

Auswirkungsanalyse

zum geplanten Ersatzneubau des Lebensmittelmarktes PENNY in der Stadt Dohna

für die

OIB Projekt 34 GmbH & Co. KG

Gottlieb-Daimler-Straße 24

86825 Bad Wörishofen

Ihr Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Gesamtleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21

04105 Leipzig

Deutschland

Tel +49 341 98386-73

Fax +49 341 98386-80

E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Münster · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 08. Dezember 2022

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
2.1. Entwicklungstrends.....	6
2.2. Distributionsstrukturen	7
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	10
3. Projektplanung und Projektdaten.....	11
4. Makrostandort Stadt Dohna	13
5. Mikrostandortanalyse	18
6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet.....	22
7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial	28
8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....	32
9. Auswirkungsanalyse.....	34
9.1. Umsatzprognose.....	34
9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	37
9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen	39
10. Fazit	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	6
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	7
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	8
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	9
Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	10
Abbildung 6: Lageplan zum PENNY-Ersatzneubau im Gewerbegebiet am Kuxberg	11
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich	16
Abbildung 8: Umfeld des Projektstandorts	18
Abbildung 9: Verkehrsanbindung des Projektstandorts	19
Abbildung 10: Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Dohna	25
Abbildung 11: Ausgewählte Anbieter in der Nachbargemeinde Heidenau	26
Abbildung 12: Lebensmittelmarkt in Glashütte-Schlottwitz	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung der Stadt Dohna, des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge sowie des Freistaates Sachsen	15
Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen	23
Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten	23
Tabelle 4: Nachfragepotenzial im projektrelevanten Einzugsgebiet der Stadt Dohna	30
Tabelle 5: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Einzugsgebiet	31
Tabelle 6: Umsatzprognose (summarisch) auf Basis der Abschöpfungsquoten für den Projektstandort Am Kuxberg (PENNY-Planvorhaben und die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe)	34
Tabelle 7: Resultierende Flächenproduktivitäten der am Planvorhaben beteiligten Betriebe	35
Tabelle 8: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den Projektstandort Am Kuxberg	37

Kartenverzeichnis

Karte 1: Ortschaften und Ortsteile der Stadt Dohna	13
Karte 2: Zentralörtliche Gliederung gemäß Regionalplan	14
Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld	19
Karte 4: Lebensmittelmärkte im regionalen Untersuchungsgebiet	22
Karte 5: Einzugsgebiet des Projektstandortes in der Stadt Dohna mit regionalen Nahversorgungsanbietern	29

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Für den bestehenden PENNY-Markt in der Stadt Dohna ist eine Standortverlagerung von der Dresdner Straße zum Gewerbegebiet Am Kuxberg geplant, der aktuelle Bestandsmarkt soll als Lebensmittelmarkt nahkauf nachgenutzt werden. Eingebunden in diese Standortentwicklung sind demnach folgende Vorhaben:

- Ersatzneubau des Lebensmittelmarktes PENNY im Gewerbegebiet Am Kuxberg mit ca. 799 m² Verkaufsfläche,
- zusätzlich sind jeweils eine eigenständige Bäcker- und Fleischerfiliale am Projektstandort vorgesehen, in Summe mit ca. 60 m² Verkaufsfläche zzgl. Gastro-/ Bistroflächen,
- Nachnutzung des Bestandsstandortes (ca. 620 m² Verkaufsfläche) als Lebensmittelmarkt nahkauf weiterhin mit Bäcker und Fleischer am Eingangsbereich.

Die Stadt Dohna umfasst ein ländlich geprägtes Gemeindegebiet südöstlich von Dresden und südlich von Heidenau am Eingang zum Müglitztal. Zum Stadtgebiet zählen neben der Kernstadt auch die beiden Ortschaften Meusegast und Röhrsdorf, welche sich wiederum in 11 mehrheitlich sehr kleine Ortsteile gliedern. Insgesamt leben in der Stadt Dohna aktuell 6.244 Einwohner¹, bei einer auch perspektivisch stabilen Bevölkerungsentwicklung.

Der Projektstandort liegt im Gewerbegebiet Am Kuxberg, für welches aktuell der Bebauungsplan aufgestellt wird. Der Aufstellungsbeschluss wurde durch den Stadtrat der Stadt Dohna im Mai 2022 gefasst.

Die Zulässigkeit des Vorhabens bemisst sich nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO. Grundsätzlich sind in Gewerbegebieten auch Einzelhandelsbetriebe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO im Grundsatz allgemein zulässig. Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind jedoch 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, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.

Im Planvorhaben ist kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb eingebunden, für den PENNY-Ersatzneubau ist eine Größendimensionierung knapp unterhalb des Schwellenwertes zur Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche) vorgesehen. Die einzelnen Anbieter im Gewerbegebiet Am Kuxberg sind jeweils als selbständige Einzelhandelsbetriebe geplant, so dass sie selbständig, also unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden und baurechtlich auch als eigenständige Vorhaben genehmigungsfähig sind. Die Nachnutzung des aktuellen PENNY-Bestandsstandortes erfolgt in der bestehenden Verkaufsflächendimensionierung, deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.

Letztlich ist mit vorliegendem Gutachten die Frage von potenziell schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu klären. Entsprechende Folgewirkungen können nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Vorhabens, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche oder Nahversorgungsstandorte bewertet werden.

Die BBE Handelsberatung hat hierzu eine umfassende Auswirkungsanalyse erstellt. In vertiefter Form wird das Projekt dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Die örtliche und regionale Wettbewerbsposition wird einer genauen Prüfung unterzogen. Aufgrund der detaillierten Betrachtung der lokalen Situation werden konkrete Aussagen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung erarbeitet.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand 31.07.2022

Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Dohna vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche Angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten?

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

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

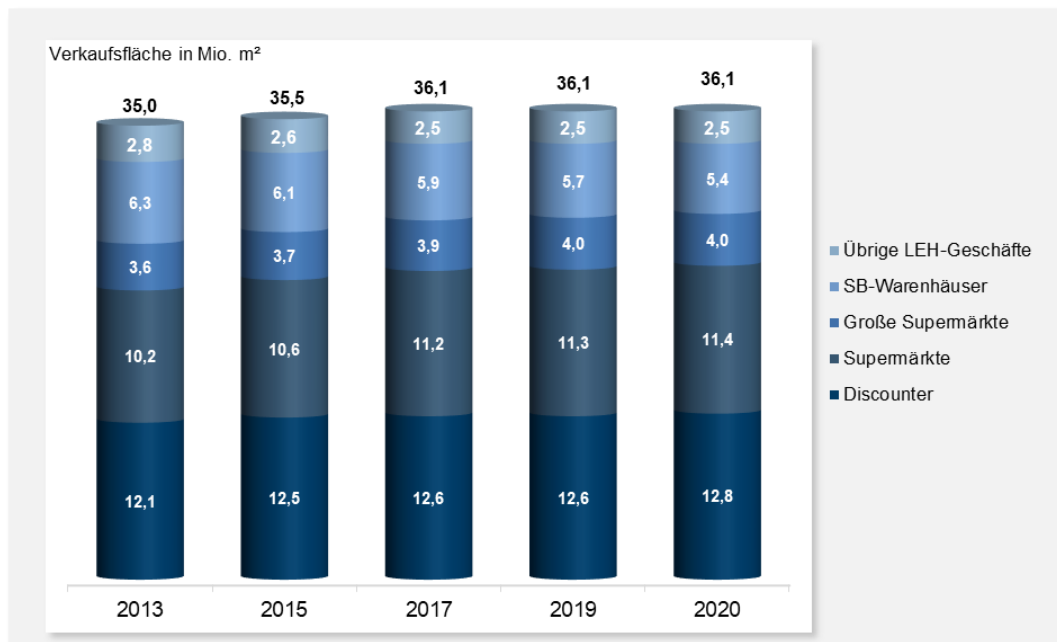
2.1. Entwicklungstrends

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

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

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 587,8 Mrd. € entfallen aktuell ca. 46% auf die „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG - Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs des Food- und Nearfoodsegmentes, ca. 269,3 Mrd. €).²

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 35,0 Mio. m² im Jahre 2013 auf ca.

² Quellen: HDE-Zahlenspiegel 2021 und IfH-Brancheninformationssystem, Umsatz Einzelhandel im engeren Sinne und Umsatz der Warengruppe FMCG jeweils für das Jahr 2021

36,1 Mio. m² im Jahre 2020 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,43 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 12%, große Supermärkte + 11%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 14%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP setzt sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fort.

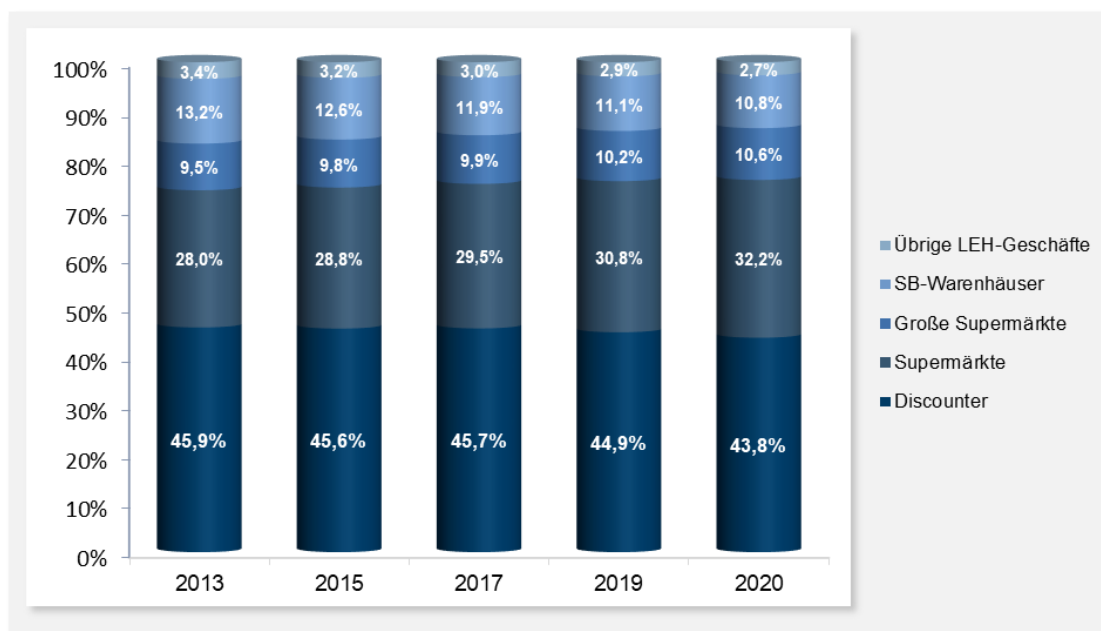
2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.909 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 805 m² den 12.227 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.³ In den letzten Jahren konnten Supermärkte ihren Marktanteil auch zu Lasten der Discounter steigern.

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



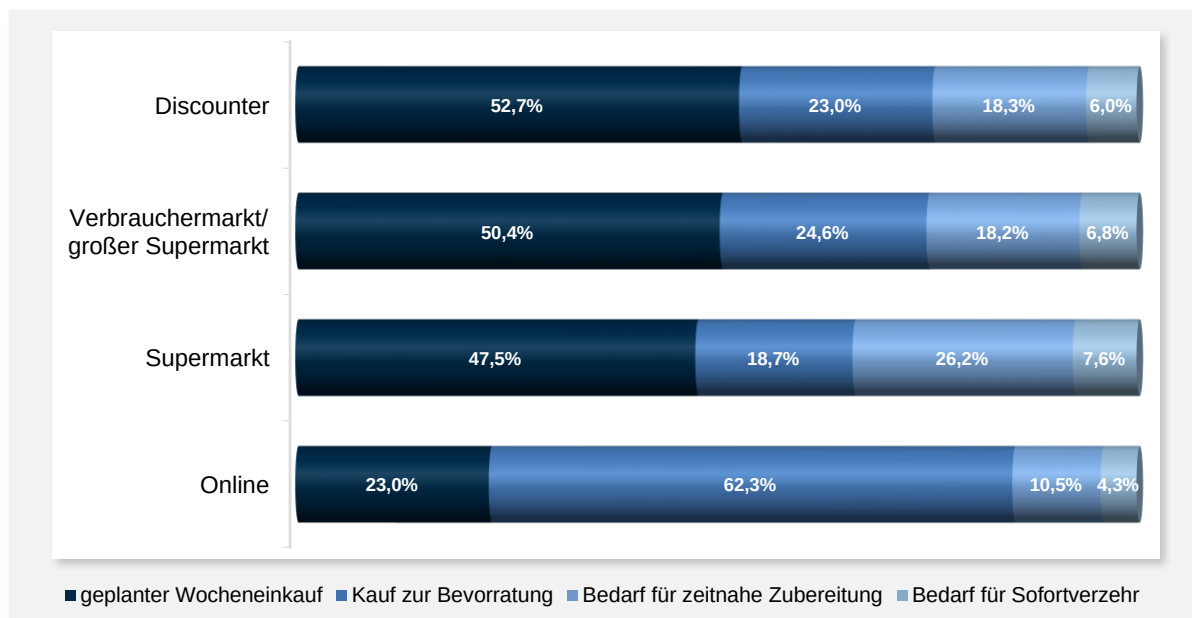
Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2021, BBE-Darstellung 2022

³ vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2021, Stand: 2020 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.⁴ Der Convenience-Store „REWE To Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

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

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



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

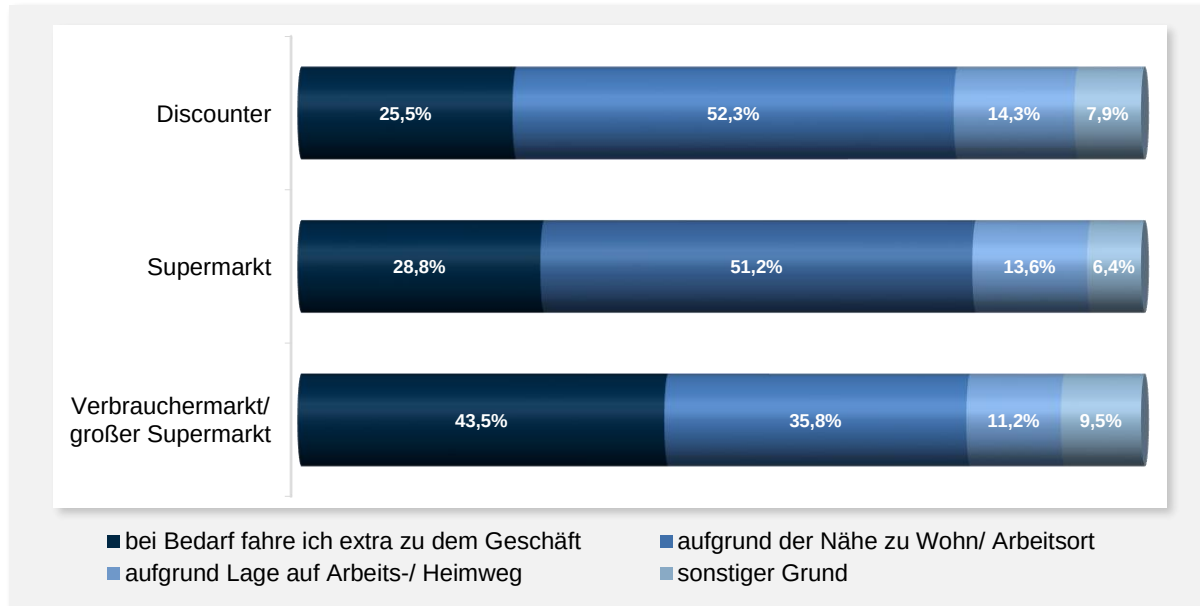
Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits ist die Kundschaft nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt / Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

⁴ EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

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

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IfH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2022

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

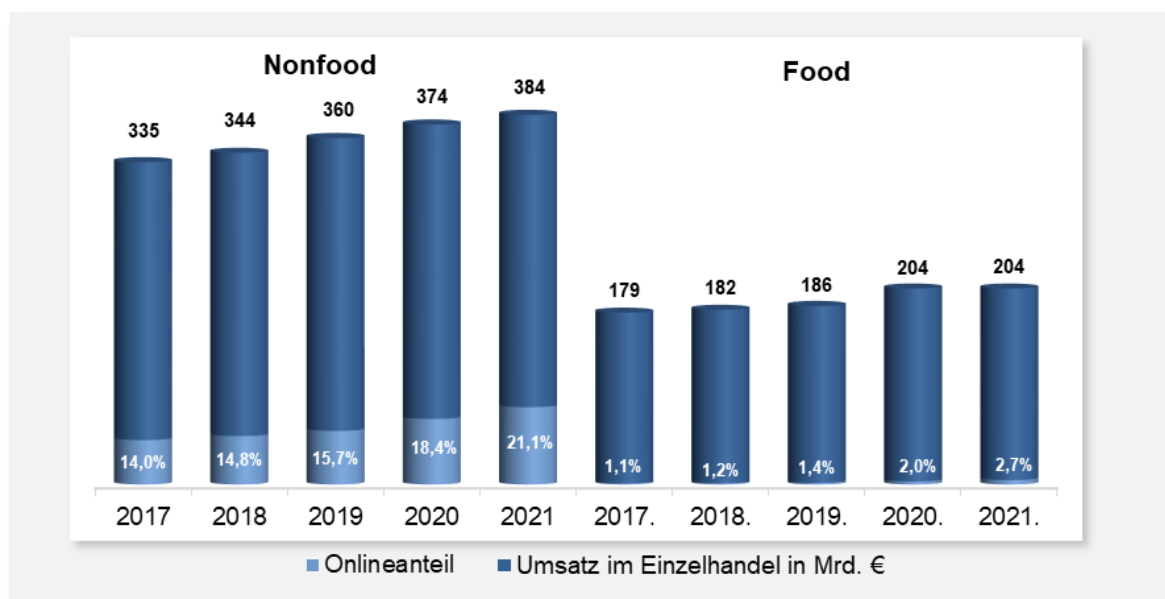
Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Die stärkere Qualitätsorientierung des Lebensmitteleinzelhandels hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt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

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

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Im Jahr 2021 lag der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 2,7% des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 35% erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 12,5%).⁵

Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 - 2022, BBE-Darstellung 2022

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

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Extremwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten sowie im Frühjahr 2022 durch den Ausbruch des Krieges in der Ukraine – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 3,1 Mrd. € in Deutschland.⁶

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

⁵ vgl. HDE-Online-Monitor 2022

⁶ vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 22/2021 bis KW 21/2022

3. Projektplanung und Projektdaten

Im Gewerbegebiet am südlichen Stadtrand von Dohna ist der Ersatzneubau des Lebensmitteldiscounters PENNY geplant, der Bestandsstandort befindet sich im nördlichen Stadtgebiet an der Dresdner Straße, ca. 1,5 km Luftlinie entfernt. Folgende Nutzungen sind am Planstandort vorgesehen:

- Lebensmitteldiscounter PENNY mit einer Verkaufsfläche von 799 m²,
- eigenständige Bäcker- und Fleischerfilialen mit einem einzelhandelsrelevanten Verkaufsflächenanteil von ca. 60 m².

Der PENNY-Bestandsstandort an der Dresdner Straße wird einschließlich des ansässigen Lebensmittelhandwerks weiterhin als Lebensmittelmarkt nachgenutzt, zukünftig als nahkauf-Filiale. Folglich ist der neue PENNY-Standort im gutachterlichen Sinne als zusätzlicher Lebensmittelmarkt zu prüfen.

Einen Überblick zum Vorhaben gibt der Lageplan zum ersten Bauabschnitt in folgender Abbildung: Der neue Lebensmittelmarkt und die beiden Filialen des Lebensmittelhandwerks sind im östlichen Teilbereich des neuen Gewerbegebietes eingebunden, weitere Nutzungen konzentrieren sich auf Gewerbebetriebe.

Unmittelbar am Lebensmittelmarkt sind 67 PKW-Stellplätze vorgesehen.

Abbildung 6: Lageplan zum PENNY-Ersatzneubau im Gewerbegebiet am Kuxberg



Quelle: Genehmigungsplanung – Übersichtsplan Penny, Fabrik No 40 Weiß & Faust Architekten

Der Lebensmittelmarkt und selbstverständlich auch die beiden Filialen des Lebensmittelhandwerks bieten im Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Sortimente. Ordnet man den geplanten Ersatzneubau des

PENNY-Marktes in die Distributionsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel sowie in die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so kann zunächst Folgendes festgehalten werden:

- Per Definition ist der PENNY-Markt dem Betriebstyp des Lebensmitteldiscounters zuzuordnen.
- Discounter der neusten Generation verfügen in der Regel über eine Verkaufsfläche von bis zu 1.500 m². Für den PENNY-Markt ist im Rahmen des Ersatzneubaus zwar eine Verkaufsflächenerweiterung vorgesehen, dennoch verbleibt er mit zukünftig ca. 799 m² unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit. Damit liegt die geplante Verkaufsfläche weit unterhalb des Verkaufsflächendurchschnitts von Lebensmitteldiscountern der neuesten Generation.
- Der Ersatzneubau dient der Modernisierung des Angebotskonzeptes, die Vergrößerung der Verkaufsfläche u.a. auch der Verbesserung der innerbetrieblichen Abläufe und der kundenfreundlichen Warenpräsentation sowie der weiteren Profilierung des Lebensmittelangebotes.

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

- Umsatzbindung und -herkunft des Projektvorhabens
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung des neuen Nahversorgungsstandortes in der Stadt Dohna
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen im regionalen Umfeld von Dohna.

4. Makrostandort Stadt Dohna

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

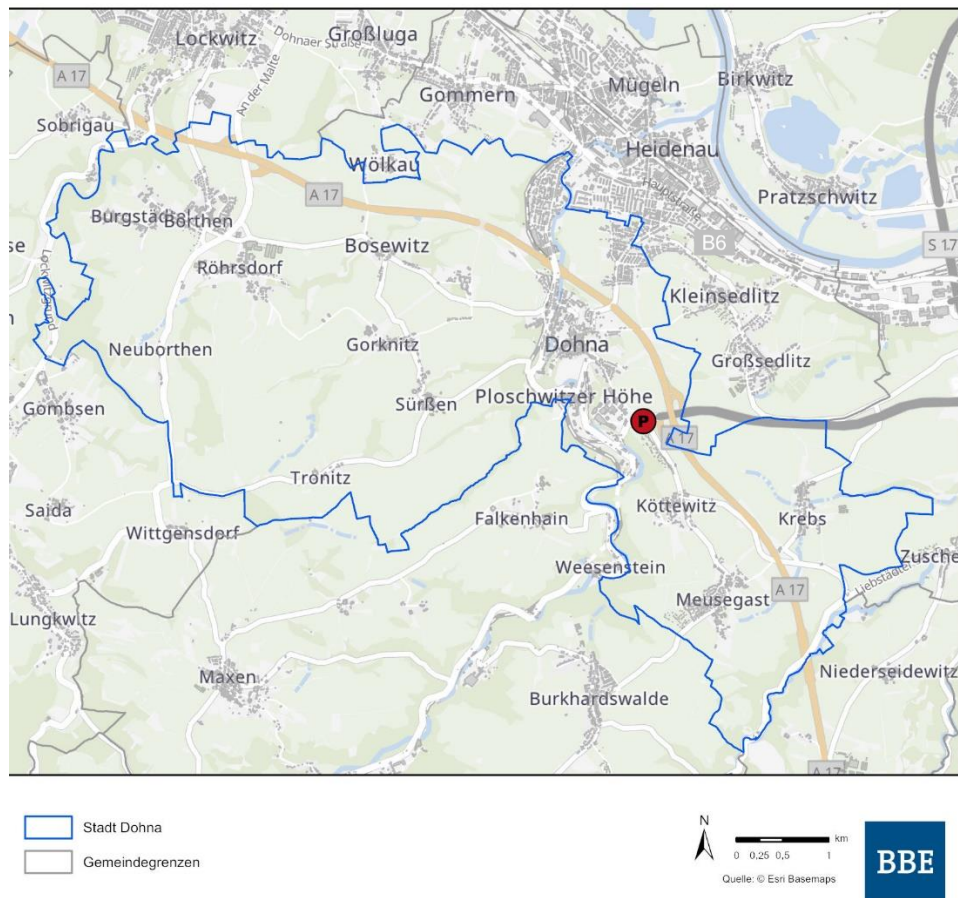
Regionale Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Dohna liegt südlich der Stadt Heidenau und der sächsischen Landeshauptstadt Dresden im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge, weitere Nachbargemeinden sind Kreischa und Müglitztal.

Die Kernstadt Dohna ist die zweitälteste Stadt Sachsens. Nach Eingemeindungen in den 90-er Jahren des vergangenen Jahrhunderts gliedert sich das Stadtgebiet weiterhin in die Ortschaften Meusegast (mit den Ortsteilen Köttewitz und Krebs) sowie Röhrsdorf (mit den Ortsteilen Borthen, Bosewitz, Burgstädtel, Gamig, Gorknitz, Sürßen und Trönitz). Seit dem 01. Januar 2002 bildet die Stadt Dohna mit der Nachbargemeinde Müglitztal die Verwaltungsgemeinschaft Dohna-Müglitztal.

Das Stadtgebiet von Dohna zeichnet sich folglich durch eine disperse Siedlungsstruktur aus, weitestgehend ländlich geprägt. Die nachfolgende Karte zeigt die räumliche Verteilung der Siedlungsflächen, die Kernstadt grenzt unmittelbar südlich an Heidenau an, die Ortschaft Röhrsdorf umfasst das westliche Stadtgebiet, die Ortschaft Meusegast liegt südöstlich der Kernstadt. Der Projektstandort befindet sich am Südrand der Kernstadt.

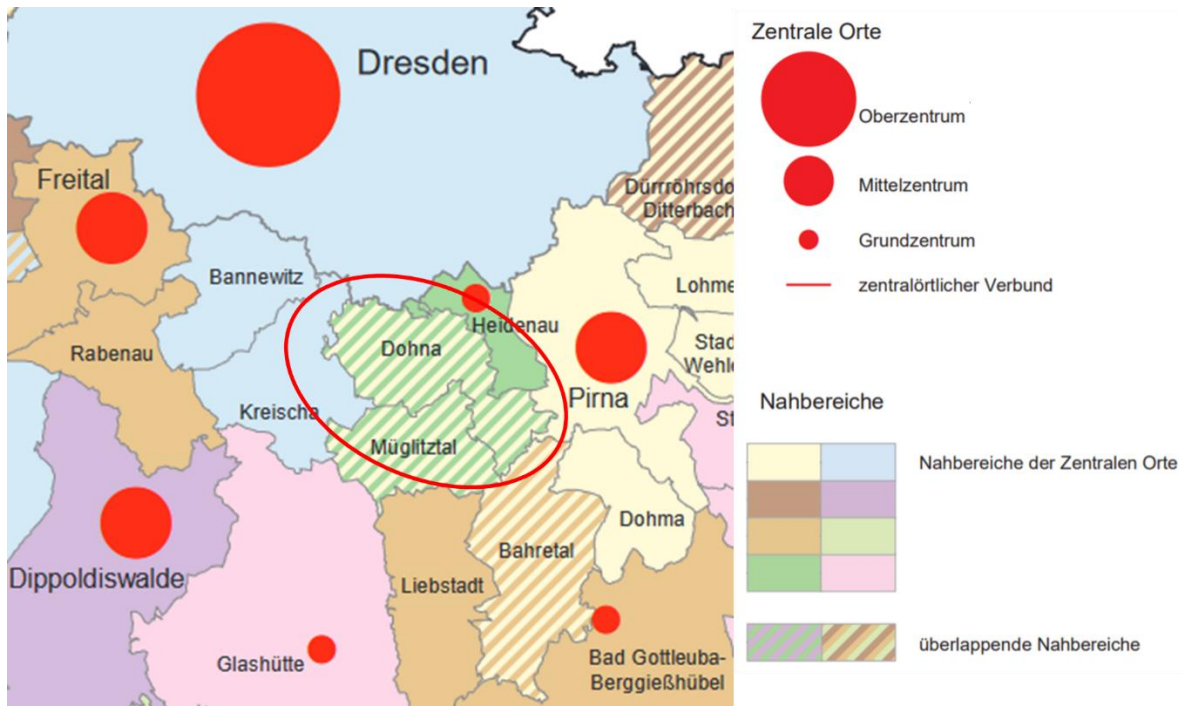
Karte 1: Ortschaften und Ortsteile der Stadt Dohna



Landesplanung und Zentralität

Gemäß dem Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2020 wird der Stadt Dohna keine zentralörtliche Funktion zugewiesen⁷, somit übernimmt Dohna vorrangig Versorgungsfunktionen für sich selbst. Die nächstgelegenen zentralen Orte sind das Oberzentrum Dresden; die Mittelzentren Pirna, Dippoldiswalde und Freital sowie die Grundzentren Heidenau und Glashütte.

Karte 2: Zentralörtliche Gliederung gemäß Regionalplan



Quelle: Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2020, Karte 7 Nahbereiche der Zentralen Orte (Ausschnitt)

Dohna befindet sich im Überschneidungsgebiet der Nahbereiche des Mittelzentrums Pirna mit jenem des Grundzentrums Heidenau, liegt somit aufgrund der Lagebeziehungen und der engen räumlichen Verflechtungen in einem Spannungsfeld zu den umliegenden zentralen Orten. Zusätzlich ergeben sich durch die Nähe und räumliche Anbindung zum Oberzentrum Dresden vielfältige Verflechtungsbeziehungen, die alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens tangieren, dazu gehören die Wirtschaft (inkl. Einzelhandel), die Bildung, die Kunst und Kultur. Auch sind aus den Ortschaften der Stadt Dohna hinsichtlich einer Kundschaftsorientierung auf Dresden, Pirna oder Heidenau unterschiedliche Gewichtungen zu erwarten.

Innerörtliche Verkehrsanbindung

Die einzelnen Ortsteile von Dohna sind mit einem dichten Netz an Staats- und Kreisstraßen miteinander verbunden. Wichtigste innerörtliche Verkehrsachsen sind die Kreisstraßen K8763 von der Kernstadt in Richtung der Ortschaft Meusegast und die K8768 und K8769, welche die Ortsteile der Ortschaft Röhrsdorf anbinden.

In Nord-Süd-Richtung verbindet die Staatsstraße S178 die Stadt Dohna zunächst mit der südlichen Nachbargemeinde Müglitztal, weiterführend dann ins Grundzentrum Glashütte. Nördlich verbindet die S178 Dohna mit Heidenau, mündet dort in die S172 (Pirna – Dresden).

⁷ Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2020, Karte 7 Nahbereiche der Zentralen Orte

Das Stadtgebiet von Dohna erstreckt sich entlang des Autobahnverlaufes der BAB17, der Projektstandort liegt auch unmittelbar an der Anschlussstelle Pirna, für die zu bewertenden Nahversorgungsfunktionen des Planvorhabens kommt dieser Autobahnanbindung aber keinerlei Bedeutung zu.

Der ÖPNV wird durch mehrere Buslinien der Regionalverkehr Sächsische Schweiz-Osterzgebirge GmbH (RVSOE) innerhalb des Verkehrsverbundes Oberelbe sichergestellt, sodass Verbindungen zu den einzelnen Ortsteilen sowie Anschlüsse an umliegende Gemeinden bestehen. So ist Dohna eingebunden die beiden Stadtverkehrslinien A und B von Heidenau sowie in die Regionalbuslinien 201, 202, 204 und 372.

Zusätzlich ist das Stadtgebiet Dohna mit den Bahnhöfen Dohna, Köttewitz und Weesenstein an die Müglitztalbahn (RB72) zwischen Heidenau und Altenberg (Erzgeb.) angebunden.

Bevölkerungsentwicklung

Gemäß aktueller Datengrundlage des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen lebten zum Stichtag 31.07.2022 insgesamt 6.244 Einwohner in der Stadt Dohna. Die Bevölkerungsentwicklung seit 2011 kennzeichnet sich durch einen leichten Bevölkerungsanstieg mit Schwankungen um insgesamt rd. 2,2%. Damit stellt sich das Bevölkerungswachstum im Vergleich zum Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge und dem Freistaat Sachsen positiver dar.

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung der Stadt Dohna, des Landkreises Sächsische Schweiz-Osterzgebirge sowie des Freistaates Sachsen

Einwohner- entwicklung	Stadt Dohna		Landkreis Sächsische Schweiz- Osterzgebirge		Freistaat Sachsen	
	abs.	Index	abs.	Index	abs.	Index
31.12.2011	6.108	100,0%	246.275	100,0%	4.054.182	100,0%
31.12.2012	6.124	100,3%	245.927	99,9%	4.050.204	99,9%
31.12.2013	6.227	101,9%	245.939	99,9%	4.046.385	99,8%
31.12.2014	6.261	102,5%	245.954	99,9%	4.055.274	100,0%
31.12.2015	6.299	103,1%	247.412	100,5%	4.084.851	100,8%
31.12.2016	6.325	103,6%	246.066	99,9%	4.081.783	100,7%
31.12.2017	6.264	102,6%	245.418	99,7%	4.081.308	100,7%
31.12.2018	6.220	101,8%	245.611	99,7%	4.077.937	100,6%
31.12.2019	6.183	101,2%	245.586	99,7%	4.071.971	100,4%
31.12.2020	6.163	100,9%	244.722	99,4%	4.056.941	100,1%
31.12.2021	6.168	101,0%	244.009	99,1%	4.043.002	99,7%
31.07.2022	6.244	102,2%	245.974	99,9%	4.081.298	100,7%
Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung						
2030 - Var. 1	6.230	102,0%	239.550	97,3%	4.002.010	98,7%
2030 - Var. 2	6.170	101,0%	236.570	96,1%	3.922.900	96,8%

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011, 7. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen bis 2035

Zukünftig ist in Dohna gegenüber dem heutigen Stand mit einer relativ stabilen Bevölkerungsentwicklung zu rechnen. Grundlage dieser Aussage bildet die 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose für den Freistaat Sachsen bis 2035 des Statistischen Landesamtes. Dieser Bevölkerungsprognose liegen zwei Annahmeszenarien zugrunde. Diese markieren die Grenzen eines Korridors, in dem sich die Bevölkerungszahl voraussichtlich entwickeln wird.

Die Prognosevariante 1 erwartet für Dohna mit 6.230 Personen einen Bevölkerungsstand vergleichbar der aktuellen Situation, lediglich die Variante 2 bildet eine leicht negativere Entwicklung auf rd. 6.170 Einwohner ab.

Das Stadtgebiet Dohna hebt sich damit im Vergleich mit der Bevölkerungsprognose für den Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge als deutlich stabiler ab, für den Landkreis insgesamt werden bis zum Jahr 2030 spürbare Bevölkerungsrückgänge erwartet.

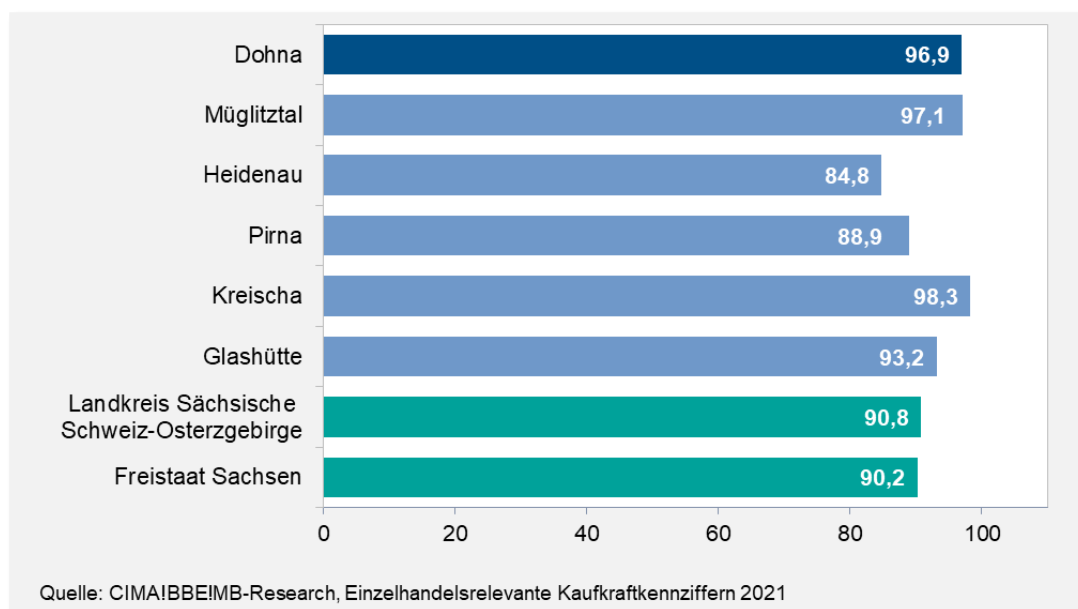
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte sind in dieser Einkommensberechnung nicht enthalten.

Für die Stadt Dohna errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 96,9, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 3,1 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich bewegt sich Dohna im oberen Mittelfeld: Während die Städte Heidenau und Pirna deutlich geringere Durchschnittswerte aufweisen, liegen die Nachbargemeinden Kreischa und Müglitztal sogar nochmals leicht höher. Auch die Vergleichswerte für den Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge bzw. den Freistaat Sachsen sind weitaus geringer.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich



Pendlersituation

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

Die tägliche Auspendlerzahl von Dohna beträgt 2.269, rein rechnerisch gesehen pendelt somit mehr als jeder dritte Einwohner der Gemeinde (ca. 36%) aus Dohna aus.

Gleichzeitig ist jedoch eine vergleichbar hohe Einpendlerzahl von 2.108 hervorzuheben, es verbleibt nur ein geringer negativer Pendlersaldo von -161. Dies ist insbesondere in Anbetracht der fehlenden zentralörtlichen Funktion und der Lage der Gemeinde in der Nähe zur Heidenau, Pirna und Dresden hervorzuheben. Als ursächlich sind die Gewerbegebiete in Autobahnnähe anzusehen. Somit sind etwa 85% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Dohna Pendler.⁸

Die große Zahl an Auspendlern lässt auf größere Kaufkraftabflüsse zugunsten der umliegenden Kommunen und insbesondere der Städte Dresden, Pirna und Heidenau schließen, auch in der Nahversorgung aufgrund begrenzter eigener Angebotsstrukturen in Dohna. Im Umkehrschluss sind aus selben Grund Kaufkraftzuflüsse durch die ebenfalls große Zahl an Einpendlern nicht zu erwarten, aber auch durch die gezielte Orientierung der Einpendler auf die Gewerbeansiedlungen.

Fazit zum Makrostandort Stadt Dohna:

- Die Stadt Dohna weist keine zentralörtliche Funktion auf und besitzt somit lediglich Versorgungsfunktionen für sich selbst. Sie ist den Versorgungsbereichen von Pirna und Heidenau zugehörig.
- Das Stadtgebiet weist eine ländlich geprägte, disperse Siedlungsstruktur mit der Kernstadt und den beiden Ortschaften Röhrsdorf und Meusegast bei insgesamt 12 Ortsteilen aus, in denen zum Stand 31.07.2022 insgesamt 6.244 Einwohner leben.
- Seit 2011 hat die Stadt Dohna eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung zu verzeichnen (+2,2%), bis zum Jahr 2030 wird gemäß der 7. Regionalisierten Bevölkerungsprognose eine im regionalen Kontext weiterhin relativ stabile Entwicklung erwartet, lediglich in Variante 2 der amtlichen Prognose mit sehr leichtem Bevölkerungsrückgang.
- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Dohna liegt mit 96,9 leicht unter dem Bundesdurchschnitt (=100), erzielt jedoch für den Landkreis und den Freistaat Sachsen ein deutlich überdurchschnittliches Niveau.
- Die Stadt Dohna weist sowohl eine hohe Auspendler- aber auch Einpendlerzahl auf. Die Auspendlerzahl entspricht einem Bevölkerungsanteil von ca. 36% und lässt erhebliche Kaufkraftabflüsse erwarten, letztlich auch aufgrund eingeschränkter Angebotsstrukturen vor Ort. Die Einpendlerzahl steht ursächlich vor allem mit den Gewerbeansiedlungen in Autobahnnähe im Zusammenhang, ist aber auch sehr stark auf diese Gebiete orientiert, ohne Partizipation des weiteren Stadtgebietes.

⁸ Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort, 30.06.2021, Bundesagentur für Arbeit

5. Mikrostandortanalyse

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

Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich am Südrand der Kernstadt Dohna, südlich der Straße Am Kuxberg. Aktuell wird der Projektstandort landwirtschaftlich genutzt und befindet sich im Außenbereich. Für das in nachfolgender Karte 3 dargestellte Grundstück wird jedoch der Bebauungsplan „Gewerbegebiet Am Kuxberg“ aufgestellt, er erweitert funktional das nördlich der Straße Am Kuxberg gelegene Gewerbegebiet Reppchenstraße.

Das unmittelbare Umfeld wird folglich derzeit weitestgehend durch Gewerbe geprägt. Das Gewerbegebiet Reppchenstraße umfasst Gewerbe- und Industriebetriebe, ansässig sind aber auch eine Tierpension und eine Futterhandlung.

Im Geltungsbereich des neuen Bebauungsplanes sind neben dem Planvorhaben PENNY und den beiden Betrieben des Lebensmittelhandwerks ebenfalls weitere Gewerbebetriebe vorgesehen.

Südlich des Projektareals grenzt eine Kleingartenanlage an.

Abbildung 8: Umfeld des Projektstandorts



Projektstandort links der Straße Am Kuxberg
Quelle: eigene Aufnahmen, November 2022



Gewerbegebiet Reppchenstraße rechts der Straße Am Kuxberg

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

Augenscheinlich prägnant ist aus Sicht der Erreichbarkeit die Nachbarschaftslage zur Autobahn BAB17, die Auffahrt Pirna liegt nur 200 m östlich. Die Straße Am Kuxberg fungiert als S178a auch als Zubringer zur Autobahn, jenseits der BAB17 ist der weitere Verlauf als Bundesstraße B172a nach Pirna ausgebaut.

Für die Erreichbarkeit potenzieller Kunden ist dieser Autobahnanschluss aber deutlich nachrangig zu bewerten. Streuumsätze durch die Verkehrsfrequenzen zum Gewerbegebiet sind zwar nicht auszuschließen, werden aber nicht die Umsatzerwartung bestimmen.

Wesentlicher sind in ihrer Funktion die beiden Nord-Süd-Verkehrsachsen beiderseits des neuen Gewerbegebietes. In westliche Richtung mündet die Straße Am Kuxberg in die Staatsstraße S178, in diesem Abschnitt unter den Namen Altenberger Straße. Diese S178 verbindet das Stadtgebiet Dohna mit der Nachbargemeinde Müglitztal, auch die Regionalbuslinien verkehren über diese Achse.

Unmittelbar östlich des Projektareals liegt die Kreuzung mit der Verkehrsachse Reppchenstraße / Köttewitz. Unmittelbar aus der Kernstadt kommend bindet der weitere Verlauf die Ortsteile der Ortschaft Meusegast an.

Abbildung 9: Verkehrsanbindung des Projektstandorts



Straße Am Kuxberg, links Planstandort



Kreuzungsbereich mit Blick zur Autobahn



Kreuzungsbereich aus südlicher Richtung

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2022

Karte 3: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



Mikrostandort

 Projektstandort

N
0 20 40 80 m
Kartengrundlage: © Esri Basemaps

BBE

Eine ÖPNV-Erreichbarkeit ist über die beiden Bushaltstellen im Umfeld des Gewerbegebietes Reppchenstraße gewährleistet, zu nennen ist zum einen die Haltestelle „Reppchenstraße“ (ca. 300 m nördlich des Projektstandortes) und die Haltestelle „Köttewitz“ am Kreuzungsbereich Altenberger Straße / Am Kuxberg (ca. 380 m südwestlich des Projektstandortes). An beiden Haltestellen verkehren die Linien 201 und 202 der Regionalverkehr Sächsische Schweiz-Osterzgebirge GmbH (RVSOE), an der Haltestelle „Reppchenstraße“ zusätzlich die Linie 204, die dann Köttewitz und Meusegast anbindet.

Entlang der Straße Köttewitz verläuft ein gemeinsamer Rad- und Fußweg in Richtung der Ortschaft Meusegast, ein weiterer Fußweg verläuft auf der nördlichen Straßenseite von Am Kuxberg.

Insgesamt weist der Standort damit eine gute Erreichbarkeit sowohl für den nicht-motorisierten als auch für den motorisierten Kundenverkehr auf.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Für die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind in ländlichen Räumen, denen auch die Dohna mit ihrer dispersen Siedlungsstruktur zuzuordnen ist, die Anforderungen einer zumindest wohnortnahen Versorgung zu beachten bzw. generell abweichend zu beurteilen.

Entsprechende Entfernungen für ländliche Räume sind im Allgemeinen⁹ mit bis zu 2.500 m anzusetzen, dieser 2,5 km-Radius des Projektstandortes umschließt zunächst die Kernstadt und die südöstliche Ortschaft Meusegast, schließt aber auch die ersten Ortsteile der westlichen Ortschaft Röhrsdorf ein.

Die wohnortnahen Versorgungsfunktionen des perspektivischen Nahversorgungsstandorts reichen jedoch im konkreten Fall in südlicher Richtung weit über den üblichen Umkreis von 2,5 km für ländliche Regionen hinaus. Infolge begrenzter bis fehlender Alternativen wird eine Kundschaftsbindung auch aus der Nachbargemeinde Müglitztal erwartet, hierbei sind auch die rückläufigen Angebotsstrukturen im Grundzentrum Glashütte zu berücksichtigen (vgl. Abschnitt 6). Die letztlich zu erwartenden Distanzen einer Kundschaftsbindung werden im Rahmen der Einzugsgebietsabgrenzung im Abschnitt 7 diskutiert.

Durch die Verlagerung des Lebensmittelmarktes PENNY gehen jedoch nicht die fußläufigen, wohnungsnahe Versorgungsfunktionen in der Kernstadt verloren, diese werden zukünftig durch die Nachnutzung des Bestandsstandortes als Lebensmittelmarkt nahkauf abgesichert.

Planungsrechtliche Situation

Der Projektstandort liegt im Geltungsbereich des aufzustellenden Bebauungsplanes „Gewerbegebiet Am Kuxberg“, das unmittelbare Vorhabengrundstück ist in einem ausgewiesenen Gewerbegebiet eingebunden. Im Gewerbegebiet sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO im Grundsatz allgemein zulässig. Weder der Lebensmittelmarkt PENNY noch die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe überschreiten in ihrer Verkaufsflächendimensionierung die Schwelle zu Großflächigkeit. Die einzelnen Anbieter sind zudem als selbständige Einzelhandelsbetriebe geplant. Für die planungsrechtliche Bewertung der Einzelhandelsansiedlung siehe auch Abschnitt 8.

⁹ Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels“ der „Fachkommission Städtebau“ der Bauministerkonferenz, beschlossen am 28. September 2017, Abschnitt 2.3.2.4

Fazit zum Mikrostandort

- Der Projektstandort befindet sich an der Straße Am Kuxberg am südlichen Rand der Kernstadt Dohna. Er ist Teil des neuen Gewerbegebietes Am Kuxberg, welches sich südlich am bestehenden Gewerbegebiet Reppchenstraße anschließt.
- Durch seine Lage an einem verkehrlichen Knotenpunkt ist eine hervorragende Erreichbarkeit aus der Kernstadt, der südlichen Ortschaft Meusegast und weiterführend auch aus den angrenzenden Ortsteilen der Nachbargemeinde Müglitztal gewährleistet. Das Planvorhaben zielt insbesondere auf eine Verbesserung einer gut erreichbaren, wohnortnahen Grundversorgung in dieser ländlichen Region mit einer Vielzahl kleinerer Ortsteile.
- Der ÖPNV-Anschluss ist über die beiden Haltestellen „Reppchenstraße“ und „Köttewitz“ gewährleistet.

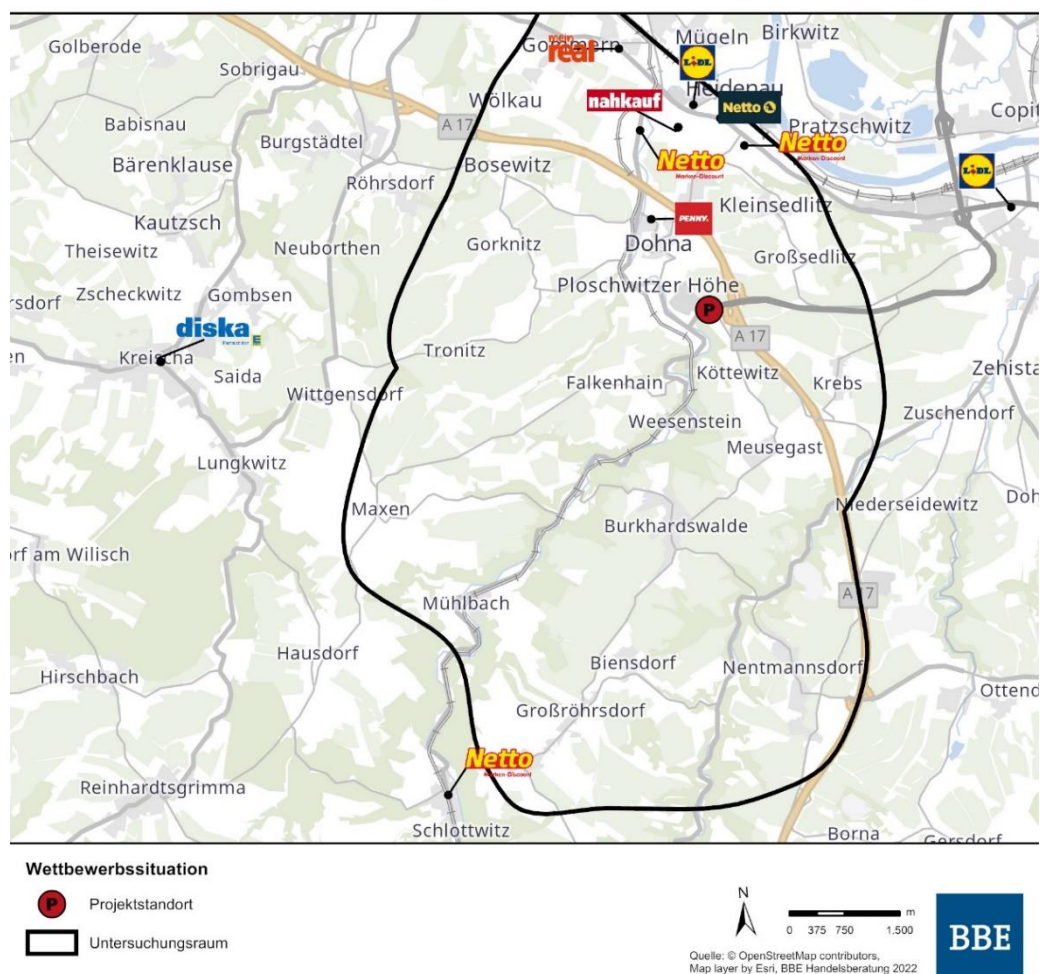
6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Die Analyse der regionalen Wettbewerbssituation im Umfeld des prospektiven Einzugsgebietes der Stadt Dohna (vgl. Abschnitt 7) bezieht sich auf alle projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen aber auch alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment innerhalb des Untersuchungsraumes. Die Erhebung des aktuellen Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbesichtigung im November 2022.

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

Die maßgebliche Wettbewerbssituation wird durch regionale Standorte von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Dohna und in den Nachbargemeinden bestimmt und ist in der nachfolgenden Karte 4 dargestellt.

Karte 4: Lebensmittelmärkte im regionalen Untersuchungsgebiet



Diese Karte verdeutlicht bereits, die Angebotsstrukturen des Untersuchungsraumes konzentrieren sich im Schwerpunkt auf das nördlich der Stadt Dohna angrenzende Grundzentrum Heidenau. Im Stadtgebiet

Dohna selbst sind derzeit nur 9 Anbieter, darunter der PENNY-Bestandsstandort zzgl. Bäcker und Fleischer, ansässig. In der südlich angrenzenden Nachbargemeinde Müglitztal ist nur ein Bäcker vertreten, nächster Lebensmittelmarkt liegt in Glashütte-Schlottwitz. Eine notwendige Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung in der Region südlich von Heidenau ist offensichtlich.

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

Nachfolgende Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet. Insgesamt sind 30 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 18.130 m² Verkaufsfläche zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 80,5 Mio. €. Flächengrößter und umsatzstärkster Anbieter ist das SB-Warenhaus „mein real“ in Heidenau, mit einem Flächenanteil von 59% und einem Umsatzanteil von 57% an den relevanten Angebotsstrukturen. Daneben entfallen weitere ca. 6.300 m² Verkaufsfläche auf die Discounter / Supermärkte in der betrachteten Region.

Tabelle 2: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Nonfood I	darunter Nonfood II
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt, Discounter	6.339	27.900	24.320	2.240	1.340
SB-Warenhaus	10.728	46.100	29.090	2.450	14.560
Lebensmittelhandwerk	467	4.180	4.180		
Fachgeschäft	111	630	510		120
Getränkemarkt	360	660	660		
Tankstelle	125	1.060	940		
gesamt	18.130	80.530	59.700	4.690	16.020

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Wichtiger für die Wettbewerbsanalyse ist jedoch die standortkonkrete Zuordnung der Anbieter. Auf das Stadtgebiet Dohna entfallen die bereits oben benannten 9 Anbieter mit ca. 1.670 m² Verkaufsfläche und einer Umsatzbindung von zusammen ca. 8,3 Mio. €.

Diese Anbieter / Verkaufsflächen konzentrieren sich im Wesentlichen auf die Standorte der Lebensmitteldiscounter, dem PENNY-Bestandsstandort und dem Netto Marken-Discount an der Müglitztalstraße, letzterer bereits unmittelbar an der Gemarkungsgrenze zu Heidenau.

Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatz gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Nonfood I	darunter Nonfood II
	in m ²	in T€	in T€	in T€	in T€
Dohna, Standort PENNY-Bestand	710	3.720	3.210	260	250
Dohna, Standort Netto	825	3.700	3.270	300	130
Dohna, sonstige	135	880	880		
Heidenau, Agglomerationsstandort Hauptstraße	10.793	46.860	29.850	2.450	14.560
Heidenau, Nahversorgungsstandort Ernst-Schneller-Straße	1.035	4.530	4.220	210	100
Heidenau, Nahversorgungsstandort Rosa-Luxemburg-Straße	800	3.710	3.250	330	130
Heidenau, Standort Lidl	1.390	5.750	5.050	360	340
Heidenau, Standort NETTO, Hauptstraße	796	4.150	3.600	290	260
Heidenau, sonstige	226	1.630	1.390		240
Glashütte / Müglitztal	1.420	5.600	4.980	490	130
gesamt	18.130	80.530	59.700	4.690	16.140

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Demgegenüber sind 5 Wettbewerbsstandorte im angrenzenden Stadtgebiet von Heidenau zu berücksichtigen, zzgl. weiterer Streulagen des Lebensmittelhandwerks. An den einzubeziehenden Heidenauer Wettbewerbsstandorten sind 16 nahversorgungsrelevante Anbieter ansässig, darunter drei Discounter, ein Supermarkt und das SB-Warenhaus. Diese für Dohna wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen in Heidenau summieren sich auf 15.040 m² Einzelhandelsfläche mit einem Gesamtumsatz von 66,6 Mio. €.

Die geringe Versorgungsbedeutung der örtlichen Anbieter liegt in dieser nachfolgend zu erläuternden Anbieterstruktur begründet. Die bisherige Absicherung einer Grundversorgung der Stadt Dohna erfolgt zu einem hohen Anteil durch Lebensmittelmärkte in Heidenau, aber auch in Dresden und Pirna.

Exkurs „Zentrale Versorgungsbereiche“

Ein besonderer Fokus bei der Bewertung städtebaulicher Auswirkungen von Einzelhandelsentwicklungen zielt auf den Schutz zentraler Versorgungsbereiche.

Grundsätzlich handelt es sich bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben bündelt ein zentraler Versorgungsbereich typischerweise auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Für einen zentralen Versorgungsbereich existiert keine Mindestgröße. Dem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrende, verkehrsgünstig angebunden. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.¹⁰

Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur ist festzustellen, dass in der Stadt Dohna kein zentraler Versorgungsbereich zu erkennen ist. Zweifellos verfügt Dohna über einen attraktiven historischen Ortskern mit Rathaus, von welchem jedoch keine relevante Ausstrahlung als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort ausgeht, bereits die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen ist sehr gering.

Für Heidenau besteht ein zentraler Versorgungsbereich Innenstadt gemäß dem Einzelhandelskonzept im Bereich entlang der Bahnhofstraße und der Ernst-Thälmann-Straße. Dieser befindet sich jedoch im Stadtgebiet nordöstlich der S-Bahntrasse nach Dresden, weit außerhalb des Untersuchungsraumes und ist für Vorhaben in Dohna nicht wettbewerbsrelevant.

Angebotsstrukturen in der Stadt Dohna

In der Stadt Dohna kann kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. Prägende Einzelhandelsstandorte sind der Standort von Netto Marken-Discount in der Müglitztalstraße, welcher direkt an das Heidenauer Siedlungsgebiet anschließt und der PENNY-Bestandsstandort.

Der marktkonforme **Netto Marken-Discount** wird durch eine Bäckerei ergänzt, im Umfeld befinden sich noch weitere, nicht-nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe. Der Standort zielt zwar vorrangig auf das nördliche Dohnaer Stadtgebiet ab, kann jedoch auch von der Verkehrsfrequenz der nahegelegenen Hauptstraße in Heidenau profitieren. Mit dem PENNY-Ersatzneubau steht dieser Anbieter durch die zu erwartende Kundenneuorientierung innerhalb der Stadt Dohna ungeachtet seiner Entfernung von bereits rd. 3 km Luftlinie dennoch in einem zukünftigen Wettbewerb.

¹⁰ vgl. zum Begriff faktischer zentraler Versorgungsbereiche: Bundesverwaltungsgericht, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007.

Der **Bestandsstandort PENNY in Dohna** bildet bisher den zweiten Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet, gelegen an der Zufahrt zum historischen Ortskern. Der recht kleine Lebensmittelmarkt wird durch zwei Lebensmittelhandwerker (Bäcker und Fleischer) ergänzt, kann jedoch keine weitreichende Ausstrahlung erzielen. Dieser Standort wird nach Realisierung des PENNY-Planvorhabens in dieser Struktur als Lebensmittelmarkt nahkauf fortgeführt.

Alle weiteren Standorte in Dohna, darunter drei Bäckereien und ein Getränkemarkt, treten mit dem Planvorhaben aufgrund einer anderen Kundschaftsorientierung voraussichtlich nicht in Wettbewerb.

Abbildung 10: Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet Dohna



Bestandsmarkt PENNY



Netto Marken-Discount am Stadtrand zu Heidenau

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2022

Wettbewerbsstandorte in der Stadt Heidenau

Mit Abstand flächengrößter Einzelhandelsstandort in Heidenau ist jedoch der **Agglomerationsstandort Hauptstraße** mit dem SB-Warenhaus „mein real“. Das umfangreiche SB-Warenhaus wird durch mehrere Konzessionäre in einer Mall ergänzt, darunter einem Fleischer und einem Bäcker. Der Standort wirkt insgesamt, trotz der bereits erfolgten Übernahme durch die neue Marke „mein real“, etwas in die Jahre gekommen. Insbesondere die obere Etage zeugt von sehr geringer Kundenfrequenz. Im nahversorgungsrelevanten Bereich verfügt der Standort jedoch offensichtlich über eine weitreichende Ausstrahlung, sodass auch tschechische Kundschaft angelockt werden kann. Neben mein real sind am Agglomerationsstandort auch der Möbelanbieter ROLLER und der Heimtier-Fachmarkt FRESSNAPF ansässig. Die Gemarkungsgrenze zu Dohna ist lediglich 850 m entfernt (Straßenverbindung). Eine hohe Kundschaftsbindung aus dem Stadtgebiet Dohna insbesondere für Groß- und Wocheneinkäufe ist zu unterstellen.

Weitere Standorte von Lebensmitteldiscountern reihen sich entlang der Hauptstraße von Pirna.

In nur rd. 1.000 m Entfernung von mein real findet sich an der Gabelsberger Straße eine Standortagglomeration aus einem **modernen Lidl-Markt**, einem Getränkemarkt und einer Bäckerei. Der Standort liegt am Rand eines Gewebegebiets, insofern ist er vorrangig auf die Verkehrsfrequenz entlang der Hauptstraße ausgerichtet.

Dem folgt 500 m weiter entlang dieser Verkehrsachse (Hauptstraße) der **Nahversorgungsstandort mit dem Discounter NETTO** und angegliedertem Lebensmittelhandwerk (Bäcker und Fleischer). NETTO zeigt sich mit modernem Marktkonzept und profitiert neben dem Bevölkerungspotenzial der umliegenden Wohnblöcke ebenso von der Verkehrsfrequenz entlang der Hauptstraße. Mit dem Planvorhaben tritt NETTO aufgrund der vorrangigen Orientierung auf das südliche Siedlungsgebiet von Heidenau mit Ausstrahlung über die Gemarkungsgrenze nach Dohna in Wettbewerb.

Eine vergleichbare Aussage zur Wettbewerbsrelevanz ist für den **Nahversorgungsstandort Rosa-Luxemburg-Straße** zu treffen, welcher sich als Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount mit integriertem Bäcker

zeigt. Der Discounter mit ebenfalls marktkonformen Auftritt erfüllt momentan wichtige Versorgungsfunktionen für ein eigenständiges Nahversorgungsumfeld mit Wohnblöcken im südlichen Stadtgebiet von Heidenau, kann jedoch auch von der Verkehrsfrequenz an der Hauptstraße profitieren. Über die Straßenverbindung Burgstraße / Geschwister-Scholl-Straße ist dieser Markt schnell aus der Kernstadt Dohna erreichbar.

Geringere Wettbewerbsbeziehungen werden gegenüber der **Nahversorgungslage Ernst-Schneller-Straße** mit dem kleinen Supermarkt nahkauf erwartet. Der Standort wurde kürzlich modernisiert und die frühere REWE-Filiale ging zu nahkauf über. Der Supermarkt wird durch eine Bäckerei ergänzt und verfügt über veritable Nahversorgungsfunktionen für das direkt umliegende und dicht bebaute Wohngebiet. Eine Ausstrahlung bis Dohna ist sicherlich nur in geringem Maße plausibel, allerdings erfolgt die geplante Nachnutzung des PENNY-Bestandsstandortes ebenfalls mit einem nahkauf-Markt.

Die **weiteren Anbieter in Heidenau** in Streulagen des Untersuchungsraumes stehen mit dem Planvorhaben aufgrund einer differenzierten Zielgruppenansprache nicht im Wettbewerb.

Abbildung 11: Ausgewählte Anbieter in der Nachbargemeinde Heidenau



SB-Warenhaus mein real



Lidl an der Gabelsberger Str.



Netto unmittelbar an der Hauptstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2022



nahkauf wohngebietsintegriert

Wettbewerbsstandorte in den Nachbargemeinden Müglitztal und Glashütte

Im südlichen regionalen Umfeld sind die Angebotsstrukturen in den letzten Jahren sukzessive zurückgegangen.

In der Gemeinde Müglitztal ist lediglich ein Bäcker im Ortsteil Müglitztal-Maxen ansässig. Nicht zu verschweigen ist die Bäckerei im Schloss Weesenstein, allerdings ohne jegliche Wettbewerbsrelevanz für die zu bewertende Planung.

Einziger Lebensmittelmarkt südlich von Dohna ist der Netto Marken-Discount in Glashütte-Schlottwitz. Vorrangig auf die Nahversorgung vor Ort ausgerichtet, erzielt nur eine Ausstrahlung nach Müglitztal. Die Schließung des ehemaligen Discounters PENNY in Glashütte-Schlottwitz bereits im Jahr 2020 ist als entsprechendes Indiz einer begrenzten wirtschaftlichen Tragfähigkeit zu werten, der ehemalige Lebensmittelmarkt wird seitdem als Netto-Getränkemarkt nachgenutzt.

Seit Ende April hat zudem der bisherige EDEKA-Markt in Glashütte geschlossen, die Versorgungssituation südlich von Dohna ist zunehmend angespannt.

Abbildung 12: Lebensmittelmarkt in Glashütte-Schlottwitz



Quelle: eigene Aufnahme, November 2022

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Insgesamt 30 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 18.130 m² Verkaufsfläche sind im Untersuchungsraum des Planvorhabens Dohna zu berücksichtigen. Diese erzielen einen Gesamtumsatz von rd. 80,5 Mio. €.
- Auf das Stadtgebiet Dohna entfallen jedoch nur 9 Anbieter mit lediglich ca. 1.630 m² Verkaufsfläche, im Schwerpunkt den beiden Discounterstandorten von PENNY und Netto Marken-Discount zuzuordnen.
- Die aktuelle Grundversorgung von Dohna und der Nachbargemeinde Müglitztal ist durch ausgeprägte Kaufkraftabflüsse in Richtung Heidenau, Pirna oder Dresden geprägt.
- Die Region südlich von Dohna verzeichnet in den letzten Jahren einen deutlichen Rückgang der Angebotsstrukturen, jüngstes Beispiel ist die Schließung des EDEKA-Marktes im April 2022 in Glashütte.

7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial

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

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

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Projektstandorts ist die ländlich geprägte Struktur der Stadt Dohna und sich südlich anschließender Nachbargemeinden und den damit verbundenen Anforderungen an eine Nahversorgung. Für die Vielzahl der sehr kleinen Ortsteile ist eine wohnungsnah Grundversorgung nicht darstellbar, Ziel muss vielmehr eine gut erreichbare, zumindest wohnortnahe Absicherung der Grundversorgung sein. Der Rückgang der Angebotsstrukturen im Grundzentrum Glashütte verstärkt die regionalen Abflüsse zu übergeordneten Zentren, aus der Kleinstadt Glashütte sicherlich eher in Richtung Dippoldiswalde, aus der Stadt Dohna und aus der Gemeinde Müglitztal eher nach Pirna, Heidenau und Dresden.

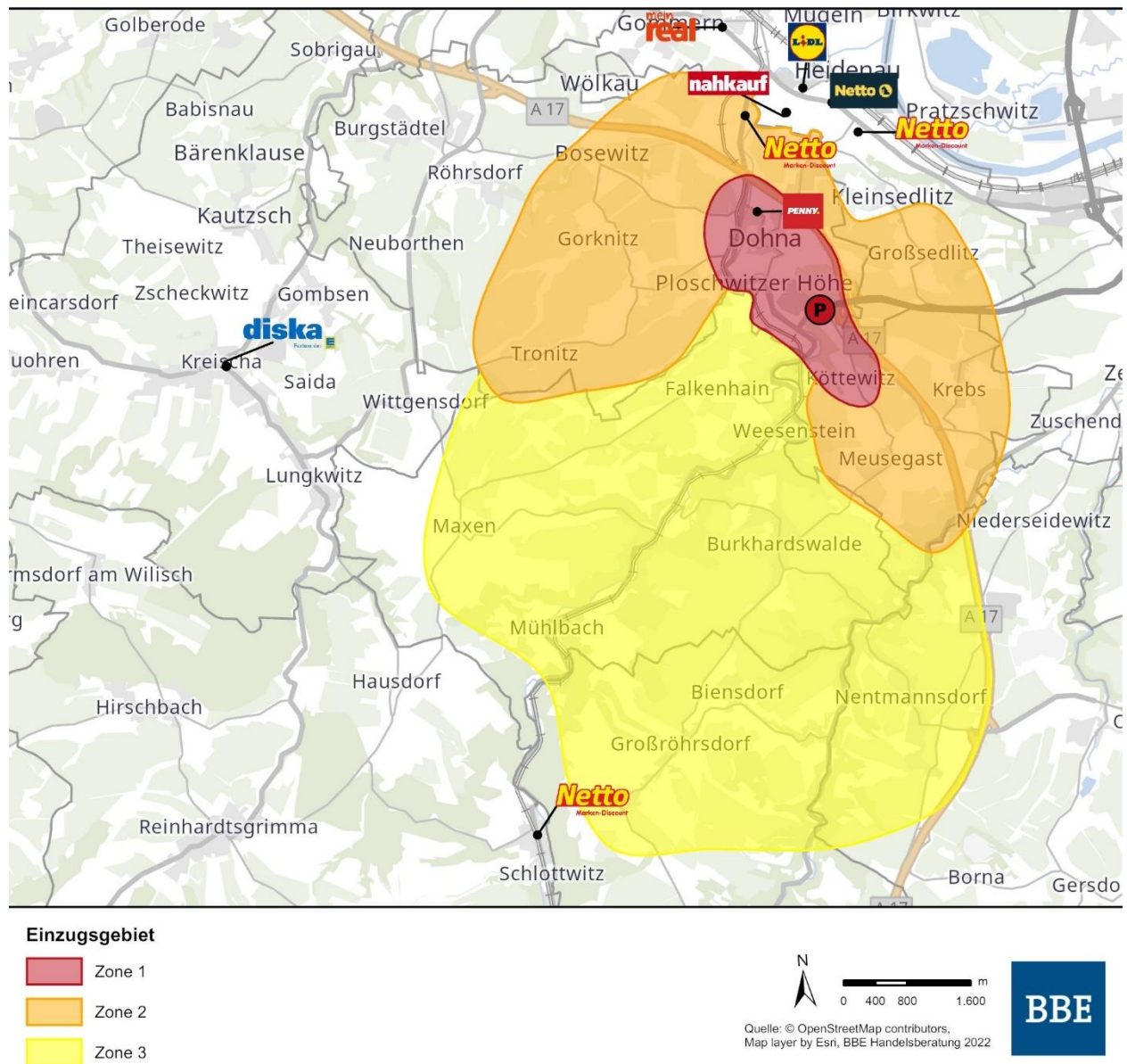
Das PENNY-Planvorhaben greift in diese Kundschaftsorientierung ein, wird zweifellos zu einer verbesserten Eigenbindung der Nachfrage in der Stadt Dohna beitragen, aber auch eine Ausstrahlung auf die Nachbargemeinde Müglitztal erzielen. Dies spiegelt sich auch in der erwarteten Einzugsgebietsabgrenzung des Projektvorhabens wider.

Das Einzugsgebiet bindet in unterschiedlicher Intensität die Mehrheit der Ortsteile der Stadt Dohna ein, jedoch ohne die westlich gelegene Ortschaft Röhrsdorf, welche bei vergleichbarem Zeit-Wege-Aufwand (jeweils ca. 8-9 Fahrminuten) eher auf Standorte in Dresden (Kaufpark Nickern) oder Heidenau (mein real) orientiert ist. Demgegenüber ist der Projektstandort für die südlich gelegenen Ortsteile von Müglitztal zukünftig der nächstgelegene Versorgungsstandort. Im Detail ist folgende Differenzierung eines Einzugsgebietes aufgrund der erwarteten Kundenbindung zu beachten:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst weite Teile der Kernstadt Dohna und den unmittelbar zum Projektstandort benachbarten Ortsteil Köttewitz.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet 2** schließt die unmittelbar an Heidenau angrenzenden Teilbereiche der Kernstadt sowie weitere Ortsteile der Stadt Dohna ein, insbesondere der Ortschaft Meusegast, anteilig aber auch der Ortschaft Röhrsdorf. Zusätzlich ist der unmittelbar jenseits des Autobahnverlaufes gelegene Ortsteil Großsedlitz der Stadt Heidenau zu berücksichtigen, allerdings ohne direkte Straßenanbindung (mindestens 2,6 km Straßenentfernung).
- Schließlich sind in einer weiteren südlichen Ausdehnung die **Zone 3 eines erweiterten Einzugsgebietes** eigenständig zu bewerten. Sie umfasst im Schwerpunkt Ortsteile der Gemeinde Müglitztal, aber auch Bahretal-Nentmannsdorf und die beiden Ortsteile Biensdorf und Großröhrsdorf der Stadt

Liebstadt. Für Einwohner in dieser Zone steigt bereits der Zeit-Wege-Aufwand zum Projektstandort spürbar an, dies gilt allerdings auch gegenüber dem einzigen Alternativenanbieter Netto Marken-Discount in Glashütte-Schlottwitz.

Karte 5: Einzugsgebiet des Projektstandortes in der Stadt Dohna mit regionalen Nahversorgungsanbietern



Die nachfolgenden Berechnungen ermitteln das aktuell verfügbare Nachfragepotenzial, differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes. Insgesamt leben rund 7.970 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen 61% auf die einbezogenen Ortsteile der Stadt Dohna.

Im Kerneinzugsgebiet leben ca. 1.900 Einwohner, weitere ca. 3.500 Einwohner in der Zone 2 des erweiterten Einzugsgebietes und schließlich ca. 2.560 Einwohner in der Zone 3.

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

Wie aus der nachfolgenden Tabelle hervorgeht, ergibt sich bei ca. 7.970 Einwohnern im gesamten Einzugsgebiet in den projektrelevanten Warengruppen ein hohes Marktpotenzial von ca. 24,5 Mio. €.

Etwas mehr als zwei Drittel (67,7%) entfällt zusammen auf die Zonen des Kerneinzugsgebietes und des erweiterten Einzugsgebietes 2, welche die Nachfrage aus dem Stadtgebiet Dohna repräsentieren.

In der Differenzierung nach den Warengruppen entfallen ca. 21,3 Mio. € auf Lebensmittel, ca. 2,6 Mio. € auf Drogeriewaren und lediglich 0,5 Mio. € auf Heimtierbedarf.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial im projektrelevanten Einzugsgebiet der Stadt Dohna

Einzugsgebiet	Einzugsgebiet Nahbereich Zone 1	erweitertes Einzugsgebiet Zone 2	erweitertes Einzugsgebiet Zone 3	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	1.901	3.505	2.562	7.968
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	97,9 2.696 €	96,6 2.660 €	97,8 2.693 €	97,3 2.679 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Drogerie	96,0 338 €	94,9 334 €	93,5 329 €	2.601,5 9.157 €
sortimentsspezifische Kaufkraft Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	93,1 67 €	91,7 66 €	93,1 67 €	92,4 67 €
	in T€	in T€	in T€	in T€
Nachfragepotenzial				
Lebensmittel	5.125	9.323	6.899	21.348
Drogerie	643	1.171	843	2.656
Heimtierbedarf	127	231	172	530
gesamt	5.895	10.725	7.914	24.534

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsausgaben

Kaufkraftbindungsquoten innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den bestehenden Marktvolumina innerhalb des Einzugsgebietes führt zu Bindungsquoten der nahversorgungsrelevanten Nachfrage. Diese stellen den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar.

Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten sind in der nachstehenden Tabelle dargestellt, sie sind ein Indikator für die Beurteilung weiterer Entwicklungsspielräume im Einzugsgebiet. Insbesondere verdeutlichen sie die bereits mehrfach diskutierten Nachfrageabflüsse in übergeordnete Zentren, besonders zu den unmittelbaren Wettbewerbsstandorten in Heidenau.

Dem im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Food- und Nonfood I-Sortimenten vorhandenen Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 24,5 Mio. € steht aktuell nur ein Umsatz von ca. 8,1 Mio. € durch Anbieter innerhalb des Einzugsgebietes gegenüber. Insgesamt wird folglich eine Bindungsquote von rd. 33% erzielt, was einem saldierten Kaufkraftabfluss¹¹ von ca. 16,4 Mio. € entspricht.

¹¹ Saldo aus Kaufkraftzuflüssen und Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet.

Tabelle 5: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Einzugsgebiet

	Nachfrage- potenzial	relevanter EH-Umsatz	Kaufkraft- bindung	Saldo
	in T€	in T€	in %	in T€
Einzugsgebiet Nahbereich Zone 1	5.895	4.350	73,8	- 1.545
erweitertes Einzugsgebiet Zone 2	10.725	3.570	33,3	- 7.155
erweitertes Einzugsgebiet Zone 3	7.914	200	2,5	- 7.714
Einzugsgebiet gesamt	24.534	8.120	33,1	- 16.414
Quelle: BBE-Erhebung 2022				

Bereits im Kerneinzugsgebiet (Zone 1), dem der PENNY-Bestandsstandort zuzuordnen ist, erreicht die Bindungsquote nur ein Niveau von knapp 74%, deutlich unter Bedarfsdeckung. In der Zone 2 sind die Bindung auf etwa ein Drittel der Nachfrage (ungeachtet des Lebensmittelmarktes Netto Marken-Discount), die Zone 3 ist schließlich auf eine regionale Kundschaftsorientierung (Kaufkraftabflüsse) regelrecht angewiesen.

8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

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

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

Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Der geplante Vorhabenstandort (vgl. Abschnitt 3) liegt im Geltungsbereich des derzeit in Aufstellung befindlichen Bebauungsplans „Gewerbegebiet Am Kuxberg“, der Aufstellungsbeschluss wurde durch den Stadtrat der Stadt Dohna am 04.05.2022 gefasst.

Das Vorhabengrundstück ist demzufolge in einem ausgewiesenen Gewerbegebiet eingebunden.

Im Gewerbegebiet sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO im Grundsatz allgemein zulässig. Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind jedoch 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, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Demnach bemisst sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 8 und 11 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.¹²
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

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

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

Innerhalb des Projektvorhabens überschreitet keiner der drei Anbieter die Schwelle zur Großflächigkeit, der Lebensmittelmarkt PENNY bleibt knapp unter dem Schwellenwert, die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe verfügen ohnehin nur über geringe Verkaufsflächen.

Die Anbieter fungieren zugleich als eigenständige Einzelhandelsbetriebe, bilden nicht in Summe einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb. Unter welchen Bedingungen von einem oder mehreren Betrieben auszugehen ist, hat das Bundesverwaltungsgericht bereits in seinen Urteilen vom 24. November 2005 geklärt.

(BVerwG Urteile 4 C 8.05 und 4 C 14.04) Die Differenzierung in mehrere Betriebe bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten, für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebes ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen. Eine Verkaufsstätte ist ein eigenständiger Betrieb, wenn sie selbständig, d.h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann, hierfür bedarf es mindestens eines eigenen Einganges, einer eigenen Anlieferung, eigenen Personalräumen und sie muss unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Das Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen stellt im Urteil vom 29. Mai 2013 (OVG NRW Urteil 10A 1144/11) jedoch klar, dass dies nicht uneingeschränkt auch auf Lebensmittelmärkte mit angeschlossenem Lebensmittelhandwerk übertragen werden kann. Wenn innerhalb eines Gebäudes das Lebensmittelhandwerk eine „Nebenleistung“ zum Lebensmittel-Discountmarkt erbringt und auch die Verkaufsfläche deutlich hinter jener des „Hauptbetriebes“ zurückbleibt, stellen beide Betriebe einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne des §11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO dar.

Im vorliegenden Projekt ist aber von einer deutlichen Trennung der drei Anbieter auszugehen, das Lebensmittelhandwerk befindet sich nicht innerhalb des Gebäudes sondern in einen separaten Anbau und ist vollkommen eigenständig nutzbar. Eine Genehmigungsfähigkeit als „Gewerbebetriebe aller Art“ ist im Gewerbegebiet gegeben.

Inwieweit jedoch städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind, wird in Abschnitt 9 geprüft.

9. Auswirkungsanalyse

9.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaufkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die ein Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet bzw. im weitergehenden Untersuchungsraum realistischer Weise an sich binden kann.

Auf Basis der erläuterten regionalen Wettbewerbsstrukturen und einer zu erwartenden Marktstellung der drei Anbieter am neuen Nahversorgungsstandort der Stadt Dohna wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Diese Umsatzprognose baut folglich auf die bestehenden Standortstrukturen auf, berücksichtigt die prognostizierte Kundenbindung aus den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes sowie die mit den Versorgungsfunktionen des Projektvorhabens zu erwartende Kundschaftsorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

Maßgeblich für den Gesamtstandort ist die Ausstrahlung und Kundschaftsbindung als neuer, leistungsfähiger Nahversorgungsstandort für die Stadt Dohna und die Region südlich von Heidenau.

Tabelle 6: Umsatzprognose (summarisch) auf Basis der Abschöpfungsquoten für den Projektstandort Am Kuxberg (PENNY-Planvorhaben und die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe)

Kundenherkunft des Projektstandortes Am Kuxberg	Kaufkraftvolumen Food + Nonfood I	Marktanteil	Umsatz- erwartung
	in T€	in %	in T€
Einzugsgebiet Nahbereich Zone 1	5.895	29,0%	1.700
erweitertes Einzugsgebiet Zone 2	10.725	14,0%	1.500
erweitertes Einzugsgebiet Zone 3	7.914	11,5%	910
Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet	24.534	16,8%	4.110
Umsatzerwartung Nonfood II im Lebensmittelmarkt (max, 10%)			400
Streuumsätze (5%)			240
Umsatzerwartung gesamt			4.750

Quelle: BBE-Berechnung 2022

Wie bereits ausführlich diskutiert, verknüpft das Projektvorhaben den Ersatzneubau des Lebensmittelmarktes PENNY mit der Nachnutzung des Bestandsstandortes als zukünftiger Lebensmittelmarkt nahkauf. Diese Wechselwirkung ist zugleich bei der Prognose realistischer Marktanteile im Einzugsgebiet zu beachten.

Die im Abschnitt 7 ermittelten Nachfragepotenziale für die Hauptwarengruppen Food und Nonfood I verdeutlichen umfangreiche Entwicklungsperspektiven (Kaufkraftvolumen 24,5 Mio. €), die mehrheitlich den ermittelten Kaufkraftabflüssen unterliegen.

Die zu erwartende Kundschaftsorientierung auf den Projektstandort Am Kuxberg führte letztlich zur Unterscheidung der einzelnen Einzugsgebietszonen. Die höchsten Bindungsquoten werden erwartungsgemäß im Kerneinzugsgebiet und im erweiterten Einzugsgebiet 2 erzielt. Die Bindungschancen in der Zone 3 des erweiterten Einzugsgebietes (Müglitztal) nehmen erwartungsgemäß mit zunehmender Entfernung ab, führen infolge fehlender Alternativangebote dennoch zu einem beachtlichen Umsatzanteil.

Die Prognosen in Tabelle 6 beziehen sich auf alle drei Anbieter am Projektstandort, die Einzelwerte zur prognostizierten Nachfragebindung können obenstehender Tabelle entnommen werden.

Für den Projektstandort Am Kuxberg wird eine durchschnittliche Nachfragebindung von ca. 17% für die Kernsortimente Food & Nonfood I erwartet. Die Einzelwerte in den Zonen des Einzugsgebietes entsprechen einer anteiligen, gesicherten Grundversorgung ohne regionale Marktdominanz. Selbst im Stadtgebiet Dohna – hier gilt insbesondere der Blick auf den prognostizierten Marktanteil im Kerneinzugsgebiet mit 29% – ist einerseits eine gleichberechtigte Marktstellung bei zukünftig drei Lebensmittelmärkten, andererseits auch eine bessere Erschließung der Nachfragepotenziale vor Ort zu erwarten. Natürlich wird auch perspektivisch ein nicht unerheblicher Anteil der regionalen Nachfrage abfließen (aktueller Abfluss: 16,4 Mio. € aus dem betrachteten Einzugsgebiet), das Planvorhaben verbessert aber die quantitativen Kapazitäten und die alternativen Angebote zur Grundversorgung in Dohna einschließlich der angrenzenden Ortsteile.

Aus der prognostizierten Umsatzbindung am Nachfragepotenzial des Einzugsgebietes für Food und Nonfood I leitet sich ein Umsatz von 4,11 Mio. € ab. Zusätzlich zu berücksichtigen sind der Umsatzanteil der Nonfood II – Sortimente im Lebensmittelmarkt, die für einen PENNY-Markt unterhalb der Großflächigkeit mit max. 10% anzusetzen sind. Weitergehende Streuumsätze bleiben in der Modellrechnung auf letztlich geringem Niveau, sie können aus den Wechselwirkungen mit dem Gewerbegebiet resultieren, gegebenenfalls partizipieren hieran stärker die Bäcker- und Fleischer-Filialen. Im Sinne eines „worst-case-Szenarios“ für die projektrelevanten Standort- und Angebotsstrukturen wird nur von sehr geringen Streuumsätzen in Größenordnung von max. 5% bzw. 240 T€ ausgegangen.

In der Summe aus

- Nachfragebindung Food und Nonfood I innerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von 4,11 Mio. €
- weiteren Streuumsätzen in Höhe von 0,24 Mio. €
- sowie ergänzenden Nonfood II – Umsätzen des Lebensmittelmarktes in Höhe von 0,40 Mio. €

ergibt sich eine **Prognose des Gesamtumsatzes für den Lebensmittelmarkt PENNY und für beide Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker und Fleischer) von 4,75 Mio. €**, davon 4,2 Mio. € für den Lebensmittelmarkt und 0,55 Mio. € für das Lebensmittelhandwerk.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Umsatzprognosen der einzelnen Anbieter mit der jeweiligen Verkaufsflächendimensionierung zusammengeführt und hinsichtlich der resultierenden Flächenleistungen bewertet.

Tabelle 7: Resultierende Flächenproduktivitäten der am Planvorhaben beteiligten Betriebe

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m ²	€/m ²	in T€
PENNY-Bestand - Nachnutzung als nahkauf	620	5.000	3.100
Lebensmittelhandwerk im PENNY (gleichbleibend)	90	6.900	620
PENNY-Plan	799	5.300	4.200
Bäcker / Fleischer (zzgl. Gastronomiefläche)	60	9.200	550

Quelle: BBE-Berechnung 2022, Angaben des Auftraggebers

Zusätzlich zum Planvorhaben ist in Tabelle 7 der PENNY-Bestandsstandort aufgenommen, der zukünftig als Lebensmittelmarkt nahkauf mit Bäcker und Fleischer fortgeführt werden soll. Die Modellrechnung geht ebenfalls im Sinne eines „worst-case-Szenarios“ von der Annahme aus, dass die bestehende Kunden- und Umsatzbindung vollumfänglich auf den Nachfolger übertragen wird, die Umsatzerwartung am Projektstandort Am Kuxberg folglich vollständig aus einer örtlichen und regionalen Umorientierung der Kundschaftsströme neu zu generieren ist.

Der relativ kleine PENNY-Bestandsmarkt erzielt mit seiner vorrangig auf das unmittelbare Nahversorgungs-umfeld ausgerichteten Nachfragebindung eine dementsprechend unterdurchschnittliche Flächenprodukt von 5.000 €/m².

Für den PENNY-Ersatzneubau ist von der Umsetzung eines betreibertypischen Konzeptes auszugehen, mit der dargelegten Ausstrahlung im Einzugsgebiet. Die erwartete Umsatzprognose von 4,2 Mio. € entspricht einer mittleren Flächenproduktivität von 5.300 €/m², die ungeachtet der ländlichen, dünnbesiedelten Region nur leicht unterhalb bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte liegt.¹³

Das Lebensmittelhandwerk ist mit regionaltypischen Filialumsätzen in die Modellrechnung eingeflossen. Die ausgewiesene Flächenproduktivität orientiert sich an einen erwarteten Verkaufsflächenanteil ohne Imbiss- / Gastronomieflächen.

Bei der Bewertung der Flächenproduktivitäten ist zusammenfassend zu beachten:

- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Dohna und der Gemeinde Mügglitztal liegt nur leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100), dies gilt auch für die betrachteten Warengruppen.
- Das ländlich geprägte Einzugsgebiet weist eine geringe Besiedlungsdichte mit einer Vielzahl kleiner Ortsteile auf.
- Aufgrund bisher begrenzter Nahversorgungsstrukturen der Stadt Dohna und sogar rückläufiger Strukturen im südlichen Einzugsgebiet haben sich langjährige, regionale Kundenorientierungen insbesondere auf Heidenau, Pirna oder Dresden herausgebildet, die durch das Planvorhaben zumindest anteilig umzulenken sind.
- Die Etablierung eines zusätzlichen Nahversorgungsstandortes in der Stadt Dohna lässt eine entsprechend gute Akzeptanz seitens der Einwohner erwarten, die aufgezeigte Marktaberschöpfung bildet für den Lebensmittelmarkt aber auch für die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe jeweils eine gute Grundlage der wirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven.

¹³ Die durchschnittliche Flächenproduktivität von PENNY-Märkten beträgt 5.590 €/m², dieser Durchschnittswert unterliegt jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. Der ausgewiesene Durchschnittswert bezieht insgesamt 2.149 PENNY-Märkte ein und gilt für eine durchschnittliche Filialgröße von 735 m². (Quelle bulwiengesa, TradeDimensions,, zitiert in: 17. RETAIL REAL ESTATE REPORT 2022/2023 der Hahn-Gruppe)

9.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz differenziert für den Lebensmittelmarkt und das Lebensmittelhandwerk am Projektstandort prognostiziert, die Prognose der wettbewerblichen Folgewirkungen verdeutlicht die Summenwirkung der drei Anbieter am neuen Projektstandort Am Kuxberg.

Anzunehmen ist, dass der erwartete Umsatz der drei Anbieter im Einzugsgebiet, durch die Etablierung eines neuen Nahversorgungsstandortes, zwangsläufig Anbietern entsprechend der bisherigen regionalen Kundenorientierung verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen die Vorhaben auslösen können. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich und die wohnungsnahen Versorgung zu erwarten sind.

In nachstehender Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzzumverteilungsquoten gegenüber den relevanten Wettbewerbsstandorten im Untersuchungsgebiet. Die Umlenkungen beziehen sich grundsätzlich auf das Food- und Nonfood I –Sortiment.

Tabelle 8: Umsatzzumlenkung und Umlenkungsquoten durch den Projektstandort Am Kuxberg

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I	Umsatzzumverteilung durch Projektstandort Am Kuxberg	
	in Mio. €	in %	in Mio. €
Dohna, Nachnutzung Bestandsstandort durch nahkauf	3,5	7,0%	0,24
Dohna, Standort Netto	3,6	5,5%	0,20
Dohna, sonstige	0,9		
Heidenau, Agglomerationsstandort Hauptstraße	32,3	7,0%	2,26
Heidenau, Nahversorgungsstandort Ernst-Schneller-Straße	4,4	4,0%	0,18
Heidenau, Nahversorgungsstandort Rosa-Luxemburg-Straße	3,6	6,5%	0,24
Heidenau, Standort Lidl	5,4	6,5%	0,35
Heidenau, Standort NETTO, Hauptstraße	3,9	6,5%	0,26
Heidenau, sonstige	1,4		
Glashütte / Müglitztal	5,5	7,0%	0,38
Umsatzzumverteilung durch Vorhaben			4,11
Plaumsatz Nonfood II-Sortimente			0,40
Streuumsätze			0,24
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			4,75
Quelle: BBE-Berechnung 2022			

Die oben dargestellten Umsatzzumlenkungseffekte stellen ein Worst-Case-Szenario dar und konzentrieren sich sehr stark auf die Wettbewerbseffekte im Untersuchungsraum. Anzunehmen ist jedoch, dass auch weitreichendere Kundenbeziehungen zwischen der Stadt Dohna und den Stadtgebieten von Dresden und Pirna bestehen (Berufspendler), so dass auch eine dementsprechende Rückgewinnung weitergehender Kaufkraftabflüsse nicht auszuschließen ist. Letzteres fließt aber in die Modellrechnung nicht mit ein, so dass

im Umkehrschluss die Wettbewerbseffekte mit den angrenzenden Angebotsstandorten im Untersuchungsraum einem Maximalwert entsprechen. Unter dieser Prämisse setzt sich die Umsatzherkunft am Projektstandort wie folgt zusammen:

■ Umsatzumverteilung innerhalb des Einzugsgebietes	0,44 Mio. € (ca. 9,3%),
■ Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes – stärkere Eigenbindung der örtlichen Nachfrage	3,67 Mio. € (ca. 77,3%)
■ Streuumsätze	0,24 Mio. € (ca. 5,0%),
■ Umsätze mit Nonfood II – Umsätzen des Lebensmittelmarktes	0,40 Mio. € (ca. 8,4%).

Die **Wettbewerbseffekte resultieren vor allem aus der erwarteten stärkeren Nachfragebindung an den Standort Dohna.**

Betroffen sind in erster Linie jene Standorte, die maßgeblich die aktuellen Kaufkraftabflüsse aufnehmen, diese sind vorrangig in Heidenau verortet. In der relativen Betroffenheit unterscheiden sich die Heidenauer Wettbewerbsstandorte nur unwesentlich, die Umverteilungsquoten liegen bei 6,5% bis 7,0%. Einzig der Nahversorgungsstandort Ernst-Schneller-Straße (nahkauf) ist infolge seines stärkeren Wohngebietsbezuges geringer betroffen, hier steht eher die Wechselwirkung mit der betreibergleichen Nachnutzung des Bestandsstandortes im Vordergrund.

Die drei Standorte der Lebensmitteldiscounter entlang der Hauptstraße in Heidenau (Lidl, NETTO, Netto Marken-Discount) müssen mit identischen Umverteilungsquoten rechnen, durch leicht unterschiedliche Umsatzbindung / Marktstellung unterscheidet sich leicht die absolute Umsatzumverteilung. Der Lidl-Standort (incl. Getränkemarkt und Bäcker) ist mit 0,35 Mio. € stärker betroffen.

Aus Sicht der absoluten Umsatzherkunft konzentrieren sich die erwarteten Umverteilungseffekte auf den Standort des SB-Warenhauses „mein real“. Gerade aus der ländlichen Region ist bei fehlenden Alternativen mit weitestgehenden Groß- und Wocheneinkäufen zu rechnen, die dann auf die Großbetriebsform des Lebensmittelhandels abzielen. Der Standort mein real wird ebenso ca. 7% seines Bestandsumsatzes verlieren, allerdings entspricht dieser Relativanteil einem Umsatz von 2,26 Mio. €. Knapp die Hälfte der Umsatzerwartung (ca. 48%) resultiert aus diesen unmittelbaren Wettbewerbsbeziehungen. Die Groß- und Wocheneinkäufe aus der Region werden auch zukünftig auf diesen Standort verstärkt ausgerichtet sein, sie werden nur durch eine gestärkte Grundversorgung in Dohna ergänzt.

Die saldierten Kaufkraftabflüsse aus dem betrachteten Einzugsgebiet werden anhand dieser Modellrechnung von derzeit 16,4 Mio. € auf zukünftig 12,7 Mio. € abnehmen.

Darin eingebunden sind auch geringe Wechselwirkungen mit den Wettbewerbsstandorten in Glashütte-Schlottwitz (u.a. Netto Marken-Discount). Für Kundschaft aus Müglitztal bietet sich zukünftig eine Angebotsalternative mit dem Projektstandort. Die Wettbewerbseffekte sind in ihrer relativen Intensität vergleichbar, bleiben absolut aber mit 0,38 Mio. € begrenzt.

Schließlich sind die **örtlichen Umverteilungseffekte in der Stadt Dohna** zu betrachten, betroffen sind beide Bestandsstandorte der Lebensmittelmärkte, nicht die sonstigen Streulagen.

Die Nachnutzung des PENNY-Bestandsstandortes durch das nahkauf-Konzept wird sich noch stärker auf die fußläufige Nahversorgung in der Kernstadt konzentrieren, der Umsatzrückgang bleibt mit 0,24 Mio. € auf geringem Niveau.

Auch der Netto Marken-Discount in der Müglitztalstraße bleibt mit 5,5% bzw. 0,2 Mio. € in der Wettbewerbseffekte unterdurchschnittlich betroffen.

Insgesamt ist in der gesamten Wettbewerbskonstellation festzustellen, dass die Neuansiedlung des Nahversorgungsstandortes Am Kuxberg natürlich zu einem adäquaten Umsatzrückgang an den bisherigen Angebotsstandorten führt, jedoch zeichnen sich für keinen Standort Folgewirkungen in einer existentiell bedeutsamen Größenordnung ab.

9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnah Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die Wettbewerbswirkungen des neuen Nahversorgungsstandortes Am Kuxberg mit insgesamt drei Anbietern (Lebensmitteldiscounter PENNY, Fleischer, Bäcker) sind differenziert zu bewerten, städtebaulich relevante Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind jedoch eher gering einzuschätzen. Diese Aussage gründet sich im Einzelnen auf folgende Ergebnisse:

- **Auswirkungen auf regionale Versorgungsstrukturen entstehen durch den zusätzlichen Nahversorgungsstandort der Stadt Dohna und einer damit verbundenen Eigenbindung der örtlichen Nachfrage**

Das Planvorhaben wird in Summe aus Lebensmittelmarkt, Fleischer und Bäcker einen Gesamtumsatz von voraussichtlich 4,75 Mio. € erzielen, davon wird ein Umsatzanteil von 4,35 Mio. € zu Wettbewerbseffekten in den bestehenden Food- und Nonfood I-Angebotsstrukturen der angrenzenden Gemeinden, insbesondere Heidenau, führen.

Die Stadt Dohna verfügt bisher über zwei Standorte von Lebensmittelmärkten (PENNY-Bestandsmarkt, Netto Marken-Discount) sowie einzelne Fachgeschäfte in Streulagen, zusammen können diese die nahversorgungsrelevante Nachfrage jedoch nur anteilig bedienen. Dies gilt im verstärkten Maße für die südlich angrenzende Gemeinde Müglitztal, welche lediglich über Bäcker verfügt. Die Etablierung eines zusätzlichen Nahversorgungsstandortes im Stadtgebiet Dohna kann als wesentliches Element der Daseinsvorsorge verstanden werden.

Die legitime Eigenbindung eines gewichtigen Anteiles der örtlichen Nachfrage bedingt letztlich eine Kundenumorientierung zu Lasten jener Angebotsstandorte, auf welche die enormen Kaufkraftabflüsse von 16,4 Mio. € aus dem betrachteten Einzugsgebiet ausgerichtet waren. Die saldierten Abflüsse aus dem Einzugsgebiet werden sich auf 12,7 Mio. € vermindern, bleiben aber weiterhin hoch.

- **Bindungsquote in der Nahversorgung des betrachteten Einzugsgebietes erreicht auch zukünftig keine Bedarfsdeckung**

Im betrachteten Einzugsgebiet werden aktuell nur 33,1% der nahversorgungsrelevanten Nachfrage durch Anbieter vor Ort gebunden. Mit dem neuen Nahversorgungsstandort Am Kuxberg steigt die Bindungsquote auf ca. 48%.

- **Wettbewerbsseffekte wirken unterschiedlich in den Bestandsstrukturen**

Anbieter in der Stadt Heidenau binden bisher wesentliche Teile der nahversorgungsrelevanten Nachfrage aus Dohna, weitere Nachfragesegmente unterliegen auch Kaufkraftabflüssen beispielsweise durch Pendlerbeziehungen in Richtung Dresden oder Pirna. Letztere lassen sich aber nicht standortkonkret quantifizieren und bleiben bei der Modellrechnung unberücksichtigt. Insofern sind ausgewiesenen Wettbewerbseffekte als „worst-case-Scenario“ zu verstehen, tatsächliche Effekte werden mit Sicherheit darunter liegen.

Die maßgeblichen Wettbewerbsstandorte in Heidenau befinden sich in einem überschaubaren Bereich entlang der Hauptstraße, folglich ist deren relative Betroffenheit vergleichbar, die absoluten Umsatzzumverteilungseffekte sind dann ein Spiegelbild der bisherigen Marktstellung und Partizipation an den Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet.

Im Mittelpunkt der Betrachtung steht dabei das SB-Warenhaus „mein real“, welches vor allem Ziel der Groß- und Wocheneinkäufe aus dem Einzugsgebiet ist. Das SB-Warenhaus wird voraussichtlich 7% des aktuellen Umsatzes bzw. 2,26 Mio. € verlieren, knapp die Hälfte der Umsatzerwartung des

Projektstandortes Am Kuxberg resultiert aus dieser unmittelbaren Wettbewerbsbeziehung. Die Umverteilungsquote von 7% ist nicht als existenzieller Wettbewerbseffekt zu betrachten. Zudem betrifft aus städtebaulicher Sicht diese Wettbewerbsbeziehung weder einen zentralen Versorgungsbereich noch die verbrauchernahe Versorgung, sondern einen dezentralen Großflächenstandort.

Alle weiteren Wettbewerbseffekte gegenüber Anbietern in der Nachbarstadt Heidenau sind mit einer Spannweite zwischen 180 T€ bis 380 T€ zwar als zweifellos spürbarer Wettbewerbseffekt aber ohne städtebauliche Konsequenz einzustufen.

■ **Mehrheit der maßgeblichen Wettbewerbsstandorte befindet sich in Solitärlagen oder dezentralen Einzelhandelsstandorten – zentrale Versorgungsbereiche sind nicht betroffen**

Als maßgebliche Wettbewerbsstandorte sind jene regionalen Lebensmittelmärkte einzustufen, die bisher zu einem hohen Anteil die Grundversorgungsfunktionen der Stadt Dohna und der Gemeinde Müglitztal wahrnehmen.

Auf die besondere Relevanz des SB-Warenhauses wurde bereits eingegangen, aber auch die weiteren Discounterstandorte in Heidenau reihen sich entlang der Verkehrsachse Hauptstraße, partizipieren neben einer jeweils anteiligen wohnungsnahen Versorgungsfunktion von diesen Verkehrsfrequenzen.

Als vorrangig integrierte Standorte sind der PENNY-Bestandsstandort in der Stadt Dohna und der Nahversorgungsstandort Ernst-Schneller-Straße in Heidenau einzustufen. Beide sind unterdurchschnittlich betroffen und in ihrer Existenz nicht gefährdet.

Wettbewerbsbeziehungen zu zentralen Versorgungsbereichen entstehen durch das Planvorhaben nicht.

■ **Nachnutzung des Bestandsstandortes durch einen nahkauf-Lebensmittelmarkt sichert die städtebauliche Verträglichkeit im Stadtgebiet Dohna ab**

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens sind zwei Aspekte entscheidend: Zum einen wird die zumindest wohnortnahe Grundversorgung in der Stadt Dohna und in der angrenzenden Gemeinde Müglitztal spürbar verbessert, zum anderen wird die fußläufige Nahversorgung im Kernstadtbereich auch weiterhin gesichert.

Der PENNY-Bestandsmarkt bietet eine fußläufige Nahversorgung im Ortskern von Dohna, der Projektstandort liegt demgegenüber am südlichen Rand der Kernstadt. Der Erhalt des Bestandsstandortes als zukünftiger nahkauf-Lebensmittelmarkt sichert die aktuellen Versorgungsfunktionen, das Planvorhaben erschließt zusätzliche Funktionen.

10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass mit dem Planvorhaben in der Stadt Dohna eine verbesserte Grundversorgung für das Stadtgebiet und die südlichen Umlandregionen (Gemeinde Müglitztal) etabliert werden kann, ohne dass damit verbundene Wechselwirkungen zu städtebaulich negativen Auswirkungen in den Nachbargemeinden (insbesondere Heidenau) führen. Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Die Nahversorgungsstrukturen der Stadt Dohna sichern derzeit nur anteilig die örtliche Grundversorgung ab, die südlich angrenzende Gemeinde Müglitztal verfügt lediglich über einzelne Bäcker. Mit dem neuen, zusätzlichen Nahversorgungsstandort wird eine notwendige Versorgungsalternative geschaffen.
- Das Planvorhaben zielt weitestgehend auf nahversorgungsrelevante Sortimente, der Verkaufsflächenanteil der Nonfood II-Sortimente im Lebensmittelmarkt (PENNY) bleibt auf max. 10% begrenzt, als zusätzliche Anbieter sind nur Lebensmittelhandwerksbetriebe vorgesehen.
- Die drei Anbieter am neuen Nahversorgungsstandort Am Kuxberg sind als selbständige Einzelhandelsbetriebe geplant, die selbständig, also unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden und baurechtlich auch als eigenständige Vorhaben genehmigungsfähig sind. Keiner der Anbieter ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, eine Genehmigungsfähigkeit im aufzustellenden Bebauungsplan „Gewerbegebiet Am Kuxberg“ ist gegeben.
- Der Projektstandort befindet sich am südlichen Rand der Kernstadt, im neuen Gewerbegebiet am Kuxberg. Er zielt auf eine möglichst gute Erreichbarkeit aus der Kernstadt und den weiteren Ortsteilen von Dohna, aber auch aus der Nachbargemeinde Müglitztal.
- Neben der Etablierung eines zusätzlichen Nahversorgungsstandortes umfasst die Gesamtplanung auch den Erhalt des PENNY-Bestandsstandortes, welcher zukünftig als Lebensmittelmarkt nahkauf mit Bäcker und Fleischer nachgenutzt wird.
Dieser Erhalt des Bestandsstandortes sichert ausdrücklich die städtebauliche Verträglichkeit innerhalb der Stadt Dohna ab.
- Aktuell binden ortsansässige Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Dohna und in der Nachbargemeinde Müglitztal nur etwa ein Drittel der entsprechenden Nachfrage (33,1%), mit dem Planvorhaben kann die Nachfragebindung auf voraussichtlich 48% erhöht werden.
- Die stärkere Eigenbindung der Nachfrage in der Stadt Dohna führt zu korrespondierenden Wettbewerbseffekten in der Stadt Heidenau, betroffen sind jene Standorte, die bisher maßgeblich an den Kaufkraftabflüssen aus dem betrachteten Einzugsgebiet partizipierten. Zu verweisen ist vor allem auf das SB-Warenhaus „mein real“ und den Discounterstandorten im weiteren Verlauf der Hauptstraße von Heidenau.
Die zu erwartenden Wettbewerbseffekte betreffen maximal 6,5% bis 7,0% des aktuellen Umsatzniveaus, eine existenzielle Gefährdung ist nicht zu erwarten.
- Von den Wettbewerbseffekten ist kein zentraler Versorgungsbereich betroffen, städtebaulich integrierte Nahversorger (z.B. nahkauf in Heidenau, Ernst-Schneller-Straße) sind nur geringfügig betroffen.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das Planvorhaben ausgehend von einer besonderen städtebaulichen Situation der Stadt Dohna und der angrenzenden Nachbargemeinde Müglitztal zweifellos zu einer Verbesserung der Nahversorgungssituation führt.

Für die drei nichtgroßflächigen Anbieter ist eine Genehmigungsfähigkeit im neuen Gewerbegebiet Am Kuxberg gegeben, städtebaulich relevante, negative Auswirkungen gegenüber zentrale Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Grundversorgung sind nicht zu erwarten.

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

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Leitung Niederlassung Leipzig

Leipzig, 08.Dezember 2022