



## Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Aldi Lebensmittel- discounters in der Hansestadt

### **STRALSUND**

#### Große Parower Straße

Auftraggeber: BGB - Grundstücksgesellschaft  
Herten

Projektbearbeitung: M. E. S. Irina Bodunova

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Raimund Ellrott  
Dipl.-Geogr.  
Stefanie Geßmann-Reichert

Projektverantwortung: Dr. Manfred Bauer

Dresden, im März 2013

**GMA**  
Beratung und Umsetzung

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl  
Königsbrücker Straße 31-33, 01099 Dresden  
Telefon: 0351 / 21 67 27 3, Fax: 0351 / 80 23 89 5  
Email: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz) Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

## Vorbemerkung

Im Januar 2013 erteilte die BGB-Grundstücksgesellschaft Herten in Abstimmung mit der Stadtverwaltung Stralsund der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) den Auftrag, die geplante Erweiterung eines Lebensmittelmarktes in Stralsund gutachterlich zu bewerten. Gemäß Angaben des Auftraggebers ist am Standort Große Parower Straße die Erweiterung eines Aldi Marktes um ca. 95 m<sup>2</sup> geplant.

Im Mittelpunkt vorliegender Analyse steht die Prüfung der wettbewerblichen und möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens. Konkret ist zu untersuchen, ob und in welchem Umfang durch das Erweiterungsvorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Geschäften, insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen der Hansestadt Stralsund, ausgelöst werden und ob hieraus eventuell städtebaulich relevante Effekte resultieren.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA Veröffentlichungen der Stadt Stralsund, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Weiterhin wurden von der GMA im Februar 2013 eine Besichtigung des Standortes sowie eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum vorgenommen. Sämtliche Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, statistisch aufbereitet und ausgewertet.

Die vorliegende Analyse dient der Entscheidungsvorbereitung und Entscheidungsfindung im Rahmen des laufenden bauplanungsrechtlichen Genehmigungsverfahrens. Die Weitergabe des Berichtes an unberechtigte Dritte, auch in digitaler Form, bedarf der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers und der GMA.

GMA – Gesellschaft für Markt-  
und Absatzforschung mbH

Dresden, im März 2013

BAU ELL GSI wym

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>		<b>Seite</b>
Vorbemerkungen		
Inhaltsverzeichnis		
<b>I</b>	<b>Aufgabenstellung und Rechtsrahmen</b>	<b>1</b>
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Rechtliche Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen	2
2.1	Bauleitplanung	2
2.2	Einzelhandelskonzept der Hansestadt Stralsund	4
3.	Betriebstypendefinition und Daten zur Projektplanung	7
3.1	Betriebstypendefinition	7
3.2	Daten zur Projektplanung	8
<b>II</b>	<b>Standortbeschreibung und -bewertung</b>	<b>10</b>
1.	Makrostandort Stralsund	10
2.	Mikrostandort Große Parower Straße	12
<b>III</b>	<b>Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft</b>	<b>16</b>
1.	Einzugsgebiet und Bevölkerung	16
2.	Projektrelevante Kaufkraft	18
<b>IV</b>	<b>Projektrelevante Wettbewerbssituation</b>	<b>21</b>
<b>V</b>	<b>Verträglichkeit der Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters</b>	<b>25</b>
1.	Umsatzerwartung und Marktbedeutung des erweiterten Lebensmitteldiscounters	25
2.	Wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung	26
<b>VI</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>29</b>

## I Aufgabenstellung und Rechtsrahmen

### 1. Aufgabenstellung

Die Fa. Aldi plant ihren in der Großen Parower Straße in Stralsund ansässigen Markt von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> auf ca. 895 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erweitern. Zur Klärung der städtebaulichen Verträglichkeit dieser Baumaßnahme wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH Dresden mit einer Auswirkungsanalyse beauftragt. Im Rahmen des Gutachtens werden die möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Effekte der geplanten Verkaufsflächenerweiterung untersucht. Im Vordergrund stehen dabei die eventuellen schädigenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.

Vor dem Hintergrund der kurz skizzierten Aufgabenstellung werden in vorliegender Untersuchung insbesondere folgende Aspekte analysiert und bewertet:

- Relevante Rechtsvorschriften zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen
- Beschreibung des Erweiterungsvorhabens
- Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsstandortes Stralsund und des Mikrostandortes „Große Parower Straße 54“
- Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes und Berechnung der darin vorhandenen Kaufkraft
- Erfassung und Bewertung der projektrelevanten Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Umsatzermittlung für die Erweiterungsfläche und Darstellung der dadurch ausgelösten Kaufkraftbewegungen
- Bewertung der möglichen wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Erweiterungsvorhabens auf das Standortgefüge des Einzelhandels im Untersuchungsraum, unter besonderer Berücksichtigung der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche.

## 2. Rechtliche Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen<sup>1</sup>

Bei der Frage, welche Standorte für die Einzelhandelsentwicklung in einer Stadt oder Gemeinde herangezogen werden sollen, sind die Vorstellungen von Unternehmern und Entscheidungsträgern der öffentlichen Hand vielfach nicht deckungsgleich. Städte und Gemeinden bewerten Einzelhandelsansiedlungen vorwiegend unter städtebaulichen Aspekten. Einen hohen Stellenwert nimmt dabei die Sicherung der Nahversorgung der ortsansässigen Bevölkerung ein. Bei den Unternehmen stehen hingegen Überlegungen zur optimalen Marktdurchdringung und Umsatzmaximierung im Vordergrund.

Aufgrund der engen Verzahnung von Einzelhandel und Stadtentwicklung wurden in diesem Zusammenhang Rechtsvorschriften entwickelt, die verbindliche Festlegungen zur wohnort- und verbrauchernahen Versorgung sowie zu den standörtlichen und infrastrukturellen Voraussetzungen von Einzelhandelsvorhaben treffen. Das vorhandene Rechtsinstrumentarium muss allerdings durch eine qualifizierte Planung abgesichert sein und darf von den Kommunen weder sachfremd noch willkürlich gehandhabt werden. Generell sollen die Rechtsvorschriften nur regeln, wo Wettbewerb stattfindet, nicht jedoch in das Konkurrenzverhältnis des Einzelhandels an sich eingreifen.

Die wesentlichen Rechtsvorschriften zur Bewertung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsplanungen in Stralsund werden nachfolgend dargestellt.

### 2.1 Bauleitplanung

Nach Angaben des Auftraggebers liegt der zu untersuchende Lebensmittelmarkt der Fa. Aldi im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes.<sup>2</sup> Zur Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens ist daher insbesondere der § 11 Abs. 3 BauNVO heranzuziehen. Dieser führt in seiner aktuellen Fassung zur Bewertung großflächiger Einzelhandelsbetriebe folgendes aus:

---

<sup>1</sup> Dieses Kapitel dient lediglich der Darstellung des rechtlichen Rahmens zur Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels und stellt ausdrücklich keine Bewertung und / oder Interpretation der relevanten Rechtsnormen dar. Zur Durchführung von Rechtsberatungen ist die GMA nicht legitimiert.

<sup>2</sup> B-Plan 59 vom 26.07.2008.

1. „Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

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

Die von der Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben evtl. ausgehenden schädlichen städtebaulichen Effekte (z. B. Abschmelzung bestehender Einzelhandelsbetriebe) können v. a. auf Basis der voraussichtlich ausgelösten Kaufkraftbewegungen eingeschätzt werden. In diesem Zusammenhang ist vor allem die Frage zu beantworten, welche Teile des Umsatzes im Rahmen von Umverteilungsprozessen gegen bestehende Einzelhandelsbetriebe erwirtschaftet werden müssen. In zahlreichen Verwaltungsgerichtsverfahren hat sich dabei die 10-%-Schwelle der Umsatzumverteilung als Schwellenwert zur Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit bewährt. Demnach können ab einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % schädliche städtebauliche Auswirkungen (d. h. Leerstandsbildung) auftreten<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Der 10-%-Schwellenwert geht auf eine empirische Langzeitstudie der GMA zum großflächigen Einzelhandel in Baden-Württemberg zurück, die dort u. a. im Auftrag der Industrie- und Handelskammern erstellt wurde.

Im Einzelfall können auch schon geringere Umsatzumverteilungsquoten schädliche Effekte auslösen, insbesondere dann, wenn Einkaufslagen eine „Vorschädigung“ aufweisen. In der Praxis ist die Vorschädigung von Einkaufsbereichen allerdings schwierig nachzuweisen. So können z. B. existierende Leerstände nicht nur durch einen überhöhten Wettbewerbsdruck entstanden sein, sondern auch durch Unzulänglichkeiten der Betreiber, eine ungünstige verkehrliche Erreichbarkeit, einen ungeeigneten Ladenzuschnitt, eine zu geringe Dimensionierung der Geschäftsflächen oder überhöhte Mietforderungen der Eigentümer.

## 2.2 Einzelhandelskonzept der Hansestadt Stralsund

Mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept, welches am 07.05.2009 von der Bürgerschaft beschlossen wurde<sup>1</sup>, verfügt die Hansestadt Stralsund über ein wirksames Instrument, um die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet planerisch zu steuern. Das Einzelhandelskonzept setzt sich im Wesentlichen aus einem Sortimentskonzept mit der Liste zentrenrelevanter Sortimente („Stralsunder Liste“) sowie einem Standortkonzept mit der Definition der zentralen Versorgungsbereiche zusammen.

Gemäß der „Stralsunder Liste“ sind folgende Sortimente als zentrenrelevant eingestuft:

### Zentrenrelevante Sortimente („Stralsunder Liste“)

- Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke<sup>2</sup>, Reformwaren
- Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Parfümeriewaren, Kosmetika, Apothekenwaren, Sanitätswaren
- Schnittblumen, zoologischer Bedarf
- Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf
- Zeitschriften, Bücher
- Spielwaren, Bastelartikel

---

<sup>1</sup> Beschluss-Nr. 2009-IV-04-1173.

<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel sind grundsätzlich zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente. Auf Grund des Betriebstypencharakters eines modernen Discounters, Vollsortimenters oder auch eines Getränkemarktes ist hier jedoch Abwägungsspielraum gegeben.

- Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnerwaren, Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien
- Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren inkl. Hüte, Accessoires und Schirme, Orthopädiewaren
- Sportbekleidung und -schuhe, kleinvolumige Sportartikel
- Unterhaltungs- und Haushaltselektronik (braune Ware), Klein elektronikgeräte, Geräte der Telekommunikation, Elektrokleingeräte (weiße Ware)
- Musikalien, Ton- und Bildträger
- Computer, Büroorganisationsmittel, Büro- und Kommunikationstechnik (überwiegend auf Privathaushalte ausgerichtet)
- Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Antiquitäten
- Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren
- optische Waren, Hörgeräteakustik
- Uhren, Schmuck, Silberwaren
- Nähmaschinen und Zubehör.

Das Einzelhandelskonzept weist eine dreistufige Zentrenhierarchie (A-, B- und C-Zentren) aus und enthält eine räumliche Definition aller zentralen Versorgungsbereiche in Form von „Zentrenpässen“. Es wurden folgende zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB beschlossen (vgl. Karte 1):

#### **A-Zentrum**

- Altstadt

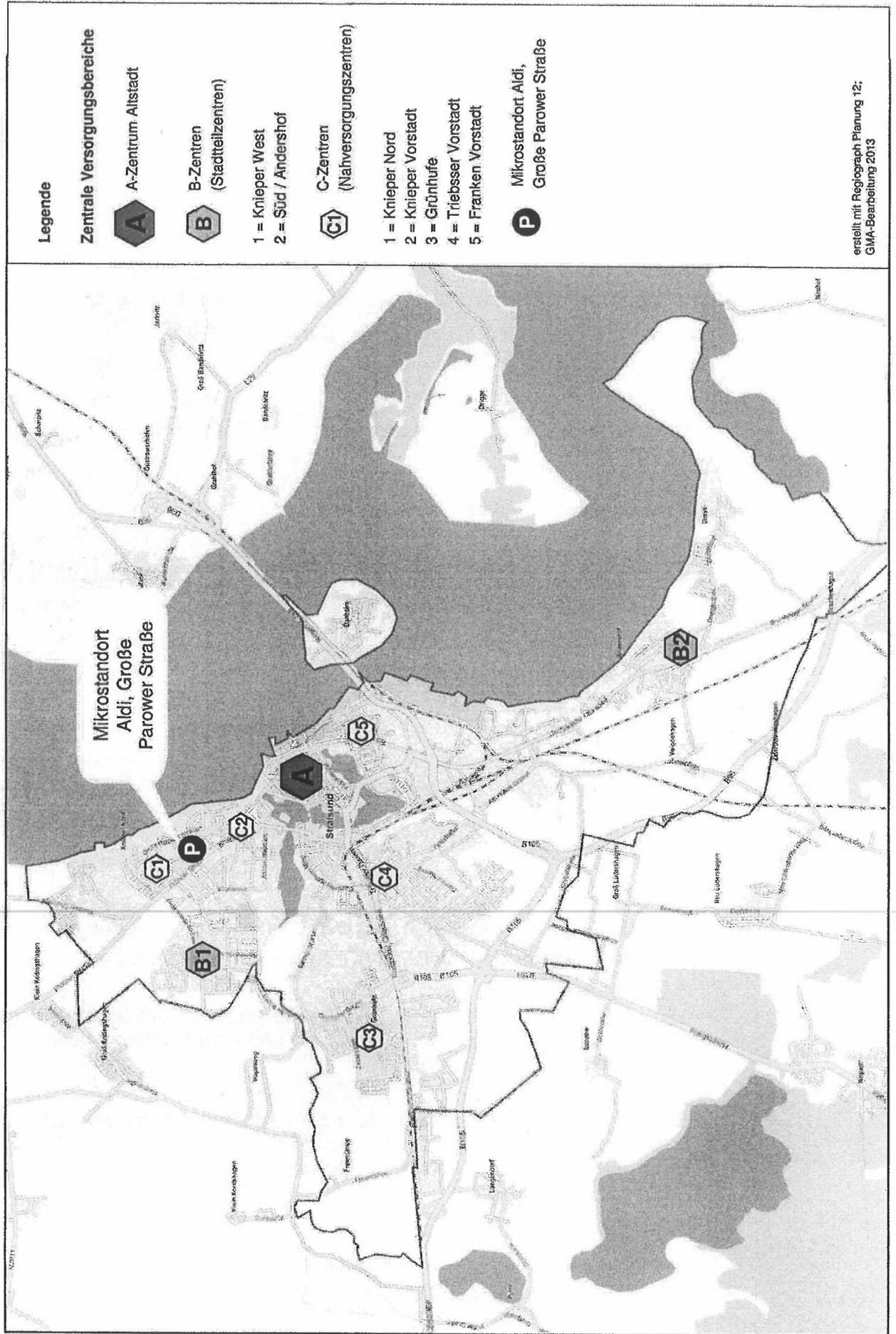
#### **B-Zentren**

- Stadtteilzentrum Knieper West
- Stadtteilzentrum Süd / Andershof

#### **C-Zentren**

- Nahversorgungszentrum Knieper Nord
- Nahversorgungszentrum Knieper Vorstadt
- Nahversorgungszentrum Grünhufe
- Nahversorgungszentrum Tribseer Vorstadt
- Nahversorgungszentrum Franken Vorstadt.

**Karte 1: Übersicht zentraler Versorgungsbereiche in der Hansestadt Stralsund**



In der vorliegenden Untersuchung sind insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche Stadtteilzentrum Knieper West sowie die Nahversorgungszentren Knieper Vorstadt und Knieper Nord zu berücksichtigen.

In einer ersten Bewertung bleibt festzuhalten, dass der Aldi Markt am Standort Große Parower Straße außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches situiert ist. Zudem bietet er zentrenrelevante Sortimente gemäß „Stralsunder Liste“ an.

### **3. Betriebstypendefinition und Daten zur Projektplanung**

#### **3.1 Betriebstypendefinition**

Zur Einordnung des zu untersuchenden Lebensmittelmarktes und zu dessen Abgrenzung gegenüber anderen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels werden nachfolgend ausgewählte Definitionen verschiedener Vertriebskonzepte des Lebensmitteleinzelhandels wiedergegeben:<sup>1</sup>

##### **Lebensmitteldiscounter**

*„Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment<sup>2</sup> sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II<sup>3</sup> führt.“*

##### **Supermarkt**

*„Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel<sup>2</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II<sup>3</sup> aufweist.“*

##### **Großer Supermarkt**

*„Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m<sup>2</sup> und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I<sup>2</sup>- und Nonfood II<sup>3</sup>-Artikel führt.“*

##### **SB-Warenhaus**

*„Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I<sup>2</sup>-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II<sup>3</sup> Angebot führt.“*

<sup>1</sup> Quelle: EHI, Handel aktuell 2010.

<sup>2</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>3</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher, Presseartikel usw.

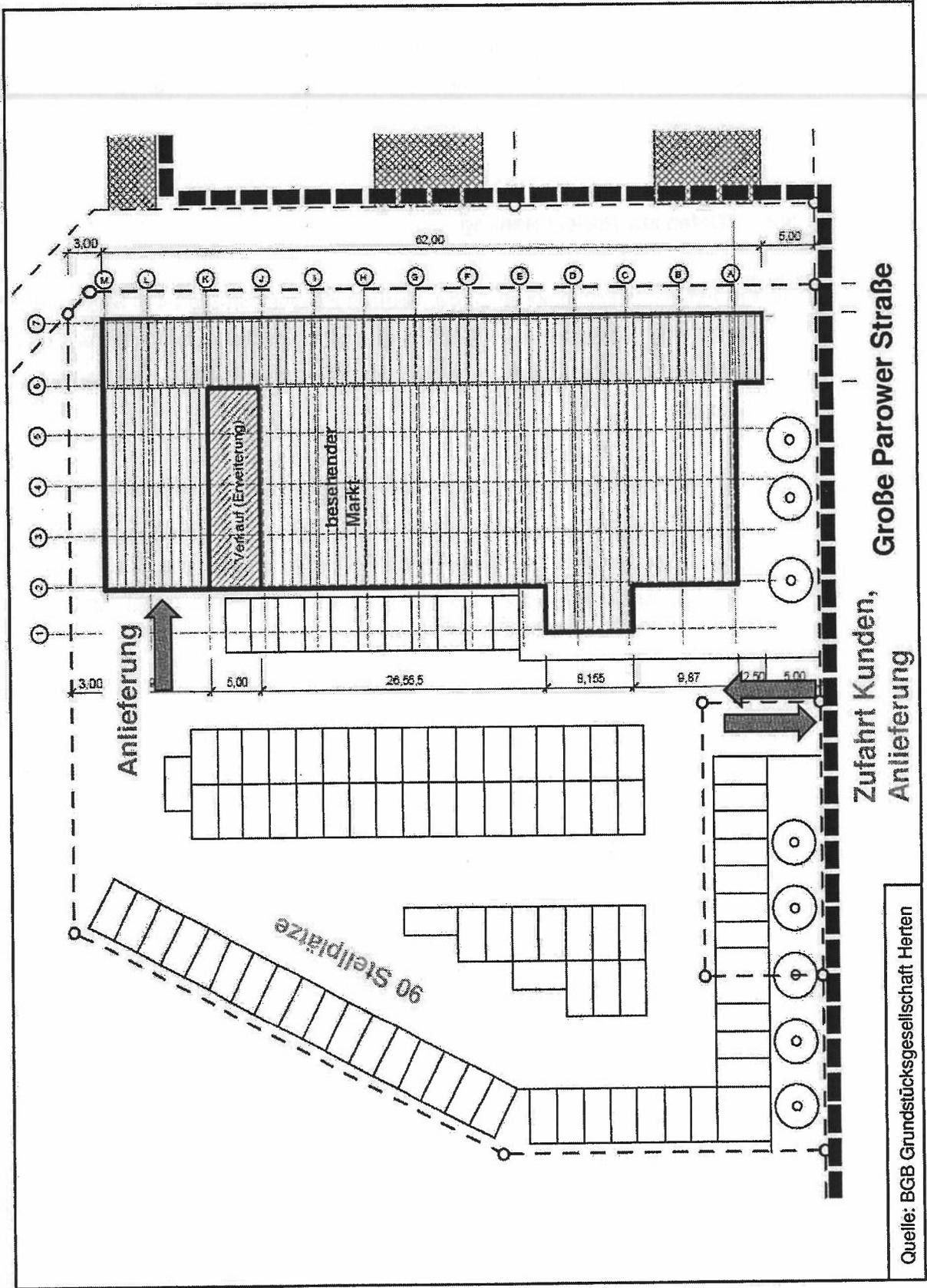
Der zu untersuchende Lebensmittelmarkt in der Großen Parower Straße in Stralsund ist auf Basis der vorgestellten Definitionen eindeutig dem Betriebstyp „**Lebensmitteldiscounter**“ zuzuordnen.

### **3.2 Daten zur Projektplanung**

Die Fa. Aldi beabsichtigt, ihren an der Großen Parower Straße 54 in Stralsund ansässigen Lebensmitteldiscounter zu erweitern. Es ist eine Vergrößerung von derzeit 800 m<sup>2</sup> auf 895 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorgesehen, wodurch der Markt die Schwelle zur Großflächigkeit überschreiten wird.

Die Erweiterungsfläche soll im westlichen Bereich des bestehenden Marktes realisiert werden. Die 90 Kundenstellplätze sowie die Zufahrt zum Grundstück von der Großen Parower Straße sollen in der bisherigen Form erhalten bleiben. Die Anlieferung wird weiterhin im westlichen Grundstücksbereich über eine Rampe erfolgen (vgl. Karte 2).

Karte 2: Lageplan des zur Erweiterung geplanten Aldi Lebensmitteldiscounters in Stralsund, Große Parower Straße 54



## II Standortbeschreibung und -bewertung

### 1. Makrostandort Stralsund

Die Hansestadt Stralsund zählte im Jahr 2012 rd. 57.415 Einwohner<sup>1</sup>. Gemäß LEP bilden die Hansestadt Stralsund und die Hansestadt Greifswald ein gemeinsames Oberzentrum. Vor dem Hintergrund dieser zentralörtlichen Funktion hat Stralsund umfassende gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktionen zu erfüllen.

Die **Erreichbarkeit** Stralsunds für den Individualverkehr hat sich in den vergangenen Jahren mit der Fertigstellung der Ostseeautobahn A 20 (Lübeck – Rostock – Greifswald – Kreuz Uckermark) deutlich verbessert. Über die autobahnähnlich ausgebaute B 96 ist die Stadt an die ca. 26 km südlich gelegene A 20 sehr gut angebunden (Anschlussstelle Stralsund). Neben der B 96 und der neuen Strelasundbrücke, die auch die Anbindung nach Rügen optimiert, fungieren die Bundesstraßen B 105 (Rostock – Ribnitz-Damgarten – Stralsund – Greifswald) sowie B 194 (Stralsund – Grimmen – Demmin – Waren) als Hauptverkehrsachsen. Die radial auf das Stadtzentrum Stralsund zulaufenden Bundesstraßen werden durch mehrere Landesstraßen ergänzt. Somit ist das Umland flächendeckend an das Oberzentrum angebunden.

Stralsund ist daneben auch an das Fernschienennetz der Deutschen Bahn AG angeschlossen. Ergänzt wird das Angebot zudem durch diverse Fährverbindungen (z. B. nach Rügen und Hiddensee). Neun Buslinien sorgen für die innerstädtische Erschließung und die regionale Anbindung an den ÖPNV. Als Hauptumsteigeplätze fungieren der zentral gelegene Hauptbahnhof sowie die Haltestellen Knieper Damm und Heinrich-Heine-Ring.

Die **Siedlungsstruktur** Stralsunds ist durch die Küstenlage geprägt. Der Hafen, die zentral gelegene historische Altstadt und die Hafenseln (19. Jhdt.) bilden den am dichtesten bebauten Siedlungskern. In der Altstadt leben ca. 9,2 % der Stralsunder Bevölkerung.

In den vergangenen Jahren wies die Hansestadt Stralsund eine rückläufige **Bevölkerungsentwicklung** auf. Neben dem negativen natürlichen Bevölkerungssaldo sind hierfür

---

<sup>1</sup> Quelle: Einwohnermelderegister Stralsund; Stand: 31.12.2012.

auch Wanderungsverluste, die u. a. mit der wirtschaftlichen Situation in einem Zusammenhang stehen, verantwortlich. Insgesamt beliefen sich die Bevölkerungsverluste in den vergangenen 10 Jahren auf ca. 3,2 %.

Die **Einzelhandelsstrukturen** in der Hansestadt Stralsund werden neben dem Hauptgeschäftsbereich in der Ossenreyer Straße und dem Apollonienmarkt in der Altstadt von Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie auch von dezentral gelegenen Standorten bestimmt. Unter Berücksichtigung der Einkaufszentren Ostsee Center Stralsund (OCS) in der Gemeinde Lüssow, Strelapark in der Gemeinde Kramerhof und Gewerbegebiet Lüdershagen in der Gemeinde Wendorf beläuft sich die Verkaufsfläche auf etwa 183.500 m<sup>2</sup>. Hiervon befinden sich rd. 125.400 m<sup>2</sup> im Stadtgebiet. Auf die Altstadt entfällt eine Verkaufsfläche von etwa 24.000 m<sup>2</sup> (= ca. 19 %) <sup>1</sup>, was verdeutlicht, dass die Standorte außerhalb der Altstadt eine dominierende Rolle einnehmen.

Im nördlichen Stadtbereich (Stadtgebiet Knieper) werden die Einzelhandelsstrukturen von den Betrieben im Stadtteilzentrum Knieper West (Knieper Center u. a. REWE, Rossmann, Markant), den Nahversorgungszentren Knieper Vorstadt (u. a. Netto schwarz, Netto Marken-Discount) und Knieper Nord (Markant), den Lebensmitteldiscountern Aldi (2x; Große Parower Straße / Carl-Loewe-Ring), Lidl (Heinrich-von-Stephan-Straße), sowie Norma und Penny (jeweils Heinrich-Heine-Ring) geprägt.

Im Fokus der vorliegenden Untersuchung stehen insbesondere die im Stadtgebiet Knieper (Stadtteile Knieper Vorstadt, Knieper Nord und Knieper West) gelegenen Einzelhandelsbetriebe und hier insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche „Nahversorgungszentrum Knieper Vorstadt“, „Nahversorgungszentrum Knieper Nord“ und „Stadtteilzentrum Knieper West“.

---

<sup>1</sup> Vergleichsbasis: Einzelhandelsausstattung der Hansestadt Stralsund. Unter Einbeziehung des Einzelhandels im Umland liegt der Anteil sogar nur bei 13 %. Quelle: GMA-Einzelhandelskonzept für die Hansestadt Stralsund, November 2008.

## 2. Mikrostandort Große Parower Straße

Der Standort des Aldi Lebensmitteldiscounters liegt im Nordwesten des Stadtteils Knieper Vorstadt, nahe der Grenze zum Stadtteil Knieper Nord (vgl. Karte 3). Das Grundstück befindet sich an der Großen Parower Straße 54, zwischen der Billrothstraße im Norden und dem Kosegartenweg im Süden (vgl. Foto 1). Der zur Erweiterung geplante Aldi Lebensmitteldiscounter liegt auf halber Strecke zwischen den beiden Nahversorgungszentren Knieper Vorstadt (rd. 800 m südlich) und Knieper Nord (rd. 500 m nördlich).

Das direkte **Standortumfeld** wird überwiegend durch Wohnbebauung geprägt. Westlich / nordwestlich und südlich grenzen moderne Einfamilienhäuser an das Projektareal an (vgl. Foto 2)<sup>1</sup>. Im weiteren Umfeld befinden sich dreigeschossige Mehrfamilienhäuser. An der Ostseite der Großen Parower Straße ist das HELIOS Hanseklinikum Stralsund situiert. Östlich dieser Einrichtung schließen sich bereits das Ufer der Ostsee bzw. das Stralsunder Fahrwasser an. In südlicher Richtung befinden sich weitere Wohngebäude. Innerhalb des weiteren Standortumfeldes sind im Nordwesten und Norden öffentliche Einrichtungen wie die Grundschule Maria Montessori, die Adolph-Diesterweg-Schule und die Kindertagesstätte Biene Maja etabliert; in südlicher Richtung befindet sich die Stiftung Stralsunder Schwesternheimathaus.



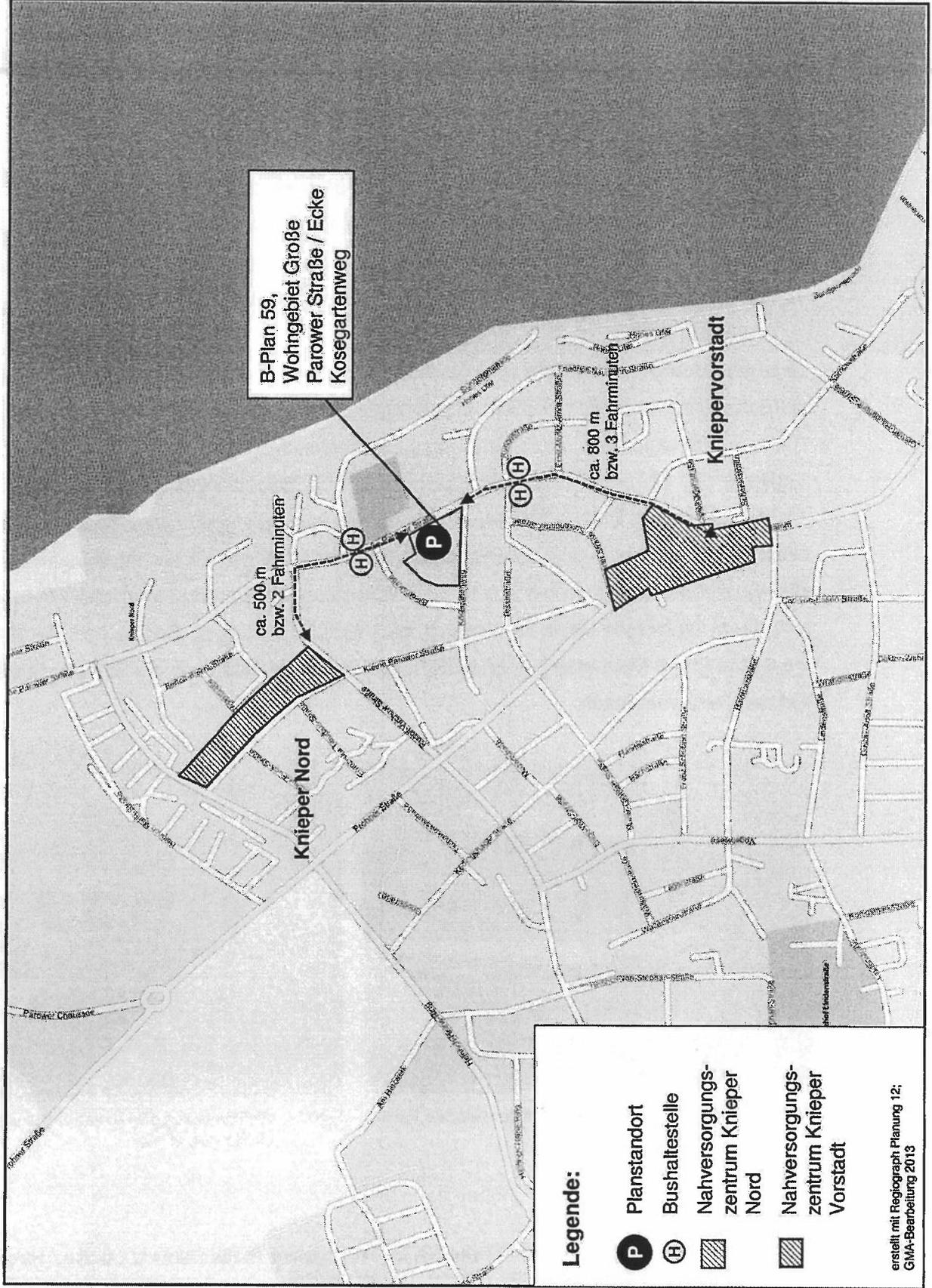
Foto 1: Blick auf den Aldi Markt von der Großen Parower Straße



Foto 2: Wohnbebauung im direkten Standortumfeld (B-Plangebiet 59)

<sup>1</sup> Im Rahmen des B-Planes 59 wurden im Wohngebiet Große Parower Straße / Ecke Kosegartenweg ca. 15 – 21 neue Wohneinheiten geplant.

Karte 3: Lage des Mikrostandortes im Stadtteil Kniepervorstadt, Standort Große Parower Straße



Durch die Lage an der Großen Parower Straße ist die **Erreichbarkeit** des Projektstandortes für den Individualverkehr als gut einzustufen. Das Grundstück kann von der Hauptverkehrsachse direkt angefahren werden, es besteht jedoch keine Linksabbiegerspur für die aus Süden anfahrenen Kunden. An den **ÖPNV** ist das Areal durch Bushaltestellen an der Großen Parower Straße rd. 100 m nördlich sowie rd. 250 m südlich des Mikrostandortes angebunden. Hier verkehrt die Linie 4 (Viermorgen – Neu Lüdershagen). Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den umliegenden Wohnquartieren ist durch Fußwege entlang der angrenzenden Straßen gewährleistet.

Die vorstehend kurz beschriebenen Standorteigenschaften üben einen wesentlichen Einfluss auf die voraussichtliche Ausstrahlung und Marktdurchdringung des Erweiterungsvorhabens aus. Folgende positive und negative Standorteigenschaften sind dabei aus gutachterlicher Sicht als wesentlich hervorzuheben:

#### **Positive Standortfaktoren**

- + fußläufige Nahversorgungsfunktion für die benachbarten Wohnquartiere
- + Anbindung an den ÖPNV
- + gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr
- + gute Exposition und Sichtbarkeit des Standortes
- + bei Kunden bereits eingeführter Einzelhandelsstandort.

#### **Negative Standortfaktoren**

- geringes Bevölkerungspotenzial im direkten Umfeld
- keine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich im Einzelhandelskonzept der Hansestadt Stralsund.

Zusammengefasst kann der Projektstandort aus **städtebaulicher Sicht** aufgrund seiner Lage in einem Wohngebiet als städtebaulich integriert eingestuft werden. Der Aldi Lebensmitteldiscounter übernimmt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner der umliegenden Wohnbereiche. Positiv hervorzuheben ist die Anbindung an das Netz des ÖPNV. Mit Bezug auf das Einzelhandelskonzept der Hansestadt Stralsund ist jedoch

darauf hinzuweisen, dass der Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches liegt.

Aus **Betreibersicht** können die Voraussetzungen des Projektstandortes zur Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters als gut eingestuft werden. Positiv sind die gute Exposition und Sichtbarkeit sowie die verkehrliche Erreichbarkeit für den Individualverkehr und den ÖPNV zu bewerten. Beeinträchtigend auf die Standortqualität wirkt sich das geringe Bevölkerungspotenzial im direkten Umfeld aus.

### III Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

#### 1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounter stellt die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft dar. Als Einzugsgebiet wird in Anbetracht der inhaltlichen Zielsetzung der vorliegenden Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende **Einflussfaktoren** berücksichtigt:

- Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum; vgl. Kapitel IV)
- Verkehrsnetz im Untersuchungsraum bzw. verkehrliche Anbindung des Standortes
- topografische Rahmenbedingungen (Lage von Brücken, Verlauf der Küstenlinie)
- Lage des Projektstandortes innerhalb des Untersuchungsgebietes
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)<sup>1</sup>.

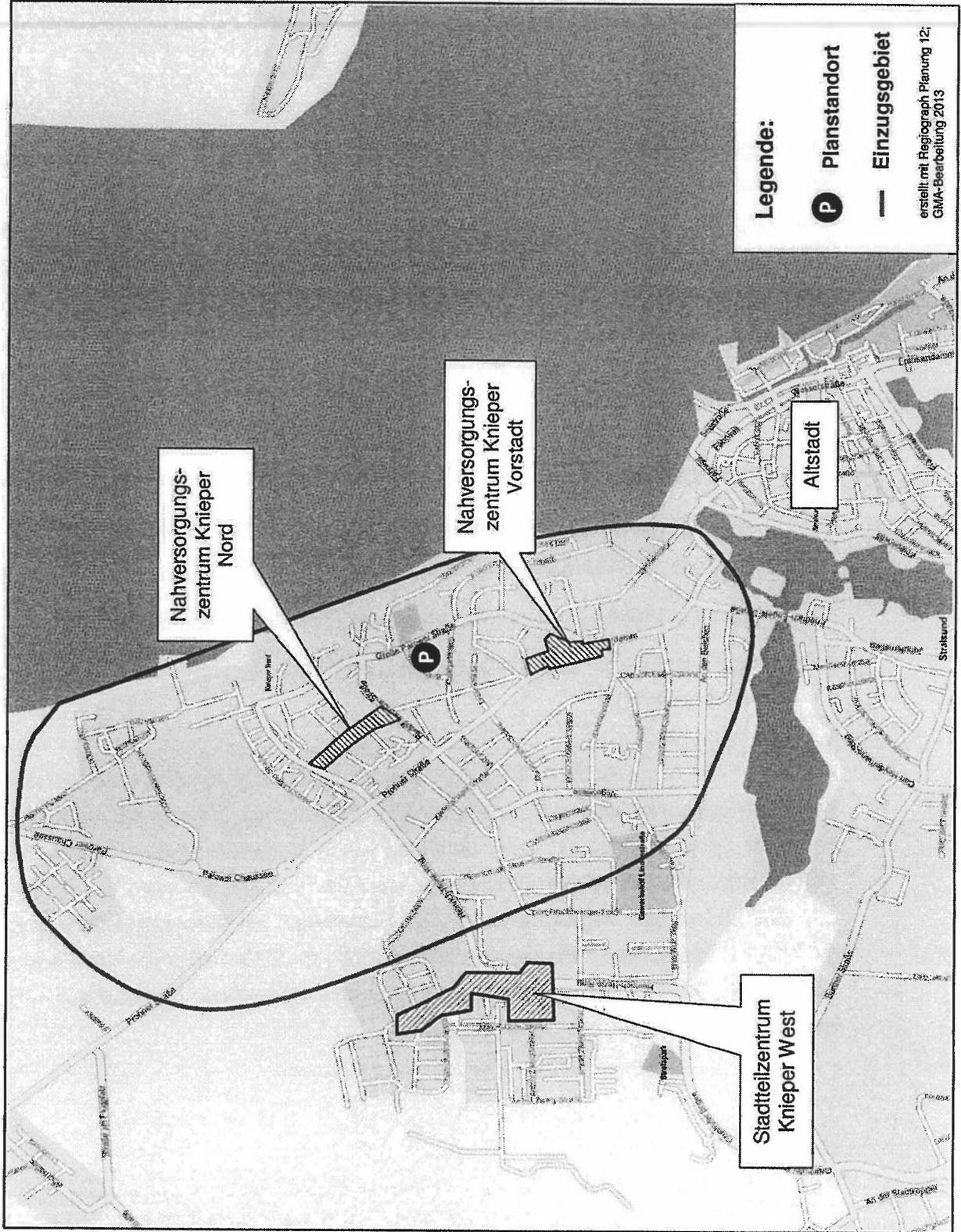
Auf Basis der o. g. Kriterien lässt sich das Einzugsgebiet für den erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounter nach gutachterlicher Einschätzung wie in Karte 4 dargestellt abgrenzen. Der Lebensmittelmarkt kann demnach einen Verflechtungsbereich ausbilden, der sich im Wesentlichen auf die Stadtteile Knieper Vorstadt und Knieper Nord erstreckt. Gegenwärtig leben hier insgesamt ca. 12.750 Einwohner<sup>2</sup>. Im Nordosten wird das Einzugsgebiet vom Stralsunder Fahrwasser eingeschränkt, im Süden aufgrund der eingeschränkten Querungsmöglichkeiten durch den Moorteich und Stadtwald begrenzt sowie im Westen durch das Stadtteilzentrum Knieper West.

---

<sup>1</sup> Die GMA hat in ihrer über 40-jährigen Geschichte mehrere hundert Konsumentenbefragungen erarbeitet, so dass abgesicherte empirische Erkenntnisse zum Konsumentenverhalten vorliegen.

<sup>2</sup> Statistisches Einwohnermelderegister Stralsund, Stand: 31.12.2012.

**Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounters in Stralsund, Große Parower Straße**



Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Projektstandortes sowie der Nähe zum Krankenhaus und dem dahinterliegenden Strand werden in gewissem Umfang auch Kundenbeziehungen zu Konsumenten bestehen, die außerhalb des abgegrenzten Verflechtungsbereiches wohnen (z. B. Krankenhausbesucher Touristen). Zum anderen werden bei einer Konstanz der aktuellen Wettbewerbssituation gelegentlich auch Kunden aus der südöstlich gelegenen Altstadt zum Projektstandort kommen. Die daraus erwachsenden begrenzten Kaufkraftzuflüsse werden in der Umsatzprognose des erweiterten Lebensmitteldiscounters in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

## 2. Projektrelevante Kaufkraft

Die Berechnung des im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftvolumens erfolgt speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden sowie GMA-Kaufkraftwerte herangezogen, die auf intensiven Marktbeobachtungen beruhen.

Die Gegenüberstellung der Kaufkraft (= Nachfrage) und der Umsatzfähigkeit (= Angebot) erfordert eine klare definitorische Abgrenzung der einbezogenen Branchen und Wirtschaftsgruppen. Zu diesem Zweck werden der Einzelhandel und das Ladenhandwerk nach der Periodizität des Einkaufs in einen kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütersektor differenziert. Dabei ergibt sich die in Anlehnung an das von der offiziellen Handels- und Gaststättenzählung verwendete Gliederungsschema nachstehende Unterteilung:

### Kurzfristige Bedarfsdeckung

- Nahrungs- und Genussmittel verschiedener Art (einschließlich Fleischereien, Bäckereien, Konditoreien), Reformwaren
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Apotheker- / Sanitätswaren
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf.

### Mittelfristige Bedarfsdeckung

- Bücher, Papierwaren, Bürobedarf<sup>1</sup>, Schreib- und Spielwaren
- Bekleidung, Textilien
- Schuhe, Lederwaren, Sportartikel.

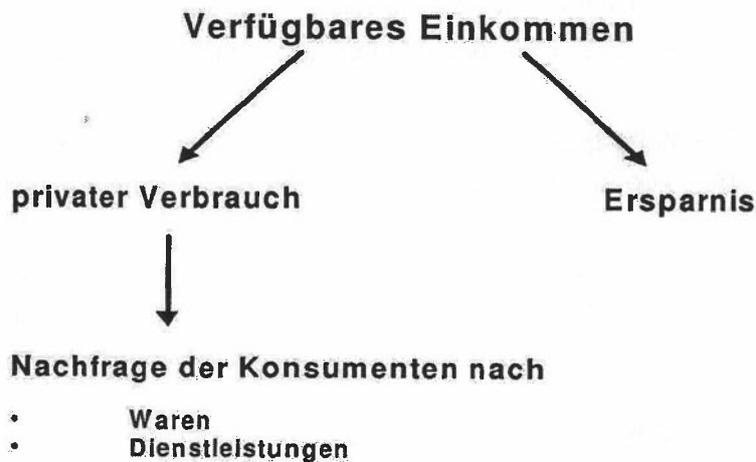
---

<sup>1</sup> Ohne Computer und Zubehör.

### Langfristige Bedarfsdeckung

- Elektrowaren (weiße und braune Ware, Ton- und Bildträger, Lampen und Leuchten, Computer und Zubehör)
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
- Möbel und Einrichtungsgegenstände
- Heimtextilien, Raumausstattung
- Heimwerker- und Gartenbedarf
- Foto, Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstige Waren (u. a. Autozubehör, Musikalien, Waffen).

Grundlage für die Berechnung der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ist das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten, aus dem das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte abgeleitet werden kann. Die Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen errechnet sich aus dem verfügbaren Einkommen wie folgt:



Für den in vorliegender Untersuchung im Mittelpunkt stehenden Einzelhandel können die Dienstleistungen vernachlässigt werden. Von Bedeutung sind lediglich die Warenkäufe der privaten Haushalte. Es ist jedoch zu beachten, dass diese sowohl in Ladengeschäften (= Ladeneinzelhandel) als auch in Nicht-Ladengeschäften (z. B. Versandhandel, e-commerce, ambulante Märkte) wirksam werden können.

Nach Berechnungen der GMA lag die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) in Deutschland 2012 je Einwohner bei

**ca. 5.349 €.**

Davon entfielen auf den

▪ kurzfristigen Bedarfsgütersektor	ca. 2.572 € (ca. 48 %)
▪ mittelfristigen Bedarfsgütersektor	ca. 950 € (ca. 18 %)
▪ langfristigen Bedarfsgütersektor	ca. 1.827 € (ca. 34 %).

Nach GMA-Berechnungen kann speziell für das in vorliegendem Gutachten untersuchungsrelevante Nahrungs- und Genussmittelsortiment ein **Pro-Kopf-Ausgabenbetrag** von ca. 1.810 € p. a. angesetzt werden. Zur konkreten Berechnung der Kaufkraft für diese Branche ist allerdings auch die im Kerneinzugsgebiet geltende Kaufkraftkennziffer zu berücksichtigen. Nach Angaben der Fa. MB Research, Nürnberg, liegt diese aktuell für Stralsund bei 90,3 und damit unterhalb des Bundesdurchschnitts (= 100).

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet des erweiterten Aldi Marktes beläuft sich demnach das Kaufkraftpotenzial im **Nahrungs- und Genussmittelsektor insgesamt auf ca. 20,8 Mio. €.**

Aufgrund des zu prüfenden Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ wird in der vorliegenden Untersuchung vorrangig der Nahrungs- und Genussmittelbereich betrachtet. Für den Nichtlebensmittelbereich (z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren) ist im Rahmen der Umsatzprognose für den vorliegenden Lebensmitteldiscounter ein Umsatzanteil von ca. 25 % anzusetzen<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Die genannten Nonfoodsegmente sind lediglich als Randsortimente ohne eine fachhandelspezifische Sortimentstiefe und -breite vorhanden.

#### IV Projektrelevante Wettbewerbssituation

Die Bewertung der Wettbewerbssituation im abgegrenzten Einzugsgebiet basiert auf einer von der GMA im Februar 2013 vor Ort durchgeführten Vollerhebung des projektrelevanten Einzelhandels. Als Wettbewerber des zur Erweiterung vorgesehenen Lebensmitteldiscounters am Standort Große Parower Straße wurden hierzu im Vorfeld alle Ladengeschäfte, in denen Lebensmittel als Kernsortiment angeboten werden, eingestuft.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass aufgrund des speziellen Vertriebskonzeptes, der geplanten Verkaufsflächengröße und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Kunden die Wettbewerbswirkungen des erweiterten Lebensmitteldiscounters nicht alle Konkurrenten in gleichem Umfang betreffen werden. Besonders tangiert werden vielmehr sog. „Systemwettbewerber“, d. h. Geschäfte des gleichen Betriebstyps, sein. Die nachfolgende (kartografische) Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung.

Derzeit sind im **Einzugsgebiet** folgende **strukturprägende Lebensmittelbetriebe** anzuführen (vgl. auch Karte 5)<sup>1</sup>:

- (1) Markant Supermarkt, Kleine Parower Straße (NVZ „Knieper Nord“)
- (2) Netto (schwarz) Lebensmitteldiscounter, Knieper Damm (NVZ „Knieper Vorstadt“)
- (3) Netto (rot) Lebensmitteldiscounter, Knieper Damm (NVZ „Knieper Vorstadt“)
- (4) Lidl Lebensmitteldiscounter, Heinrich-von-Stephan-Straße
- (5) Norma Lebensmitteldiscounter, Heinrich-Heine-Ring
- (6) Penny Lebensmitteldiscounter, Heinrich-Heine-Ring.

Neben diesen Wettbewerbern und dem zu untersuchenden Aldi Markt sind im Einzugsgebiet noch 15 kleinteilige Lebensmittelanbieter (Bäckereien, Fleischereien, Tankstellen-shop) ansässig. Zum Zeitpunkt der Erhebung belief sich die Verkaufsfläche aller im Einzugsgebiet etablierten Lebensmittelanbieter auf ca. 5.690 m<sup>2</sup>, auf der 2012 im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** ein **Umsatzvolumen von ca. 20,6 Mio. €** erwirtschaftet wurde<sup>23</sup>.

---

<sup>1</sup> Die Nummerierung der Wettbewerbsbetriebe entspricht der Nummerierung in der Karte 5.

<sup>2</sup> Umsätze um Nonfoodanteile bereinigt.

<sup>3</sup> Ohne den an dieser Stelle zu prüfenden Aldi Lebensmitteldiscounter beläuft sich die Verkaufsfläche auf 4.890 m<sup>2</sup> und das Umsatzvolumen auf ca. 17,9 Mio. €.

Davon entfielen auf das Nahversorgungszentrum „Knieper Nord“ ca. 1.500 m<sup>2</sup> VK und ein Umsatzanteil von ca. 4,9 Mio. €. Im Nahversorgungszentrum „Knieper Vorstadt“ beläuft sich die Verkaufsfläche auf ca. 1.130 m<sup>2</sup> und der Umsatz auf ca. 4,2 Mio. €.

**Außerhalb des Einzugsgebietes** ist im Untersuchungsraum auf folgende Systemwettbewerber hinzuweisen (vgl. Karte 5):

- (7) Markant Supermarkt, Hans-Fallada-Straße (STZ „Knieper West“)
- (8) Rewe Supermarkt, Heinrich-Heine-Ring (STZ „Knieper West“)
- (9) Aldi Lebensmitteldiscounter, Carl-Loewe-Ring
- (10) Citti SB-Warenhaus, Grünhufer Bogen (EKZ „Strelapark“).

Die vier aufgeführten Betriebe verfügen insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 9.900 m<sup>2</sup><sup>1</sup>. Sie erwirtschaften im Lebensmittelbereich eine jährliche Umsatzleistung von ca. 28,5 Mio. €.

Mit Bezug auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Untersuchungsraumes ist darauf hinzuweisen, dass im Rahmen der durchgeführten Standortbesichtigungen keine Indikatoren für eine Vorschädigung ermittelt werden konnten.

In der Gesamtbetrachtung ist die **Wettbewerbsintensität** im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Untersuchungsraum bereits als intensiv einzustufen. So sind innerhalb des Einzugsgebietes derzeit fünf weitere betriebstypengleiche Wettbewerber (= Lebensmitteldiscounter) sowie ein Supermarkt ansässig. Außerhalb des Einzugsgebietes wird die Wettbewerbssituation insbesondere durch das im Einkaufszentrum „Strelapark“ ansässige Citti SB-Warenhaus geprägt, welches das Einzugsgebiet des zu untersuchenden Aldi Lebensmitteldiscounters überlagert.

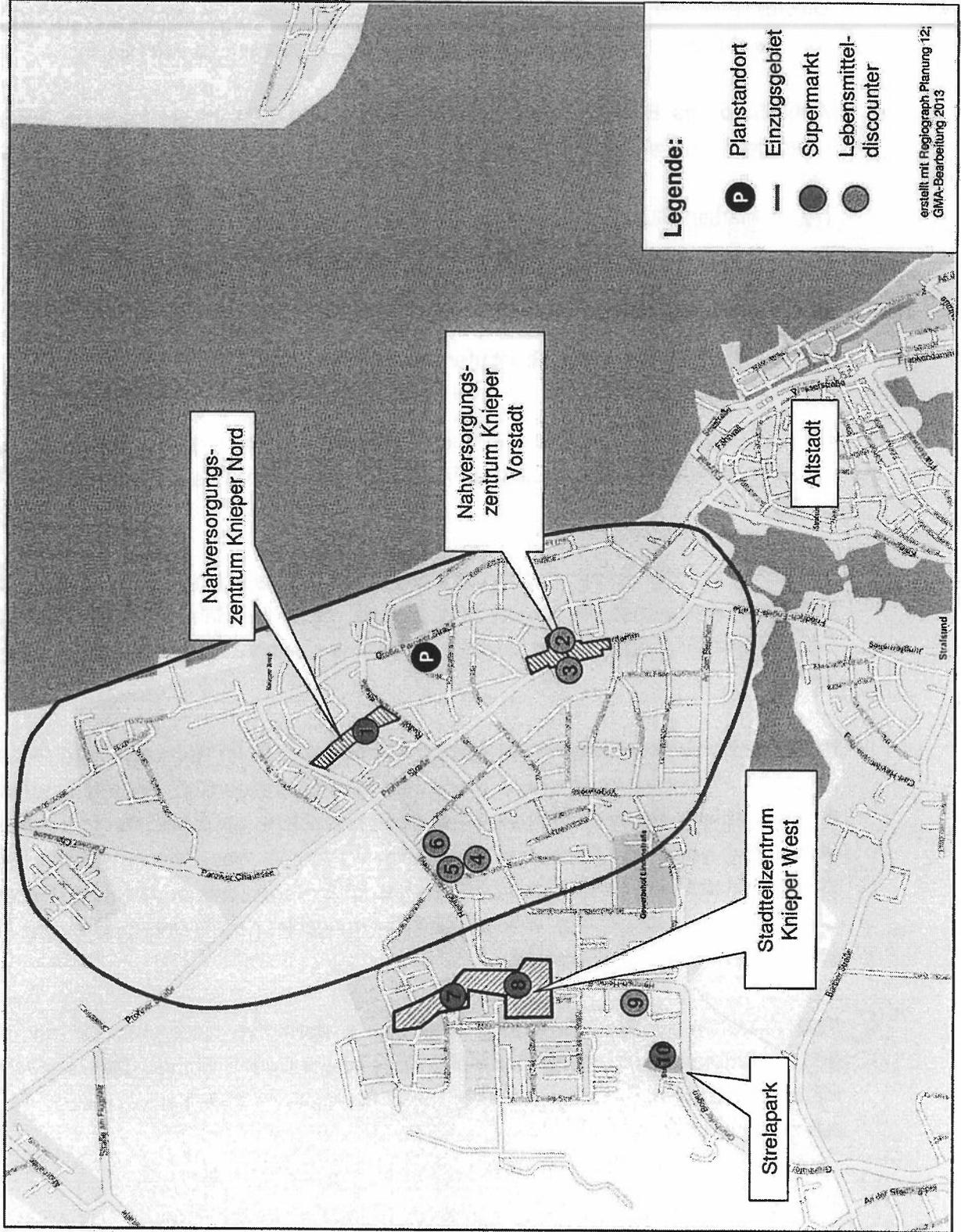
Nach Angaben der Stadtverwaltung Stralsund<sup>2</sup> bestehen im Stadtgebiet Knieper Planungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an der Rudolf-Virchow-Straße (ehemaliger Markant Supermarkt), wobei nicht von einer kurzfristigen Realisierung dieses Projektes auszugehen ist.

---

<sup>1</sup> Inkl. Nonfood-Verkaufsfläche.

<sup>2</sup> Telefonat mit dem Bauamt Stralsund am 28.02.2013.

**Karte 5: Hauptwettbewerber des Aldi Lebensmitteldiscounters im Untersuchungsraum**



Außerhalb des Einzugsgebietes ist vorgesehen, den im Stadtteilzentrum „Knieper West“ ansässigen Markt Supermarkt neu zu bauen und die Verkaufsfläche geringfügig zu erweitern. Allerdings liegen bezüglich der Realisierung dieses Vorhabens derzeit keine konkreten Zeitangaben vor.

## V **Verträglichkeit der Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters**

Im Vorfeld der Bestimmungen möglicher wirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen einer Verkaufsflächenerweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters ist es erforderlich, seine voraussichtliche Umsatzleistung und Marktbedeutung zu ermitteln.

### 1. **Umsatzerwartung und Marktbedeutung des erweiterten Lebensmittel-discounters**

Bei Ansetzung einer betriebs-typischen Flächenproduktivität i. H. von ca. 4.500 € pro m<sup>2</sup> VK errechnet sich für den **erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounter** an der Großen Parower Straße ein **Gesamtumsatz i. H. v. 4,0 Mio. €**. Abzüglich der Umsatzanteile durch Nonfoodwaren (Umsatzanteil ca. 25 % = ca. 1,0 Mio. €) ergibt sich für den Betrieb allein im Lebensmittelbereich eine Umsatzleistung von ca. 3,0 Mio. €. Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Untersuchungsobjektes sowie die räumlichen Nähe zum Krankenhaus / Strand ist hierbei ein Streuumsatzanteil von ca. 10 % (ca. 0,3 Mio. € im Lebensmittelbereich) anzusetzen. Im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** erwirtschaftet der erweiterte Markt mit Kunden aus dem Einzugsgebiet demnach eine Umsatzleistung von **ca. 2,7 Mio. €**. Setzt man diesen Wert ins Verhältnis zur Kaufkraft im Einzugsgebiet i. H. v. ca. 20,8 Mio. €, so erzielt der erweiterte Markt einen Marktanteil von ca. 13 %. Damit verfügt der erweiterte Markt zwar über eine gute, aber keine marktbeherrschende Stellung im Einzugsgebiet. Der Marktanteil fügt sich zudem in den Bundesdurchschnitt des Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ ein, der aktuell bei 44,3 % liegt<sup>1</sup>.

Da es sich um ein Erweiterungsvorhaben handelt, sind bei der Bewertung möglicher Auswirkungen die vom bereits bestehenden Lebensmitteldiscounter erzielten Umsätze abzuziehen. Die GMA geht in diesem Zusammenhang von einem realistischen Lebensmittelumsatz von ca. 2,7 Mio. €<sup>2</sup> aus. Der durch die Erweiterung ausgelöste **Mehrumsatz** im

<sup>1</sup> vgl. [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) (Wert 2011).

<sup>2</sup> Um Nonfoodanteile bereinigter Umsatz. Der unbereinigte Umsatz beläuft sich für den bestehenden Aldi Markt auf ca. 3,6 Mio. €.

Lebensmittelsektor beträgt somit **ca. 0,3 Mio. €**. Hiervon entfällt wiederum ein geringfügiger Anteil auf Lebensmittelumsätze mit Streukunden.

## **2. Wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung**

Zur Beurteilung möglicher wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens sind die aus der Verkaufsflächenexpansion resultierenden Umsatzumverteilungen heranzuziehen. Die folgende Modellrechnung stellt deshalb diejenigen Kaufkraftbewegungen dar, welche durch die Verkaufsflächenerweiterung ausgelöst werden. Die konkrete Kalkulation basiert auf folgenden Prämissen:

- Streuumsätze können räumlich nicht zugeordnet werden. Sie werden deshalb als nicht umverteilungsrelevant klassifiziert.
- Die Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Erweiterungsvorhabens gehen nahezu ausschließlich zu Lasten der im Einzugsgebiet ansässigen Wettbewerbsbetriebe.
- Aufgrund der vorhandenen Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie der geringfügigen Größe der Verkaufsflächenerweiterung ist bei Realisierung des Vorhabens keine Steigerung der Kaufkraftbindungsquote zu erwarten.

Auf Basis der genannten Prämissen ist bei Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters in der Großen Parower Straße in Stralsund nach gutachterlicher Einschätzung mit folgenden Kaufkraftbewegungen zu rechnen:

▪	Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes	< 0,1 Mio. €
▪	Umsatzumverteilung ggü. Lebensmittelbetrieben im Einzugsgebiet (ca. 1 – 2 % von ca. 17,9 <sup>1</sup> Mio. €)	ca. 0,3 Mio. €
	davon gegenüber Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen des Einzugsgebietes (ca. 2 % von ca. 9,1 Mio. €)	ca. 0,2 Mio. €
▪	<b>Umsatz insgesamt</b>	<b>ca. 0,3 Mio. €</b>

Im Einzelnen ergeben sich auf Basis der Modellrechnung gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen folgende Umsatzumverteilungseffekte:

- Nahversorgungszentrum  
Knieper Vorstadt = ca. 0,1 – 0,2 Mio. € (Quote: rd. 3 - 4 %)
- Nahversorgungszentrum Knieper Nord = < 0,1 Mio. € (Quote: ca. 1 %).

Aus den Ergebnissen der Modellrechnung zur Umsatzumverteilung lassen sich folgende wettbewerbliche und städtebauliche Auswirkungen des geplanten Erweiterungsvorhabens ableiten:

- Die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters löst gegenüber Wettbewerbern im Einzugsgebiet eine Umsatzumverteilung von ca. 0,3 Mio. € aus. Dieser Wert entspricht rechnerisch einer Umverteilungsquote von ca. 1 – 2 %. Damit resultieren aus dem Erweiterungsvorhaben nur geringe wettbewerbliche Effekte, die Abwägungsschwelle von 10 %, ab der schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) sicher zu erwarten sind, wird hingegen deutlich unterschritten.
- Aufgrund der vorgegebenen Wettbewerbsstrukturen sind von den Umsatzumverteilungen v. a. Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter) betroffen. Gegenüber diesen Betrieben kann die ermittelte Umverteilungsquote geringfügig höher ausfallen. Ein Abschmelzen eines dieser Betriebe als direkte Folge des Erweiterungsvorhabens ist nach gutachterlicher Einschätzung jedoch nicht wahrscheinlich.

<sup>1</sup> Ohne bestehenden Aldi Markt.

- Gegenüber Anbietern in zentralen Versorgungsbereichen werden insgesamt ca. 0,2 Mio. € des zusätzlichen Umsatzes umverteilt, was einer Umverteilungsquote von ca. 2 % entspricht. Aufgrund der Dominanz von Lebensmitteldiscountern ist dabei das Nahversorgungszentrum „Knieper Vorstadt“ von den Umverteilungswirkungen etwas stärker betroffen. Die Umverteilungsquote gegenüber den dort ansässigen Wettbewerbern beläuft sich auf ca. 3 – 4 %. Somit wird die 10 %-Abwägungsschwelle der städtebaulichen Verträglichkeit auch innerhalb dieser beiden städtebaulich schützenswerten Bereiche nicht erreicht. Schädliche städtebauliche Effekte als direkte Folge des Erweiterungsvorhabens sind aus gutachterlicher Sicht somit nicht zu erwarten.
- Die Umverteilungseffekte der geplanten Erweiterungsfläche im Bereich der Non-foodsortimente sind aufgrund ihrer geringen Größenordnung, welche sich zudem auf sehr unterschiedliche Sortimente verteilen, städtebaulich als nicht relevant zu klassifizieren.

## VI Zusammenfassung

Die Fa. Aldi plant, den an der Großen Parower Straße 54 in Stralsund ansässigen Aldi Lebensmitteldiscounter von derzeit ca. 800 m<sup>2</sup> auf ca. 895 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erweitern. Die Untersuchungen zu den wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen dieser Maßnahme kommen zu folgenden Ergebnissen:

- Der Standort des zu untersuchenden Aldi Lebensmitteldiscounters ist aus städtebaulicher Sicht aufgrund seiner Lage in einem Wohngebiet als integriert einzustufen. Für die Bewohner des umliegenden Wohnbereichs übernimmt der Lebensmittelmarkt eine fußläufige Nahversorgungsfunktion. Positiv hervorzuheben ist die Anbindung an das Netz des ÖPNV. Mit Bezug auf das Einzelhandelskonzept der Hansestadt Stralsund ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches liegt.
- Der erweiterte Aldi Lebensmitteldiscounter wird voraussichtlich ein Einzugsgebiet erschließen, das sich im Wesentlichen auf die Stadtteile Knieper Nord und Knieper Vorstadt erstreckt. Insgesamt leben in diesem abgegrenzten Bereich ca. 12.750 Einwohner. Das im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich beläuft sich auf ca. 20,8 Mio. €.
- In der Gesamtbetrachtung ist die Wettbewerbsintensität im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Untersuchungsraum bereits als intensiv einzustufen. So sind innerhalb des Einzugsgebietes derzeit fünf weitere betriebstypengleiche Wettbewerber (= Lebensmitteldiscounter) sowie ein Supermarkt ansässig. Außerhalb des Einzugsgebietes wird die Wettbewerbssituation insbesondere von dem im Einkaufszentrum „Strelapark“ ansässigen Citti SB-Warenhaus dominiert.
- Unter Zugrundelegung einer betreibertypischen Flächenproduktivität beläuft sich die Umsatzleistung des erweiterten Lebensmitteldiscounters auf ca. 4,0 Mio. €. Hiervon entfallen ca. 3,0 Mio. € auf Lebensmittelumsätze und ca. 0,8 Mio. € auf Nonfoodumsätze. Der Anteil der Streuumsätze im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt bei 10 % (= ca. 0,3 Mio. €). Aus dem Marktanteil im Einzugsgebiet von ca. 13 % kann für den erweiterten Lebensmitteldiscounter keine marktbeherrschende Stellung abgeleitet werden.
- Die Modellrechnungen zur Umsatzumverteilung zeigen, dass die Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet eine Umsatzumverteilung von ca. 0,3 Mio. € auslöst, was einer Umverteilungsquote von ca. 1 –

2 % entspricht. Gegenüber den beiden zentralen Versorgungsbereichen NVZ „Knieper Vorstadt“ und NVZ „Knieper Nord“ errechnen sich Umverteilungsquoten von 3 – 4 % bzw. 1 %. Somit wird die 10 %-Abwägungsschwelle der städtebaulichen Verträglichkeit innerhalb dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche deutlich unterschritten. Schädliche städtebauliche Effekte als direkte Folge des Erweiterungsvorhabens sind aus gutachterlicher Sicht somit nicht zu erwarten.

**Kartenverzeichnis**

**Seite**

**Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Übersicht zentraler Versorgungsbereiche in der Hansestadt Stralsund	6
Karte 2:	Lageplan des erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounters am Standort Große Parower Straße, Stralsund	9
Karte 3:	Lage des Projektstandortes im Stadtteil Knieper Vorstadt, Standort Große Parower Straße	13
Karte 4:	Einzugsgebiet des Aldi Lebensmitteldiscounters in Stralsund, Große Parower Straße	17
Karte 5:	Hauptwettbewerber des Aldi Lebensmitteldiscounters im Untersuchungsraum	23