

Wissen schafft Zukunft.

Auswirkungsanalyse

zur Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des REWE-Planvorhabens in der Stadt Wriezen

Auftraggeber:

REWE Markt GmbH
Zweigniederlassung Ost
Rheinstr. 8
14513 Teltow

27.01.2025

Ihre Ansprechpartner:

Richard Engel
(Senior Consultant)

Dr. Ulrich Kollatz
(Regionalleiter Ost)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig

Tel +49 341 98386 73
E-Mail kollatz@bbe.de / engel@bbe.de

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Planung: Ersatzneubau und Erweiterung REWE in Wriezen

Ausgangssituation



- Die BBE Handelsberatung GmbH hat im Jahr 2023 eine Auswirkungsanalyse für mehrere Planvorhaben mit anschließender Empfehlung zur Größendimensionierung erstellt. Auf dessen Grundlage wurde für die Stadt Wriezen ein Nahversorgungskonzept erstellt, in welchem im Ergebnis ein Zentren- und Standortkonzept für die Nahversorgung zur Verfügung steht, welches durch die Stadtverordnetenversammlung am 21.03.2024 beschlossen wurde.
- Die Weiterentwicklung des REWE-Bestandsstandortes war ebenfalls Teil der Auswirkungsanalyse und des Nahversorgungskonzeptes. So soll mit einem Ersatzneubau die Verkaufsfläche von derzeit 1.477 m² auf 2.000 m² ansteigen.



- Der Projektstandort befindet sich aktuell im unbeplanten Innenbereich. Zur Realisierung des Vorhabens ist jedoch ein Bebauungsplanverfahren nötig. Das Einzelhandelsvorhaben unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Danach dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung auch umliegender Kommunen ausgehen.



- Die Frage der potenziell schädlichen Auswirkungen kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Vorhabens sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche bewertet werden.
- Als Entscheidungsgrundlage für das Genehmigungsverfahren wird ein gutachterlicher Nachweis erforderlich, dass durch den projektierten Ersatzneubau ausgelöste, schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Grundversorgung in der Stadt Wriezen sowie in angrenzenden Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Datengrundlagen der Untersuchung

Methodische Vorgehensweise

Vor-Ort-Recherchen



- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikrostandort-Situation unter dem Aspekt der Einordnung in das direkte Umfeld und der Versorgungsfunktionen



Erhebung relevanter Anbieter



- Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) im Untersuchungsgebiet.
- Weiterhin wird die geplante Erweiterung des LIDL-Marktes an der Frankfurter Straße von 835 m² auf 1.077 m² berücksichtigt.



Umsatzschätzung



- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern



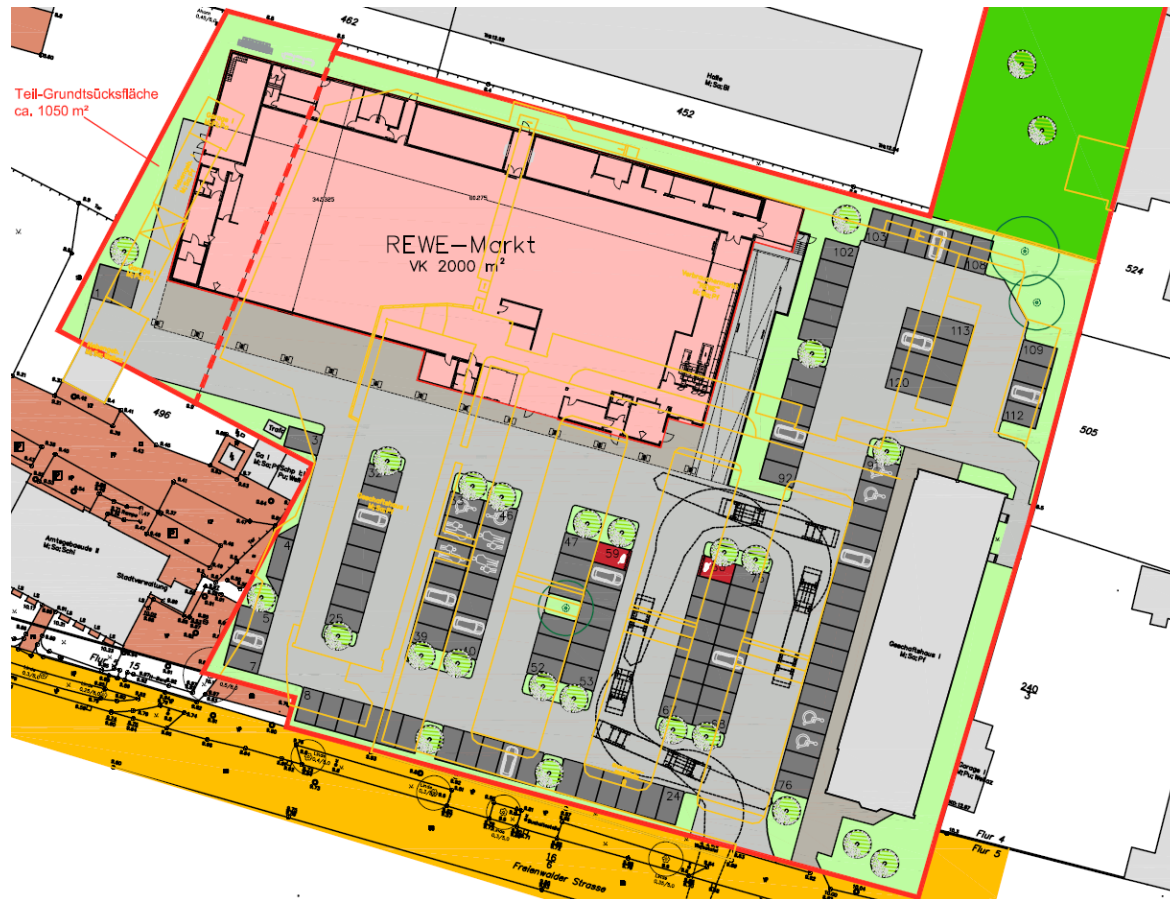
Nutzung sekundärstatistischer Daten



- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. soziodemografische Kennzahlen, Nahversorgungskonzept der Stadt Wriezen mit Beschluss vom 23.04.2024)

Ersatzneubau des bestehenden REWE-Marktes mit Verkaufsflächenerweiterung

Projektplanung



- Der bestehende REWE mit Super- und Getränkemarkt wird abgerissen und durch einen Neubau am bestehenden Standort des REWE-Marktes ersetzt. Das östliche Geschäftshaus soll dabei erhalten bleiben.
- Die Gesamtverkaufsfläche des neu errichteten REWE-Marktes wird sich von 1.477 m² auf 2.000 m² um 523 m² Verkaufsfläche erhöhen und sich dabei auf einer zusammenhängenden Verkaufsfläche präsentieren.
- Nach Angaben der Firma REWE ist das Angebotskonzept auch weiterhin vorrangig auf Lebensmittel sowie die Nonfood I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet, weshalb der Anteil an Nonfood II-Artikeln unterhalb von 10% der Verkaufsfläche liegen wird.¹⁾
- 120 Stellplätze sollen die Erreichbarkeit sicherstellen.

Quelle: Bauplanungsbüro Skalda,
Entwurfsplanung 25.06.2024

¹⁾ Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Nonfood II-Waren fallen in Lebensmittelmärkten alle Produkte, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Nonfood I-Waren) sind. Unter Nonfood II-Waren fallen somit u.a. Haus- und Heimtextilien, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die in wöchentlich wechselnden Aktionen angeboten werden. Die angebotenen Waren sind dabei im Gegensatz zum Fachhandel dem Discountbereich zuzuordnen

Gründe für die Verkaufsflächenerweiterung REWE: übersichtliche Warenpräsentation, kundenfreundlicher Warenzugang

Angebotskonzept



- Supermärkte verfügen über ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Heimtiernahrung).
- Darüber hinaus wird ein eng begrenztes Randsortiment (< 10 % der Verkaufsfläche) angeboten. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Schreib- und Papierwaren, Haushaltswaren, Bücher und Zeitschriften sowie Schnittblumen.



- Das Sortiment der Supermärkte wurde in den letzten Jahren stetig erweitert und vertieft und umfasst zwischen 12.000 und 25.000 Artikel.
- Der Schwerpunkt liegt auf Markenprodukten und Eigenmarken. Daneben gibt es ein auf lokale oder regionale Besonderheiten abgestimmtes Angebot, eine breite Auswahl an Frischeprodukten, die überwiegend an der Bedienungstheke angeboten werden, sowie frisch zubereitete und verpackte SB-Angebote.



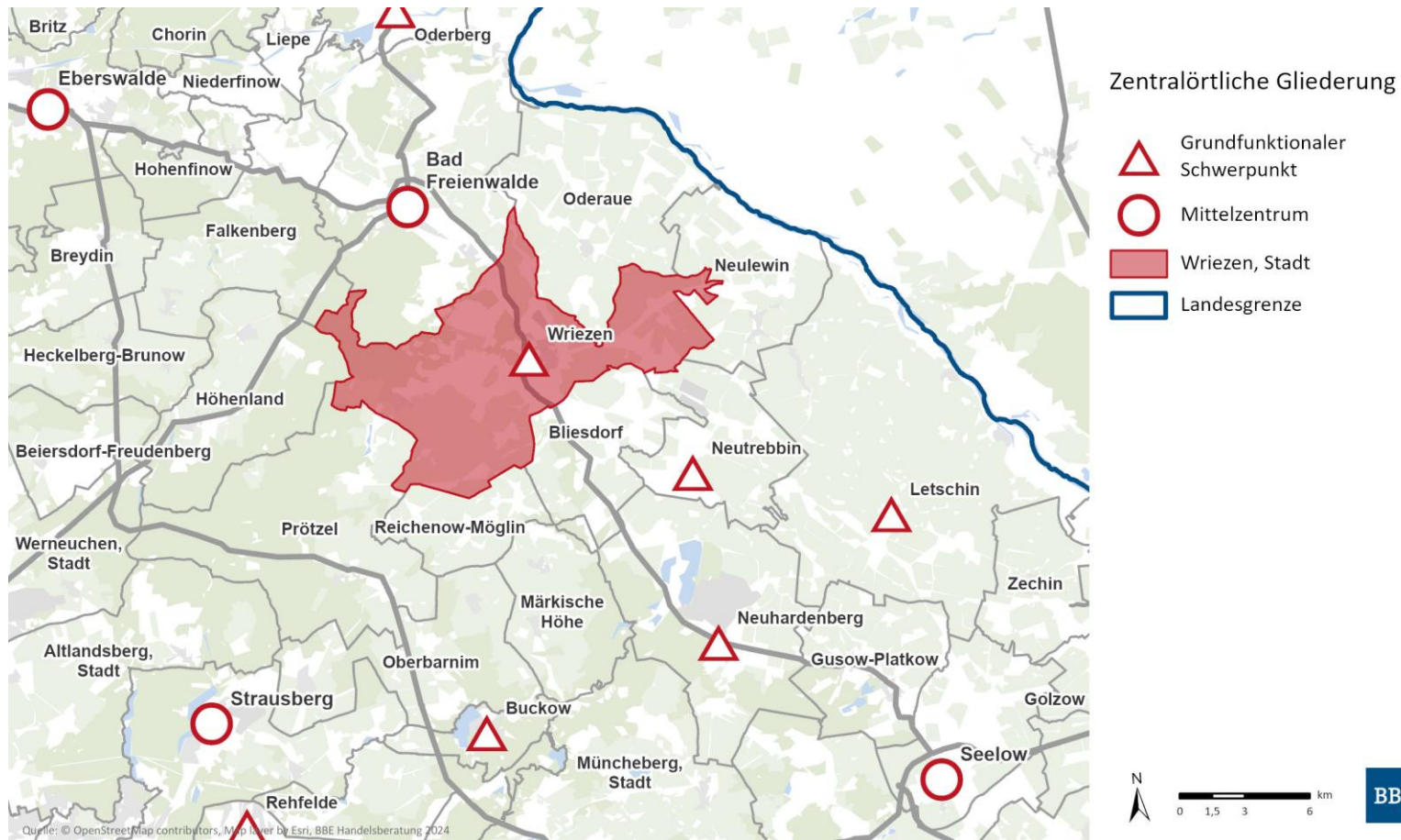
- Neben der Sortimentsausweitung der letzten Jahre sollen moderne Supermärkte auch eine attraktivere Einkaufsatmosphäre schaffen, mit breiteten Gängen, niedrigeren Regalen und aufwändigerer Warenpräsentation.
- Um die notwendige Sortiments- und Servicekompetenz zu vermitteln, liegt die Verkaufsfläche eines modernen Supermarktes mittlerweile zwischen 1.500 und 2.500 m².

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Stadt Wriezen: Grundfunktionaler Schwerpunkt in ländlicher Region

Lage und zentralörtliche Funktion der Stadt Wriezen



- Die Stadt Wriezen gehört zum Landkreis Märkisch-Oderland im Bundesland Brandenburg. Die Stadt befindet sich südlich von den Gemeinden Bad Freienwalde (Oder) und Oderaue, im Osten grenzen Neulewin und Neutrebbin an und im Süden Bliesdorf sowie Reichenow-Möglin. Richtung Westen befinden sich die Gemeinden Falkenberg, Höhenland und Prötzel. Die Struktur ist insgesamt ländlich und vor allem im Umfeld von Wriezen durch kleinere Gemeinden des Amtes Barnim-Oderbruch geprägt.
- Die Stadt Wriezen übernimmt nach den Vorgaben des Landesentwicklungsplans keine zentralörtliche Funktion, besitzt aber aufgrund der Entfernung in westlicher, südlicher und östlicher Richtung zur nächsten Stadt mit ausgeprägtem Handelsbesatz eine wichtige Versorgungsfunktion für direkt angrenzenden Gemeinden. Im Sachlichen Teilregionalplan "Regionale Raumstruktur und Grundfunktionale Schwerpunkte" (2021) der Regionalen Planungsgemeinschaft Oderland-Spree wird die Stadt Wriezen als Grundfunktionaler Schwerpunkt ausgewiesen.

Stadt Wriezen mit negativer Bevölkerungsentwicklung und geringer Kaufkraft

Strukturdaten des Makrostandortes

Strukturdaten	Wriezen	Landkreis Märkisch-Oderland	Brandenburg
Zentralörtliche Funktion	Grundfunktionaler Schwerpunkt	-	-
Bevölkerung ¹⁾			
30.11.2023	7.200	201.111	2.581.667
31.12.2013	7.379	187.668	2.449.193
Veränderung ggü. 2013 (Index)	1 97,6%	107,2%	105,4%
Bevölkerungsprognose 2023-2030 in % ²⁾			
31.12.2030	6.632	199.916	2.539.221
Veränderung ggü. 2023 (Index)	2 92,1%	99,4%	98,4%
Pendler ³⁾			
Einpendler (30.06.2023)	902	21.097	176.314
Auspendler (30.06.2023)	2.039	47.009	320.694
Pendlersaldo (30.06.2023)	3 4 -1.137	-25.912	-144.380
Einzelhandelskaufkraft 2023 (Index) ⁴⁾	4 82,1	96,5	95,9
Einzelhandelszentralität ⁴⁾		77,9	87,5

1) Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistische Berichte

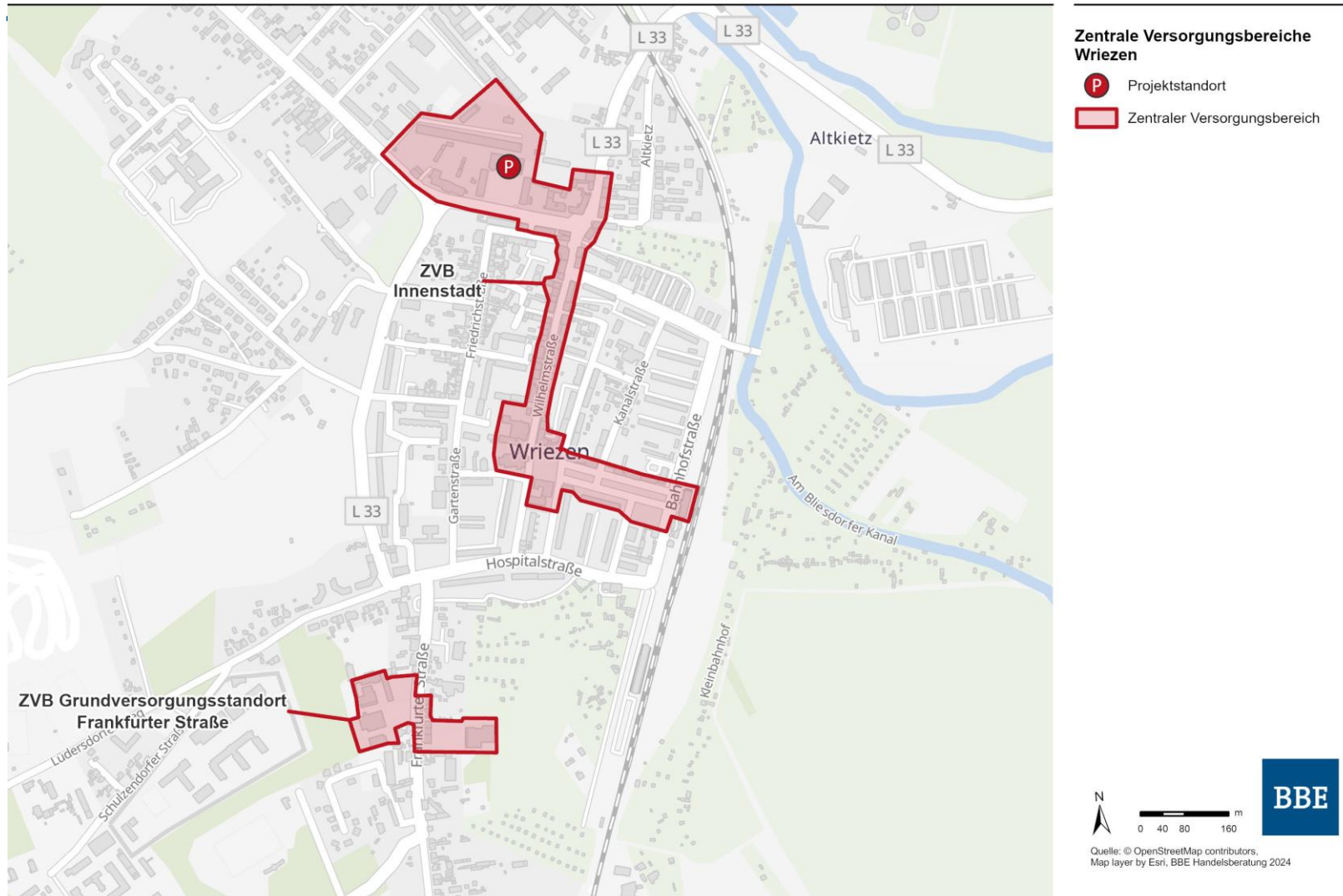
2) Landesamt für Bauen und Verkehr, Bevölkerungsvorausschätzung 2020 bis 2030. Ämter, Verbandsgemeinden und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg

3) Bundesagentur für Arbeit: Gemeindedaten sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort Stand: 30.06.2023

4) BBE!CIMA!MB-Research Einzelhandelskaufkraft und Einzelhandelszentralität

- 1** Zum 31.12.2023 verfügt die Stadt Wriezen über 7.200 Personen. Die Stadt weist in den letzten Jahren einen leichten Bevölkerungsrückgang von 2,4% auf. Damit ist die Bevölkerungsentwicklung negativer im Vergleich zum Landkreis Märkisch-Oderland (+7,2%) und des Landes Brandenburg (+5,4%). Gerade Gemeinden im Umland von Berlin können ein Bevölkerungswachstum verzeichnen.
- 2** Bis zum Jahr 2030 soll sich die Bevölkerungszahl in Wriezen auf 6.632 um weitere knapp 8 Prozent reduzieren. Da für das Jahr 2025 mit 6.891 Personen gerechnet wird, deutet die aktuelle Entwicklung auf eine positivere Entwicklung hin. So hat sich die Bevölkerungszahl im Jahr 2023 lediglich um 21 Personen reduziert.
- 3** Die Stadt Wriezen weist ein deutlich negatives Pendlersaldo von -1.137 auf. Insbesondere nach Bad Freienwalde, Strausberg und Berlin pendeln Menschen aus.
- 4** Das Kaufkraftniveau liegt mit 82,1 deutlich unter dem Niveau des Landkreises Märkisch-Oderland (96,5) und des Landes Brandenburg (95,9).

Projektstandort ist Teil des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



- Im Nahversorgungskonzept der Stadt Wriezen aus dem Jahr 2024 wurde eine Standortstruktur mit zwei zentralen Versorgungsbereichen definiert.
- Die zentralen Versorgungsbereiche sind hierarchisch gegliedert. Die „Innenstadt“ ist dabei das hierarchisch höchste Zentrum, welcher sich der zentrale Versorgungsbereich „Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße“ funktional unterordnet.
- Der Projektstandort ist Teil des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. In diesem soll Handel prioritär entwickelt werden. Der REWE-Markt mit ergänzenden Anbietern im direkten Umfeld stellt dabei den nördlichen Handlungsschwerpunkt der Innenstadt dar.

REWE-Markt mit ergänzenden Anbietern ist Magnetstandort in der nördlichen Innenstadt von Wriezen

Mikrostandort mit vielfältigem Wohnumfeld



Mikrostandort

- P Projektstandort
- H ÖPNV
- Zentraler Versorgungsbereich



Quelle: © Esri Basemaps

BBE

- Der REWE-Markt an der Freienwalder Straße ist Teil eines Einzelhandelskomplexes im nordwestlichen Bereich der Innenstadt. Am Projektstandort sind neben REWE aktuell ein Imbiss, eine Apotheke, ein Fachhandel für Bürobedarf und ein Pflegedienst eingebunden.
- Westlich des Standorts befindet sich die Stadtverwaltung Wriezen, nördlich gewerbliche Nutzungen, östlich Wohngebäude mit Ladenzeile und südlich der weitere Verlauf der Innenstadt mit der Wilhelmstraße als Fußgängerzone bis zum Markt.
- Der Standort ist durch seine Lage in der Innenstadt allumfassend sehr gut zu erreichen. So befindet sich die Bushaltestelle „Wriezen, Stadtverwaltung“ am Standort und die Bevölkerung kann den Standort durch die zentrale Lage sehr gut fußläufig erreichen. Die Hauptverkehrsachse von Wriezen liegt nur 100 m westlich des Standorts, weshalb in Verbindung mit den ebenerdigen Parkplätzen eine sehr gute Pkw-Anbindung gegeben ist.

Planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO

Genehmigungsrechtliche Situation

- Der Projektstandort befindet sich aktuell im unbeplanten Innenbereich. Zur Realisierung des Vorhabens ist ein Bebauungsplanverfahren erforderlich. Das Einzelhandelsvorhaben unterliegt somit der planungsrechtlichen Beurteilung nach §30 BauGB in Verbindung mit §11 Abs. 3 BauNVO. Innerhalb des § 11 Abs. 3 BauNVO heißt es:
„1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“
- Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden aber auch auf die infrastrukturelle Ausstattung und den Verkehr.
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:
 - Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹⁾
 - Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.
- Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten. Dies ist für den REWE-Vollsortimenter gegeben.

¹ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Lebensmittelmärkte als wesentliche Wettbewerber

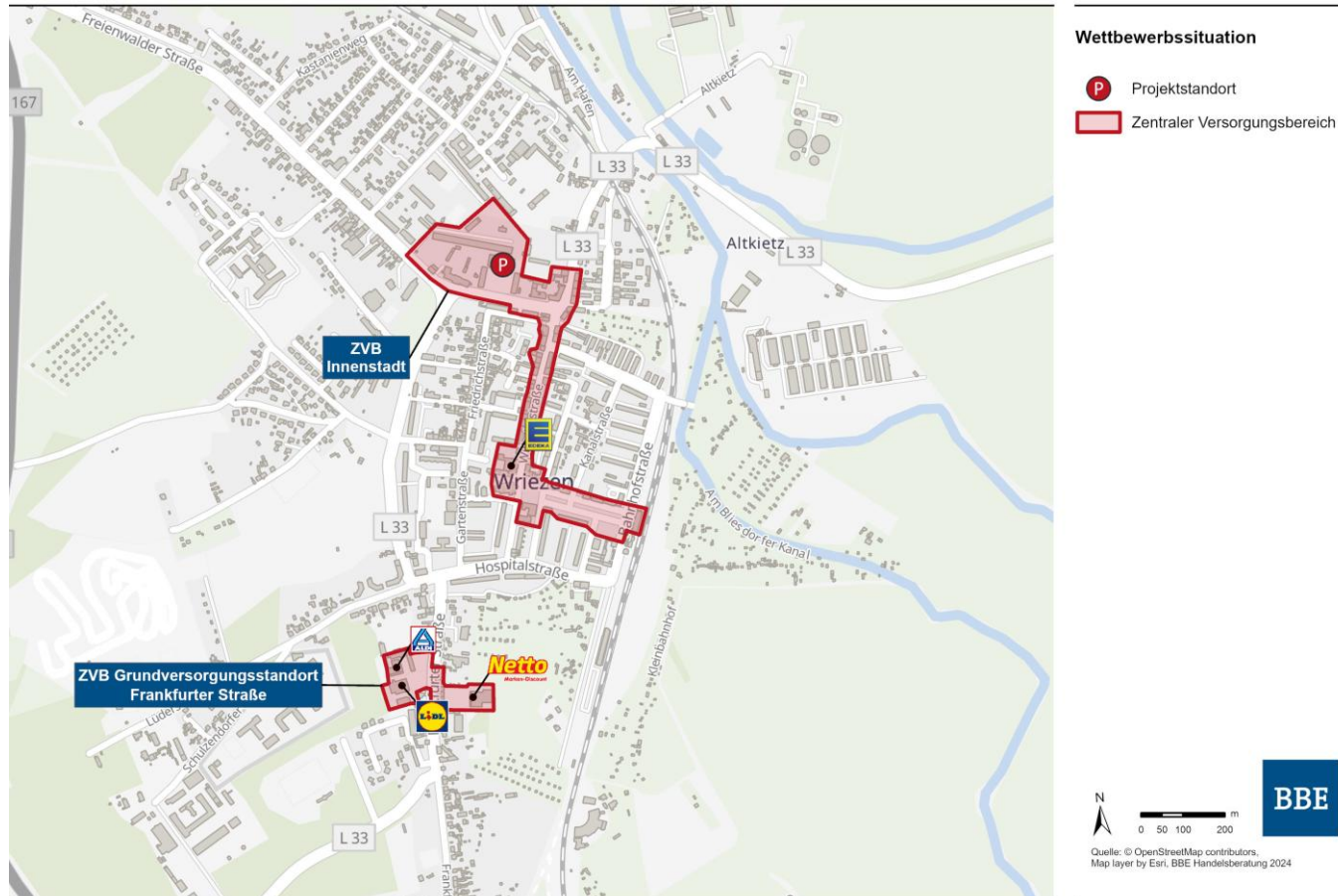
Wettbewerbssituation



- Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich auf die strukturprägenden Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln im Untersuchungsraum.
- Zu den Wettbewerbern zählen somit die weiteren Lebensmittelmärkte von EDEKA, LIDL, ALDI und Netto Marken-Discount in der Stadt Wriezen. Diese weisen eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben auf und dienen dem Versorgungseinkauf.
- Das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehandel) bzw. der sonstige Fachhandel (z.B. Parfümerien) stehen – maßgeblich aufgrund einer anderen Angebotsausrichtung bzw. Kundenansprache – dagegen nur untergeordnet im Wettbewerb mit dem Vorhaben.
- Gleichwohl werden die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen.

Stadtgebiet Wriezen als Untersuchungsraum

Wettbewerbssituation im Überblick



- In Bad Freienwalde, Strausberg und Letschin bestehen umfassende Angebotsstrukturen. Eine Kundenorientierung ist auch zukünftig nur aus dem Raum Wriezen zu erwarten, weshalb dieser auch als Untersuchungsraum anzusehen ist.
- Gemäß Nahversorgungskonzept sind die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße in der Stadt Wriezen besonders zu berücksichtigen. Wie die nebenstehende Karte verdeutlicht, befinden sich zugleich alle Lebensmittelmärkte der Stadt Wriezen innerhalb dieser zentralen Versorgungsbereiche.
- Als Hauptwettbewerber ist der zweite Vollsortimenter EDEKA in der Innenstadt zu bewerten. Der Grundversorgungsstandort ist mit den Anbietern LIDL, ALDI und Netto Marken-Discount discountgeprägt (Funktionsteilung lt. Nahversorgungskonzept).
- Alle weiteren Anbieter stehen durch die Entfernung oder andere Angebotsausrichtung nicht oder nur marginal im Wettbewerb mit dem Vorhaben.

Zwei zentrale Versorgungsbereiche mit insgesamt fünf Lebensmittelmärkten sind wichtigste Träger der Nahversorgung in Wriezen

Verkaufsfläche und Umsätze der nahversorgungsrelevanten Wettbewerbsstandorte

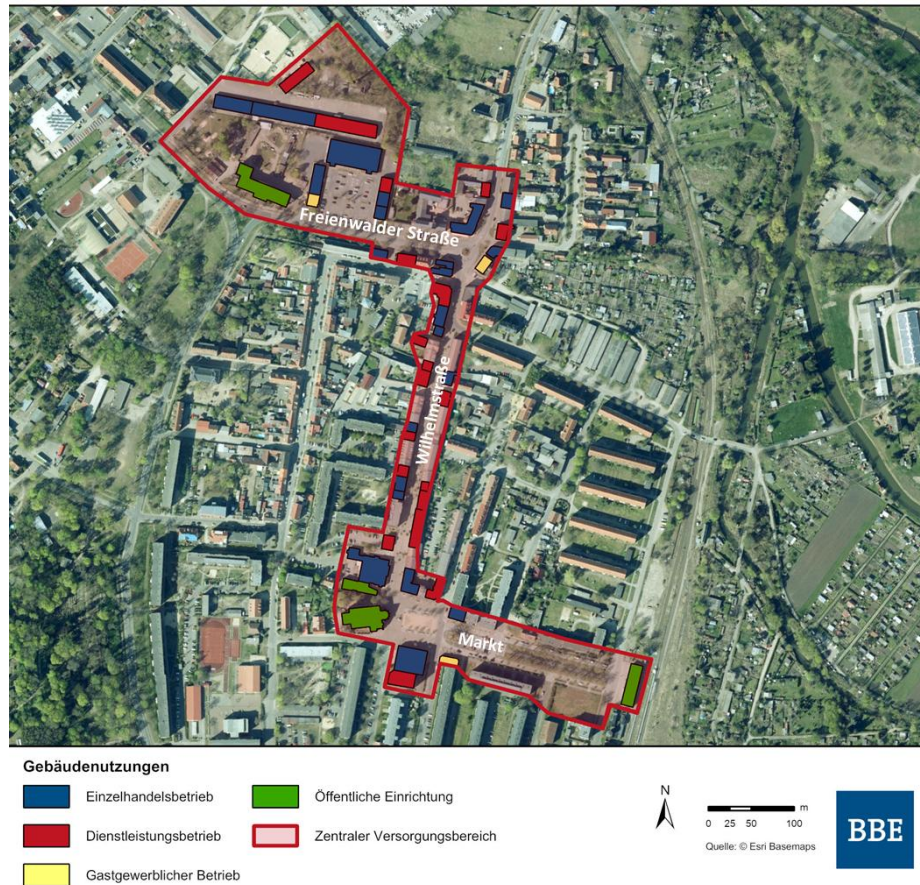
Standortstrukturen	Verkaufs- fläche	Umsatz gesamt	Umsatz Lebens- mittel	Umsatz Nonfood I
	in m ²	in T€	in T€	in T€
Projektstandort ZVB Innenstadt REWE	1.497	6.410	5.960	370
ZVB Innenstadt EDEKA	650	2.670	2.240	350
ZVB Innenstadt sonstige Anbieter	1.820	2.540	1.560	470
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße LIDL+Getränkemarkt	1.373	5.290	4.630	320
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße ALDI / Netto	1.970	9.000	7.420	870
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße sonstige Anbieter	220	1.010	870	0
sonstige Anbieter im Stadtgebiet Wriezen	210	1.160	1.160	0
Einzugsgebiet gesamt	7.740	28.080	23.840	2.380

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

- Bei Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung und des Umsatzes wird der Fokus der Nahversorgung auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche deutlich. Knapp 4.000 m² Verkaufsfläche und ein Umsatz von rd. 11,6 Mio. € entfallen auf die Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten der Innenstadt, beim Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße sind es knapp 3.600 m² und ein Umsatz von rd. 15,3 Mio. €. Auf sonstige Lagen entfallen lediglich kleinere Anbieter, was die starke Stellung der beiden Zentren in Wriezen verdeutlicht.
- Von den insgesamt 21 Anbietern mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind vor allem die Lebensmittelmärkte von REWE, EDEKA, ALDI, Netto Marken-Discount und LIDL die Träger der Nahversorgung in der Stadt Wriezen. Die weiteren Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie Lebensmittelfachgeschäfte stellen jedoch eine wichtige Ergänzung zu den Lebensmittelmärkten dar.

REWE und EDEKA Magnetanbieter der Innenstadt, die als Vollsortimenter untereinander im Wettbewerb stehen

Wettbewerbssituation – Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Städtebauliche Situation

Die Innenstadt ist das historische Zentrum von Wriezen und weist im Vergleich zu den weiteren Standorten eine städtebaulich höhere Qualität auf. Die Wilhelmstraße ist die Fußgängerzone von Wriezen und lädt zum Flanieren ein. Die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt schließt nördlich den Bestandsstandort von REWE, die Stadtverwaltung und die rückseitigen Fachmärkte an der Freienwalder Straße ein. In südlicher Richtung wurde der Marktplatz inkl. Bahnhof eingebunden, um Entwicklungsmöglichkeiten vor dem Hintergrund des geplanten Bahnanschlusses in Richtung Berlin nutzen zu können.

Einzelhandelsstruktur

Aktuell sind der Innenstadt insgesamt sieben nahversorgungsrelevante Anbieter zuzuordnen, darunter die beiden Supermärkte (REWE und EDEKA), ein Getränkemarkt, zwei Bäcker, ein Fleischer und eine Parfümerie. Die Anordnung der Anbieter ist dabei als städtebaulich idealtypisch zu bewerten. Adäquat zu einer Knochenform in Einkaufszentren befindet sich mit REWE ein Magnetanbieter am nördlichen Ende des zentralen Versorgungsbereichs und mit EDEKA ein Magnetanbieter am südlichen Ende, wodurch positive Frequenzeinflüsse für die zwischenliegende Fußgängerzone erwartet und angestrebt werden. In der Wilhelmstraße gibt es in den projektrelevanten Branchen noch einen Bäcker sowie eine Parfümerie und in nördlicher Verlängerung dazu in der Straße Odervorstadt einen Fleischer, welche die beiden Lebensmittelmärkte sehr gut ergänzen.

Als weiterer Vollsortimenter in der Innenstadt von Wriezen ist der EDEKA als Hauptwettbewerber zu bewerten. Als kleinerer Supermarkt hat der Vollsortimenter eine schwächere Marktposition. Mit seiner zentralen Lage im Stadtgebiet und der Nähe zum Bahnhof ist der Supermarkt stärker auf fußläufige Kunden und Zugfahrende ausgerichtet.

Hauptwettbewerber

- EDEKA, rd. 650 m² VKF

Lebensmitteldiscounter von ALDI, Netto Marken-Discount und LIDL stehen ebenfalls stark im Wettbewerb mit dem REWE-Markt

Wettbewerbssituation – Zentraler Versorgungsbereich Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße



Gebäudenutzungen

- Einzelhandelsbetrieb
- Dienstleistungsbetrieb
- Gastgewerblicher Betrieb
- Zentraler Versorgungsbereich



0 10 20 40 m
Quelle: © Esri Basemaps



Städtebauliche Situation

In der südlichen Kernstadt von Wriezen befindet sich der Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches umschließt die Grundstücke der Lebensmittelmärkte und ergänzenden Anbieter im direkten Umfeld. Der Schwerpunkt des Standorts liegt dabei eindeutig bei Lebensmitteldiscountern, die Grundversorgungsfunktionen für die Stadt Wriezen und das weitere Einzugsgebiet übernehmen.

Einzelhandelsstruktur

Am Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße existieren nach der Verlagerung des ALDI-Marktes aus der Heinrich-Lempuhl-Straße mit ALDI, LIDL und Netto Marken-Discount insgesamt drei Lebensmitteldiscounter, so dass der Grundversorgungsstandort im Vergleich zur Innenstadt anders ausgerichtet ist. Mit einem Getränkemarkt, einem Bäcker, einem Fleischer, einer Apotheke sowie einem Geschäft mit Nonfood-Sortimenten übernimmt der Standort umfassende Nahversorgungsfunktionen für den Grundfunktionalen Schwerpunkt Wriezen. Der ALDI-Markt präsentiert sich nach Verlagerung in modernem Zustand, LIDL und Netto Marken-Discount zeigen sich mit typischem Konzept. Für den LIDL-Markt ist eine Erweiterung von 835 m² Verkaufsfläche auf 1.077 m² geplant. Zusätzlich soll der Getränkemarkt erweitert und ein Multisortimenter angesiedelt werden. Die öffentliche Auslegung zum Bebauungsplan "Erweiterung eines LIDL-Marktes, eines Getränkemarktes und Neuerrichtung eines Multisortimenters" läuft derzeit.

Insgesamt ergibt sich durch die Kopplungseffekte ein sehr wettbewerbsfähiger Standort mit wohnungsnahen Versorgungsfunktionen im südlichen Kernstadtbereich und wohnortnahen Versorgungsfunktionen für das Stadtgebiet von Wriezen. Der REWE-Markt steht insbesondere mit den Lebensmittelmärkten im Wettbewerb.

Hauptwettbewerber

- ALDI, rd. 1.020 m² VKF
- Netto Marken-Discount, rd. 950 m² VKF
- LIDL, aktuell rd. 835 m² VKF – Erweiterung auf 1.077 m² geplant

Quelle: Nahversorgungskonzept für die Stadt Wriezen, S. 26

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Angebotsattraktivität und Distanzen bestimmen die Einkaufsorientierung

Einzugsgebiet des Vorhabens

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Vorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit den Teilraum dar, in dem das Vorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt.

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

1

die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,

2

der von Verbrauchenden in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,

3

die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,

4

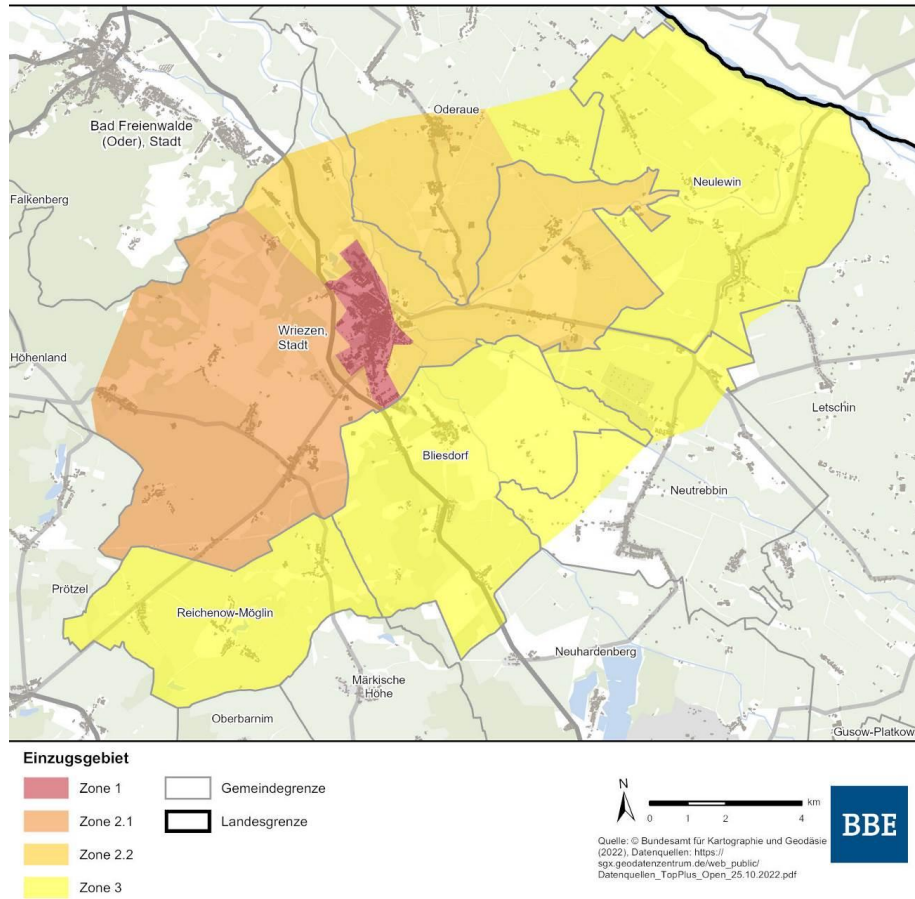
die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,

5

die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert.

Einzugsgebiet fokussiert sich auf die Stadt Wriezen und direktes Umland

Einzugsgebiet des Vorhabens



Unter Berücksichtigung der Siedlungsstruktur der Stadt Wriezen, der Erreichbarkeit des REWE-Marktes und der weiteren Wettbewerbssituation ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- Das Kerneinzugsgebiet (Zone 1) umfasst die Kernstadt von Wriezen. So ist der REWE-Markt sehr gut aus der Kernstadt auch fußläufig zu erreichen, so dass in diesem Bereich die höchste Kundenbindung besteht.
- Die Zone 2.1 schließt sich westlich an das Kerneinzugsgebiet an. Diese beinhaltet die weiteren westlichen Ortsteile der Stadt Wriezen ohne eigene Lebensmittelanbieter, weshalb auch aus diesem Bereich eine Kundenbindung zum REWE-Markt zu erwarten ist, die jedoch aufgrund der Entfernung zum Projektstandort im Vergleich zur Zone 1 geringer ist.
- Dies gilt adäquat für die Zone 2.2, die zu wesentlichen Teilen die östlichen Ortsteile von Wriezen und Teile der südlichen Ortsteile von Oderaue umfasst. In diesen gibt es keine Lebensmittelmärkte, weshalb eine Kundenbindung zu erwarten ist.
- Zur Zone 3 gehören die Gemeinden Neulewin, Bliedorf, Reichenow-Möglin sowie Teile von Neutrebbin. Obwohl die Gemeinden nicht mehr zu Wriezen gehören, besteht bereits aktuell eine ausgeprägte Kundenorientierung nach Wriezen, da keine eigenständigen Nahversorgungsstrukturen existieren und die Lebensmittelmärkte in Letschin, Strausberg oder Bad Freienwalde sich in noch größerer Entfernung befinden. Es ist somit davon auszugehen, dass auch aus diesen Gemeinden die Bevölkerung den Projektstandort in erheblichem Umfang aufsuchen wird.

Quelle: ¹⁾ GfK: Einwohner auf Straßenabschnitte 2023

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet beträgt knapp 30 Mio. €

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet



- Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Stadtgröße das Verhältnis des in den relevanten Postleitzahlgebieten verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.
- Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente liegt im Einzugsgebiet bei 84,9 und somit deutlich unter dem Niveau des Bundesdurchschnitts (= 100,0).



- Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 3.190 € für nahversorgungsrelevante Sortimente im Bundesdurchschnitt. Gewichtet mit der spezifischen Kaufkraftkennziffer in den Gemeindegebieten ergibt sich im Einzugsgebiet ein Ausgabebetrag von 2.708 €.
- Hieraus errechnet sich bei einer Bevölkerungszahl von 10.984 im Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von 29,75 Mio. €. Differenziert nach den Einzugsgebietszonen entfällt auf das Kerneinzugsgebiet ein Marktpotenzial von 12,6 Mio. €, auf Zone 2.1 von 4,4 Mio. €, auf Zone 2.2 von 4,2 Mio. € und auf Zone 3 von 8,5 Mio. €.

	Bevölkerung abs. ¹⁾	Kaufkraftkennziffer Food und Nonfood I	Verbrauchsausgaben Food und Nonfood I in €	Nahversorgungsrel. Kaufkraftpotenzial in T€ ²⁾
Kernstadt Wriezen Zone 1	4.636	85,4	2.723	12.625
Westliche Ortsteile Wriezen Zone 2.1	1.601	85,4	2.723	4.360
Östliche Ortsteile Wriezen/Bereiche von Oderaue Zone 2.2	1.527	86,9	2.771	4.231
Gemeinden Bliesdorf, Neulewin, Reichenow-Möglin, Bereiche von Oderaue und Neutrebbin Zone 3	3.220	83,1	2.650	8.534
Einzugsgebiet gesamt	10.984	84,9	2.708	29.750

Quellen: ¹⁾ GfK: Einwohner auf Straßenabschnitte 2023; ²⁾ BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben

Kaufkraftzuflüsse in der Stadt Wriezen, bezogen auf das Einzugsgebiet leichte Kaufkraftabflüsse

Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet



- Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar und sind ein Indikator für die Beurteilung weiterer Entwicklungsspielräume im Einzugsgebiet.



- Dem im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Food- und Nonfood I-Sortimenten vorhandenen Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 29,75 Mio. € steht aktuell ein Umsatz von nur ca. 26,2 Mio. € gegenüber, letzterer ist dem Stadtgebiet Wriezen zuzuordnen. Bezogen auf das Einzugsgebiet ergibt sich somit bei einer Kaufkraftbindungsquote von 88,1% ein Kaufkraftabfluss von rd. 3,5 Mio. €.
- Wird das Nachfragepotenzial der Stadt Wriezen von 19,6 Mio. € dem nahversorgungsrelevanten Umsatz 26,2 Mio. € gegenübergestellt, errechnet sich hingegen bei einer Kaufkraftbindungsquote von 133,7% ein Kaufkraftzufluss von 6,6 Mio. €. Dies zeigt die gefestigte Grundversorgung der Wriezener Anbieter in der betrachteten Region.

	Marktpotenzial Food + Nonfood I in T€	relevanter EH- Umsatz in T€	Kaufkraft- bindung in %	Saldo in T€
Stadt Wriezen	19.607	26.220	133,7	6.613
weiteres Einzugsgebiet	10.143		0,0	-10.143
Einzugsgebiet gesamt	29.750	26.220	88,1	-3.530

Quellen: BBE-Berechnung auf Basis von BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Ersatzneubau mit Verkaufsflächenenerweiterung führt zur einer Attraktivitätssteigerung des REWE-Marktes und einem Mehrumsatz

Umsatzleistung des Vorhabens

- Die Abschätzung des durch den Ersatzneubau zu erwartenden Mehr-Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzenlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.
- Die Umsatzerwartung des Vorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.
- Für das Vorhaben sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:
 - Der bestehende REWE-Markt stellt sich bereits heute als wichtiger Magnetstandort im nördlichen Bereich der Wriezener Innenstadt dar. Diese auch städtebaulich angestrebte Funktion spiegelt sich in der Einstufung als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt gemäß Nahversorgungskonzept wider.
 - Die REWE-Filiale ist am gegenwärtigen Standort etabliert. Darüber hinaus bleiben die grundsätzlichen Standortfaktoren wie die Verkehrslage, die Sichtbarkeit und die Fernwirkung des Vorhabens unverändert. Eine wesentliche Veränderung der Ausstrahlungskraft des Ersatzneubaus ist daher nicht abzuleiten.
 - Durch den Ersatzneubau und die damit geplante Erweiterung des Lebensmittelmarktes kann ein bereits etablierter Vollsortimenter in der Wriezener Innenstadt gesichert und gestärkt werden.
 - Durch die geplante Erweiterung der Verkaufsfläche auf ca. 2.000 m² ist von einer Attraktivitätssteigerung des REWE-Marktes und einer damit einhergehenden Umsatzsteigerung auszugehen.
 - Der durchschnittliche Umsatz eines REWE-Marktes in Deutschland beträgt nach sekundärstatistischen Daten ca. 7,2 Mio. €. Damit erreicht REWE bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 1.543 m² Verkaufsfläche eine Flächenproduktivität von rd. 4.510 € je m² Verkaufsfläche.¹⁾
- Unter Berücksichtigung der siedlungs- und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind im Sinne eines **Worst Case-Ansatzes** die maximal erreichbaren Marktanteile und damit der erwartbare Maximalumsatz zu ermitteln.

¹⁾ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2023/2024

Großteil des Umsatzes wird aus dem Kerneinzugsgebiet generiert

Marktanteile des Vorhabens (Worst Case-Ansatz)

	Kaufkraft- volumen Food & Nonfood I in T€	Marktanteil in %	Umsatz- erwartung gesamt in T€
Kernstadt Wriezen Zone 1	12.625	34%	4.300
Westliche Ortsteile Wriezen Zone 2.1	4.360	28%	1.200
Östliche Ortsteile Wriezen/Bereiche von Oderaue Zone 2.2	4.231	23%	1.000
Gemeinden Bliesdorf, Neulewin, Reichenow-Möglin, Bereiche von Oderaue und Neutrebbin Zone 3	8.534	16%	1.400
Einzugsgebiet gesamt	29.750	27%	7.900
Umsatzerwartung Nonfood II-Sortimente (4%)			300
Umsatzerwartung gesamt			8.200

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

- An der Freienwalder Straße baut der Ersatzneubau des REWE-Marktes auf eine bereits gute Marktstellung als Vollsortimenter auf. Mit einer geplanten Verkaufsfläche von 2.000 m² wird der Vollsortimenter annähernd die zielgruppenspezifischen Marktanteile für Vollsortimenter erschließen.
- Der Marktanteil wird im Kerneinzugsgebiet aufgrund der geringen Entfernung der Bevölkerung zum Markt mit 34% am höchsten sein. Bei einem Marktpotenzial von 12,6 Mio. € ergibt sich ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von 4,3 Mio. €.
- In den westlichen Ortsteilen von Wriezen ist die Marktaberschöpfung mit 28% mit etwas größerer Entfernung etwas geringer, dies gilt adäquat für die östlichen Ortsteile sowie Teile von Oderaue mit einem Marktanteil von 23%. Hieraus resultiert ein Umsatz von 1,2 Mio. € bzw. von 1,0 Mio. €.
- Die Zone 3 umfasst Gebiete der Gemeinden Bliesdorf, Neulewin, Reichenow-Möglin, Oderaue und Neutrebbin mit entsprechend größerer Entfernung zum Projektstandort, so dass der Marktanteil mit 16% deutlich abnimmt. Bei einem Marktpotenzial von 8,5 Mio. € ergibt sich ein Umsatz von 1,4 Mio. € aus Zone 3.
- Weiterhin sind Umsätze aus Nonfood II-Sortimenten zu erwarten. Diese weisen bei einem REWE-Vollsortimenter einen Umsatzanteil von 4% (0,3 Mio. €) auf.
- **Insgesamt ergibt sich für den Ersatzneubau des REWE-Marktes mit einer Verkaufsfläche von 2.000 m² ein Umsatz von rd. 8,2 Mio. €.**

Im Worst-Case liegt der jährliche Mehrumsatz bei max. 2,1 Mio. €

Umsatzleistung des REWE-Vorhabens

- Die Umsatzprognose für den REWE-Ersatzneubau basiert somit auf der bestehenden Marktstellung, berücksichtigt die zunehmende Standortattraktivität und eine damit verbundene maximal erzielbare Kundenbindung für die relevanten Funktionen als Vollsortimenter in der Innenstadt. Zugleich sind die maßgeblichen Wettbewerbsbeziehungen und eine erforderliche Umlenkung in der bisherigen Kundenorientierung eingeflossen, deren Folgewirkungen in den nachfolgenden Abschnitten hinsichtlich der städtebaulich-funktionalen Einordnung zu bewerten sind.¹⁾
- Im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes wird für den erweiterten REWE-Markt (ca. 2.000 m² Verkaufsfläche) folglich ein Umsatzvolumen von ca. 8,2 Mio. € p.a. prognostiziert. Dieser Wert liegt damit deutlich über dem durchschnittlichen Umsatz des REWE-Filialnetzes von 7,2 Mio. € p.a..²⁾
- Der Ersatzneubau des REWE-Markt hebt die bisherige Trennung von Supermarkt und Getränkemarkt auf, was sich positiv auf die Flächenproduktivität auswirkt. Bei steigender Gesamtattraktivität des Standortes ist ungeachtet der Verkaufsflächenerweiterung von einer nahezu gleichbleibenden Flächenproduktivität von rd. 4.100 €/m² auszugehen.
- Die Flächenproduktivität ist zwar damit unterhalb des Durchschnitts von REWE, allerdings baut das Vorhaben bei einer geringen Kaufkraft im Einzugsgebiet bereits auf eine unterdurchschnittliche Flächenproduktivität auf und die üblicherweise zu erwartende, produktivitätsmindernde Wirkung einer Verkaufsflächenerweiterung wird vermieden. Zudem ist die Verkaufsfläche mit 2.000 m² deutlich über dem Durchschnitt von REWE mit 1.543 m². Durch den Ersatzneubau und die Erweiterung des **REWE-Marktes** würde sich ein **zusätzlicher Umsatz** von **2,1 Mio. €** ergeben.

Vorhaben		Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Bestand	REWE	1.477 m ²	4.130 €/m ²	6.100 T€
Plan	REWE	2.000 m ²	4.100 €/m ²	8.200 T€
Standortentwicklung gesamt		+ 523 m²		2.100 T€

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

¹⁾ Zur realitätsnahen Betrachtung des „worst case“ sind unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Verhältnisse geeignete Modelle wie z.B. die Marktanteilmethode oder die Kaufkraftstrom-Modellrechnung heranzuziehen und nicht nur Flächenproduktivitätszahlen anderer Regionen. vgl. gif-Richtlinie Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Seiten 142 ff.

²⁾ vgl. Die durchschnittliche Flächenproduktivität von REWE beträgt bei einem durchschnittlichen Filialumsatz von 7,2 Mio. € rd. 4.510 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 3.638 Märkte der Firma REWE ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 1.543 m² (Quelle bulwiengesa / TradeDimensions, Stand 2022).

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Mehrumsatz als Grundlage für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen

Umverteilungseffekte - Methodik

- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben zu betrachten.
- Da die Bestandsfiliale jedoch langjährig am Markt ansässig ist und ihre Wettbewerbsswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge der geplanten Neuaufstellung nur der zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der Attraktivitätssteigerung ergibt und der zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn durch die Realisierung entsteht nicht mehr Kaufkraft, sondern diese wird lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/Wettbewerbsstandorten anders umverteilt.
- Bei der Beurteilung, ob im Rahmen der Neuaufstellung bzw. Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu berücksichtigen, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb in seiner bisherigen (genehmigten) Größe bereits am Untersuchungsstandort vorhanden ist.¹⁾
- Diese Verfahrensweise hat auch das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt²⁾. Dort heißt es wörtlich: *„Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Neuaufstellung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“*
- Die Neuaufstellung eines bereits am Markt etablierten Einzelhandelsbetriebes stellt folglich keine Neuansiedlung dar, sodass bei der Beurteilung möglicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung im Wesentlichen auf den sich aus der Verkaufsflächenerweiterung ergebenden Attraktivitätsgewinn abzustellen ist.
- Dabei ist eine – realitätsnahe – Betrachtung des Worst-Cases, also des aus städtebaulicher Sicht unter realistischen Annahmen ungünstigsten Falles notwendig. Allerdings ist auch bei der Worst-Case-Prognose ein realitätsnaher Maßstab anzulegen, *„der nicht nach theoretischen Möglichkeiten fragt, sondern die konkreten Gegebenheiten im Plangebiet zugrunde legt und auf dieser Grundlage die realistischerweise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt.“³⁾*

• ¹⁾ Vgl. Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE sowie vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

• ²⁾ Vgl. BVerwG 4 B 3.09

³⁾ Vgl. BVerwG, Urteil vom 27.03.2013, 4 CN 6.11

Änderung des räumlichen Einkaufsverhaltens führt zu Umsatzverlusten bei den Wettbewerbern

Umverteilungseffekte - Kaufkraftstrom-Modellrechnung

- Wie bereits dargelegt, wird der erweiterte REWE-Ersatzneubau einen Umsatz in Höhe von maximal 8,2 Mio. € erzielen, folglich 2,1 Mio. € mehr gegenüber dem Bestand. Dieser Mehrumsatz kann der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in der Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein.
- Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. In das Prognosemodell fließen folgende Faktoren ein:
 - Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet,
 - Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Wohnorten der Kundschaft im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbern,
 - Standorte, Dimensionierung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
 - Attraktivität des geplanten REWE-Marktes,
 - geplante Erweiterung LIDL-Lebensmitteldiscounter und Getränkemarkt am Standort Frankfurter Straße.
- Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung in welchem Umfang von Umsatzverlusten in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.
- Die Veränderungen in der Kundschaftsorientierung, die damit verbundene Umsatzzumverteilung steht grundsätzlich nicht im Widerspruch zu erwünschten und zulässigen Wettbewerbseffekten. Erst wenn die ausgelösten Umverteilungen Größenordnungen annehmen, die den Fortbestand von Betrieben an schützenswerten Standorten gefährdet und daraus eine verminderte Funktionswahrnehmung beispielsweise eines zentralen Versorgungsbereiches resultiert, sind negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO nicht auszuschließen.

Marktpositionierung der Wettbewerber, Entfernung und Zeitdistanzempfindlichkeit beeinflussen die Höhe der Umsatzverluste

Umverteilungseffekte - Annahmen

- Der Abschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte liegen folgende Annahmen zugrunde:
 - Die durch den REWE-Ersatzneubau hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die bisher als maßgebliche alternative Zielstandorte für Kunden aus dem betrachteten Einzugsgebiet fungierten. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Vorhabens die im Wettbewerbsumfeld ansässigen Lebensmittelmärkte im Wriezener Stadtgebiet fungieren.
 - Der kleinteilige Einzelhandel (z. B. Lebensmittel-Fachgeschäfte und -handwerk) sowie spezialisierte Anbieter insbesondere in der Innenstadt stehen dagegen aufgrund der eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen und der abweichenden Marktpositionierung nur in begrenztem Wettbewerb mit dem Vorhaben.
 - Mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort nimmt grundsätzlich die Stärke der Wettbewerbseffekte ab. Dies bedeutet, dass Wettbewerber im näheren Umfeld der Vorhaben stärker von Umsatzzumverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt liegende Einzelhandelsbetriebe.
- Dies resultiert aus der Tatsache, dass die Attraktivität von Einzelhandelseinrichtungen aus Sicht der Konsumierenden mit zunehmender Zeitdistanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand abnimmt.
- Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf.
- Dies hat zur Folge, dass die Anbieterpräferenz im Lebensmittelhandel bereits bei einer relativ geringen Zunahme der Zeitdistanzen deutlich zurückgeht. Im Umkehrschluss kann aber eine verbesserte verbrauchernahe Versorgung zur spürbaren Verringerung weitreichender Kaufkraftabflüsse beitragen.

Geplante Erweiterung des LIDL-Marktes und Getränkemarkts in der Frankfurter Straße wird in die Modellrechnung einbezogen

Umsatzleistung des LIDL-Vorhabens

- Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz des REWE-Vorhabens prognostiziert und damit die absatzwirtschaftliche Bedeutung des Projektstandortes als "Worst-Case-Szenario" abgeschätzt. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass auch im Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße für den LIDL-Markt eine Verkaufsflächenerweiterung von 835 m² auf 1.077 m² und für den Getränkemarkt von 538 m² auf 673 m² angestrebt wird. Bereits in der Auswirkungsanalyse vom 9.3.2023¹⁾ wurde die Erweiterung des LIDL-Marktes miteinbezogen. Die geplanten Verkaufsflächen für den LIDL-Markt hat sich dabei gegenüber der Empfehlung aus der Auswirkungsanalyse nur geringfügig verändert (1.077 m² statt 1.069 m²), während der Getränkemarkt 73 m² mehr Verkaufsfläche aufweisen soll.
- Die höchste Flächenproduktivität der Lebensmittelmärkte wird auch weiterhin der Lebensmitteldiscounter LIDL mit einer Flächenproduktivität 4.900 €/m² erreichen. Diese ist für den Betreiber LIDL zwar unterdurchschnittlich²⁾, allerdings ist aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks, der unmittelbaren Nachbarschaft mit zwei weiteren Discountern, des begrenzten Einzugsgebiets und der geringen Kaufkraft kein höherer Umsatz erzielbar. Für den LIDL-Markt wird ein perspektivischer Gesamtumsatz von 5,3 Mio. € prognostiziert, so dass ein zusätzlicher Umsatz von 0,9 Mio. € erwartet wird.

- Für den Getränkemarkt wird mit einer Verkaufsfläche von 673 m² eine Flächenproduktivität von 1.500 €/m² prognostiziert, was zwar unterhalb des Durchschnitts in Deutschland³⁾ liegt, sich aber mit der großen Verkaufsfläche, der geringen Kaufkraft und einem zweiten Getränkemarkt im Stadtgebiet Wriezen erklärt.
- Insgesamt errechnet sich ein Mehrumsatz durch den erweiterten LIDL-Markt und Getränkemarkt von rd. 1,0 Mio. €, was in die Umverteilungsberechnung einzubeziehen ist.

Vorhaben		Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
Bestand	LIDL	835 m ²	5.300 €/m ²	4.400 T€
Bestand	Getränkemarkt	538 m ²	1.600 €/m ²	900 T€
Plan	LIDL	1.077 m ²	4.900 €/m ²	5.300 T€
Plan	Getränkemarkt	673 m ²	1.500 €/m ²	1.000 T€
Standortentwicklung gesamt		+ 377 m²		1.000 T€

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

- Die von der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG beauftragte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft RSM Ebner Stolz hat testiert, dass im deutschen Lidl-Filialnetz im Geschäftsjahr 2021 eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 7.442 €/m² Verkaufsfläche (netto) erwirtschaftet wurde. Unter Berücksichtigung eines durchschnittlichen Mehrwertsteuersatzes von 10 % ergibt sich für Lidl-Deutschland zu Endverbraucherpreisen ein Durchschnittswert von 8.180 €/m².
- Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (Hrsg.): Struktur und Marktdaten des Einzelhandels 2024, S. 16

1) BBE Handelsberatung GmbH (2023): Auswirkungsanalyse zu Wettbewerbsentwicklungen durch Lebensmittel- und Drogeriemärkte in der Stadt Wriezen

Spürbare Wettbewerbswirkungen auf weitere Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Wriezen

Umverteilungseffekte

Lage	Umsatz Food & Nonfood I	Umsatzumverteilung durch LIDL- Erweiterung		Marktsituation nach LIDL- Erweiterung	Umsatzumverteilung durch REWE- Vorhaben	
	in Mio. €	in %	in Mio. €		in %	in Mio. €
Projektstandort ZVB Innenstadt REWE	6,33	4%	0,25	6,08	100%	6,08
ZVB Innenstadt EDEKA	2,59	2%	0,05	2,54	14%	0,36
ZVB Innenstadt sonstige Anbieter	2,03	1%	*	2,02	3%	0,06
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße LIDL+Getränkemarkt	4,95	100%	4,95	5,87	6%	0,34
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße ALDI / Netto	8,29	6%	0,50	7,79	6%	0,44
ZVB Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße sonstige Anbieter	0,87	1%	*	0,85	2%	*
sonstige Anbieter im Stadtgebiet Wriezen	1,16	1%	*	1,14	2%	*
Umsatzumverteilung durch Vorhaben			0,85			1,22
Bestandsumsatz der Vorhaben Food & Nonfood I			4,95			6,08
zusätzliche Nachfrageerschließung im regionalen Einzugsgebiet (maximal +2 %-Punkte Bindungsquote)						0,60
Nonfood-Umsätze			0,50			0,30
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			6,30			8,20

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Spürbare Wettbewerbswirkungen auf weitere Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Wriezen

Umverteilungseffekte

- Wie bereits dargestellt, bildet die **absatzwirtschaftliche Wirkung der LIDL-Erweiterung** zunächst die Basis für die Bewertung des REWE-Vorhabens. Durch das Erweiterungsvorhaben auf 1.077 m² Verkaufsfläche beim Lebensmitteldiscounter und 673 m² beim Getränkemarkt muss ein Mehrumsatz von 1,0 Mio. € generiert werden, davon 0,85 Mio. € durch Umsatzumverteilungen im bestehenden Nahversorgungsangebot. Es ist bei der erreichten Marktposition der Lebensmitteldiscounter im Einzugsgebiet nicht davon auszugehen, dass eine zusätzliche Nachfrageerschließung realistisch ist.
- Die Umsatzumverteilung betrifft im verstärkten Maße den Wettbewerb der Discounter untereinander, d.h. die benachbarten Märkte von ALDI und Netto Marken-Discount müssen mit Umverteilungseffekten von bis zu 6% ihres aktuellen Umsatzes rechnen, daraus resultiert ein Umsatzanteil von 500 T€ für den erweiterten LIDL. Die beiden Vollsortimenter in der Innenstadt sind mit 4% (REWE) und 2% (EDEKA) sicherlich deutlich geringer betroffen. Alle weiteren Anbieter in Wriezen sind nur marginal, sicherlich unterhalb einer Spürbarkeitsschwelle betroffen. Auf die resultierende „Marktsituation nach LIDL-Erweiterung“ wirkt nun das Vorhaben von REWE.
- Es ist zu beachten, dass mit einem modernen **REWE-Vollsortimentskonzept mit 2.000 m² Verkaufsfläche**, was aktuell nicht in der Stadt Wriezen existiert, von einer Steigerung der nahversorgungsrelevanten Bindungsquote im Einzugsgebiet um 2%-Punkte auszugehen ist. Die Umverteilungen werden somit von 0,6 Mio. € zusätzlicher Nachfragebindung entlastet.
- Es verbleiben zweifellos weiterhin intensive Wettbewerbseffekte innerhalb der Standorte, diese betreffen sowohl die Lebensmitteldiscounter an der Frankfurter Straße (Umverteilungsquote 6%), vorrangig aber den innerstädtischen Wettbewerb zwischen REWE und EDEKA mit einer Umverteilungsquote von 14% und einem prognostizierten Umsatzrückgang von knapp 0,4 Mio. €. Für alle weiteren Anbieter sind nur noch geringe Effekte von maximal 3% des aktuellen Umsatzniveaus zu erwarten.
- Der Wettbewerb mit den Lebensmitteldiscountern entspricht im Saldo erwartungsgemäß etwa dem erwarteten Mehrumsatz des LIDL-vorhabens, dies ist eine spürbare aber keine existenzielle Wirkung.
- Anders ist die Einschätzung in der Innenstadt zu treffen, für den EDEKA-Bestandsmarkt zeichnet sich eine hohe, zweistellige Umverteilungsquote ab, die bezogen auf den aktuellen Marktauftritt existenzbedrohend ist, erforderlich ist in jedem Fall eine Weiterentwicklung des Standortes.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

REWE-Vorhaben qualifiziert Nahversorgung in der Stadt Wriezen

Städtebauliche Bewertung I

Für die städtebauliche Bewertung des REWE-Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden und die wohnungsnah Versorgung gefährdet wird. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

REWE-Planvorhaben entspricht jeweils der Modernisierung und Attraktivitätssteigerung eines bestehenden Lebensmittelmarktes

- Der REWE-Markt ist bereits langjährig als wichtige Nahversorger in Wriezen etabliert. Die beabsichtigte Erweiterung der Verkaufsfläche ist als derzeit branchentypische Entwicklung und Anpassung an aktuelle, marktfähige Konzepte zu bewerten. Der Vollsortimenter ordnet sich mit der verbliebenen Flächendimensionierung in die bestehenden örtlichen Angebotsstrukturen ein und kann als abgestimmt auf das Nachfragepotenzial im Untersuchungsgebiet betrachtet werden. Insbesondere ein moderner Vollsortimenter würde das Nahversorgungsangebot in Wriezen deutlich qualifizieren.

REWE-Planvorhaben ist eingebunden in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und entspricht somit einer städtebaulich geordneten Entwicklung der Nahversorgungsstruktur

- Der REWE-Markt befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Mit der Erweiterung des Vollsortimenters ist zunächst eine Stärkung der Innenstadt verbunden, gleichzeitig aber auch eine stärkere Funktionsbündelung im nördlichen Innenstadtbereich. Die Erweiterung der Verkaufsfläche des REWE-Markts führt zweifellos zu starken Wettbewerbseffekten gegenüber dem südlichen Funktionsschwerpunkt EDEKA, die Funktionswahrnehmung des gesamten Zentrums ist aber nicht gefährdet.
- Die Konzentration der Nahversorgungsfunktionen auf städtebaulich geordnete Standortstrukturen sichert auch mittel- bis langfristig deren quantitativen und qualitativen Erhalt. Die rückläufige Bevölkerungsentwicklung von Stadt und Region erfordert zugleich diese Ausrichtung auf leistungsfähige Standorte.

Planvorhaben führt zu einer Stärkung der Nahversorgungsstrukturen in Wriezen und zu begrenzten Wettbewerbseffekten in den Bestandsstrukturen

- Die Verkaufsfläche des REWE-Marktes soll sich nach dem Ersatzneubau um 523 m² Verkaufsfläche erhöhen, was einen Mehrumsatz von rd. 2,1 Mio. € induziert. Der Bestandsumsatz des REWE-Markts trägt somit zu 74% zum prognostizierten Umsatz bei.

REWE-Vorhaben führt zu einer stärkeren Schwerpunktsetzung im nördlichen Bereich der Wriezener Innenstadt

Städtebauliche Bewertung II

- Der erforderliche Mehrumsatz von 2,1 Mio. € für den REWE-Markt resultiert gemäß dem „Worst-Case-Szenario“ der Modellrechnung anteilig aus einer zusätzlichen Markterschließung, im Schwerpunkt aber aus Umsatzumverteilungseffekten in den Angebotsstrukturen. Dabei zeigt die Modellrechnung, dass die zu erwartenden Effekte unter Berücksichtigung des weiteren LIDL-Vorhabens in den Bestandsstrukturen als ausgeprägte Wettbewerbseffekte einzustufen sind.
- Insbesondere am Grundversorgungsstandort Frankfurter Straße basieren die Effekte anteilig auf Entwicklungen vor Ort. Ausgehend von dem gesamten Discounterbesatz ist eine Gefährdung der Funktionswahrnehmung als zentraler Versorgungsbereich nicht zu erwarten.
- Für den EDEKA-Bestandsmarkt zeichnet sich eine hohe, zweistellige Umverteilungsquote von summarisch bis zu 17% ab, die für den aktuellen Marktauftritt existenzbedrohend ist. Erforderlich wäre zumindest eine Weiterentwicklung, Modernisierung am Bestandsstandort, um diesen Magnetanbieter für die Innenstadt zu erhalten. Alternativ setzt sich das Nahversorgungskonzept der Stadt Wriezen aus dem Jahr 2023 mit Potenzialflächen im nördlichen Zentrumsbereich (Umfeld der Stadtverwaltung) sowie in Bahnhofsnähe am Markt auseinander, um Ersatzneubauten zu ermöglichen.¹⁾
- Zugleich ist noch einmal darauf zu verweisen, dass dieser Vollsortimenter-Wettbewerb sich innerhalb der Wriezener Innenstadt vollzieht. Dieser richtet sich nicht gegen innerstädtische Versorgungsfunktionen, sondern führt zu einer stärkeren Schwerpunktsetzung in der nördlichen Innenstadt.

Für alle weiteren Anbieter verbleiben die Umverteilungen auf einem Niveau unterhalb der städtebaulichen Relevanz.

Weiterentwicklung des REWE-Markts in der Stadt Wriezen gefährdet keine zentralen Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung benachbarter Gemeinden

- Das Einzugsgebiet des REWE-Markts konzentriert sich zunächst auf das eigene Stadtgebiet einschließlich aller Ortsteile, erschließt zusätzlich aber auch angrenzende Gemeinden ohne eigenständige Versorgungsstrukturen. Die bestehende Kundschaftsorientierung aus Neulewin, Bliesdorf, Reichenow-Möglin sowie Teilen von Neutrebbin und Oderaue zielt auf Wriezen als nächstgelegenen Versorgungsstandort. In dieser ländlich geprägten Siedlungsstruktur ist auch zukünftig die Entwicklung eigenständiger Angebotsstrukturen auf Grund fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeit nicht zu erwarten.
- Die aktuellen Bindungsquoten des Wriezener Einzelhandels zeigen eine bereits hohe Erschließung dieser Nachfragepotenziale, da alternative Angebotsstandorte in Letschin, Strausberg oder Bad Freienwalde noch größere Zeit-Wege-Aufwendungen bedeuten. Die damit verbundene, regionale Marktstellung des Wriezener Einzelhandels ist nur noch marginal steigerungsfähig (+2% Bindungsquote), so dass keine nennenswerte regionale Umlenkung von Kundschaftsströmen mit Folgewirkung Angebotsstrukturen in anderen Gemeinden zu erwarten ist.

1) Nahversorgungskonzept der Stadt Wriezen, 2023, S. 24 f., vgl. auch BBE Handelsberatung GmbH (2023): Auswirkungen zu Wettbewerbsentwungen durch Lebensmittel- und Drogeriemärkte in der Stadt Wriezen

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Relevante Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)

Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung



Ziel 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 Beeinträchtigungsverbot).“



Grundsatz 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 Einordnung 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 Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II Nr. 35 vom 13. Mai 2019 21 Nummer 1.1 angeboten werden. Soweit die Kaufkraft in einer Gemeinde eine Nachfrage für größere Verkaufsflächen im Bereich der Nahversorgung schafft, sind diese unter Beachtung des Kaufkraftpotenzials in der Gemeinde mit der oben genannten Sortimentsbeschränkung entwickelbar.
- 2) In den gemäß Z 3.3 festgelegten Grundfunktionalen Schwerpunkten ist die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen über die in Absatz 1 getroffenen Festlegungen hinaus zulässig, wenn die zusätzliche vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 000 Quadratmeter nicht überschreitet, wobei für diese keine Sortimentsbeschränkung zu beachten ist.“¹⁾

¹⁾ Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, S. 21f.

Planvorhaben stimmt mit den relevanten Zielen des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg überein

Kompatibilitätsprüfung mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung



Ziel 2.7: Schutz benachbarter Zentren

- Gegen das 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 ist zunächst auf Wriezen ausgerichtet und erschließt nur in Ergänzung dazu angrenzende Gebiete ohne Lebensmittelmärkte. Negative Auswirkungen auf benachbarte Zentren sind auszuschließen.



Grundsatz 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung

- Im einschlägigen Bezugsraum Stadt Wriezen leben 7.200 Personen, die im Durchschnitt jährlich 2.723€ für die projektrelevanten Sortimente ausgeben. Hieraus ergibt sich ein Marktpotenzial von rd. 19,6 Mio. €. Da durch das Projektvorhaben ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von rd. 7,9 Mio. € erzielt wird, bleibt das Vorhaben mit rd. 40% oberhalb der Schwelle von 25% Kaufkraftbindung.



Z 2.12 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte

- In Bezug zu Ziel 2.12 ist zu konstatieren, dass sich der Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt befindet und beim Vollsortimenter REWE auf „mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 1 Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II Nr. 35 vom 13. Mai 2019 21 Nummer 1.1“ entfallen.
- Mit einer Verkaufsfläche von 2.000 m² bleibt der Vollsortimenter unterhalb der Grenze von 2.500 m², die in Grundfunktionalen Schwerpunkten maximal landesplanerisch zulässig ist.

¹⁾ Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, S. 21f.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	19
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	24
6	Umverteilungseffekte	28
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
8	Einordnung des Vorhabens in den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg	38
9	Fazit	41

Vorhaben führt zu keinen negativen städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Auswirkungen

Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen, dass sich infolge des Vorhabens an der Freienwalder Straße in Wriezen gegenüber den vorhandenen Angebotsstrukturen wettbewerbliche, **jedoch keine schädlichen städtebaulich oder raumordnerisch relevanten Auswirkungen** im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ableiten lassen. Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Das Projektgrundstück befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt in städtebaulich integrierter Lage. Mit der Erweiterung des Vollsortimenters wird die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt qualifiziert und die Kompatibilität mit dem Nahversorgungskonzept der Stadt Wriezen ist gegeben.
- Der Standort weist eine vollumfänglich gute Erreichbarkeit auf, sowohl per Pkw, zu Fuß als auch per ÖPNV.
- Der REWE-Markt führt sowohl im Bestand als auch nach der Erweiterung als ausgeprägter Nahversorger auf mindestens 90% der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente.
- Der Umsatz des Lebensmittelmarktes baut bereits zu 74% auf dem Bestandsumsatz des Vollsortimenters auf. Durch den Ersatzneubau mit Verkaufsflächenerweiterung wird ein zusätzlicher Umsatz von rd. 2,1 Mio. € erwartet.

- Die Wettbewerbseffekte mit den im Stadtgebiet vorhandenen Lebensmitteldiscountern werden keine existenziellen Wirkungen induzieren. Für den EDEKA-Bestandsmarkt zeichnet sich eine Umverteilungsquote von summarisch bis zu 17% ab, die für den aktuellen Marktauftritt ohne Weiterentwicklung existenzbedrohend ist. Allerdings ist darauf zu verweisen, dass dieser Vollsortimenter-Wettbewerb sich innerhalb der Wriezener Innenstadt vollzieht und innerstädtische Nahversorgungsfunktionen auch weiterhin bestehen bleiben, auch wenn sich der Schwerpunkt in den nördlichen Bereich verschiebt.

» **In Summe können somit schädliche, städtebauliche Auswirkungen auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in der Stadt Wriezen und in den Nachbargemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden. Das Vorhaben ist mit den Zielen im Landesentwicklungsplan Hauptstadt-Region Berlin-Brandenburg kompatibel.**

Leipzig, im August 2024
BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i. V. Richard Engel
Projektleitung

The background of the slide is a close-up photograph of a person's hand holding a blue pushpin, which is pinned into a map. The map shows various colored lines representing roads or rivers. The lighting is soft, and the focus is on the hand and the pushpin.

Wissen schafft Zukunft.

Uferstr. 21
04105 Leipzig

Tel +49 341 98 386 73 / Fax +49 341 98 386 80
E-Mail kollatz@bbe.de / engel@bbe.de