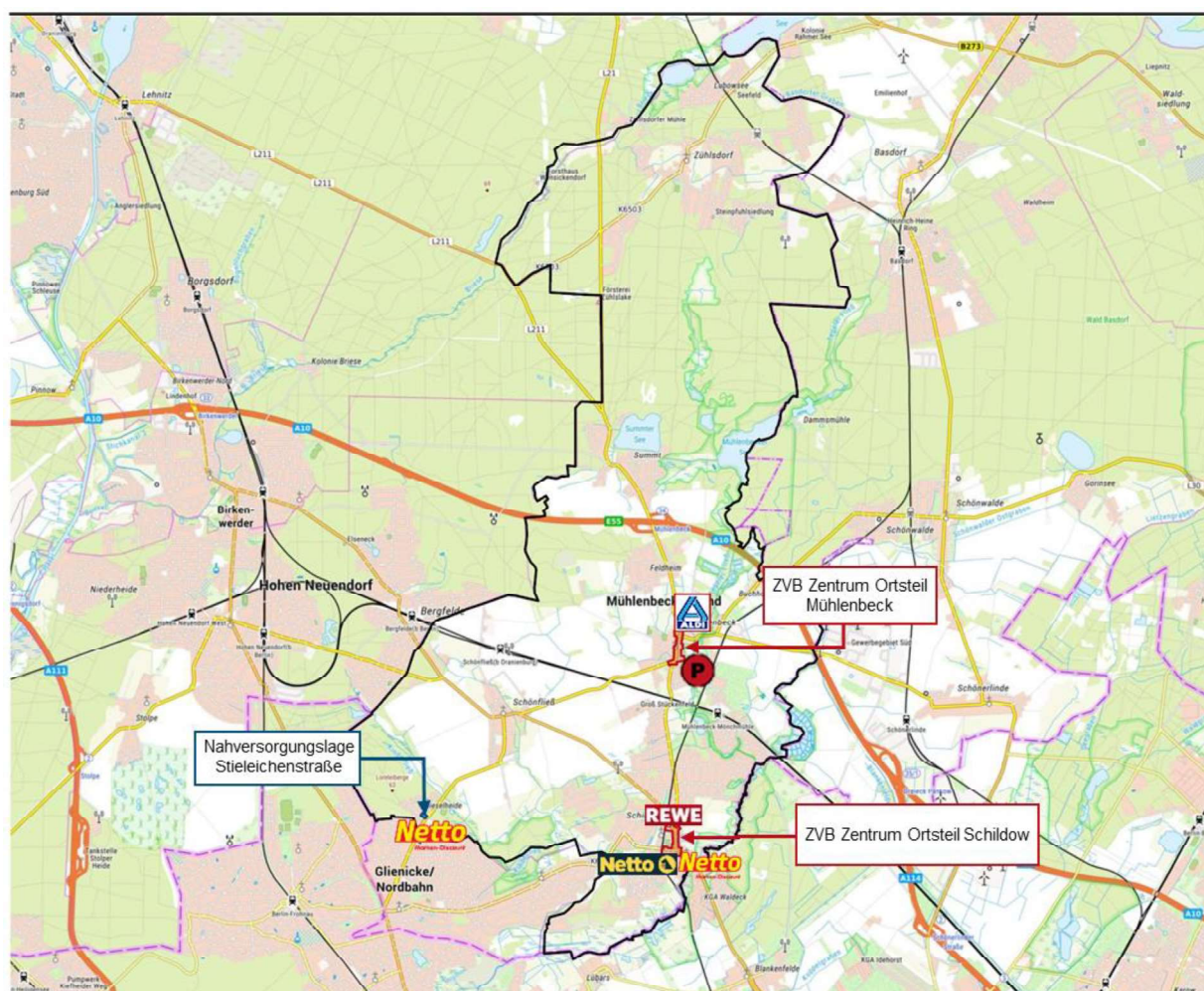
- Der Standort liegt im zentralen Versorgungsbereich Zentrum Ortsteil Mühlenbeck der Gemeinde Mühlenbecker Land.
- Das Standortumfeld zeichnet sich durch weitere Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe aus.
- Die ÖPNV-Anbindung wird durch die Bushaltestelle „Mühlenbeck, H.-Grüneberg-Str.“ und „Mühlenbeck, Kirche“ in fußläufiger Entfernung sichergestellt.
- Der Standort ist mit verbesserter Anfahrtssituation für Pkw-Kunden und auch zu Fuß sehr gut zu erreichen.
- Gemeinsam mit den weiteren Anbietern hat der Vollsortimenter wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Mühlenbeck sowie wohnortnahe Versorgungsfunktionen für das weitere Gemeindegebiet.

6. Wettbewerbssituation in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Die Analyse der Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet des Projektstandortes bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in der Gemeinde Mühlenbecker Land. Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Juli 2020.

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

Karte 3: Übersicht Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land



- Projektstandort
- Zentrale Versorgungsbereiche
- Nahversorgungslagen
- Gemeindegrenze



Kartengrundlage: © BKG 2020.
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

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

Nachfolgende Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb und im Umfeld des Einzugsgebietes. Insgesamt sind 14 nahversorgungsrelevante Anbieter mit zusammen ca. 7.000 m² Verkaufsfläche zu berücksichtigen, diese erzielen einen Gesamtumsatz von ca. 31,3 Mio. €.

Wie Tabelle 3 verdeutlicht, sind die Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.500 m² und einem Umsatz von ca. 17 Mio. € der dominante Betriebstyp in der Gemeinde Mühlenbecker Land. Supermärkte sind mit einer Verkaufsfläche von 2.400 m² und einem Umsatz von 10,7 Mio. € ebenfalls wichtig für die Nahversorgung in der Gemeinde. Die Lebensmittelhandwerksbetriebe, Getränkemarkte und sonstige Lebensmittelgeschäfte weisen deutlich kleinere Verkaufsflächen und somit auch geringere Umsätze auf, haben jedoch eine wichtige ergänzende Versorgungsfunktion.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt	2.397	10.670	9.290	740	90
Discounter	3.473	16.960	14.460	1.450	170
Getränkemarkt	943	1.970	1.970	0	0
Bäcker	150	1.450	1.450	0	0
Sonstige	60	210	0	0	210
gesamt	7.023	31.260	27.170	2.190	470

Quelle: BBE-Erhebung 2020

In der folgenden Tabelle wird der quantitative Besatz nach Standorten betrachtet. Hieraus wird deutlich, dass die Nahversorgungsstrukturen wesentlich von den beiden zentralen Versorgungsbereichen Mühlenbeck mit rd. 2.300 m² und Schildow mit rd. 3.900 m² Verkaufsfläche geprägt werden.

Tabelle 4: Angebotsstrukturen in der Gemeinde Mühlenbecker Land nach Standorten

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
ZVB Mühlenbeck, Projektstandort	547	2.900	2.550	240	30
ZVB Mühlenbeck, ALDI	1.200	6.600	5.450	610	80
ZVB Mühlenbeck, Sonstige	575	1.480	1.270	0	210
ZVB Schildow, REWE	1.890	8.010	6.980	500	60
ZVB Schildow, Netto Marken-Discount	800	3.520	3.010	350	40
ZVB Schildow, NETTO	714	3.610	3.180	220	30
ZVB Schildow, Sonstige	488	1.320	1.320	0	0
Nahversorgungslage Stieleichenstraße	809	3.820	3.410	270	20
gesamt	7.023	31.260	27.170	2.190	470

Quelle: BBE-Erhebung 2020

Die maßgebliche Wettbewerbssituation ist in Karte 3 und in den Tabellen 3 und 4 dargestellt. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Grundversorgung im Gemeindegebiet Mühlenbecker Land weitestgehend von den beiden zentralen Versorgungsbereichen Mühlenbeck und Schildow getragen wird. Die Anbieter in den zent-

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

ralen Versorgungsbereichen übernehmen jeweils Versorgungsfunktionen zunächst für ihren Ortsteil. Der EDEKA-Markt befindet sich dabei im **zentralen Versorgungsbereich Mühlenbeck**.

Neben dem Vollsortimenter EDEKA existiert in ca. 400 m Entfernung in nördlicher Richtung an der Hauptstraße der Lebensmitteldiscounter **ALDI**. Dieser wurde abgerissen und durch einen Ersatzneubau mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² im Jahr 2019 neu eröffnet. Somit präsentiert sich der Anbieter mit neuestem Konzept und hat damit an Attraktivität gewonnen. Aufgrund der geringen Entfernung zum Projektstandort ist der Lebensmitteldiscounter als einer der beiden Hauptwettbewerber des EDEKA-Marktes zu bewerten.

Geringer sind die Wettbewerbsverflechtungen mit den weiteren ergänzenden Lebensmittelhandwerksbetrieben, einem Zoogeschäft und dem Getränkemarkt Hoffmann im zentralen Versorgungsbereich Mühlenbeck. Diese weisen nur Teilsortimente eines EDEKA-Vollsortimenters auf und ergänzen das Angebot des Vollsortimenters. Gemeinsam mit den beiden Lebensmittelmärkten sorgen sie für eine umfassende Nahversorgung im Ortsteil Mühlenbeck und im weiteren Gemeindegebiet.

Im **zentralen Versorgungsbereich Schildow** gibt es mit REWE, Netto Marken-Discount und dem Discounter NETTO drei Lebensmittelmärkte, einen Getränkemarkt Hoffmann sowie ergänzende Lebensmittelhandwerksbetriebe.

Aufgrund der Betriebstypengleichheit ist der Vollsortimenter **REWE** trotz einer Entfernung von 2,8 km als zweiter Hauptwettbewerber neben dem Lebensmitteldiscounter ALDI für den EDEKA-Markt zu bewerten. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Mühlenbecker Land wurde die Verlagerung und Erweiterung des REWE-Marktes an der Schönfließer Straße geprüft und städtebaulich positiv beurteilt. Ende des Jahres wird der Markt mit modernem Konzept auf einer maximalen Verkaufsfläche von 1.850 m² eröffnen und die bisherige REWE-Filiale direkt westlich vom Verlagerungsstandort schließen. Im Rahmen der Auswirkungsanalyse wird der Markt bereits mit seiner zukünftigen Verkaufsflächendimensionierung berücksichtigt.

Abbildung 11: Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Schildow



Bestehender REWE, Schönfließer Straße



Neuer REWE, Schönfließer Straße



Landbäckerei Lorenz, Hauptstraße



Getränke Hoffmann, Hauptstraße



Netto Marken-Discount, Hauptstraße



NETTO, Bahnhofstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, Juli 2020

In rd. 3 km Entfernung befinden sich an der Kreuzung der Hauptstraße und der Bahnhofstraße der **Discounter NETTO** und der **Hybrid-Discounter Netto Marken-Discount**, die sich mit typischem Konzept prä-

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

sentieren. Mit dem nördlichen Getränkemarkt Hoffmann können diese aufgrund der Kopplungseffekte ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten und sind damit als sehr wettbewerbsfähig zu bewerten. Die Wettbewerbsverflechtungen mit dem EDEKA-Markt sind durch die stärkere Discountorientierung der beiden Lebensmittelmärkte im Vergleich zum REWE-Markt geringer.

Wesentlich geringere Verflechtungsbeziehungen sind mit der **Nahversorgungslage Stieleichenstraße (Netto Marken-Discount)** im Ortsteil Schönfließ zu erwarten. Begründet durch die Entfernung von 5 km und die Lagebeziehungen zur Gemeinde Glienicke/Nordbahn. An dem Standort mit dem Lebensmittelmarkt ist ein Textilmarkt (KiK) und angrenzend ein Geschäftshaus mit Ladenpassage angesiedelt. In der Passage befinden sich kleinteilige Ladengeschäfte und Dienstleister.

Abbildung 12: Anbieter Nahversorgungslage Stieleichenstraße



Netto Marken-Discount, Stieleichenstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, Juli 2020

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Insgesamt 14 nahversorgungsrelevante Betriebe verfügen über ca. 7.000 m² Einzelhandelsfläche und binden einen Gesamtumsatz von ca. 31,3 Mio. € in der Gemeinde Mühlenbecker Land.
- Die nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen konzentrieren sich auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche Mühlenbeck und Schildow.
- Als Hauptwettbewerber für den EDEKA-Markt sind der ALDI-Markt im zentralen Versorgungsbereich Mühlenbeck und der REWE-Markt im zentralen Versorgungsbereich Schildow zu bewerten.

7. Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

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

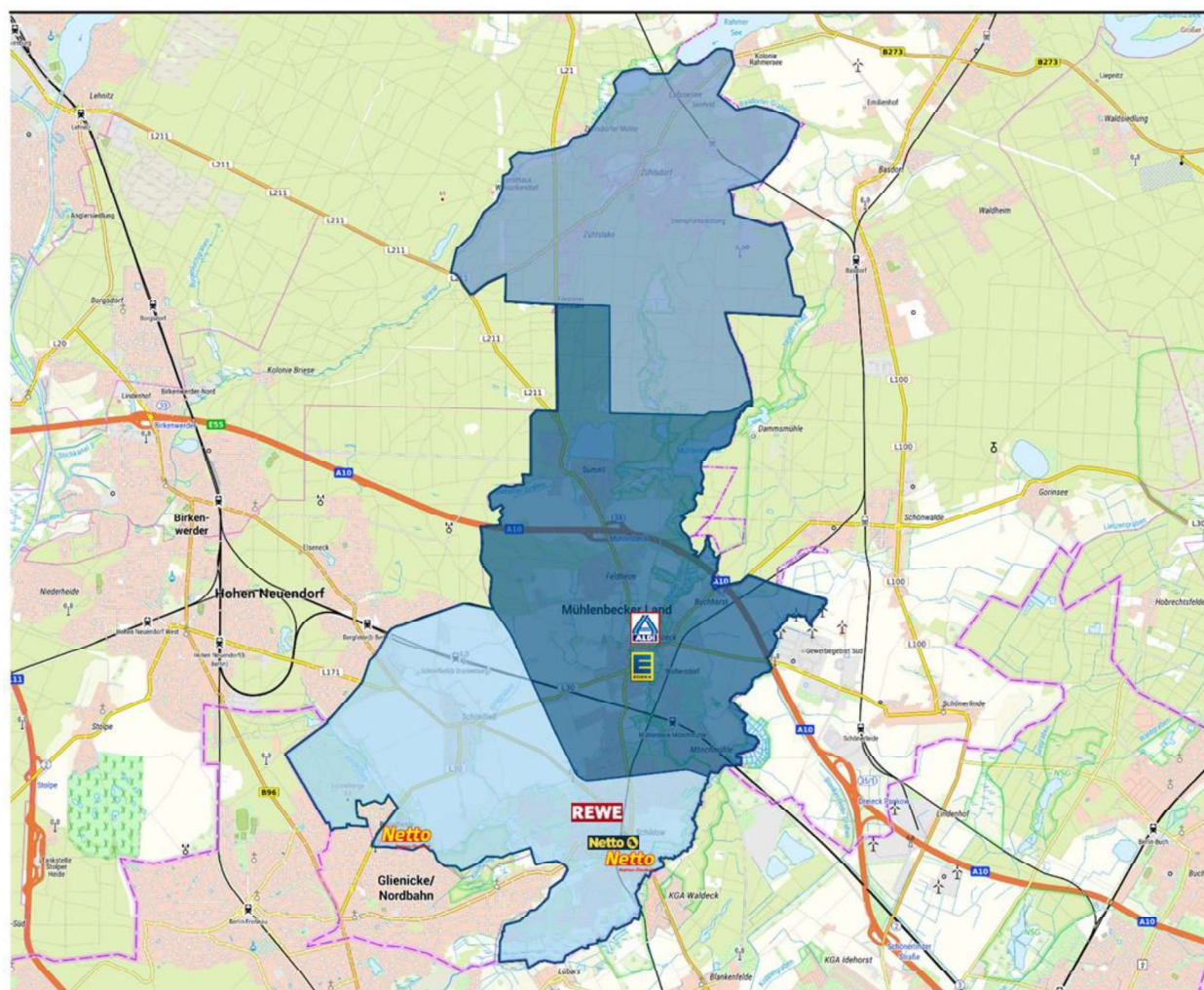
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität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

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standorts sind das Angebot mit einem modernen Vollsortimenter und die Lage im Ortskern von Mühlenbeck mit ergänzenden Anbietern. Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst den Ortsteil Mühlenbeck sowie nördliche Bereiche des Ortsteils Schildow bis zur Mittel- und Schillerstraße. So sind die Angebotsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Mühlenbeck zunächst auf den Ortsteil ausgerichtet, da die weiteren Ortsteile weiter entfernt sind und in Schildow weitere Angebotsstrukturen vorhanden sind.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet Zone 2.1** schließt sich mit dem Ortsteil Zühlsdorf nördlich an das Kerneinzugsgebiet an. Aufgrund der größeren Entfernung zum Projektstandort nimmt die Kundenbindung deutlich ab. So gibt es zwar in Zühlsdorf selbst keinen Lebensmittelmarkt, allerdings besteht eine Kundenorientierung der dortigen Bevölkerung zu den Nahversorgungsangeboten in der Gemeinde Wandlitz.
- Zum **erweiterten Einzugsgebiet Zone 2.2** zählen die beiden weiteren südlichen Ortsteile Schildow und Schönfließ. Diese verfügen mit REWE, zweimal Netto Marken-Discount und NETTO ebenfalls über mehrere Lebensmittelmärkte, aber über keinen ALDI-Lebensmitteldiscounter und EDEKA-Vollsortimenter. Insofern ist zu erwarten, dass die dortige Bevölkerung, bei einer kurzen Fahrzeit zum EDEKA-Markt, ebenfalls den Markt in Mühlenbeck aufsuchen wird.

Mit dem Ersatzneubau und der damit verbundenen Erweiterung der Verkaufsfläche ist nicht mit einer Vergrößerung des Einzugsgebietes zu rechnen, da die Entfernung zu den nächsten Siedlungsstrukturen zu groß ist und andere Anbieter in den umliegenden Gemeinden für die dortige Bevölkerung näher zu erreichen sind.

Karte 4: Einzugsgebiet des EDEKA-Ersatzneubaus in der Gemeinde Mühlenbecker Land



Legende

Kerneinzugsgebiet

Erweitertes Einzugsgebiet

2.1

2.2



Kartengrundlage: © BKG 2020,
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Insgesamt leben im dargestellten Einzugsgebiet ca. 15.300 Einwohner, davon entfallen ca. 5.200 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet, ca. 2.250 Einwohner auf das erweiterte Einzugsgebiet der Zone 2.1 und ca. 7.800 Einwohner auf das erweiterte Einzugsgebiet der Zone 2.2.

Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf) gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Das sortimentspezifische Kaufkraftniveau für die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf liegt über dem Bundesdurchschnitt 100. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

Tabelle 5: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1	erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	5.228	2.256	7.824	15.308
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	106,3 2.570 €	106,3 2.570 €	106,3 2.570 €	106,3 2.570 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Drogerie	103,8 366 €	103,8 366 €	103,8 366 €	103,8 366 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	110,9 62 €	110,9 62 €	110,9 62 €	110,9 62 €
	in T€	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotential				
Lebensmittel	13.436	5.798	20.107	39.341
Drogerie	1.911	825	2.860	5.595
Heimtierbedarf	325	140	486	951
gesamt	15.671	6.763	23.453	45.887

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsausgaben

Wie aus der Tabelle hervorgeht, ergibt sich bei ca. 15.300 Einwohnern im gesamten Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von ca. 45,9 Mio. €. Im Kerneinzugsgebiet existiert ein Potenzial für nahversorgungsrelevante Sortimente von 15,7 Mio. €, im erweiterten Einzugsgebiet 2.1 von 6,8 Mio. € und im erweiterten Einzugsgebiet der Zone 2.2 von 23,5 Mio. €.

In der Warengruppendifferenzierung entfallen ca. 39,3 Mio. € auf Lebensmittel, ca. 5,6 Mio. € auf Drogeriewaren und ca. 1,0 Mio. € auf Heimtierbedarf.

Unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognose ist in den kommenden Jahren von einem stabilen bis ansteigenden Potenzial auszugehen.

Um den Handelsbesatz in der Gemeinde Mühlenbecker Land zu bewerten, werden die realisierten Umsätze der Nahversorgungsanbieter im Einzugsgebiet in nachfolgender Tabelle in Relation zum Nachfragepotenzial bewertet.

Tabelle 6: Kaufkraftbindung der relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

	Nachfragepotenzial	Umsatz Angebotsstrukturen	Kaufkraftbindung	Saldo
	in T€	in T€	in %	in T€
Lebensmittel	39.341	27.170	69,1	-12.171
Drogeriewaren	5.595	2.190	39,1	- 3.405
Heimtierbedarf	951	470	49,4	- 481
Einzugsgebiet gesamt	45.887	29.830	65,0	-16.057

Quelle: BBE-Erhebung 2020

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Die Bindungsquoten sind als Saldo von Zu- und Abflüssen zu betrachten. Über die drei nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf errechnet sich eine Bindungsquote von 65,0%, so dass sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 16,1 Mio. € ergibt. Wird die Kaufkraftbindung differenziert nach den nahversorgungsrelevanten Sortimenten betrachtet, bestehen besonders geringe Bindungsquoten bei Drogeriewaren und Heimtierbedarf mit 39,1% bzw. 49,4%. So gibt es aktuell nur ein Zoofachgeschäft, keinen Drogeriemarkt und auch kein SB-Warenhaus mit größeren Verkaufsflächen in diesen Sortimentsbereichen, weshalb besonders bei diesen Sortimenten Kaufkraft abfließt. Bei Lebensmitteln beträgt die Bindungsquote ca. 69,1%.

Dies stellt für eine Gemeinde mit 15.308 Einwohnern, die Versorgungsfunktionen im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweist, ebenfalls einen unterdurchschnittlichen Wert dar. Es ist davon auszugehen, dass der Ersatzneubau mit einem modernen Lebensmittelvollsortimenter und Bäcker im Zentrum von Mühlenbeck eine erweiterte Zielgruppenansprache erreichen kann und damit ein Teil der bisherigen Kaufkraftabflüsse an die Gemeinde Mühlenbecker Land gebunden werden kann.

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

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

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

8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Für den Projektstandort wird der Bebauungsplan GML 42 "Neubau eines Verbrauchermarktes Hermann-Grüneberg-Straße" aufgestellt, die Zulässigkeit bemisst sich folglich nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO.

In § 11 Abs. 3 heißt es:

„1. Einkaufszentren,

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

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

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

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

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹²
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.

Der Lebensmittelmarkt überschreitet mit der geplanten Verkaufsflächendimensionierung zweifellos die Schwelle zur Großflächigkeit, inwieweit jedoch städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, wird in Abschnitt 9 geprüft.

¹² BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)

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

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

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten. Der LEP HR trifft in Kapitel 2 „Wirtschaftliche Entwicklung, Gewerbe und großflächiger Einzelhandel“ mit den Zielen Z 2.6 – 2.15 sowie den Grundsätzen G 2.8 und G 2.11 entsprechende Vorgaben zur Ansiedlung und Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben. Die für das Projektvorhaben relevanten Festsetzungen sind nachfolgend dargestellt:¹³

„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).

G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

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

Z 2.12 Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte

(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.

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

(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.“

Inwieweit das Planvorhaben mit den Maßgaben der Landesentwicklungsplanung kompatibel ist, wird in Abschnitt 9.4 geprüft.

8.3. Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land

Die Gemeinde Mühlenbecker Land verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2016. Das Konzept wurde am 08.05.2017 von der Gemeindevertretung beschlossen und ist als städtebauliches Entwicklungskonzept zu berücksichtigen.

Das im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erarbeitete und in Abbildung 9 in Abschnitt 4 dargestellte Standortkonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land legt eine Standortstruktur mit zwei zentralen Versorgungsbereichen, zwei Nahversorgungslagen und einem Ergänzungsstandort fest, das auf einer funktionalen Arbeitsteilung beruht. Die beiden zentralen Versorgungsbereiche Zentrum Ortsteil Mühlenbeck und Zentrum Ortsteil Schildow werden dabei folgendermaßen definiert:

- „umschließen die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden Einkaufsbereiches
- Schwerpunkt der grundzentralen Versorgungsstruktur – Ausstrahlung auf das gesamte Gemeindegebiet und Versorgungsfunktionen für den Nahbereich
- Sicherung der Grundversorgungsangebote im Mix von zeitgemäßen Einzelhandelsformaten
- Einzelhandel mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich mit ergänzenden Einzelhandelsangeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs sowie Dienstleistungsbetrieben
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Optimierung des Flächenbedarfs und Qualifizierung der Konzepte“¹⁴

Der Handlungsleitfaden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept konkretisiert das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung und determiniert die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen. Die Leitlinien bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen.

„Leitlinie 1: Die Siedlungsstruktur in der Gemeinde Mühlenbecker Land als eine wesentliche Rahmenbedingung der Einzelhandelsentwicklung, begründet die Ausweisung von zwei gleichrangigen zentralen Versorgungsbereichen - das Ortsteilzentrum Mühlenbeck und das Ortsteilzentrum Schildow. Diese werden als Investitionsvorranggebiete definiert.

Die beiden Ortsteilzentren verfügen über eine urban gewachsene Struktur und bieten darüber hinaus auch Flächenpotenziale für die Ansiedlung von Einzelhandel. Die Entwicklungsspielräume für den Einzelhandel sind ohnehin stark begrenzt und im Schwerpunkt auf die Grundversorgung ausgerichtet. Die Potenziale sollten folglich vorrangig auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden. Diese Strategie sichert den Erhalt der Ortszentren, die identifikationsstiftende Räume für die Gesamtgemeinde bilden sollen. Dazu gehören auch Komplementärfunktionen wie gastronomische Angebote, die es verstärkt zu entwickeln gilt, um die Funktionsvielfalt der zentralen Versorgungsbereiche zu gewährleisten. Die Ansiedlungsbemühungen sollten durch städtebauliche Maßnahmen unterstützt werden (bspw. attraktive Möblierung, ausreichendes Stellplatzangebot, barrierefreie Laufwege).

Potenzialflächen sind vorhanden und auch die bestehende Gebäudesubstanz bietet Entwicklungsmöglichkeiten.“¹⁵

Im Abschnitt 4.2.2 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden die Erweiterung des ALDI-Marktes auf 1.200 m², die Verlagerung und Erweiterung des REWE-Marktes auf 1.850 m² sowie die Verlagerung des

¹⁴ BBE Handelsberatung GmbH: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land S. 45.

¹⁵ BBE Handelsberatung GmbH: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land S. 63.

EDEKA-Marktes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Zentrum Mühlenbeck (rd. 150 m in nördlicher Richtung) und Erweiterung auf 1.500 m² geprüft. Für alle drei Planvorhaben wurde eine städtebaulich positive Bewertung abgegeben.¹⁶ Der ALDI-Lebensmitteldiscounter wurde bereits mit einer Verkaufsfläche von 1.200 m² im Jahr 2019 eröffnet und der REWE-Markt wird Ende 2020 eröffnen. Im Gegensatz zur ursprünglich geplanten Verlagerung des EDEKA-Marktes soll nun die Verkaufsfläche mit einem Ersatzneubau am Standort erhöht werden. Die Verkaufsflächendimensionierung ist dabei auf vergleichbarem Niveau wie im Einzelhandelskonzept.

¹⁶ BBE Handelsberatung GmbH: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land S. 27 ff.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

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

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

Wie bereits erläutert, umfasst das Projektvorhaben einen neuen Lebensmittelmarkt mit einer Gesamtfläche von 1.522 m², wobei durch die Gastronomiefläche des Bäckers lediglich 1.463 m² als einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche zu bewerten sind. Für das Einzelhandelsvorhaben ist mit einem Gesamtumsatz von 6,6 Mio. € zu rechnen.

Tabelle 7: Veränderung des Umsatzes bei Ersatzneubau auf Basis von Flächenproduktivitäten

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m ²	€/m ²	in T€
EDEKA - Bestand	547	5.300	2.900
EDEKA - Plan	1.427	4.500	6.400
Bäcker - Plan	36	7.000	200
Gesamtvorhaben	+916		+3.700

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Im Vergleich zur aktuellen Verkaufsfläche wird sich die Verkaufsfläche um 916 m² erhöhen.

Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation (Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kaufkraftniveau, Einwohner im Einzugsgebiet) wird im „Worst-Case-Szenario“ perspektivisch von einer für diesen Anbieter leicht überdurchschnittlichen Flächenproduktivität von 4.500 Euro/m² ausgegangen. So beträgt die durchschnittliche Flächenproduktivität für einen EDEKA-Markt 4.460 €/m² bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.243 m².¹⁷

¹⁷ Die Spannweite einer durchschnittlichen Flächenproduktivität des Anbieters EDEKA variiert stark zwischen Regionen und Standorten. Bundesdurchschnittlich liegt der Wert bei 4.460 Euro/m² für den Anbieter EDEKA (vgl. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020, S. 31) Unter Berücksichtigung der Nähe zu Berlin mit starken Kaufkraftabflüssen, einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des Marktes sowie eine leicht überdurchschnittliche, nahversorgungsrelevante Kaufkraft erscheint der erwartete, sogar leicht überdurchschnittliche Wert des Ersatzneubaus als bestmögliche Bewertungsbasis der geplanten Standortentwicklung.

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

- Beim Ersatzneubau des Lebensmittelmarktes wird sich die Verkaufsfläche fast verdreifachen. So ist nicht zu erwarten, dass der Umsatz proportional zum Verkaufsflächenzuwachs ansteigt, da durch die Erweiterung auch die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen wird.
- Das Einzugsgebiet des Lebensmittelmarktes ist auf die Gemeinde Mühlenbecker Land begrenzt und kann keine darüber hinausgehende Ausstrahlung erzielen.
- Streuumsätze sind nur in einem marginalen Umfang zu erwarten, da der Standort nicht an einer Bundesstraße liegt.
- Bei einem negativen Pendlersaldo ist davon auszugehen, dass Teile der Bevölkerung auch weiterhin Einkäufe am Arbeitsort oder auf ihrem Arbeitsweg erledigen, so dass Kaufkraftrückholungseffekte begrenzt sind.

Für den ergänzenden Bäcker mit einer Verkaufsfläche von 36 m² wird eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 7.000€/m² angesetzt. Vor dem Hintergrund, dass im Ortskern ein weiterer Bäcker existiert, ist kein höherer Umsatz zu erwarten.

Insgesamt errechnet sich somit ein Mehrumsatz von rd. 3,7 Mio. €.

Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die zu erwartende Umsatzherkunft und somit über die Kundenbindung des Projektstandortes. Die prognostizierten Kundenbindungen unterstellen einen modernen Marktauftritt der Anbieter in einer modernen Immobilie sowie eine bessere Erreichbarkeit im Vergleich zum bestehenden EDEKA-Markt, die in den erwarteten Bindungsquoten dokumentiert sind.

Tabelle 8: Umsatzprognose des Ersatzneubaus auf Basis der Abschöpfungsquote

Kundenherkunft	Kaufkraft- volumen Food + Nonfood I	Bindungsquote	Umsatz- erwartung
	in T€	in %	in T€
Kerneinzugsgebiet	15.671	24%	3.710
erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1	6.763	12%	810
erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2	23.453	8%	1.880
Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet	45.887	14%	6.400
Umsatzerwartung Nonfood II			200
Umsatzerwartung gesamt			6.600

Quelle: BBE-Berechnung 2020

Es ist davon auszugehen, dass der Projektstandort ca. 24% von dem im Kerneinzugsgebiet verfügbaren Kaufkraftpotenzial für Food und Non-Food I-Sortimente (ca. 15,7 Mio. €) binden kann. Damit ist eine leistungsstarke, jedoch nicht dominante Marktstellung des Standorts gegeben. Ein höherer Marktanteil ist aufgrund der weiteren Anbieter in Mühlenbeck, im Ortsteil Schildow und bestehender Kaufkraftabflüsse nach Berlin nicht zu erwarten. Somit resultieren rd. 3,7 Mio. € Umsatz aus dem Kerneinzugsgebiet.

Für das erweiterte Einzugsgebiet der Zone 2.1, welche den Ortsteil Zühlisdorf umfasst, ist aufgrund der größeren Entfernung zum Projektstandort eine geringere Kundenorientierung zu erwarten. Die dortige Bevölke-

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Die Nachfrage nimmt stärker die Nahversorgungsangebote in der Gemeinde Wandlitz wahr. Bei einer Bindungsquote von 12% im erweiterten Einzugsgebiet der Zone 2.1 wird ein Umsatz von 0,8 Mio. € prognostiziert.

Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2.2) gibt es mit REWE, Netto Marken-Discount und dem Discounter NETTO drei weitere attraktive Lebensmittelmärkte in Schildow sowie einen weiteren Netto-Markt in Schönfließ. Aufgrund dieser Angebotsstruktur ist mit einer abnehmenden Kundenorientierung zu rechnen, so dass bei einer Bindungsquote von 8% ein Umsatz von 1,9 Mio. € aus dem erweiterten Einzugsgebiet der Zone 2.2 erwartet wird.

Darüber hinaus ist mit Non-Food II-Umsätzen von zusammen 0,2 Mio. € zu rechnen, was einem Umsatzanteil von rd. 5% beim EDEKA-Vollsortimenter entspricht. Diese verteilen sich auf eine Vielzahl von Sortimenten wie z. B. Schreibwaren, Foto, Haushaltswaren, Schmuck und Spielwaren.

9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz bei einer Verkaufsflächenerweiterung auf die höchstzulässige Verkaufsfläche prognostiziert und damit die absatzwirtschaftliche Bedeutung des Projektstandortes als "Worst-Case-Szenario" abgeschätzt. Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben induzierten "Kannibalisierungseffekte" dargelegt: Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit einer Modernisierung des Standortes und einer Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Anbietern im Einzugsgebiet sowie die prognostizierte zusätzliche Rückgewinnung bisheriger Kaufkraftabflüsse. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so werden beispielsweise die integrierten Bäckereien in den Märkten jeweils mitberücksichtigt.

Tabelle 9: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I		Umsatzzumverteilung durch EDEKA	
	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €
Umverteilung innerhalb des Einzugsgebietes				
ZVB Mühlenbeck, ALDI	6,1	6%		0,36
ZVB Mühlenbeck, Sonstige	1,5	1%		*
ZVB Schildow, REWE	7,5	6%		0,44
ZVB Schildow, Netto Marken-Discount	3,4	3%		0,10
ZVB Schildow, NETTO	3,4	3%		0,10
ZVB Schildow, Sonstige	1,3	1%		*
Nahversorgungslage Stieleichenstraße	3,7	2%		0,07
Umsatzzumverteilung durch Vorhaben				1,09
Mehrumsätze Nonfood II-Sortimente				0,20
Rückgewinnung Kaufkraftabflüsse Mühlenbecker Land (15%)				2,41
Bestandsumsatz				2,90
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt				6,60
*marginaler, nicht ausweisbarer Umsatzverlust				
Quelle: BBE-Berechnung 2020				

Wie aus der obigen Tabelle hervorgeht, ergibt sich der **Mehrumsatz einerseits durch die stärkere legitime Erschließung des Marktpotenzials der Gemeinde Mühlenbecker Land, andererseits aus der Umverteilung gegenüber bestehenden Angebotsstrukturen** im Einzugsgebiet.

Der Mehrumsatz des Planvorhabens kann rechnerisch vollumfänglich aus den bisherigen Abflüssen abgedeckt werden. Die tatsächliche Kaufkraftrückgewinnung wurde in einer vorsichtigen Bewertung der Modellrechnung aber auf ein Mindestmaß von lediglich 15% Prozent zusätzlicher Nachfragebindung begrenzt.

Auch zukünftig sind bei einer Kaufkraftrückholung von rd. 2,4 Mio. € weiterhin verbleibende Abflüsse von ca. 13,7 Mio. € bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten aus dem Einzugsgebiet zu konstatieren.

Umverteilungseffekte konzentrieren sich vorrangig auf die Standorte der Lebensmittelmärkte, berühren aber in unterschiedlicher Stärke die Mehrheit der Anbieter.

Die höchsten Umverteilungseffekte sind für die beiden Hauptwettbewerber ALDI in Mühlenbeck sowie REWE in Schildow zu erwarten. So befindet sich der **ALDI-Lebensmitteldiscounter** lediglich 400 m vom EDEKA-Markt entfernt und hat durch die Lage im Zentrum Mühlenbecks ein vergleichbares Einzugsgebiet. Bei einer Umverteilungsquote von 6% und einem prognostiziertem Umsatzrückgang von knapp 0,4 Mio. € sind für den kürzlich neu gebauten Lebensmitteldiscounter existenzielle Wirkungen auszuschließen.

Dies gilt adäquat für den derzeit im Bau befindlichen Vollsortimenter **REWE im Zentrum Schildow**, der sich zukünftig mit einem modernen Konzept präsentieren wird. Der Supermarkt ist zwar 2,8 km entfernt, hat jedoch als Vollsortimenter eine vergleichbare Sortimentsausrichtung wie der EDEKA-Markt, weshalb ebenfalls eine Umverteilungsquote von 6% erwartet wird. Der moderne Vollsortimenter wird vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung und offener Marktpotenziale bei einem prognostizierten Umsatzrückgang von 0,44 Mio. € nicht gefährdet.

Deutlich geringer werden die beiden Märkte von **Netto Marken-Discount** und **NETTO im zentralen Versorgungsbereich Zentrum Schildow** sein. Diese sind rd. 3 km vom Projektstandort entfernt und stärker auf das Discountsegment ausgerichtet. Die Umverteilungsquoten sind mit 3% folglich geringer und die Umsatzumverteilungseffekte bleiben im Bereich der Spürbarkeitsschwelle.

Der **Netto Marken-Discount** in der **Nahversorgungslage Stieleichenstraße** ist stärker auf die Gemeinde Glienicke/Nordbahn ausgerichtet. Bei einer Entfernung von 5 km bleiben die Umverteilungen mit einer Umverteilungsquote von 2% auf marginalem Niveau.

Die weiteren **Lebensmittelhandwerksbetriebe, Getränkemärkte und ein Zoofachhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Mühlenbeck und Schildow** weisen nur Teilsortimente des EDEKA-Vollsortimenters auf und stehen damit nur in geringem Maße im Wettbewerb. Existenzielle Wirkungen sind folglich auszuschließen.

9.3. Auswirkungen durch das resultierende Verkehrsaufkommen

Großflächige Einzelhandelsvorhaben können durch das zusätzlich induzierte Verkehrsaufkommen zu Belastungen der infrastrukturellen Ausstattung führen. Deshalb sind folgende Gesichtspunkte zu betrachten:

- die verkehrsmäßige Anbindung des Projektstandortes (vgl. Abschnitt 5),
- die Belastung des Straßennetzes durch zusätzliches Verkehrsaufkommen,
- sowie Voraussetzungen zur Aufnahme des ruhenden Verkehrs.

Aussagen hierzu sind durch die Ermittlung des mit dem Ersatzneubau potentiell induzierten Verkehrsaufkommens möglich. Zur Berechnung des Kundenverkehrsaufkommens hat sich eine Berechnungsmethode auf Grundlage der Umsatzprognose und eines durchschnittlichen Einkaufsbetrages je Kunde als praktikabel erwiesen. Die Berechnung ist zusammenfassend in nachfolgender Tabelle dargestellt, nachfolgend werden die einzelnen Rechenschritte und die zugrunde liegende Datenbasis erläutert.

Tabelle 10: Berechnung des induzierten Verkehrsaufkommens

	Bestandsmarkt	Planvorhaben
Umsatzprognose	2,90 Mio €	6,60 Mio €
durchschnittl. Einkaufsbetrag pro Kunde	15,29 €	15,29 €
Anteil zahlender Kunden	95%	95%
Anteil PKW-Kunden	70%	70%
Öffnungstage pro Jahr	300	300
mittlere Öffnungszeit pro Tag	13 h	13 h
Anzahl Gesamt-Kunden pro Tag	670	1.510
Anzahl PKW-Kunden pro Tag	470	1.060
Anzahl PKW-Kunden pro Stunde	36	82
An- und Abfahrten pro Stunde	72	164
mittlere Aufenthaltsdauer der Kunden	0,5	0,5
benötigte Stellplatzanzahl	18	41
<small>Quelle: Nielsen, zitiert in Statista: Bonsumme im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Betriebsformen 2015, Dossier Lebensmittelhandel in Deutschland (2017), BBE-Berechnung 2020</small>		
zu erwartende Öffnungszeiten	7:00 - 20:00 Uhr	7:00 - 20:00 Uhr

Der durchschnittliche Einkaufsbetrag pro Kunde ist für Supermärkte mit 15,29 Euro anzusetzen.¹⁸

Nur wenige Kunden besuchen den Markt ohne Kaufabschluss, bei ca. 95% der Kunden ist von einem Kaufabschluss auszugehen. Mit der angestrebten Kundenorientierung sowohl auf fußläufige Erreichbarkeit als auch eine sehr gute ÖPNV-Erreichbarkeit durch die Lage im Zentrum von Mühlenbeck ist von einem Pkw-Kundenanteil von 70% auszugehen.

¹⁸ Quelle: EHI Retail Institute, Durchschnittliche Einkaufsbeträge im stationären Handel - Einkaufsbeträge nach Branchen 2018/2019.

In der Verknüpfung aus Umsatzprognose, durchschnittlichem Einkaufsbetrag sowie 300 Öffnungstagen pro Jahr bei einer durchschnittlichen Öffnungszeit von 13 Stunden¹⁹ lassen sich die Auswirkungen auf den fließenden Verkehr mit der Berechnung in Tabelle 10 abschätzen.

Der zukünftige Lebensmittelmarkt mit Bäcker mit dem prognostizierten Maximalumsatz von ca. 6,6 Mio. € wird demnach täglich von durchschnittlich 1.510 Kunden besucht, wovon 1.060 Kunden mit dem Pkw kommen. Insgesamt ergeben sich bei einer Öffnungszeit von 13 Stunden ca. 82 Pkw-Kundenbesuche pro Stunde mit 164 Fahrzeugbewegungen (je eine Zu- und Abfahrt).

In der Bewertung ist zu berücksichtigen, dass das Kundenverkehrsaufkommen im Wochenablauf stärkeren Schwankungen unterliegt, bevorzugte Einkaufstage sind Freitag und Samstag. An diesen beiden Tagen liegt die Kundenfrequenz ca. 50% über den Durchschnittswerten, folglich bis zu 123 Pkw-Kunden pro Stunde.²⁰ Im Vergleich mit der Bestandssituation ist folglich mit einer Zunahme um durchschnittlich 46 Pkw-Kunden pro Stunde, bzw. von 69 Pkw-Kunden pro Stunde in der Spitzenfrequenz, auszugehen.

Die Ermittlung eines Parkplatzbedarfes basiert auf der errechneten Kundenfrequenz pro Stunde und bezieht i. d. R. eine mittlere Verweildauer der Kunden ein. Ausgehend von der oben errechneten mittleren Pkw-Kundenfrequenz und einer mittleren Verweildauer der Kunden von ca. 30 Minuten errechnet sich überschlagsmäßig ein durchschnittlicher Bedarf von ca. 41 Parkplätzen für den Lebensmittelmarkt. Zur Spitzenfrequenz beträgt der Parkplatzbedarf bis zu 62 Stellplätze. Zusätzlich zu berücksichtigen sind Mitarbeiter-Parkplätze. Die geplante Stellplatzanzahl von 82 Parkplätzen deckt somit auch die Spitzenfrequenz ab und trägt zu einer Minimierung des Parksuchverkehrs bei.

¹⁹ Aktuelle Öffnungszeit EDEKA in Mühlenbeck: Mo - Sa 7:00 Uhr bis 20:00 Uhr.

²⁰ vgl. HDE: Verteilung der Umsätze im deutschen Einzelhandel auf die Wochentage im Jahr 2013 nach Branchen (in Prozent), unter www.handelsdaten.de

9.4. Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept / Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnaher Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Da es sich bei dem aktuellen Vorhaben lediglich um eine Erweiterung durch den Ersatzneubau handelt, sind die prognostizierten Mehrumsätze insgesamt begrenzt, sie sind jedoch im Kontext aller Wettbewerbsentwicklungen im Standortumfeld zu werten.

Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich diesbezüglich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

- Der Projektstandort befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Zentrum Ortsteil Mühlenbeck. Mit dem Ersatzneubau und der damit verbundenen Verkaufsflächenerweiterung wird der zentrale Versorgungsbereich nachhaltig gestärkt. So ist der EDEKA-Markt mit dem ALDI-Lebensmitteldiscounter einer der beiden Magnetbetriebe von dessen Frequenz die weiteren kleineren Anbieter im Umfeld profitieren können.
- Neben der Stärkung des Zentrums von Mühlenbeck ist mit dem Ersatzneubau auch eine Sicherung und Qualifizierung der wohnungsnaher Versorgung im Ortsteil Mühlenbeck sowie der wohnortnahen Versorgung im weiteren Gemeindegebiet verbunden.
- Bisher fließen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ca. 16,1 Mio. € aus dem Einzugsgebiet ab. Mit dem Ersatzneubau ist es partiell möglich bisher abfließende Kaufkraft in der Gemeinde Mühlenbecker Land zu binden.
- Die Bevölkerungszahl ist in den letzten Jahren stark angestiegen und auch perspektivisch ist von einer stabilen bis steigenden Bevölkerungszahl auszugehen. Damit fügt sich das Vorhaben in die positive Nachfrageentwicklung ein.
- Der Projektstandort zeichnet sich durch eine allumfassende, sehr gute Erreichbarkeit aus, sowohl fußläufig als auch mit dem Pkw und dem ÖPNV. Gegenüber der jetzigen Situation wird sich die Anfahrtssituation mit dem Auto durch Parkplätze vor der Immobilie verbessern.
- Schädliche Auswirkungen auf die Lebensmittelmärkte von ALDI, REWE, Netto Marken-Discount und NETTO in der Gemeinde Mühlenbecker Land können durch das Vorhaben ausgeschlossen werden. Die Umverteilungseffekte bleiben mit einer maximalen Umverteilungsquote von 6% für die Märkte von REWE und ALDI auf geringem Niveau. Der Lebensmitteldiscounter ALDI wurde im Jahr 2019 neueröffnet und der REWE-Markt wird Ende 2020 sich mit einem neuen Konzept präsentieren, so dass existenzielle Wirkungen ausgeschlossen werden können. Die Umverteilungen für die weiteren Anbieter bleiben auf sehr geringem Niveau.
- Das Vorhaben ist mit dem Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land kompatibel. Gemäß Leitlinie 1 sollten die Potenziale „*folglich vorrangig auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden.*“²¹ Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde darüber hinaus die EDEKA-Verlagerung im Zentrum Ortsteil Mühlenbeck und-Erweiterung auf 1.500 m² Verkaufsfläche geprüft.

²¹ BBE Handelsberatung GmbH: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mühlenbecker Land S. 63.

Zusammen mit den Vorhaben von REWE und ALDI wurde die Erweiterung als städtebaulich positiv bewertet.

- Mit dem Verlagerungsvorhaben ist eine mittel- bis langfristige Sicherung der Grundversorgung in der Gemeinde Mühlenbecker Land verbunden. Bereits kurzfristig stellt das Vorhaben eine strukturelle Verbesserung der Nahversorgung dar, da der einzige Vollsortimenter im Ortsteil Mühlenbeck deutlich aufgewertet wird. Schädliche Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO werden nicht induziert, sondern das Zentrum von Mühlenbeck und die Nahversorgung durch das Vorhaben gestärkt.

9.5. Landesplanerische Beurteilung des Projektvorhabens

Gemäß dem Ziel 2.6 des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte gebunden werden.²² Zunächst ist festzustellen, dass die Gemeinde Mühlenbecker Land ohne zentralörtliche Funktionszuweisung bleibt. Inwiefern eine Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen gemäß Ziel 2.12 jedoch auch außerhalb zentraler Orte möglich ist, wird nachfolgend geprüft.

Die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden dürfen gemäß Ziel 2.7 nicht wesentlich beeinträchtigt werden (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).²³ Gegen dieses Beeinträchtigungsverbot würde in der Regel verstoßen, wenn durch das Vorhaben die Versorgungsstrukturen in benachbarten Zentralen Orten beeinträchtigt würden, das heißt Betriebe geschlossen würden, die für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind. Das Einzugsgebiet des Projektstandortes bleibt auf das Gemeindegebiet von Mühlenbecker Land beschränkt, auch gegenüber Standorten in angrenzenden Gemeinden konnten keine existenziellen Auswirkungen nachgewiesen werden (vgl. Abschnitte 7 und 9.2). Benachbarte zentrale Orte und die Versorgung in benachbarten Gemeinden werden folglich nicht gefährdet.

Entsprechend Grundsatz 2.8 sollen neue oder zu erweiternde Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten der zentralörtlichen Funktion entsprechen. Die Gemeinde Mühlenbecker Land verfügt über keine zentralörtliche Funktion, das Vorhaben konzentriert sich ausschließlich auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung. Kundenbindungen von außerhalb des Gemeindegebietes sind nur im Ausnahmefall zu erwarten. Das Planvorhaben entspricht gängigen Marktkonzepten und der Versorgungsfunktion der Gemeinde Mühlenbecker Land.

Gemäß dem Grundsatz 2.11 soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.²⁴ Als einschlägiger Bezugsraum für die maximale Kaufkraftbindung ist laut der Begründung zu G 2.11 der für jeden Zentralen Ort anzunehmende Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes zu werten. Als Ort ohne zentralörtliche Funktion bezieht sich dieser für die Gemeinde Mühlenbecker Land lediglich auf das Gemeindegebiet. Bezogen auf das dort vorhandene Marktpotenzial erzielt das Planvorhaben ausschließlich eine Bindungsquote von 14% (vgl. Abschnitt 9.1).

Nach dem Ziel 2.12 ist die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen auch außerhalb Zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Zudem wird festgelegt, dass die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1.500 Quadratmeter nicht überschreiten darf und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten werden müssen.

Hierzu ist festzustellen:

- Gemeinsam mit dem ALDI-Lebensmitteldiscounter ist der Vollsortimenter EDEKA ein wichtiger Nahversorger in Mühlenbeck, der mit dem Ersatzneubau gesichert und qualifiziert wird.
- Der Standort befindet sich im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich Zentrum Ortsteil Mühlenbeck.
- Die für den Einzelhandel relevante Verkaufsfläche beträgt 1.463 m² und bleibt damit unter der Grenze von 1.500 m² Verkaufsfläche.

²² Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg, 2019, S. 21.

²³ ebd.

²⁴ ebd.

Auswirkungsanalyse - Ersatzneubau EDEKA in der Gemeinde Mühlenbecker Land

- Der EDEKA-Markt bietet auf rund 95% der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente an, so dass die Grenze von 75% eingehalten wird.

Das Vorhaben ist mit allen Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg kompatibel.

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge des geplanten Ersatzneubaus und der damit verbundenen Verkaufsflächenerweiterung des EDEKA-Vollsortimenters in der Gemeinde Mühlenbecker Land keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Projektstandort liegt in zentraler Lage im Ortskern von Mühlenbeck und ist damit Teil des zentralen Versorgungsbereichs Mühlenbeck.
- Mit dem Ersatzneubau ist damit eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs verbunden, wovon auch die weiteren inhabergeführten Geschäfte im direkten Umfeld profitieren können.
- Durch die zentrale Lage im Ortsteil verfügt der Standort über eine allumfassend sehr gute Erreichbarkeit. So ist das Planvorhaben sowohl mit dem Pkw, dem ÖPNV als auch fußläufig sehr gut zu erreichen. Damit kann der Standort innerhalb des Zentrums Mühlenbeck seine wohnungsnahen und wohnortnahen Versorgungsfunktionen wahrnehmen.
- Mit dem deutlich vergrößerten Vollsortimenter ist es möglich bisher aus dem Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft in der Gemeinde Mühlenbecker Land stärker zu binden. Darüber hinaus wird sich die Aufenthaltsqualität beim Lebensmittelmarkt in einer neuen Immobilie deutlich erhöhen, was zu einer Qualifizierung der Nahversorgung beiträgt.
- Die Umsatzprognose für das Vorhaben beträgt 6,6 Mio. €. Bei Bindungsquoten bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten für das Gesamtvorhaben von 24% im Kerneinzugsgebiet und 12% bzw. 8% im erweiterten Einzugsgebiet kann eine dominante Stellung des Vorhabens ausgeschlossen werden.
- Schädliche Auswirkungen auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche Zentrum Ortsteil Schildow und Zentrum Ortsteil Mühlenbeck sowie die Nahversorgung in der Gemeinde Mühlenbecker Land können aus den errechneten Umverteilungen nicht abgeleitet werden. Vielmehr ist durch den Ersatzneubau eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Mühlenbeck zu erwarten.
- Die Parkplatzsituation wird sich durch den Ersatzneubau deutlich verbessern und die Verkehrsbelastung wird sich durch die gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, dem Pkw und zu Fuß nicht wesentlich erhöhen.
- Das Vorhaben ist sowohl mit den Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Mühlenbecker Land als auch dem Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg kompatibel.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich das Vorhaben in die örtliche Struktur einordnet. Der zentrale Versorgungsbereich Zentrum Ortsteil Mühlenbeck sowie die Nahversorgungsstrukturen der Gemeinde Mühlenbeck werden damit insgesamt gestärkt und perspektivisch gesichert. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung nach § 11 Abs. 3 BauNVO können somit ausgeschlossen werden.

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

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung

Leipzig, 5. August 2020



i. V. Richard Engel
Projektleitung

Anhang, Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmitteldiscounter:

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Nonfood-Umsatzanteil ca. 10 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke)
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt:

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche
- Eingeschränktes Sortiment
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

Supermarkt:

- Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 66 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Verbrauchermarkt:

- Verkaufsfläche über 1.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort.

SB-Warenhaus:

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration